

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

"DE PORTE PUMA"

Propuesta de una serie de trece programas
sobre deporte universitario para ser
producidos por TV UNAM

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(Producción de radio y televisión)

PRESENTA:

CÉSAR MARTÍNEZ RODRÍGUEZ

ASESORA:

Mtra. C.C. María Guadalupe Aída Luna López



2012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS:

A mis padres:

Gracias a su educación, esfuerzo y dedicación para fomentar valores en mi para ser alguien en la vida, gracias a ustedes tengo una carrera profesional y este título va dedicado a ustedes.

A la Universidad Nacional Autónoma de México:

Por darme la formación de un profesionista comprometido con México y para la Universidad misma. Fue un gran placer representarte en competencias nacionales importantes y combatir para darte muchas medallas y los mejores lugares en lo deportivo; te llevo en el corazón por siempre.

A mis profesores:

Gracias a los profesores que fueron mis sinodales y que son parte fundamental para la obtención de este título, ellos son: Carlos Chávez Sánchez, Luis Carrasco García, René Guillermo Ramos Palacios, Rolando Chía Pérez.

A mi Asesora de tesina:

Aída Luna López, gracias por sus conocimientos y experiencia; fue la guía para salir adelante con esta propuesta.

A mis profesores de formación deportiva Sensei Alfonso Castañeda que me adoptó como parte de una gran familia y que fomentó la disciplina y perseverancia, es como un padre para mi en la formación deportiva. Al Sensei Juan Carlos Álvarez que fue mi *coach* deportivo dentro de la universidad, me demostró que todo lo que sueño lo puedo lograr a base de dedicación y trabajo continuo.

A mis amigos:

Por estar en los momentos de alegría y tristeza; cuando más los necesité dentro de este proceso como estudiante y como persona, gracias Jorge Mares, Diana y Alejandro Terrazas, Yolilíztli Reyes que fueron, sin lugar a dudas, los más cercanos; a Karina Barrios, Clara Virgen, Alejandra Zea, Gerardo Solís, Antioko Pérez, Pablo Flores y Araceli López, a todos los que me falta por nombrar que son muchos y son parte de mi vida; mis compañeros de trabajo, Patricia Flores, Edgar Rivera, Liliana Reyes, Luis Montes de Oca y Ángel Palacios. Gracias a ti Adriana Morales por ser parte de mi vida sentimental y que sin tu ayuda y palabras de aliento no lo hubiera logrado; este éxito también es tuyo.

Gracias a Dios que me colmó de salud y energía, gracias a mis hermanos Mary Carmen y Jero que sé que están a tu lado, siempre me encomendé a ustedes para hacer esto posible, nunca los olvidaré.

Cesar Martínez Rodríguez cesarmtz.dip@gmail.com

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
<i>INTRODUCCIÓN</i>	3
<i>CAPÍTULO 1:</i>	
<i>LOS DEPORTES QUE SE PRACTICAN EN CIUDAD UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.</i>	8
1.1 EL DEPORTE COMO DISCIPLINA.	9
1.2 DIRECCIÓN GENERAL DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y RECREATIVAS.	16
1.3 LOS DEPORTES DENTRO DE CIUDAD UNIVERSITARIA DE LA UNAM.	21
<i>CAPÍTULO 2:</i>	
<i>LA NUEVA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA PARA MÉXICO.</i>	25
2.1 LA HISTORIA DEL PROYECTO “TV UNAM”.	26
2.2 CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO TV UNAM: SE INAUGURA EL	
CANAL CULTURAL DE LOS UNIVERSITARIOS.	35
2.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PROGRAMAS PRODUCIDOS	
POR TV UNAM.	41
2.4 LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS PRODUCIDOS POR TV UNAM.	43
<i>CAPÍTULO 3:</i>	
<i>ESTRUCTURA DE UNA CARPETA DE PRODUCCIÓN.</i>	48
3.1 PERSONAL DE PRODUCCIÓN	52
3.2 PERSONAL TÉCNICO	61
<i>CAPÍTULO 4:</i>	
<i>“DE PORTE PUMA” CARPETA DE PRODUCCIÓN DE UNA SERIE</i>	
<i>PROPUESTA DE TRECE PROGRAMAS PARA TV UNAM</i>	69
4.1 PRESENTACIÓN DE LA CARPETA DE PRODUCCIÓN	71
4.2 PRESUPUESTO DE LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA HECHO EN TV UNAM	73
4.3 PRESUPUESTO DE LA CARPETA	76
4.4 SINOPSIS	79
4.5 ESCALETA EJEMPLO	82
<i>CONCLUSIÓN.</i>	83
<i>BIBLIOGRAFÍA.</i>	85

INTRODUCCIÓN:

Desde su fundación el 22 de septiembre de 1910, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha tenido como propósito primordial formar profesionistas útiles a la sociedad, además de ofrecer un complemento para su desarrollo personal como las actividades deportivas y recreativas.

En sus inicios, la Máxima Casa de Estudios centró su atención en la infraestructura para ofrecer el mejor servicio académico a los estudiantes; sin embargo, no existía un espacio definido para la práctica del deporte, aunado a que eran pocas las disciplinas que se destacaban en la época, como el fútbol americano.

Con el paso del tiempo y la creación de Ciudad Universitaria, la UNAM contó con el espacio necesario para la actividad deportiva e incluso su difusión a través de órganos de comunicación propios como La Gaceta, Radio UNAM y TV-UNAM, siendo esta última quien ha dejado de difundir en los últimos años las prácticas deportivas, y ha centrado su programación en eventos culturales, artísticos, científicos y académicos.

Así, la necesidad de la comunidad universitaria por contar con un espacio deportivo en este medio de comunicaciones motivo para la exposición del proyecto *“De Porte Puma”*, propuesta de una serie de 13 programas sobre deporte universitarios producidos por TV UNAM, que se desarrolla en cuatro capítulos.

En el primer apartado, *Los deportes que se practican en Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México*, se destaca la importancia de la práctica deportiva en el campus, misma que ante el incremento de interés por parte de la comunidad universitaria y la falta de un órgano que regulara los asuntos relacionados con este ámbito, llevó a la Máxima Casa de Estudios a crear, en 1967, la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas, misma que se ha preocupado por difundir los eventos deportivos a través de los citados medios de comunicación de la UNAM, aunque con menor continuidad en televisión.

“La nueva televisión universitaria para México”, segundo capítulo, aborda los objetivos por los que fue creada TV UNAM; los lineamientos de la misma para la producción de programas y los criterios de la programación, así como la historia de las emisiones televisivas de carácter deportivo que han sido transmitidos a través de esta señal.

La reinauguración, en 2005, de TV UNAM, la cual está tiene el nuevo lema “El canal cultural de los universitarios”, conforma una alianza con la Dirección General de Televisión Educativa (DGTV), en quien recae la responsabilidad de las señales satelitales y que permite la cobertura en todo el país por medio del sistema de televisión por cable y el sistema de televisión Sky, con lo que se logra un canal propio no sólo para la divulgación de actividades de la UNAM, sino programas culturales exclusivos y películas de arte de todo el mundo para México.

A la fecha, “*El Canal Cultural de los Universitarios*” transmite en vivo conciertos de la Orquesta Filarmónica de la UNAM, eventos culturales como la Feria Internacional del Libro en el Palacio de Minería, así como producciones propias como *Maestros detrás de las ideas*, *Vías alternas*, e *Inventario*; este último un programa de revista donde se muestra algunas de las actividades semanales que realiza la UNAM, dentro del ámbito cultural y académico.

Asimismo, se han difundido emisiones acerca del deporte universitario que se practica en Ciudad Universitaria, siendo el pionero de esta televisora *Deportemas UNAM*, cuya transmisión en televisión abierta se mantuvo gracias a un convenio con la empresa Televisa (que se detallará en el capítulo 2), en el espacio dedicado a la educación; este programa logró mantenerse al aire y en el gusto del público cerca de doce años, que lo llevó a ser considerado como el más importante de la televisión universitaria.

Deportemas UNAM, revista deportiva, daba cuenta de las actividades deportivas y sus principales protagonistas, con secciones como el jugador más valioso de fútbol americano, los resultados de fútbol soccer (en particular, del equipo de casa los Pumas), así como las actividades de otras disciplinas, próximos encuentros a disputarse y cursos deportivos por impartirse.

Al finalizar esta serie y la necesidad de seguir difundiendo las actividades deportivas de la UNAM, se creó *Espacio Activo*, cuyo fin fue modificar la deteriorada imagen que dejó a la Universidad el paro estudiantil de 1999, para tal efecto, tomó como herramienta los triunfos de los alumnos deportistas y su vida académica, para convencer a la sociedad mexicana que no toda la información que se difundía acerca de la Máxima Casa de Estudios era negativa.

Con esta premisa, *Espacio Activo* logró colocarse en el gusto del público por cinco años; su éxito fue tal que pese haber concluido su ciclo, *El Canal Cultural de los Universitarios* retransmitió algunos programas por dos años más.

En el tercer capítulo, “*Las características generales en la estructura de una carpeta de producción*”, se desarrollan los lineamientos para la elaboración de un proyecto o protocolo de investigación para televisión, así como el equipo técnico y creativo que requiere la producción para la realización de una serie televisiva.

Finalmente, el último apartado, presenta la propuesta de una carpeta de producción con el título *De Porte Puma*; una serie de trece programas de contenido deportivo universitario, que tiene como objetivo formar parte de la programación de TV UNAM, luego de que por más de diez años se han dejado de producir este tipo de emisiones.

Cabe mencionar que dicho proyecto, basado en los patrones de producción, horario de trabajo de los empleados sindicalizados y lineamientos de programación para su transmisión al aire, será presentado ante los directivos y productores de la televisora de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Se destaca, de igual forma, que esta serie se enmarca dentro de la visión de TV UNAM, que pretende “representar una alternativa televisiva de calidad con una amplia penetración pública que divulgue el pensamiento y la creación, y que, asimismo, fomente el desarrollo de los universitarios y de la sociedad.”¹

Así, *De Porte Puma* será una herramienta para *difundir* las actividades deportivas y logros que se han obtenido en la UNAM y, a su vez, se busca persuadir a la comunidad universitaria y público en general, que vea la serie, a fin de que se motive a practicar alguna disciplina deportiva.

Al principio de la investigación, se pretendía trabajar con una teoría que me parecía, en su momento, buena y adaptable para este proyecto; la teoría de la comunicación de *la psicología de los efectos* de Carl I. Hovland de la Universidad de Yale. Los estudios de Hovland empezaron en la Segunda Guerra Mundial, donde programaba y medía los efectos de las películas que veían los soldados antes de entrar al campo de batalla.

Si bien, *La psicología de los efectos* “parte de la exigencia de convencer a la población, o a grupos sociales determinados de la conveniencia de aceptar como positiva una determinada idea, consigna o línea de conducta.”²; esto se logra a través de que los elementos comunicativos que forman parte del proceso de

¹www.tvunam.com

² De Moragas Spa , Miguel. *Teorías de la comunicación*, Ed. G. Gili, Barcelona,1984, pág. 60.

comunicación y que a su vez, son los mismos que constituyen el proceso de persuasión; emisor, canal, mensaje, receptor.

Esta teoría es una de las más antiguas, desde que empezaron los estudios de los medios masivos se utilizaban para lograr persuadir al público receptor, inclinándose por el método psicológico conductista (estímulo-respuesta), ya que se buscaría convencer al telespectador de **De Porte Puma**, el practicar una actividad deportiva es esencial para mejorar su salud y lograr una cultura deportiva.

Después de hablar con el profesor Rene Ramos Palacios, sinodal de este trabajo de titulación, me sugirió la teoría de la comunicación que estaba indicada para esta investigación; el profesor me recomendó a un autor llamado Mauro Wolf, que hace críticas acerca de la teoría de los efectos y las nuevas teorías sociales de los medios.

Para Wolf, "la teoría funcionalista de los media representa básicamente una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto"³ es decir, explicar cuáles son las funciones desarrolladas por el sistema de las comunicaciones de masas. El cambio de una teoría a otra es que, en la teoría de los efectos se tenía un idea de efecto intencional para los receptores; en cambio, se busca concentrar la atención sobre las consecuencias objetivamente demostrables de la acción de los medios de comunicación sobre la sociedad en general.

En la carrera de las ciencias sociales por incorporar conceptos de las ciencias duras, muy pronto se dieron cuenta de que el esquema matemático Estímulo-Respuesta era insuficiente para explicar los comportamientos sociales.

Funcionalismo deriva de función: ¿para qué sirven los medios masivos? Esa función se define en relación a una sociedad, a un sistema dentro del cual los medios están "funcionando"; su base ideológica es concebir a la sociedad como un sistema natural o un cuerpo orgánico. Así como las ciencias biológicas conciben a los órganos de un cuerpo a partir de sus funciones y disfunciones, sus posibilidades de crecimiento y los "virus" o agentes exógenos que atentan contra él, las ciencias sociales conciben a la sociedad como una estructura que debe permanecer "sana", debe progresar, evolucionar y crecer.

³ Wolf, Mauro." La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas" Ed. Paidós 1996 Pág.68

Mauro Wolf, describe específicamente que “la teoría sociológica del estructural-funcionalismo describe la acción social (y no el comportamiento). El sistema social en su globalidad es concebido como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y mantenimiento del sistema.”⁴

A fin de comprobar esta teoría usando como herramienta esta serie de programas deportivos, dentro del canal cultural de los universitarios, para la difusión del deporte que se practica en la UNAM y fomentar una cultura deportiva en la comunidad universitaria.

El subgénero del programa deportivo ***De porte Puma*** será la entrevista. Un conductor a cuadro visitará los distintos lugares donde se entrena el deporte temático del programa, conversará con entrenadores y atletas destacados de la disciplina a tratar, además realizará los ejercicios que le asigne el entrenador para demostrar al público que “cualquiera persona” puede ejercitarse.

De Porte Puma contará con secciones de salud y medicina del deporte; además de mantener informada a la comunidad universitaria con noticias y actividades próximas a realizarse, como competencias, cursos o talleres que convoque la Dirección de Actividades Deportivas y Recreativas.

⁴ *Ibíd*em, pág. 70.

1. LOS DEPORTES QUE SE PRACTICAN EN CIUDAD UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

La UNAM es el proyecto educativo más importante de México y uno de los más significativos para la América Latina y el mundo iberoamericano⁵, está asociada con los acontecimientos culturales y científicos; con la docencia y la academia. Una infinidad de temas que han formado su tradición e historia, y de los que se pueden hablar; sin embargo, es la práctica de una actividad deportiva la que completa una educación integral en los estudiantes.

Desde que la Universidad Nacional obtuvo su estatuto de autonomía el 20 de noviembre de 1952, se mostró que el deporte es de vital importancia para el sano desarrollo de los estudiantes y, por ello, en los más de siete millones de metros cuadrados en los que se edificó la Ciudad Universitaria, se cuenta con la infraestructura necesaria para la práctica de más de **cuarenta** disciplinas.

Es la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas (DGADyR), la dependencia administrativa universitaria encomendada de brindar orientación a los estudiantes sobre la práctica del deporte que se lleva a cabo en la UNAM. Asimismo, se encarga de llevar un control de las actividades deportivas tanto a nivel medio como superior, además de organizar eventos recreativos para acercar al estudiante al deporte como parte de su vida académica o simplemente como diversión.

A 100 años de su fundación, la UNAM cuenta, como ya se mencionó, con casi cincuenta disciplinas deportivas, que se suman a las actividades académicas de carácter deportivo, recreativas y cursos de verano para niños. A continuación, profundizaremos en la historia del deporte en Ciudad Universitaria.

⁵http://www.webometrics.info/top100_continent_es.asp?cont=latin_america citada el día 14 de abril del 2010

1.1. EL DEPORTE COMO DISCIPLINA.

Para comprender el deporte como una disciplina, es importante conocer los conceptos deporte y disciplina:

Deporte

Existe un gran número de definiciones para este concepto, por lo que es necesario conocer un poco de su historia para vislumbrarlo:

Originalmente, parece que el deporte pertenecía a la categoría de *juego*. Si bien, se pensaba que éste surge como una consecuencia de los juegos; de hecho la mayoría de los autores parten del fundamento teórico-práctico de que la estructura del juego es **su** precedente inmediato.

*[...] Tanto sociólogos como historiadores se apoyan en la idea de que el concepto de deporte no surge por generación espontánea, sino que es consecuencia de la alteración que sufren muchas prácticas físico-corporales debidas al proceso de transformación social acaecidas a finales del siglo XVIII y del siglo XIX [...]*⁶

Para ir delimitando el objeto de estudio es conveniente acercarnos a la concepción de juego; a finales del siglo XIX, se establecieron diversas clasificaciones sobre este concepto, entre las cuales encontramos las siguientes⁷:

- Juegos de habilidad física: En los que el éxito se determina por las actividades motoras de los jugadores.
- Juegos de estrategia: El éxito se determina por la opción racional entre varios tipos de acción posible.
- Juegos de azar: El éxito se determina por adivinanzas o por un artefacto incontrolado como una rueda o un dado.

La definición de Huizinga⁸ realizada en los años treinta se refiere a que todo juego es antes que nada una actividad libre. El juego puede considerarse como un fenómeno universal; los cambios históricos, sociales, políticos, religiosos, han

⁶Almeida Aguilar, Antonio S. *Historia Social, Educación y Deporte. Lectura sobre el origen del deporte contemporáneo*, pág. 20.

⁷Ibidem, pág. 21.

⁸ HUIZINGA JOHAN. Historiador holandés que investigó y reconstruyó las formas de vida y las pautas culturales del pasado. Exploró el juego como un fenómeno de cultura, no simplemente en sus aspectos biológicos, psicológicos o etnográficos sino lo concibió como una función humana tan esencial como la reflexión y el trabajo.

afectado al juego en la medida en que se trata de cultura. El juego es una forma de comportamiento que incluye tanto dimensiones biológicas como culturales.

Sobre la distinción entre juego y deporte, se refiere a la dosis de trabajo que requiere cada uno; esto es: deporte y juego se diferencian por el carácter laboral o lúdico de la actividad; aquéllas actividades físico-deportivas que requieren un profesionalismo constituirán el deporte; por el contrario, aquellas otras en las que el carácter de diversión sea mayor, son parte del juego.

El juego es una acción o actividad libre que puede implicar motricidad, lo que podrá suponer que involucra mayor o menor significación para esa acción, pero, sobre todo, es importante destacar el carácter de voluntariedad. Otro rasgo importante en el juego es su supuesto carácter autoatlético, o lo que es igual hacer una acción que tiene fin en sí mismo; la alegría, la diversión, el placer de movimiento, la relación con los demás son elementos internos al juego.

Dentro del juego hay subconjuntos de prácticas que se caracterizan por haber sido transmitidas a lo largo de la historia; podemos englobarlas en el concepto del *juego tradicional*.

Lo *tradicional* es lo perteneciente o referente a la costumbre, o que se transmite por medio de ella, definiéndose como transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc. hechas de generación en generación⁹; con esto podemos comprender que el juego tradicional es una actividad lúdica, generalmente de carácter motor, que se ha transmitido dentro del grupo en el que se manifiesta y que está íntimamente ligada al concepto sociocultural en el que se desarrolla, al tiempo que se adapta a las necesidades y posibilidades de cada momento.

El juego tradicional integra conocimientos, usos, valores y hábitos de la cultura en la que está inmerso.

Hasta el momento, se ha expuesto sobre la idea del juego y el juego tradicional, ubicándolo como antecedente del deporte; pero es aquí donde se encuentra otro concepto, y es el de *Educación Física*, el cual no se puede dividir del deporte en términos técnicos, pues el deporte aparece naturalmente vinculado al movimiento y al ejercicio; este último es la base de la educación física.

⁹ Ídem, pág., 25

Así, se entiende que la educación física es la disciplina pedagógica que, mediante la actividad física, tiende a la eficiencia del movimiento desde las habilidades motrices más simples hasta las más complicadas, con la finalidad de propiciar y conservar el equilibrio de la capacidad funcional del educando. Esto es, que la educación física, como lo dice su nombre, tiene que ver con el aprendizaje al reconocer la importancia que tiene el deporte en la vida del ser humano; por medio de ella, podemos entender lo relevante que es practicar algún ejercicio.

De este modo, esta disciplina demuestra lo significativo que es el trabajo en equipo, por ello, es considerada como un instrumento de la pedagogía, que ayuda a desarrollar las cualidades básicas del hombre como unidad bio-sico-social. El siguiente cuadro muestra las diferencias entre juego y deporte, esto con la finalidad de comprender de mejor modo cada uno de estos conceptos: ¹⁰

¹⁰ El cuadro que veremos a continuación es una referencia de conceptos para diferenciar entre el juego y el deporte realizada por el sustentante de este trabajo.

DIFERENCIAS ENTRE JUEGO Y DEPORTE

JUEGO

1. Su organización es difusa, informal, implícita en la estructura social local.
2. Reglas simples y no escritas.
3. Tendencia a cambiar a largo plazo, y desde el punto de vista de los participantes.
4. Fuerte influencia de diferencias sociales y naturales sobre los patrones del juego.
5. Distinción disgregada entre jugar y observar
6. Nivel elevado de violencia física socialmente tolerada, espontaneidad emocional, baja restricción.
7. Genera de una manera abierta y espontánea un enfrentamiento lúdico.
8. Significado aplicado localmente, al no existir una competición nacional o no generarse dinero, relativa igualdad de habilidades.

DEPORTE

1. Altamente específica, organización formal, institucionalmente diferenciada en distintos niveles.
2. Reglas formales, reglamentos oficiales, legitimadas por el medio racional -burocrático.
3. Cambios institucionalizados a través de los canales burocráticos (federaciones).
4. Minimización, principalmente mediante reglas establecidas, de las influencias naturales y sociales sobre el modelo de juegos, normas de igualdad e imparcialidad.
5. Distinción estricta entre los jugadores y los espectadores.
6. Bajo nivel de violencia física, alto control emocional.
7. Generación más controlada y forma de enfrentamiento.
8. Lo nacional y lo internacional se impone sobre lo local, surgen jugadores de equipos, ofreciendo una oportunidad de dar fama nacional e internacional y tendencia al pago por la práctica de actividades físicas.

El deporte es un fenómeno social, característico de las sociedades contemporáneas urbano industriales, alguna de cuyas manifestaciones han tenido precedentes en sociedades preindustriales. Sin embargo, no se puede clasificar estos precedentes como deportes sino como juegos competitivos de carácter histórico y carácter cultural.

La palabra deporte es un término del vocablo inglés *sport*. Etimológicamente, esta palabra se utilizó para referirse a: satisfacción, diversión, recreo etc., entre las significaciones más reiterativas del término *deporte* destacan la diversión y el ejercicio físico. La palabra *deporte* no tiene una definición única y verdadera; en este sentido, cabe destacar la gran complejidad a la hora de definir un concepto como éste, ya que abarca la mayoría de los ámbitos de la vida humana (económico, social, político, educativo, etc.). De hecho, José María Cagigal¹¹ comenta que todavía nadie ha podido definir con general aceptación en qué consiste el deporte.¹²

El deporte cambia su significado tanto al referirse a actitud y actividad humana, y sobre todo, al englobar una realidad social, o conjunto de realidades o instituciones sociales. El deporte es una institución, una forma de vida social visible, con una organización jurídica y material que se vincula a otras instituciones, y que tiene, a su vez, la misión de incorporar al cuerpo en el orden cultural.

Como se explicó, son numerosas las definiciones que existen actualmente para definir el término *deporte*, elaboradas por autores y organismos; sin embargo, en ellas, podemos observar determinadas coincidencias, analizando cada una de ellas. A continuación se comprenden las características más relevantes:

- El *deporte* es toda aquella actividad que se caracteriza por tener un conjunto de reglas y costumbres, a menudo asociadas a la competitividad; por lo general, debe estar institucionalizado (federaciones, clubes), requerir competición con uno mismo o con los demás y tener un conjunto de reglas perfectamente definidas¹³.

¹¹ José María Cagigal es un reconocido especialista español en teoría y filosofía del deporte y que goza de fama mundial, desde hace cinco años desde que cesó como director del Instituto Nacional de Educación Física, se ha pasado a la empresa privada. Dirige una colección de libros de educación y ciencia deportiva en la editorial Miñón, de Valladolid, España.

¹² ALMEIDA AGUILAR, Antonio, *Historia social, educación y deporte*, pág. 28

¹³ Almeida Aguilar, Antonio. *Historia Social, educación y deporte*, pág. 37.

Como término solitario, el deporte se refiere, normalmente, a actividades en las cuales la capacidad física del competidor es la forma primordial para determinar el resultado (ganar o perder); por lo tanto, también se usa para incluir actividades donde otras capacidades externas o no directamente ligadas al físico del deportista son factores decisivos, como la agudeza mental o el equipamiento. Tal es el caso, por ejemplo, de los deportes mentales o los deportes de motor.

Los deportes son un entretenimiento tanto para quien lo realiza como para quien observa su práctica. Aunque frecuentemente se confunden los términos deporte y actividad física, en realidad no significan exactamente lo mismo. La diferencia radica en el carácter competitivo del primero, en contra del mero hecho de la práctica del segundo.

A modo de síntesis relacionando todas estas ideas, encontramos que el juego se encuentra en lo espontáneo y lo despreocupado; en la diversión y recreación. El juego tradicional es aquel que tiene mayor carga sociocultural, transmitidos de generación en generación; el deporte es posterior al juego, que tiene reglas, cuantificación, competencia e instituciones que se encargan de desarrollarlo y promoverlo; en el deporte, también hay diversión pero se necesita de una preparación mayor; ahora bien, la educación física es el medio didáctico para enseñar el deporte.

Disciplina

En su acepción más común, la disciplina es la capacidad de enfocar los propios esfuerzos en conseguir un fin; si bien, etimológicamente, disciplina hace referencia a la instrucción dada a un discípulo, significado que preserva el sentido de la palabra original en latín (instrucción), cuya raíz significa aprender, su propósito es amoldar el carácter y el comportamiento de un individuo para conseguir una eficiencia máxima en alguna labor.

Entonces, se conoce como disciplina, a la capacidad que puede ser desarrollada por cualquier ser humano y que implica, para la circunstancia u ocasión, la puesta en práctica de una actuación ordenada y perseverante, en orden a obtener un bien o fin determinado.

Es decir, para conseguir un objetivo en la vida, cualquiera que nos propongamos, por más perseverancia y fortaleza que se tenga y que ayudará a lograrlo, resulta

indispensable tener o disponer de un orden personal que nos organice para alcanzarlo de un modo más concreto.

La disciplina es la capacidad de actuar, ordenada y perseverantemente, para conseguir un bien. Este concepto aplicado al deporte, implica una constante práctica de conductas y acciones que conduzcan al deporte en mejores resultados.

En el deporte se exteriorizan las virtudes del ser humano; se prueban siempre la perseverancia, voluntad y la disciplina; en el deporte, el reto es alcanzar óptimos resultados, pero siempre obedeciendo las reglas establecidas y respetando el esfuerzo de los adversarios.

El deporte como disciplina conlleva grandes esfuerzos, sobre todo, cuando es realizado de modo profesional. Es importante argumentar las características del deporte amateur y el deporte profesional, con la finalidad de ubicar las particularidades de los deportes que son practicados en la UNAM.

La palabra *amateur* viene del latín y significa: *el que tiene gusto por todo*; esta palabra adquirió gran significación moderna en el ámbito de los deportes; de acuerdo con la Federación Internacional de Atletas Amateur, el amateur es alguien que compite por el amor al deporte y como un medio de recreación, sin ningún motivo para asegurarse un beneficio material por tal competencia; este deportista se entrega sin buscar un fin utilitario pero encuentra, además del esparcimiento, el incentivo de la competencia. Esto se refiere a que el deportista amateur practica el deporte sólo por placer y para un beneficio físico, mental o social.

El profesionalismo en los deportes nace en su forma moderna, el cual es visto como un negocio; los competidores deben cooperar para conseguir ser rentables. Esto quiere decir que para que los deportistas profesionales sigan generando dinero, su trabajo deportivo requerirá de una mayor aplicación disciplinaria.

Dentro del deporte profesional, las organizaciones encargadas deben prever todo lo que se refiere al escenario, los equipos, los jueces y sobre todo el tema público que interviene en el encuentro deportivo. Los deportes ya no son considerados como voluntarios como lo fueron con anterioridad; ahora el deportista los adopta como una tarea, el carácter lúdico ha experimentado un cambio aparente con el profesionalismo que diseña unas metas calculadas sobre posibilidades de un trabajo y un esfuerzo al límite. Aún aquí el deportista tiene que sentirse satisfecho con lo que hace y esto está relacionado con el entretenimiento.

El nivel de disciplina que tiene el *amateur* dependerá de sí mismo, de las ganas y el gusto que tenga por tal deporte. En cambio, la disciplina en el deportista profesional será mucho mayor, debido a que el profesional compite por dinero y el *amateur* lo hace por amor. Aunque es importante mencionar que esto no es una regla, puede existir el deportista amateur que sea muy disciplinado en la práctica de su deporte, pero lo hará por gusto, sin fin de lucro a diferencia del deportista profesional.

1.2. DIRECCIÓN GENERAL DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y RECREATIVAS.

Como se mencionó, la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas (DGADyR) de la UNAM es la dependencia administrativa encargada de promocionar y fomentar la práctica regular de actividades físicas para obtener beneficios a la salud, y que ayude a fortalecer la educación integral de los universitarios a través del deporte. Pero ésta no ha sido creada de inmediato, para llegar a su conformación, se han llevado a cabo grandes y variadas transformaciones a lo largo de la historia de la Universidad.

Cuando aún en el año de 1917 las escuelas y facultades de la Universidad ocupaban algunos edificios del Centro Histórico de la Ciudad de México, sólo en la Escuela Nacional Preparatoria, que albergaba al Departamento de Educación Física (primer antecedente de la DGADyR) se contaba con instalaciones deportivas donde se pudieran emprender diversas disciplinas físicas.

En 1962, se creó la Dirección General de Educación Física, y cinco años después nace la Dirección General de Actividades Deportivas, ya en 1976 obtiene su nombre actual: Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas (DGADyR).

Con la construcción de Ciudad Universitaria (CU) al sur de la Ciudad de México, se pensó en proporcionar a los alumnos una formación académica que sería complementada de forma integral con el deporte.

En 1954, cuando fue conferida oficialmente CU, se afianzó el deseo de contar con espacios apropiados en el que se efectuaran las funciones más destacadas de la Universidad como las referentes a la docencia, la investigación, la difusión cultural y la práctica de actividades deportivas.

Con la creciente demanda de la población escolar que la UNAM generó, las prácticas deportivas fueron en aumento y con ello el número de disciplinas; incluyendo, a su vez, la creación de más y mejores instalaciones. Algunas de ellas tan destacadas hoy en día como canchas, frontón, pista de atletismo, Alberca Olímpica y el Estadio Olímpico Universitario.

Y es precisamente con la DGADyR, ubicada en el lado poniente del Estadio Olímpico Universitario, como se da una transformación en el ámbito deportivo universitario, atendiendo su misión de:

“Coadyuvar a la formación integral de los alumnos a través de hacer de la cultura física, deportiva y recreativa, elementos que favorezcan el desarrollo de los valores tales como la honradez, lealtad, autocuidado, disciplina y superación personal, trabajo en equipo, respeto y sentido de identidad personal, con la Universidad y con el país; de igual modo, propicia condiciones de recreación que favorezcan el recorrido exitoso de los alumnos por la Universidad”.¹⁴

Los siguientes son factores relacionados con la misión de dicha Dirección.

1. Contribuir a la formación integral de los alumnos en su desarrollo físico, psicológico, ético y social, a través del desarrollo de actividades deportivo-recreativas.
2. Promover ante los estudiantes la gran diversidad de actividades deportivas y recreativas con que cuenta la Universidad.
3. Ofrecer a los escolares y, en general, a la comunidad universitaria interesada, la información, formación y actualización en el ámbito de la recreación del deporte.
4. Fomentar en los alumnos tanto las actividades físicas como las recreativas, además de orientar y desarrollar las aptitudes y cualidades de los mismos con respecto al deporte.
5. Crear actividades académicas relacionadas con el deporte.
6. Detectar estudiantes con talento deportivo con la finalidad de atenderlos, orientarlos y promoverlos en la práctica deportiva de rendimiento, haciéndolos partícipes y fieles representantes de los equipos de la universidad.

¹⁴Página de internet de la DGADyR, www.deportes.unam.mx, 17 de abril 2010

Se entiende, entonces, que la DGADyR es la unidad administrativa que se encarga de la regulación, dirección, administración y promoción del deporte. En el organigrama de la Universidad, se encuentra ubicada dentro de la Secretaría de Servicios a la Comunidad (SSC), debido a que en 1997, se reorganiza la Secretaría de Asuntos Estudiantiles de la UNAM (SAE); en este momento, se establecen las siguientes funciones de la DGADyR.

1. Planear, organizar los programas para el desarrollo de la cultura deportiva y recreativa de la comunidad universitaria, principalmente la estudiantil, fijando las políticas y objetivos correspondientes, especialmente aquellos que promueven la formación integral de los alumnos.
2. Administrar los recintos destinados a la realización de todos los eventos deportivos y recreativos (con excepción del Estadio Olímpico Universitario). En todos los casos, mantener la coordinación con las diversas dependencias que lo soliciten para su adecuada y eficiente utilización.
3. Promover la integración de los equipos deportivos que representan a la UNAM, mismos que deberán estar formados exclusivamente por estudiantes de la institución; designar y remover libremente de sus cargos al cuerpo directivo y administrativo, a los miembros del consejo Directivo de las Asociaciones Deportivas Universitarias, así como a los entrenadores y personal auxiliar; vigilar la utilización adecuada de las instalaciones, implementos y equipos deportivos propiedad de la institución.
4. Generar las condiciones para brindar atención especializada a los miembros de los equipos representativos de la Universidad en el ámbito de las ciencias aplicadas al deporte.
5. Desarrollar estrategias para promover la preparación de recursos humanos dedicados al desarrollo de la cultura deportiva y recreativa universitaria, así como al conocimiento y estudio de sus disciplinas.
6. Desarrollar la Biblioteca del Deporte.
7. Establecer programas de extensión que promuevan y fomenten la actividad deportiva y recreativa hacia la población en general, conforme a criterios señalados por la Universidad.

La estructura organizativa de la DGADyR, responde a las necesidades de la comunidad de estudiantes que practican actividades deportivas en dos niveles: el deporte competitivo, que se construye por los equipos que representan a la Universidad en diversas competencias estudiantiles para llegar a participar en la Universidad Nacional como en la Internacional; y el deporte recreativo, que se practica de modo informal por los estudiantes de la comunidad universitaria y que no implica ser miembro representativo de la institución.

Así, se organizan las actividades para la enseñanza y práctica de la actividad física con el objetivo de mantener la salud, en las distintas edades, incluyendo para los niños, cursos de verano y competencias internas.

Cabe destacar que el organismo encargado de organizar, administrar y supervisar que las funciones de la DGADyR se cumplan es la Dirección de Deporte Formativo y Recreación de la UNAM, la cual orienta sus funciones para destacar que la actividad física, el deporte y la recreación son importantes en la vida cotidiana de todos los universitarios; que se constituyan buenos hábitos de salud y que coadyuven a su formación integral para elevar así su calidad de vida.

Para cumplir con estos propósitos, se organizan programas de desarrollo deportivo como torneos internos entre escuelas y facultades en las diversas instalaciones de Ciudad Universitaria.

Otra de las múltiples funciones de la DGADyR se refiere al diagnóstico médico y fisiológico de los deportistas, el cual es especializado y está a cargo de especialistas en medicina del deporte, quienes valoran la capacidad aeróbica, anaeróbica, masa muscular, grasa, talla, peso, características corporales, de nutrición y odontológicas de los universitarios. Además del examen morfofuncional que se aplica de forma obligatoria en cada actividades deportivas y recreativas de los universitarios. Todas estas actividades son realizadas a través de la Dirección de Medicina del Deporte.

De igual forma, la DGADyR tiene las siguientes funciones a través de la Dirección de Planeación y Desarrollo Académico:

- ✓ formar los cuadros de entrenadores de las disciplinas que se practican en la universidad,

- ✓ supervisión psicopedagógica
- ✓ asesoría metodológica para los entrenadores y sus equipos;
- ✓ las publicaciones,
- ✓ planeación y supervisión de todas las actividades deportivas.

Por otro lado, es objetivo de la Dirección de Comunicación Social de la DGDyR, difundir entre la comunidad universitaria y la sociedad del deporte de la UNAM, todas las acciones que se realicen por funcionarios y entrenadores de la DGDyR, a través de boletines, conferencias de prensa, entrevistas y reportajes para que sean publicadas por medios de comunicación interna, como:

- *Gaceta UNAM* .- publicación de corte periodístico y se publica dos veces por semana;
- *Goya Deportivo*.- programa de radio que se transmite todos los sábados por la estación 860 AM, en el cual, se entrevista a jugadores y entrenadores destacados, y se informan de competencias y resultados de encuentros deportivos.

La Dirección de Deporte representativo tiene la responsabilidad de dirigir y coordinar el desarrollo del deporte representativo de la UNAM, para lo cual ejerce las actividades de coordinación del desarrollo de diversos proyectos de la Dirección, con el fin de resaltar la calidad del deporte competitivo de la institución. Por otro lado, busca los medios necesarios para conseguir los apoyos económicos o de modo administrativo, para el mejor desempeño de los deportistas representativos.

Además, esta Dirección da seguimiento a las gestiones de apoyo de materiales e instalaciones adecuadas para obtener un mejor desarrollo en el deporte competitivo, opera con los recursos humanos para la realización de eventos deportivos como la Olimpiada Juvenil o Universiada Nacional, competencias de suma importancia en el ámbito estudiantil.

Cabe destacar que existe una estrecha interacción de las actividades que realiza cada una de las direcciones mencionadas, con la finalidad de satisfacer los apoyos que se requieren para dar solución a las diversas problemáticas que se puedan presentar a los miembros de los equipos representativos, con que conlleva a una participación multidisciplinaria.

En este contexto, y bajo el objetivo de la Dirección de Comunicación Social de la DGADyR, de difundir el deporte universitario a través de los medios de comunicación interna de la UNAM, esta tesina busca acercarse a las tareas de dicho organismo para que apoye en la difusión de un programa deportivo a través de la televisión universitaria.

1.3 LOS DEPORTES DENTRO DE CIUDAD UNIVERSITARIA DE LA UNAM

Dentro de sus múltiples funciones, la UNAM tiene el fin de atender el desarrollo de actividades deportivas y recreativas, con el propósito de transmitir a su comunidad estudiantil la adopción de valores, la disposición y la actitud para el trabajo en equipo; las capacidades de adaptación y un firme sentido de responsabilidad y auto-superación. El objetivo en la consecución de estas metas es lograr una formación integral de sus educandos, conjuntamente con lo que constituye su preparación personal.

Para llevar a cabo dichas actividades, la UNAM dispone de adecuadas instalaciones para la práctica de 43 disciplinas deportivas, lo que destaca que no existe en nuestro país otra institución educativa que la supere en este aspecto.

Cada deporte cuenta con un presidente de asociación, entrenadores y cuerpo técnico que dan estructura a los deportes competitivos; la mayoría de las actividades se realizan dentro del campus de Ciudad Universitaria con excepción de algunas disciplinas como canotaje, remo, ciclismo, juegos autóctonos y boliche.

Las actividades deportivas con las que cuenta la UNAM, además de las ya mencionadas, son: ajedrez, atletismo, bádminton, baloncesto, beisbol, box, buceo, clavados, deporte sobre silla de ruedas o adaptado, esgrima, frontón, físicoconstructivismo¹⁵ fútbol americano, fútbol flag, fútbol soccer, futbol rápido, gimnasia, handball, hockey sobre pasto, judo, karate do, levantamiento de pesas, lucha, montañismo, nado con aletas, nado sincronizado, natación, porristas y grupos de animación, *softbol*, *squash*, tae kwon do, tenis, tenis de mesa, tiro con arco, triatlón, voleibol de playa, voleibol de sala y water polo.

13. Actividad Física donde se fortalecen y modelan los músculos del cuerpo teniendo una rutina en un gimnasio para fines personales o competitivos. **(Falta referencia de donde tomaste la definición)**

La práctica de los diversos deportes que realiza la población estudiantil de Ciudad Universitaria se realiza mediante distintos torneos de carácter interno y externo.

Las competencias internas comprenden los torneos interpreparatorias e inter facultades, aparte de los juegos puma en los que participan alumnos de preparatorias, Colegios de Ciencias y Humanidades a nivel medio superior. También participan los alumnos de nivel superior, como las Facultades de Estudios Superiores (FES) y la Escuela Nacional de Artes Plásticas, así como todas las facultades que comprende el Campus de Ciudad Universitaria de la UNAM.

Es importante señalar que todos los alumnos que practican deporte de forma recreativa y que no son parte de ningún equipo interno perteneciente a una facultad tiene todo el apoyo de la DGDyR en cuanto a la prestación de instalaciones deportivas y organización de actividades recreativas.

La integración de los equipos representativos de la institución se realiza mediante un proceso de selección de los estudiantes deportistas, con base en su actuación en las competencias internas que realiza cada escuela o facultad; posteriormente, personal especializado de la Dirección de Deporte Representativo, dependiente de la DGDyR, se encarga de la preparación de los atletas, refiriéndose a la técnica y táctica de las diversas disciplinas deportivas, al desarrollo de las capacidades físicas y, en menor medida, al manejo de destrezas psicológicas.

La población del sistema escolarizado en el nivel de licenciatura de la UNAM es la que puede aspirar potencialmente a integrar los equipos deportivos que representan a la UNAM en las etapas de competencia estatal, regional y, la más importante, la Universidad Nacional.

En el año 2005, esta población se estimó en 150 mil estudiantes, de los cuales 399 integraron las catorce disciplinas deportivas con el que se inició el ciclo de eliminación para llegar a la Universiada; ocho con participaciones en deportes individuales y seis en deportes de conjunto. Estos deportistas están liderados por más de veinticuatro entrenadores de alto nivel.

Además de las actividades competitivas, se encuentran las formativas y de recreación, las cuales están constituidas por los programas de acondicionamiento físico general, acondicionamiento rítmico aeróbico, circuito universitario de carreras, ludotecas y el programa para aprender a nadar.

Para los niños, quienes oscilan entre las edades de cuatro a quince años, se encuentran las escuelas *pumitas* en diversos deportes. Estos espacios se vuelven lugares recreativos en busca de la formación antes que la competencia.

En Ciudad Universitaria, existen instalaciones creadas para cada disciplina que alberga la UNAM. Mención aparte merece el Estadio Olímpico Universitario México 68, que fue sede de los Juegos Olímpicos en 1968, de ahí su nombre, y dos mundiales, el primero en 1970 y el segundo en 1986. En este recinto, que cuenta con una capacidad para sesenta y ocho mil aficionados, se practica el fútbol de asociación, el fútbol americano y el atletismo.

También se encuentra el estadio de prácticas Roberto *Tapatío* Méndez, con capacidad para cuatro mil aficionados; una alberca olímpica capaz de contener seis y medio millones de litros de agua; el frontón cerrado, donde se celebran juegos de basquetbol, voleibol, handball, tenis de mesa, entre otras actividades.

En el mismo sitio, se ubica el gimnasio universitario con aparatos para la práctica de gimnasia, una pista de calentamiento de veinticinco milímetros de espesor de tartán a lo largo de su superficie; cancha de voleibol de playa, cuatro canchas de basquetbol con piso de cemento, cuatro canchas de tenis recubiertas de piso sintético y seis de voleibol de sala, además de diez campos de fútbol asociación con medidas profesionales y siete canchas de medidas infantiles.

No hay que olvidar la cancha de beisbol, la de fútbol rápido, dos de softbol, ocho de frontón y seis de fútbol americano. Parte importante son los gimnasios exclusivos para la práctica de karate do, judo, esgrima, lucha olímpica, box, halterofilia, tae kwan do y fisicoculturismo. En la Facultad de Odontología, se ubica un centro de ajedrez, que se suma al que se encuentra en la Alberca Olímpica.

En el caso de montañismo, se cuenta con una pared para escalar ubicada en la zona posterior de la Alberca Olímpica de CU. Cabe aclarar que las competencias de ciclismo se realizan en el circuito escolar de Ciudad Universitaria Mario de la Cueva, mientras que el canotaje y remo se practican en la pista de Canotaje “Virgilio Uribe”, en Cuemanco, donde tiene sus propios hangares.

Esta diversidad de espacios alberga a la fecha setenta mil deportistas estudiantes activos aproximados, según la estadística que arroja la DGADyR en su informe anual. Alumnos desde nivel bachillerato hasta licenciatura que destacan en diversas disciplinas con historias particulares a lo largo de competencias internas, federadas y nacionales.

Es importante resaltar que la UNAM participa en los dos eventos deportivos más importantes del año para México: la Universiada y la Olimpiada Nacional. El primero en su carácter de institución educativa y la segunda como una entidad federativa más del país.

Al igual que el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), la Universidad es considerada por la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade), como una entidad federativa por la cantidad de deportistas y disciplinas que imparten.

2. LA NUEVA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA PARA MÉXICO

La Dirección General de Televisión Universitaria (DGTU), mejor conocida como “TV UNAM: El Canal Cultural de los Universitarios”, es una instancia perteneciente a la UNAM que actualmente cubre sus transmisiones a nivel nacional, a través de canales básicos pertenecientes a los sistemas de televisión por cable (Cablevisión) y vía satélite (SKY).

Lo anterior fue posible debido a una alianza entre la DGTU y la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), responsable de la señal EDUSAT, siendo esta

última coordinada por la Secretaría de Educación Pública (SEP). Con ello, TV UNAM ha logrado consolidarse como una nueva forma de proponer a su auditorio producciones televisivas de calidad de índole cultural, social, educativa, de investigación, etc.

Pero, ¿cuáles fueron los principales motivos para su creación? ¿Cómo inicia el proyecto de una televisión universitaria? ¿Quién o quiénes son sus fundadores? ¿Cuál es su misión, visión y objetivos? ¿Existieron inconvenientes en su proceso de estructuración y su creación? ¿Cómo llegó a consolidarse como el medio de comunicación de mayor auge entre los universitarios? Estas son algunas de las cuestiones que se abordan en el presente capítulo que expone el tema de la creación y la evolución de la televisión universitaria.

Posteriormente, en este apartado se explica cómo se consolida la estructura programática de TV UNAM, para poder ubicar los criterios tomados en cuenta por los coordinadores y directivos del canal en el momento de la planeación y producción de sus programas, haciendo énfasis en los de índole deportiva, ya que el objetivo de esta investigación es fundamentar la creación de una propuesta referente a una nueva serie de programas deportivos para el Canal Cultural de los Universitarios.

2.1 LA HISTORIA DEL PROYECTO “TV UNAM”.

La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública – organismo descentralizado del Estado- dotada de plena capacidad jurídica cuyos tres fines son: impartir educación superior para formar profesionales investigadores y técnicos útiles para la sociedad; organizar y realizar investigaciones,

principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.¹⁶

A lo largo de su creación y desarrollo, la UNAM tuvo el interés de contar con un medio de comunicación masivo para la difusión de sus actividades académicas, culturales, sociales, deportivas, etc., con la finalidad de informar, promover e invitar a participar en tales eventos; se sabe que, en sus inicios, hacia los años **treinta**, se contaba con medios impresos y una estación radiofónica, pero la Universidad, en su ardua búsqueda de ampliar, complementar y trascender, mostró su inquietud por ubicar a la televisión como otro camino hacia la difusión, ambicionando un canal televisivo propio desde la llegada de este medio a nuestro país.

Fue así como en 1950, durante la etapa como rector del Lic. Luis Garrido, **cuando** se presenta la iniciativa de utilizar la televisión como el medio que despliegue la información, llegando a más lugares; el principal objetivo que se tenía en ese entonces era apoyar la docencia y difundir las actividades culturales que se llevaban a cabo.

La primera experiencia que se tuvo entre la Universidad y la televisión fue la celebración del Congreso Médico, presentado en el Hospital Central Militar, donde se mostró, por primera ocasión, el sistema denominado “**V**ídeo médico” con una temática sobre intervenciones quirúrgicas, las cuales fueron transmitidas en vivo, produciendo gran interés entre los participantes (médicos, alumnos, docentes, entre otros).

El hecho de que los participantes se sintieron realmente motivados y agradecidos por presenciar tal evento; tuvo como consecuencia que la televisión creara satisfacción e innovación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, facilitando la misma; por ello, provocó la iniciativa entre las autoridades de la Universidad para ver a este medio como otra herramienta didáctica que, sin duda alguna, seguiría sorprendiendo por las ventajas que traería consigo su uso dentro de la Institución.

Este acontecimiento fue notado como el primer paso de una revolución en la adquisición del conocimiento entre los universitarios; desde entonces, se pensó en otorgar a la Facultad de Medicina equipos de televisión que permitiera impartir enseñanza audiovisual simultáneamente a más de quinientos alumnos. Esto sería posible con el apoyo económico de la Secretaría de Salubridad y de cincuenta laboratorios químico-farmacéuticos.

¹⁶ www.tvunam.unam.mx 20 de junio de 2010

Posteriormente, con la colaboración del Ing. Guillermo González Camarena, el 11 de octubre de 1951 tuvieron lugar las primeras transmisiones a color y de manera regular, en la Universidad Nacional, poco a poco, fue tomando más relevancia en este campo, pero no fue sino hasta 1954, cuando el entonces Presidente de la república Miguel Alemán Valdés inauguró formalmente las nuevas instalaciones de TV UNAM dentro de la Universidad que se convertirían, posteriormente, en todo un canal de producción televisiva de auge universitario.

Durante los primeros meses de 1955, la Dirección General de Información Profesional y la Unidad de Psicopedagogía elaboró un programa denominado de "información profesional", el cual estuvo dedicado a la presentación de entrevistas con diferentes profesionales de las carreras que se impartían dentro de la UNAM.

De ese modo, se dio un giro sobre lo que se venía transmitiendo a través de este medio, pues pasó de los temas sobre medicina a otros más diversos intentando provocar el mismo interés llegando a otros campos dentro de la misma comunidad universitaria; convirtiéndose así en la primera transmisión en forma de un canal abierto.

Paralelamente a la creación del circuito cerrado de televisión en la Facultad de Medicina, surge la idea de buscar un canal propio. El rector Luis Garrido solicita al Secretario de Comunicaciones, Licenciado Agustín García López, que se reservara un canal para la universidad; dicha solicitud fue autorizada y la UNAM depositó su fianza para la concesión del canal.

Los trámites los continuó el siguiente rector Nabor Carrillo; las gestiones para la obtención del canal prosiguieron, al grado de que la Universidad recibió varias proposiciones para subarrendarlo, las cuales fueron rechazadas; este rechazo se debió a que la universidad no estaba en condiciones para mantener un canal. En ese momento, la UNAM tenía la dificultad para disponer de instalaciones propias, y claro que, sin tales instalaciones, era prácticamente imposible consolidar la concesión del canal, pues la misma no podría llevarse a cabo.

En 1960, las instalaciones de la Facultad de Medicina fueron dotadas de un nuevo circuito cerrado de televisión a color y cuyo responsable del proyecto fue el Ing. Guillermo González Camarena. Otras cuatro escuelas más: la Facultad de Veterinaria, Ingeniería, Odontología y Arquitectura contaban con recursos para la elaboración de material audiovisual que funcionara como apoyo a la docencia, lo cual ayudó en demasía para que el crecimiento de esta herramienta audiovisual se

fuese posicionando en una de las más importantes y con más respuesta que a otras facultades entre los universitarios.

Es importante recordar que en ese entonces, ya se contaba con el medio radiofónico; la Universidad ya tenía una señal llamada “Radio Universidad”; por esa razón, se creó un departamento denominado “Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones”, el cual dependía directamente de la Dirección de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Dicho departamento fungió como coordinador, creador, organizador y mediador del uso que se le fue dando a estos medios, complementando las funciones de televisión en la Universidad con la radio, logrando incorporarlos como los medios masivos de mayor alcance entre académicos, estudiantes, administrativos, en sí a toda la comunidad universitaria.

En el mismo año, la UNAM hace una colaboración para producir un programa llamado “Problemas de la juventud”, conducido por el director de la Facultad de Medicina de la UNAM, el doctor Raúl Fourier.

Para el año de 1961, el presidente Adolfo López Mateos notificó al rector de la UNAM, el Dr. Ignacio Chávez, que el canal de televisión había sido apartado para la Universidad, el cual se encontraba a su disposición para el momento en que quisiera ocuparlo. Esto no fue posible de inmediato porque tenía que obtener el subsidio solicitado para ponerlo en marcha.

El Dr. Chávez tenía para elegir cuatro compañías proveedoras de equipo tecnológico y se decide por la casa Phillips, ya que le haría un cuarenta por ciento menos a la Universidad Nacional. Sin embargo, no se concretó el acuerdo porque se tenía planeado compartir transmisiones con el Instituto Politécnico Nacional, por lo cual, el Dr. Chávez lo rechazó.

“Tanto el licenciado López Mateos, dentro de su gestión, como el ministro Antonio Padilla Segura, aconsejaron al Doctor Chávez que la Universidad y el Politécnico podrían unirse para responsabilizarse ambos del canal 11, cosa que jamás fue aceptada por el Dr. Chávez, quien deseaba un canal exclusivo para la Universidad”.¹⁷

Es hasta 1963, cuando el rector Chávez consigue el préstamo referente a diez millones de pesos, además de obtener un adeudo al *Chemical bank* por cinco

¹⁷Magdalena Acosta. *Cuaderno de Comunicación* No. 3, pág. 34.

millones, los cuales utilizó para la creación del canal pero, por otras cuestiones, aún no se pudo concretar. Es por ello, que para el siguiente año (1964) se perdían las esperanzas acerca de la creación de una estación televisiva propia; el proyecto fue abandonado por un lapso de tres años; los espacios de transmisión se dieron de baja, porque ya no se contaba con el interés en seguir produciendo la misma barra de programación.

Durante la década de los sesenta se promulga la Ley Federal de Radio y Televisión en donde la postura que el consorcio televisivo fue la de sustituir el término de servicio público por el de interés público con la finalidad de no ver limitada la explotación comercial de la televisión.

En el periodo del rector Barros Sierra, el subdirector de la UNAM, Raúl Cosío Villegas, elabora un informe de cómo se encontraban los trámites para el canal de televisión de la UNAM, así como la sugerencia de reiniciarlo; existían poco más de 63 solicitudes para la concesión de un canal, y solo había dos disponibles, el ocho y el canal trece. El primero, se le otorga a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión (Francisco Aguirre) y el otro fue concesionado a Televisión Independiente de México.

En 1970, Pablo González Casanova comienza su cargo como nuevo rector de la UNAM y hubo un claro interés por la difusión de nuevos programas y que fueran transmitidos por los canales concesionados.

Para 1971, se había iniciado la producción de un programa llamado *Proyección Universitaria*, con la asesoría de radio cine y televisión de la Dirección General de Información y Relaciones, que era independiente a la rectoría. Este programa se transmitía por el canal once los martes a las veintidós horas, además de un programa más, *Mensaje*, serie de reportajes universitarios, así como *Debate en la Imagen* y *Bienvenido a su Casa*, que se transmitían por el canal trece.¹⁸

González Casanova también creó el sistema de universidad abierta que consideraba el uso intensivo de televisión para la enseñanza, el consejo técnico de radio y televisión que tuvo como objetivo “estudiar y dictaminar los proyectos e iniciativas sobre programas de radio y televisión a cargo de la dirección general de difusión cultural”, así como “planear y coordinar las emisiones internas y externas de dichos programas.”¹⁹

¹⁸Gaceta UNAM, 7 de junio de 1972.

¹⁹Gaceta UNAM, 9 de febrero de 1972.

En la gestión del doctor Guillermo Soberón, se comienza una de las fases más prolífica y más controvertida de la historia de la televisión universitaria, al iniciar la década de los setenta, se tuvo problemas con las concesiones privadas, ya que el gobierno las calificaba como propuestas antinacionales, consumistas, anticulturales y que no tenían nada de educativo. Como respuesta al gobierno federal, se hace un acuerdo entre los canales privados y se constituye la empresa Televisa, al tiempo que inician una fase de reestructuración de su programación con miras a corregir su total alejamiento de la cultura.²⁰

Después de lo acordado, Televisa se encargó de la producción técnica de programas educativos, mientras que la UNAM se responsabilizó del diseño y planificación del contenido de los programas; el monopolio televisivo se benefició con la exclusividad para su explotación comercial; la universidad por su parte, los utilizó para el desarrollo de sus funciones educativas y para intercambios con otras instituciones.

La preocupación por encontrar formas más efectivas de apoyo y el desarrollo de la tecnología educativa en el área audiovisual en algunas escuelas universitarias propició la fundación, en agosto de 1973, de la asociación civil DIDACTA. Su objetivo era coordinar los esfuerzos de producción audiovisual que desde los años cincuenta venía realizando la UNAM.

A través de convenios con el consorcio Televisa y los canales oficiales como el once y el trece, la UNAM adquirió presencia dentro de la televisión comercial. En mayo de 1976, se firmó un convenio con el canal trece, lo cual, permitió su incursión a medios oficiales. En 1977, se reincorporó la Dirección General de Difusión en la producción televisiva, logrando transmitir por medio del canal once.

Debido a la competencia, comenzaron a darse algunas diferencias entre Divulgación Universitaria y Difusión Cultural, dando como resultado la suspensión de la barra matutina por canal once.

Durante la huelga del Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (STUNAM) en 1977, la televisión privada ofrece sus servicios al rector de la Universidad mediante la transmisión de clases por televisión; con este acontecimiento, se inicia de manera continua la televisión universitaria de la UNAM realizada en Televisa.

²⁰Ibíd. 12 de enero de 1876, pág.7.

Los programas no tenían un formato adecuado ya que sólo se grababan las clases y son llevadas a la pantalla de televisión; lo evidente, era la ausencia de la pedagogía en el uso del medio y no se contaba con ningún tipo de planificación y evaluación.

Con la creación del Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión), se estableció un medio para producir series de televisión tales como: *Prisma universitario*, *Goya...universidad* y *Presencia universitaria*. Dicho convenio, aunque planeaba puntos y enfoques distintos a los establecidos en los convenios con Televisa, no dejó de ser un pacto que delimitaba las funciones reales productivas de la Universidad. No obstante, hay que reconocer que fue un buen inicio para la futura realización de la televisión universitaria autónoma.

El 12 de noviembre de 1979, por acuerdo del rector, se creó el Centro Universitario de producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA) que hereda el equipo y el personal de DIDACTA y depende de la Secretaría Académica. En 1981, tomó posesión el Dr. Octavio Serrano Rivero de la rectoría, sin tener un proyecto de trabajo propio y abandonó la idea que se había tenido desde hace unos años de abrir un canal universitario.

“Los objetivos básicos de la televisión universitaria son apoyar los esfuerzos curriculares que se realizan en cada facultad y escuela para una mejor enseñanza y hacer llegar los mensajes de ciencia, tecnología y cultura que genera la institución al entorno popular (...) constituye un apoyo y a la extensión académica dentro de la institución (...) que la universidad cuente con un canal propio. “No creo que esta sea una preocupación fundamental”.²¹

El canal ocho de televisión que pertenecía al Grupo Televisa sufrió una transformación de canal comercial a estación cultural (sin perder su carácter comercial). De acuerdo con Televisa, el cambio se presentó como un esfuerzo de buena voluntad en beneficio de la difusión de la cultura. Con esto, la UNAM centró su producción en el canal ocho de cobertura local, dejando a un lado los demás canales que tenían cobertura nacional.

Hubo también versiones en contra del proyecto de canal “cultural”, las cuales ponían como verdadera causa del cambio el monopolio de Televisa, es decir, la idea de acumular canales, aún cuando no tenga nada que decir, además de que la

²¹Magdalena Acosta, *Cuaderno de Comunicación*, No. 3 tomo II, pág. 122.

idea del canal ocho iba a hacer concesionado a la universidad y, para no perderlo, Televisa lo convirtió en canal cultural.

Los resultados del nuevo convenio no fueron bien recibidos por la opinión pública ni por la comunidad universitaria llevados por una formación marxista y en contra del capitalismo y monopolios, sin tomar en cuenta de que el rector rechazó esas críticas sin justificación pero seguía sin hacer algo por conseguirlo; se criticó que la UNAM dejará de lado su lucha por tener un canal de televisión propio, ya que el convenio le beneficiaba a Televisa y quedaba como subordinada a la UNAM, cuestionando la manera de cómo esta compañía televisora conceptualizaba la cultura.

“Indudablemente este convenio no fue hecho de manera desinteresada, había un interés de por medio. Con la aparición del canal cultural, Televisa cubría de manera parcial o total el 12.5 por ciento de tiempo fiscal que, por ley le corresponde usufructuar al estado así “la opción del canal 8 permitió a la empresa darle salida a sus problemas económicos, fiscales, políticos y de legitimidad”.²²

El control del rector y sus colaboradores sobre la producción televisiva fue en aumento por la creación de la Dirección General de Comunicación Universitaria juntando a dos administraciones como la Antigua Dirección General de Información y Divulgación Universitaria y el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA).

En 1983, se elaboró un documento donde se consideraba que si la Universidad lograba ser autosuficiente en la producción de televisión y ésta respondía a un plan general que se adecuara a los objetivos de la institución, el problema de transmisión por canal abierto era secundario. En ese sentido, sólo se aconsejaba equilibrar la difusión de los medios privados y oficiales.

A finales de 1984, se firma un nuevo convenio UNAM-Televisa que fue ampliamente cuestionado por la comunidad universitaria. En ese periodo, se comenzaron a difundir nuevas series dentro de ese convenio, se presentó la serie *Los Universitarios en la Cultura, Festival y Tiempo de Filmoteca*; además se incluyó la modalidad de programas en vivo con teléfono abierto en el estudio como: *La Hora Fiscal, Universidad y Entorno Social, Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios, y Psicología de la mujer Mexicana*, estos programas se realizaron pensando en una relación entre la UNAM y la comunidad universitaria.

²²Ibíd., pág. 152.

Cuando entra a la rectoría Jorge Carpizo, se crea la Dirección General de Televisión Universitaria (TV UNAM) adscrita primero a la Coordinación de Apoyo y Servicios Educativos, después a una coordinación de Comunicación Universitaria y, por último, a la Coordinación de Difusión Cultural, a la que sigue perteneciendo.

El Licenciado Jorge Sánchez Azcona, coordinador de Apoyos y Servicios Educativos, envió a la Dirección General de Estudios Administrativos el Anteproyecto de creación de la Dirección General de Televisión Universitaria, y fue por el acuerdo del rector que, a partir de la fecha de inauguración, el titular de dicha dirección sería designado y removido libremente por el rector a propuesta del Coordinador de Apoyo y Servicios Educativos.

En el mes de mayo de 1988, se inauguran las actuales instalaciones de TV UNAM, en el circuito maestro Mario de la Cueva en Ciudad Universitaria. Para el año de 1989, el proyecto original de TV UNAM constaba de tres edificios y fue concebido para albergar un canal con salida al aire.

De las posibilidades de uso que tiene la televisión cultural, TV UNAM ha fortalecido la investigación y la difusión, convirtiéndose en el principal centro de producción, dejando a un lado las demás productoras provenientes de escuelas y facultades, esto con la finalidad de que las mismas realicen su material audiovisual en TV UNAM.

Ese mismo año, TV UNAM realizó producciones y coproducciones vinculadas con otras dependencias universitarias; diversificó su producción al emplear géneros nuevos como la telenovela, la revista, ficción, programas de opinión entre otros. Por primera vez, se da importancia al público, pues se llevaron a cabo estudios de audiencia y de otras formas de vinculación como receptores.

Se entablan convenios nuevos con diversos organismos e instituciones que le facilitaron donaciones de materiales y equipos, siendo TV UNAM el primordial coproductor. TV UNAM asistía a encuentros y festivales de televisión, realizados en diversas partes del país, y ahora en el extranjero, ha ganado diversos premios por algunas de sus producciones.

En 1990, se llevó a cabo una evaluación de los programas en cuanto su tratamiento teórico, técnico, estético y narrativo. Durante 1991 y 1992 se abrieron nuevos espacios para la producción; se estableció un convenio con la Cámara de la Industria de Televisión por Cable y con algunas televisoras regionales.

TV UNAM llegó a diciembre de 1992 sin poder cumplir toda la serie de objetivos que se había propuesto, por lo que para 1993, sobre las funciones y propósitos heredados, hace una valoración para saber cuáles son las principales necesidades de la Universidad; por ello, se formó un Comité de Evaluación conformado por especialistas en video y televisión interna y externa de TV UNAM; la tarea consistió en revisar los proyectos de producción que instituciones universitarias, organismos públicos e investigadores de los medios de comunicación proponían a ésta dependencia.

A partir del año de 1993, se efectuaron emisiones de cursos de educación a distancia y de difusión cultural y científica, elaborados por las diversas instancias educativas y producidas por TV UNAM. En ese momento, una de las cartas fuertes de esta televisora era el noticiario, que pretendía cubrir los acontecimientos de la UNAM, así como hechos nacionales e internacionales; sin embargo, se cometió un grave error y es que TV UNAM se convirtió en una especie de vocero de Rectoría.

Uno de los acuerdos del Congreso Universitario de 1990, fue solicitar al gobierno federal una solvencia para que TV UNAM comenzara a transmitir. El objetivo, era canal veintidos, del Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión), pero la Universidad perdió la batalla al no ser seleccionada para ocupar esta banda. El motivo, fue la lucha que se generó por parte de los sectores intelectuales del país, para que el canal veintidos quedara como un canal independiente de carácter cultural y no fuera concesionado por otras empresas o instituciones, como fue el paquete de medios que incluyó los canales siete y trece que se otorgaron a Televisión Azteca.

TV UNAM consolida sus transmisiones por vía satélite y cable otorgándole espacios en canales como el once, veintidos, en Televisa y Televisión Azteca, en los sistemas de radio y televisión de los estados de México, Jalisco y Morelos; en países de habla hispana participando desde 1994 en el Consejo de Televisión de Sistema de Universidad Abierta.

Entre los años 2000 y 2003, hubo una alta demanda en servicios de las diferentes dependencias de la UNAM, cada una de ellas querían que se produjera materiales didácticos audiovisuales para su divulgación, apoyo a la docencia y difusión a la cultura, dentro de estos materiales cabe destacar los cursos de cómputo que se

realizaban en coproducción con la Dirección General de Servicios y Cómputo Académico y la Secretaría de Educación Pública.

TV UNAM es miembro de la Red Universitaria de Televisión, Vídeo y Nuevas Tecnologías de las Instituciones de Educación Superior, afiliadas a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Así mismo, es miembro honorario de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de la República Mexicana, la cual agrupa a los sistemas estatales de Radio y Televisión.

El Canal Cultural de los Universitarios es integrante de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI) y presidente del capítulo México de la misma. TV UNAM contribuye con sus programas al canal, cuya cobertura llega a todos los países de la región; gracias a esto, la difusión que se logra a través del canal de la ATEI ha permitido exponer en la comunidad de habla hispana la producción televisiva de la UNAM, además TV UNAM forma parte del Consejo Directivo de la Red América Latina (RAL), iniciativa que suma los esfuerzos de representantes de la industria audiovisual y la comunicación social para promover y difundir los programas que forman parte del proceso de integración y patrimonio cultural, el desarrollo y los valores democráticos en el continente.²³

2.2. CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO TV UNAM: SE INAUGURA EL CANAL CULTURAL DE LOS UNIVERSITARIOS.

Como se citó, el 5 de octubre se consolidó el Canal Cultural de los Universitarios mismo que tuvo que pasar por un largo proceso de estructuración para lograr que su señal se transmitiera por televisión de paga. Para el presente trabajo es relevante conocer los antecedentes del canal para poder comprender las características acerca de su estructura, funciones, misión, visión y objetivos del órgano TV UNAM.

Destaca también la labor de las personas involucradas en la consolidación del canal universitario, como lo fue el Lic. Ernesto Velázquez Briseño, quien llegó a

²³ Entrevista realizada por el sustentante a Luz María Graue, realizadora de TV UNAM, 2007.

fungir como representante de la Dirección General de Televisión Universitaria en el mes de enero del año de 2004.

Velásquez Briseño se convirtió en uno de los pioneros de TV UNAM como canal transmitido a través de señal de televisión de paga; su conocimiento sobre la historia y las necesidades de la televisora, le otorgaron los fundamentos necesarios para colaborar con TV UNAM y seguir con la lucha de difundir toda serie de actividades que tenían como sede a la Universidad Nacional, como lo son acciones culturales, académicas, sociales, deportivas, de investigación, etc.

A este personaje se le adjudica la iniciativa para propiciar las alianzas entre TV UNAM y otros canales y así lograr una señal propia de transmisión abierta para la nueva propuesta de televisión universitaria. El Lic. Ernesto Velázquez creó convenios para que las producciones televisivas llegaran a través de estos canales, difundiendo su labor a lo largo de la República Mexicana, sobre todo llegaron a incorporarse dentro de las mejores propuestas culturales; es decir, difundir las actividades culturales de cada estado.

Sin embargo, en dichos acuerdos se estableció que las producciones universitarias formaran parte de la programación de “Televisión Mexiquense”, en el canal treinta y cuatro; el “Sistema Jalisciense”, en el canal veintidos; por “Televisa”, en los canales cuatro y nueve ocupando horarios matutinos y en “Televisión Azteca”, principalmente en el canal siete, sólo en tiempos oficiales; es decir, por las noches o madrugada, teniendo como competencia audiovisual la venta de productos de cualquier tipo, mejor conocidos como “infomerciales”; Esta situación provocó la inconformidad del entonces director de TV UNAM, ya que a pesar de que los programas eran transmitidos por televisión abierta, los horarios no ayudaban mucho, pues no contaba con la demanda ni la convocatoria que se esperaba, lo que desanimaba un poco al equipo de productores, realizadores, editores, guionistas y demás personal que trabajaba arduamente en la creación de las cápsulas, documentales, entrevistas, etc.

Así, el primordial reto de TV UNAM fue buscar una forma diferente, innovadora y creativa para llamar la atención del público televidente al informar; esta situación generó mayor interés en Velásquez Briseño por contar con una señal propia. Es entonces cuando se empeña en que el proyecto de un nuevo canal sea consistente, de encontrar la manera de tener las condiciones humanas, tecnológicas y profesionales para obtener una mejoría en las producciones televisivas.

La Secretaría de Comunicaciones, al notar el trabajo que realizaba dentro de TV UNAM, se suma a la labor y otorga a la UNAM una señal televisiva por la frecuencia UHF de tecnología digital con fines experimentales, la cual sólo cubría una distancia no mayor al territorio comprendido por Ciudad Universitaria; por eso, en la actualidad a este acontecimiento se le consideró como el piloto de lo que hoy es TV UNAM.

En el año 2000 se transmitieron mil cientotrenta y siete programas por el canal abierto y vía satélite, cubriendo setecientos noventa y uno horas al aire. Lo que se había logrado hasta ese momento era positivo para los empleados del canal, pero era insuficiente ante las ambiciones que se tenían; se quería llegar más allá de Ciudad Universitaria. Por esa razón, Ernesto Velázquez, junto con el coordinador de Difusión Cultural, el Dr. Gerardo Estrada, propusieron vincularse con los coordinadores de Televisión Educativa y la Red EDUSAT para que existiera la posibilidad de transmitir, justamente por esta señal, los programas creados por TV UNAM.

El rector Juan Ramón de la Fuente, al coincidir en intereses de sus colaboradores, apoyó tal iniciativa y mediante series de reuniones con Jaime Tacher y Carlos González Morantes (responsables de Televisión Educativa) aseguraron que la propuesta televisiva, TV UNAM, ocupara un espacio dentro de la programación de EDUSAT. El acuerdo se concretó y TV UNAM y EDUSAT trabajaron juntos; con esta situación, el canal universitario comenzó adquirir experiencia en la transmisión abierta, mientras seguía creciendo su ambición por contar con su propio canal de televisión.

Era un proyecto muy ambicioso que tenía más de treinta años formándose, hasta que llegó el momento que obtuvo un canal de televisión propio pero con una restricción, no fue de modo abierto sino de manera digital; en realidad, eso no importó mucho al director, pues consideró que tarde o temprano todos los canales de televisión pasarían por el proceso de la tecnología digital²⁴.

Ahora, TVUNAM tenía una ventaja sobre sus canales de competencia, como Canal 11 y Canal 22 (considerados de corte cultural); la digitalización, era parte ya de una televisora universitaria, siendo la primera entre otras universidades que obtenía esta primicia.

²⁴ Entrevista realizada por el sustentante de la tesina a Luz María Graue, realizadora de TV UNAM

Al consolidarse como un canal de televisión propio, TV UNAM comenzó su arduo trabajo en erigirse como “empresa audiovisual”, con eso se refiere a que a partir de ubicar sus funciones para la comunidad universitaria en particular y con cualquier sector de la sociedad en general, dirige su visión, misión y objetivos a convertirse en una propuesta televisiva distinta a la competencia.

Lo anterior, con una gran calidad en sus producciones, una televisión que vincula actividades culturales, artísticas, científicas, deportivas de la Universidad Nacional con la diversidad social; transformando por completo la estructura que se tenía antes, como se explica en el siguiente cuadro.

TV UNAM, CANAL CULTURAL DE LOS UNIVERSITARIOS		
VISIÓN	MISIÓN	OBJETIVOS
Representar una alternativa televisiva de calidad con una amplia penetración pública que divulgue el pensamiento y la creación y que asimismo fomente el desarrollo de los universitarios y de la sociedad.	Ser el medio de expresión de la diversidad y riqueza cultural, artística, científica y de pensamiento universitarios a través de la producción y emisión televisivas; fomentar con ello la vinculación entre los universitarios y la de la Universidad con la sociedad, fundamentando sus propósitos en la libertad, pluralidad e imaginación que congrega el espíritu universitario.	<p>* Promover y destacar los valores e imagen de la Universidad frente a la comunidad universitaria y a la sociedad.</p> <p>* Ser una alternativa distinta a la televisión existente y, conformando una oferta programática de calidad, lograr en el plazo más cercano la creación del canal universitario</p> <p>*Realizar una producción televisiva de calidad con una amplia diversidad temática y que permita el desarrollo de nuevos lenguajes y formatos.</p> <p>* Ser foro de las expresiones universitarias y fomentar el enlace de TV UNAM con la comunidad universitaria así como con sus facultades, escuelas y centros de investigación.</p> <p>* Procurar una operación eficiente que respalde las tareas sustantivas.</p>

TEVE UNAM cuenta hasta la fecha un acervo videográfico extenso para cubrir una barra programática; con el paso del tiempo se fueron dando las circunstancias, herramientas y materiales tecnológicos para salir al aire.

En marzo de 2005, se empezaron a hacer pruebas de programación, recapitulando las emisiones televisivas propias y externas hasta que el director de TVUNAM consolidó nuevos acuerdos con otras universidades, con televisoras estatales de México y con televisoras e instituciones de otros países.

Se firmaron convenios para transmitir la señal de TV UNAM con otras instituciones como la Universidad de Buenos Aires, la Universidad CENAP de Brasil, TV Ciudad de Montevideo, El Canal A de Argentina, el canal Arte Franco-Germano, Deutsche Welle y la BBC de Londres. Simultáneamente se estableció un arreglo con la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable, al igual que con todos los sistemas de cable de la República para que llegado el momento se pudiera tener una salida al aire importante en todo el país, como la que se transmite hasta ahora.

Después de todo este proceso, la Universidad logró tener su espacio televisivo, mismo que se consumó el 24 de Octubre de 2005; e inició sus actividades al aire a través del canal 144 de *Cablevisión* (televisión de paga), que se caracterizó por su propio estilo de programación, y que puso énfasis en el pensamiento de los universitarios. Esto fue posible en el momento de crear programas que fueran del completo interés de la comunidad universitaria, además de involucrar a los mismos en las series realizadas.

La propuesta televisiva universitaria arrancó con tal éxito que para el mes de diciembre del año 2006, la cantidad de televidentes del Canal Cultural de los Universitarios fue en aumento en el país, gracias al alcance de la televisión por cable en la República mexicana, y se cree que dicho incremento continúe debido a que también aumenta el porcentaje de individuos que tiene acceso a la televisión restringida. Esto ayuda a la televisora y, con ello, la satisfacción de todos los que han sido participes en este proyecto²⁵.

Además de Cablevisión, TV UNAM, en el acuerdo firmado con el sistema de televisión de paga SKY, establece sus transmisiones por canal 255 de esta señal, consiguiendo llegar a todos los estados de la República Mexicana, por toda

²⁵ <http://panóptico.espacioblog.com/post/2007/08/09/octubre-2004-tv-unam-inicia-transmisiones-senal-abierta>.

América Latina y traspasando fronteras como es el caso de las ciudades de España y Portugal del continente Europeo.

Fue tanto el impacto que provocó el crecimiento del canal que dentro de otros medios de comunicación masiva se reconoció su labor. Uno de los periódicos locales (La Crónica de Hoy) otorgó en su sección cultural la reproducción de una serie de notas donde se menciona la creación y el crecimiento de la televisora universitaria, poniendo énfasis en que es un logro que una Institución como la UNAM triunfara, al contar con la oportunidad de contar con su propio espacio televisivo y obtener un gran alcance de teleaudiencia, la cual buscó a lo largo de su historia.

“Además de la salida por cable y *Sky*, las producciones que hace TV UNAM se han puesto a disposición de 23 televisoras nacionales y regionales, las cuales retransmiten programas sobre la vida universitaria, las investigaciones y el arte. Al cumplir su primer aniversario, creció a 450, con un universo potencial de 15 millones de televidentes y ahora se fortalecerá su cobertura nacional, así como el número de espectadores.”²⁶

La gaceta de la UNAM también hace publicaciones sobre el objetivo de TV UNAM:

“El Canal Cultural de los Universitarios se funda debido a una alianza entre TVUNAM y la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), responsable de la red de señales satelitales educativas *Edusat*. (...) El Canal Cultural de los Universitarios transmite a través del canal 144 de Cablevisión en el D.F y en el sistema de televisión por cable de cada localidad. Recordemos que en los años cincuenta la universidad apostó por un canal de frecuencia abierta, a cincuenta y dos años después de las primeras apariciones, la opción y la primera puerta que se abre es la televisión de paga, inaugurándose el Canal Cultural de los Universitarios.”²⁷

TV UNAM fue premiado en 2007 como El Mejor Canal Cultural de Iberoamérica por la Universidad Carlos III de Madrid. Obtuvo tres Premios Nacionales de Periodismo del Club de Periodistas de México y ha participado internacionalmente como productor (junto con televisoras y productoras de Gran Bretaña, Polonia y la República Checa) de la animación *Pedro y el Lobo*, ganadora del premio Oscar 2008²⁸.

La Dirección General de Televisión Universitaria, productora y coproductora responsable del Canal Cultural de los Universitarios, que transmite mediante señal

²⁶www.eluniversal.com.mx/cultura/52998.html

²⁷Gaceta UNAM, No. 3847, UNAM México, 24 de octubre de 2005, págs. 15 y 18.

²⁸www.cultura.unam.mx/index.html (fecha de consulta)

restringida, se encuentra adscrita a la Dirección de Difusión Cultural de la UNAM que apoyan las labores referentes a la docencia, la investigación y difusión de la cultura realizada dentro y fuera de la *Máxima Casa de Estudios*: La Universidad Nacional Autónoma de México.

Durante veinte años, TV UNAM se ha dedicado a la producción de los más diversos programas, series, documentales, reportajes, promocionales, videoclips y videoarte que muestran la riqueza del pensamiento y arte de los universitarios y las mejores expresiones culturales.

Además, como dependencia universitaria de la UNAM, en tanto institución pública, las oficinas y dependencias del sector público no necesitan realizar licitaciones al solicitar servicios y producciones, sino que los proyectos se efectúan por adjudicación directa y son amparados normativamente mediante convenios de elaboración.

En la actualidad del 2012, TV UNAM es un canal Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México; es una alternativa joven con gran calidad en su producción, desde su concepción cultural, educativa, económica, social, así como su diversidad e iniciativa por el uso de nuevos estilos audiovisuales.

Adicionalmente a sus tareas cotidianas, la infraestructura con la que cuenta como casa productora permite ofrecer diferentes servicios, productos y propuestas creativas a todo tipo de clientes interesados en la producción y postproducción de videos, spots, promocionales, videoconferencias, teleconferencias y coberturas especiales.

2.3 Características generales de los programas producidos por TV UNAM.

Por primera vez, en sus más de cincuenta años de existencia, la UNAM contó con un canal cultural hecho por y para los universitarios, con un sesenta y dos por ciento de producción propia y programas de carácter internacional. El Canal Cultural de los Universitarios inicia sus transmisiones, con una cobertura nacional a través de los sistemas de televisión por cable de todo el país y en la Ciudad de México a través del canal 144 de Cablevisión Digital.

Se trata de dieciséis horas de programación continua y ocho de retransmisiones, que darán cabida a programas de divulgación cultural y científica en que la danza, el teatro, el cine, la literatura y el deporte serán los protagonistas. Ofrece a los televidentes una alternativa de programación de calidad, tanto en la producción nacional como en la proveniente de los principales catálogos de televisión cultural del mundo.

A partir de los convenios que se crearon con varias empresas, se contó con programas y propuestas audiovisuales, provenientes de los principales catálogos de televisión cultural del mundo.

El reto de TV UNAM es el de crear una televisión inteligente e instructiva, pero sin ser academicista o aburrida, que complemente el esfuerzo de otros canales. Y para comprobar que la oferta sea de calidad, el canal cuenta con un Consejo Asesor Externo del que formaron parte Gabriel García Márquez, el científico Mario Molina Henríquez, la actriz Diana Bracho, la artista visual Helen Escobedo, Eulalio Ferrer, publicista y escritor; el empresario y filántropo Manuel Arango, además del fallecido escritor mexicano Carlos Monsiváis

Ya iniciadas sus transmisiones, los universitarios y el público en general pudieron sintonizar en sus televisores el Canal Cultural de la UNAM. El menú televisivo que ofrece la nueva opción se encuentra estructurado por series como *Vías Alternas*, un programa para jóvenes que dio tendencia sobre las expresiones artísticas de las nuevas generaciones, y *Argumentos*, series que abordan temas como el periodismo y la vida urbana.

Entre las producciones de la UNAM que se transmitieron en el canal desde sus inicios, destacó *Adicciones* un programa diseñado para mostrar al espectador los peligros que implican el consumo y el abuso de drogas, su composición química y las consecuencias socioeconómicas y penales de su uso.

También existió *A Escena*, serie que constó de trece capítulos en los que se hizo la revisión de la obra y trayectoria de dramaturgos y directores, cuya participación dio relevancia al teatro universitario, como Ignacio Retes, Vicente Leñero, Héctor Mendoza y Ludwik Margules.

Otro de los aspectos de la vida universitaria que rescata este canal, es referente al acervo histórico con el cual se desprendió la iniciativa por crear la serie de *Charlas Mexicanas*, con cinco programas producidos por la Filmoteca de la UNAM y en los que fueron participes Andrés Henestrosa, Jorge Carrión y Alberto Junto.

Por otro lado, se creó una revista semanal donde se informa lo más relevante de la semana cultural y científica de la Universidad Nacional. *La Victoria* fue otra serie que acercó poco a poco al público a las alternativas musicales en español, entre otros programas.

Dentro del ámbito internacional, destaca *Arqueología*, donde se mencionan distintos aspectos sobre las investigaciones y proyectos arqueológicos con mayor relevancia; Además existió el programa *El Narrador*, en el cual, se contaban historias de forma oral, destacando siempre las mejores narraciones del momento.

También se transmitió *Espacio Activo*, el cual dio seguimiento a las actividades deportivas de los universitarios. Este programa fue sucesor de una primer serie deportiva con el nombre de *Deportemas*, transmitido por televisión abierta, por un canal de Televisa.

Y es en este tópico donde se centra esta tesina, los programas con temática deportiva, mismos que se analizan para fundamentar la propuesta primordial de toda esta investigación

2.4. LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS PRODUCIDOS POR TV UNAM

A partir de 1993, la DGADyR se integró a la estructura de la recién creada Secretaría de Asuntos Estudiantiles. Actualmente, el objetivo de la Dirección es plantear, organizar y dirigir; normar y supervisar; y coordinar o apoyar, según sea el caso, las actividades de acondicionamiento físico, deporte recreativo y el de competencia que realicen los miembros de la comunidad universitaria, en especial los estudiantes. Busca que sea parte del proceso de educación integral y se entienda como condición social de la vida académica.

Por otro lado, la labor primordial del Canal Cultural de los Universitarios es difundir todas las actividades de la Universidad Nacional Autónoma de México así como de otras instituciones educativas de nivel superior; tomando en cuenta esto, TV UNAM comenzó a incluir en su barra programática series de índole cultural, social, académico, de investigación.

Además, diseño emisiones televisivas referentes a las actividades deportivas suscitadas dentro de la Universidad Nacional, argumentando que busca ser una Institución que se caracterice por una educación de formación integral de los individuos.

Para TV UNAM, esta fue una de las bases primarias en el momento de crear producciones televisivas de carácter deportivo, al considerar al deporte pieza fundamental en conseguir este tipo de instrucción.

Las funciones sustantivas se matizaron, y se puso especial énfasis en la masificación del deporte, las actividades recreativas, en la proyección del deporte y recreación física como temas de reflexión e innovación tecnológica, cultural y artística. Además, se sostiene la función de impulsar el deporte de competencia y las condiciones para su desarrollo como son los recursos humanos, materiales y la infraestructura deportiva.

Para que las producciones relacionadas con el deporte universitario fueran realizadas basándose en deportistas destacados y resultados que enaltecieran el nombre de la UNAM, TV UNAM, junto con la DGADyR, conciliaron un primer proyecto sobre deporte, el cual llevó por nombre *Deportemas*, que se mantuvo al aire cerca de 12 años²⁹ posterior a ésta serie, se presentó una nueva propuesta deportiva que tuvo más éxito debido a la estructura y dinámica que la caracterizaba llamada *Espacio Activo*³⁰.

DEPORTEMAS

Fue un noticiero cuya temática primordial fueron los deportes amateur que se practican dentro de las Universidades, en especial los realizados dentro de la UNAM. Esta serie fue producida por TV UNAM a partir de 1986.

Deportemas se colocó dentro de los programas deportivos más vistos debido a que su transmisión fue por el canal 9 de televisión abierta. Llegó a tener una audiencia medida en rating de 4 puntos³¹; por esa razón, la televisora no tenía inconveniente en continuar su difusión; además de que el nivel de televidentes de Canal 9 seguía

²⁹Entrevista realizada por el sustentante de este trabajo a Luz María Graue, realizadora de programa deportivo *Espacio Activo*.

³⁰Idem.

³¹Idem.

en aumento y no le generaba ningún costo a la televisora, pues TV UNAM se encargaba de todo.

La estructura del programa fue buena, pero la dinámica que tenía, después de **diez** años, creó aburrimiento, ya que era repetitivo, aunque siempre incluía noticias y diversas actividades relacionadas al deporte; sin embargo, iba en aumento la creación de nuevas series y la competencia televisiva; con ideas innovadoras, distintas y, sobre todo, transmitidas en horarios con mayor posibilidad de audiencia (programas de fútbol, en ese entonces se hablaba del mundial México 86).

Otro factor que afectó a este producto televisivo fue que la competencia³² agregó a sus programas series sobre deporte profesional, el cual tuvo mayor impacto que el deporte amateur; a causa de esto, Televisa retira del aire el programa después de 10 años ininterrumpidos de transmisión, en tanto que TV UNAM, al no contar aún con su propia señal, opta por dejar de producir el proyecto.

Deportemas era una revista deportiva que presentaban entrevistas con destacados deportistas universitarios, sus entrenadores, noticias vinculadas con las diversas disciplinas y tips para realizar ejercicio en casa. Asimismo, contenía cápsulas acerca de la medicina del deporte, en las cuales se informaba sobre el tratamiento de las lesiones más frecuentes entre los deportistas.

Fue un programa que a través de la televisión abierta disfrutaron los amigos, compañeros o los mismos deportistas que realizaban actividades deportivas dentro de las instalaciones de la Universidad. De igual modo, el programa gustó a causa de la dinámica presentada sobre los deportes y deportistas amateur.

Para los años noventa, hubo un incremento de estudiantes que practicaban deporte amateur dentro de las instalaciones de Ciudad Universitaria, gracias a la difusión sobre el deporte que otorgaba este programa.

Cabe destacar tres aspectos importantes en este periodo que orillaron al cese de *Deportemas*. La primera, referente a que no se contaba con un canal propio para

³²Competencia: referente a que otros canales de Televisa programaban fútbol, lo mismo hizo el canal 13 perteneciente a *IMEVISIÓN*.

continuar con su transmisión; la segunda, a causa de la llegada del paro estudiantil de 1999, con la cual no se permitía el acceso a las instalaciones y la consecuente suspensión de actividades en TV UNAM; y finalmente el hecho de que televisoras públicas y privadas ya no mostraron interés por agregar en su programación cuestiones sobre deporte amateur. El deporte profesional (en especial el fútbol *soccer*) estimuló mayor crecimiento y beneficio económico para Televisa.

La producción de la Dirección General de Televisión Universitaria *Deportemas* UNAM, se transmitió a partir de enero de 1986; el resultado, más de 300 programas transmitidos por la televisión comercial, que dejó de transmitirlo en junio de 1999.

ESPACIO ACTIVO

Después del paro estudiantil, con la finalidad de calmar los agitados ánimos que existían, la Dirección General de Televisión Universitaria desarrolló una política de atención a las demandas de las diferentes dependencias de la UNAM, al producir materiales didácticos y de divulgación; de apoyo a la docencia, de difusión de cultura, de capacitación y asesoramiento sobre las actividades realizadas dentro de las instalaciones deportivas de la Universidad Nacional.

TV UNAM pensó en la creación de un programa de índole deportivo, donde se analizarán las diversas disciplinas que se practican en la Universidad. Un dato importante por destacar es que la competencia con las grandes televisoras en ese momento iba en aumento, provocando que, tanto la infraestructura como los escasos recursos con los que se contaba para el nuevo programa no fueran sustentables para estar en un sitio dentro de la programación de Televisa.

Fue así que los directivos de TV UNAM se vieron en la necesidad de hacer un programa que no fuese de índole noticioso, sino diferente ante las propuestas de la competencia (los nuevos programas deportivos propios de Televisa); un programa que abordara el deporte desde una perspectiva innovadora, creativa y sobre todo, que llamara la atención con un buen contenido de información.

Cuando pensaron en crear este programa, tuvieron en mente el proponer un espacio que difundiera sólo las actividades deportivas de la Universidad Nacional (cuáles son, cuántas hay, cómo son, características de los entrenadores y las instalaciones con las que se cuenta en la UNAM). El resultado, no obstante, fue

distinto, ya que se convirtió en una emisión donde los deportistas universitarios hablaban de todo lo que les daba la Institución Universitaria (grandes entrenadores, la oportunidad de asistir a competencias, el uniforme puma, los espacios y la infraestructura para contar con todo lo necesario en el momento de practicar su deporte).

De esta forma surge *Espacio Activo*, que no contaba con un guión definido, pues sólo presentaba una buena entrevista con deportistas universitarios, en la cual, el individuo hablaba sobre los factores académicos, la práctica de su deporte, el trato y el trabajo con sus compañeros y entrenadores; fue un sitio donde se mostraba, a través del audiovisual, al deportista, al alumno, al compañero, al competidor, al hijo, al amigo, todo vinculado con su práctica deportiva y el agradecimiento que tenían para con la UNAM.

Los organizadores de este programa, se encargaban de buscar alumnos que fueran destacados tanto en su práctica deportiva como en su labor académica; es por ello que la producción de *Espacio Activo*, a través del Coordinador de Producción de TV UNAM, concilió una alianza con la DGADyR para que, por medio de ésta, se ubicara al deportista como protagonista en el programa.

Tuvo mayor éxito del que se esperaba, y aunque después que se dejó de producir siguió retransmitiéndose, por algún tiempo.

Los directivos informaron que el programa había terminado su ciclo y por eso dejó de producirse, pero la realidad era otra, el poco presupuesto y el bajo nivel de producción de programas afectó el exitoso programa deportivo de la UNAM³³. Éste fue sustituido por una nueva revista denominada *Caleidoscopio*, la cual trataba temas generales de las actividades de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Actualmente, el Canal Cultural de los Universitarios no cuenta con una serie de programas de carácter deportivo a causa de dos factores: el primero, la falta de presupuesto y, el segundo, el poco interés de la producción por crear un programa de este tipo.

³³Entrevista a Luz María Graue, realizadora del programa *Espacio Activo*

3. ESTRUCTURA DE UNA CARPETA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

Una carpeta de producción es un proyecto audiovisual que se presenta a una televisora como propuesta de un programa nuevo. Ésta es una investigación que se ha hecho con anterioridad, basándose en la línea de producción y realización con la que trabaja la casa productora a la que se va a entregar dicha carpeta.

Para poder terminar cada programa de televisión, debe pasar por el proceso de producción que se divide en tres etapas: la preproducción, la producción y postproducción.

En la preproducción, las ideas básicas y propuestas son desarrolladas y puestas en práctica. Durante este proceso, no solamente se decide quién será el talento principal y el personal de producción, también todos los elementos principales son planificados. Toda vez que el diseño escenográfico, la iluminación y el sonido están interrelacionados, éstos deben ser coordinados en esta primera etapa.

Una vez que todos los elementos están en su lugar, los ensayos pueden comenzar. Es importante mencionar, que en esta fase se revisan a detalle todos los componentes requeridos para la producción del material audiovisual a realizar; donde, además de la planeación, organización y los ensayos, se lleva a cabo la revisión de las locaciones, vestuarios y posiciones del talento para los movimientos de cámara. El equipo de audio e iluminación se pone en funcionamiento con la finalidad de dejar listo todo para el momento de pasar a la siguiente etapa.

“Ideas de programas, modelos de producción, escribir el presupuesto del programa y presentación de la propuesta.”³⁴

La producción de un programa es el momento de la grabación. El staff de producción está listo para salir a grabar y ya sabe lo que tiene que hacer conforme al plan de producción. Para el autor Zettl Herbert, el proceso de producción es donde se realiza:

“reunión de producción, planificación, necesidades de servicio, registrar información, ensayo y representación”.³⁵

Es esta etapa, donde todos los elementos se vinculan, las producciones pueden ser transmitidas en directo o grabadas. Grabar un programa o segmento permite reparar errores ya sea deteniendo la cinta, re-grabando o haciendo modificaciones durante la edición.

El concepto de producción en televisión comprende, principalmente, verbos de acción, crear, manifestar, fabricar todo lo expuesto en la etapa de preproducción.

La última fase es la postproducción, que es el trabajo de elegir cada escena grabada, editarla y agregarle gráficos para presentar el producto final.

Herbert menciona que las actividades de producción son:

“La edición de postproducción, respuesta y evaluación y registro.”³⁶

Todas las labores posteriores a la producción, como dismantelar el set, las luces, empacar el equipo, cumplir con las obligaciones financieras finales y evaluar la efectividad del programa, también son parte de esta fase. A pesar de que la

³⁴ Herbert, Zettl. El manual de producción para video y televisión, pág. 403. **(falta editorial, lugar y fecha de edición)**

³⁵ Ídem.

³⁶ Ídem.

postproducción incluye todas las labores finales, la mayoría de las personas asocian este concepto sólo con el de la edición.

El presente ensayo se basará en el plan de preproducción de una serie de trece programas sobre el deporte universitario, ya que el productor solo presentará el proyecto como una carpeta, las otras fases antes mencionadas le corresponden a la casa productora TV UNAM que seguirá con su realización y culminación.

La carpeta de producción audiovisual tiene características en las cuales va desglosando las necesidades del programa propuesto; así, también, se muestra un presupuesto por cada programa, es decir, cuánto le costará a la televisora realizar un solo programa de la serie, además de hacer un total de costos por la serie completa.

A continuación, se mencionan los aspectos generales que debe contener una carpeta de producción para su presentación:

Portada: Es la presentación de la carpeta de producción con el nombre de la serie y algún logotipo representativo del programa.

Nombre de la serie: Después de la investigación, se discute la lluvia de ideas con las personas involucradas donde se busca un nombre corto y llamativo para la nueva serie, en relación con el tema que tratará el mismo.

Título del programa o capítulo: Por cada programa de la serie, se crea un título de acuerdo con el contenido que se llevará a cabo.

Duración de la serie: Se refiere a la cantidad de programas que consta la serie y el tiempo aproximado que duraría desde el primero hasta el último.

Duración del programa: Es el periodo ubicado en minutos sobre lo que dura un sólo programa.

Género o tipo de programa: Dentro de las producciones televisivas, se pueden clasificar los programas en diversos géneros, algo similar a los géneros periodísticos. Estos son: revista, concursos, noticias, infantiles, entrevista, reportajes, deportivos y debate en general.

Modalidad de producción: Este punto se refiere a cómo será grabado el programa si es transmitido en directo (en vivo) o grabado (que puede haber un

rango de error para el conductor a cuadro o si algo falla en la producción, y sepueda resolver sin problema en el momento y volver a grabar para corregir en la post-producción).

Objetivos o propósitos de la serie: Se busca una meta para los televidentes y/o para la televisora a la que está dirigida. Es lo que se quiere conseguir para con el público, por ejemplo: que con el contenido al final el o los sujetos practiquen deporte.

Objetivos o propósitos del programa: Se refiere a que cada programa mostrará algo diferente, siempre dejando un mensaje o bien sólo informar. Es el objetivo metodológico del programa, por ejemplo: “realizar un programa de televisión que trate el proceso de formación de los deportistas amateur universitarios relacionado con la formación de los deportistas profesionales más destacados”.

Público o audiencia: Cada serie de televisión se encuentra dirigida a un público específico, ya sea por rango de edad, género, razón social, actividad laboral o recreativa.

Sinopsis: Es una breve reseña acerca de lo que trata la serie, donde se describen los objetivos generales, la dinámica de los programas y el contenido del mismo.

Casa productora: La serie se escribe para una televisora en particular, ya que se hizo un investigación previa antes de proponerla, ya sea por carencia de programas del género, información o simplemente por enriquecer la barra programática de la televisora en cuestión.

Canal: Algunas casas productoras cuentan con uno o más canales de televisión; en México, existen dos televisoras sobresalientes. Debido a su crecimiento dentro de la transmisión abierta, éstas cuentan con más de un canal de emisión; cada canal se caracteriza por el tipo de público al que se dirige. Por ejemplo, en algunos canales los programas que transmiten son de índole infantil, otro contiene programas de concursos, etc.; por ello se debe especificar dentro de la carpeta el lugar donde se quiere difundir la serie propuesta.

Periodicidad: Se refiere al espacio o tiempo en el que se transmitirá el programa, es decir, si es diario, cada tercer día, semanal, mensual o anual.

Horario: De acuerdo con el género y contenido del programa, se determina el horario de transmisión. Este punto está ligado al público al que va dirigido. Por ejemplo: si un programa, por su temática, se encuentra encaminado al público adulto, el horario correcto para su emisión sería el nocturno; o en el caso de programas deportivos, convendría transmitirlos por las tardes (después de las 18:00 horas) o en fines de semana, para que sea más probable el éxito que se espera.

Elenco o participantes a cuadro: Se refiere a la cantidad de personas que intervendrán en el programa, por ejemplo: si hay un conductor o más; si habrán co-conductores; en el caso de que se trate de una mesa redonda o programa de debate, se informa sobre los participantes del mismo, esto, con la finalidad de que en el momento de la emisión se informe al público sobre algunas de sus características, por lo general sus nombres, profesiones, etc.

Estudio o locación: Algunas grabaciones se realizan en un estudio, donde ya están instaladas cámaras, un set o escenario, iluminación y una sala de *master* en donde se darán las indicaciones de grabación y se dirigen las cámaras de vídeo. Hay más equipo técnico involucrado en el programa.

Cuando se graba en locación, quiere decir grabar en exteriores, fuera del estudio de televisión; puede ser en la calle, en un parque, en un centro cultural, en una escuela o cualquier sede apropiada a la realización del programa.

Escaleta o guión previo: Se escribe en orden cronológico cómo se realizará la grabación del programa, dando indicaciones al conductor acerca de lo que tiene que hacer, decir o preguntar.

Una escaleta es la forma breve de llevar un programa de forma escrita, aunque no su cumplimiento al pie de la letra no es estricto en comparación con el guión de un programa, donde el conductor debe decir lo que está escrito: es lo que el productor quiere hacer dentro del programa en cuestión.

Los anteriores conceptos se refieren al escrito mejor conocido como carpeta, donde su primordial función es mostrar la estructura del contenido del programa. Es importante ubicar los demás elementos indispensables en la realización del proyecto.

Dentro de las fases de preproducción, producción y postproducción de un programa se debe contar con ciertos requerimientos como son: personal, equipos, mecanismos, materiales y lugares para la elaboración de cualquier producción.

En los siguientes apartados se describe el *staff* de personal y el *staff* técnico, donde se detallan las características, tareas, funciones y objetivos de cada uno dentro del trabajo de la producción audiovisual.

3.1 PERSONAL DE PRODUCCIÓN.

El *staff* de producción se refiere al personal encargado de la planeación, elaboración, ejecución y análisis de cualquier creación audiovisual. A continuación, se detallan las características de cada uno:

Productor Ejecutivo: Puede ser una persona que otorga los recursos financieros para la realización del programa, o bien, puede ser alguna empresa que sea parte de la producción y se encargara de cubrir los gastos absolutos de toda la serie.

Realiza y evalúa las ideas para proyectos audiovisuales, hace la gestión administrativa de la producción, integra todo el equipo para una serie o programa unitario, supervisa las series o programas desde el punto de vista artístico y financiero.

Revisa las cuestiones inherentes a derechos de transmisión de los programas, condiciones de las diferentes contrataciones, mecanismos de comercialización y distribución de los programas a su cargo.

Monitorea sus producciones, elabora el plan de promoción y difusión en los diferentes medios de comunicación y evalúa los resultados de impacto en la audiencia ya sean educativos, informativos o comerciales para desarrollar nuevas estrategias de comunicación con el público para lograr el éxito de sus productos.

Diseñador Audiovisual: Es quien se encarga de dar forma a las ideas iniciales hasta convertirlas en proyectos audiovisuales. Trabaja con el productor ejecutivo diseñando los segmentos en los cuales se dividen los programas, así como los géneros abordados, el estilo de narración, algunos aspectos de la comunicación visual, la transición de los segmentos y los valores de producción; sugiere los tipos de locaciones y la ambientación del estudio. En otras palabras, diseña la estructura de las series y los programas.

Se coordina con el equipo de guionistas y el pedagogo para tomar en cuenta la investigación, el público, los objetivos de la producción, los mensajes a transmitir, los medios disponibles y el número adecuado de programas por serie.

El perfil profesional del diseñador audiovisual está comprendido entre los campos del diseño gráfico, comunicador colectivo o social, productor-realizador y estudioso de las bellas artes.

Asesor de Contenido: Es el experto en la disciplina del tema que se trata el programa.

Generalmente, se destaca por su erudición y coordinación con el pedagogo; vigila que el tratamiento audiovisual del contenido del programa sea claro y veraz, que no sufra de alteraciones o se haga uso inadecuado de términos, conceptos o interpretaciones.

Colabora con ideas o sugerencias para reproducir experimentos y fenómenos en pantalla de modo que su explicación y exposición sean claras y comprensibles.

Pedagogo: Este puesto es más común encontrarlo en producciones donde la finalidad es la educación. Trabaja, básicamente, con el asesor de contenido, el guionista y equipo de producción en el diseño del programa y las series.

En los programas con giro educativo, cada segmento tiene correspondencia con el objetivo general y estrecha relación con los objetivos particulares del proceso de enseñanza – aprendizaje; asimismo, está dirigido a cubrir con el aspecto del mismo, dependiendo de la teoría del aprendizaje que se emplee.

Revisa los aspectos relativos a la estructura de series, programas y personajes a fin de que los mensajes lleven implícito el contenido y el nivel al cual deben tratarse de acuerdo con la maduración, edad y demás circunstancias y características de la tele-audiencia a la que se dirigen.

Establece valoraciones sobre el contenido/realización para verificar la calidad didáctica de los programas y el balance entre producción/estrategia didáctica de los programas.

Elabora estrategias de material didáctico complementario a los programas de televisión, así como de explotación didáctica y reutilización de series y programas, ya realizados bajo otras estrategias de emisión o en condiciones diferentes de exposición.

Ubica los contenidos y la dosificación de los mismos en la currículum oficial dependiendo del nivel y profundidad con la que son abordados.

Se encarga del diseño instruccional de series y programas. Evalúa la forma, cantidad y frecuencia de los elementos como efectos especiales del audio o video y determina cuáles de estos pueden permanecer o desaparecer por ser distractores en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

Guionista: Es el escritor de los programas a realizarse. El guionista debe trabajar en mancuerna con el productor, ya que son el alma de una producción de televisión. De ellos depende que la serie sea un éxito.

Realiza la estructura del guión, escaleta o sinopsis con base en la primera reunión en donde el productor ejecutivo, el productor del programa, el realizador o director de cámaras, el diseñador audiovisual, el asesor de contenido y el pedagogo. La somete a consideración y, de ser aprobada, escribe el libreto con las sugerencias de audio y video para el realizador y el diseñador audiovisual.

Por lo general, trabaja estrechamente con el asesor de contenido y el pedagogo. Debe investigar las características del público al que se dirigirá el programa y los contenidos del tema que manejará en el guión.

Por ser su trabajo un hecho social, no se considera que esté terminado del todo sino hasta que se concluye la elaboración del programa. Lo anterior es en virtud de las posibilidades de la producción, debido a las variantes que puedan surgir por la imposibilidad de conseguir los elementos o personajes que se desea participen en la producción.

En el ámbito comercial esta característica es acentuada cuando se trata de seriales de ficción dramatizados en donde el público emite opiniones acerca de cómo le gustaría que se desarrollara la historia principal.

Productor: Es la persona que se hace cargo de atender la falta de recursos como personal o equipo técnico y se lo hará saber al productor ejecutivo para la realización de la serie.

Actividades generales del productor en la realización de programas grabados:

- Administra los recursos humanos y financieros que facilita el camino a la creatividad del guionista y el realizador.
- Junto con el equipo de producción y creativos, determina el tono de la producción.
- Coordina al equipo de producción y al staff técnico.
- Asegura que los recursos necesarios para la producción se presenten en el tiempo, forma y calidad requeridos.
- En algunas ocasiones, invierte su propio capital para la realización de un programa o serie televisiva (productor asociado).
- Coordina la lectura del guión con todos los involucrados: guionistas, realizador, asesor de contenido, pedagogo, actores, personal técnico, etc., con la finalidad de que todos los involucrados conozcan claramente el concepto que se maneja en el guión y cuáles son los objetivos principales de la realización del programa.
- En coordinación con el realizador, y junto con los asistentes, elabora el desglose de las necesidades de producción (breakdown) para conocer cada uno de los requerimientos, sus características y especificaciones.
- Presupuesta y determina los costos de los insumos.
- Gestiona todas las solicitudes para conseguir insumos de acuerdo con el plan de trabajo, jerarquizándolos por tiempos de construcción, autorizaciones de permisos, costos y calidades.
- Coordina la participación del equipo de producción y representantes del staff técnico para la realización del scouting o localización de escenarios.
- Gestiona permisos de grabación o arrendamientos de los inmuebles seleccionados en el scouting.
- Contrata los servicios de comedor en locación o gestiona los viáticos para todos los participantes durante las grabaciones.
- Coordina y soluciona problemas económicos y logísticos que surjan eventualmente en el transcurso de la producción.

- Coordina, autoriza y supervisa los tiempos de edición y postproducción.
- Autoriza la nómina de los participantes y los pagos de todos los servicios e insumos utilizados en la producción.
- Entrega el master y sus copias para transmisión, copiado o los fines para lo que fue realizado el programa o video.

Actividades generales del productor en la realización de programas transmitidos en directo desde un estudio de televisión:

- En esta modalidad de realización de programas de transmisión directa desde un estudio de tv, además de las actividades administrativas, el productor enfatiza más su trabajo en la coordinación del personal de producción, el staff y el elenco, de tal manera que durante la transmisión todo suceda dentro de lo previsto en tiempo, forma y calidad, evitando los imprevistos que destruyan el mensaje que se desea transmitir.
- En algunas ocasiones, le sugiere a los conductores la actitud hacia la cámara y suministra la información estratégica durante el desarrollo del programa como son las opiniones del público.
- En la transmisión en directo desde un estudio, el productor tiene, generalmente, controlados todos los insumos que se utilizarán durante el programa, pero no siempre sucede así con las transmisiones en vivo desde locaciones al aire libre o desde recintos cerrados en donde se depende de factores atmosféricos, las facilidades del lugar, el entorno natural y social, así como la posibilidad tecnológica con que se cuente.
- Las actividades del productor se centran mayormente en la oportuna instalación de todo lo necesario para que la transmisión salga con éxito.

Coordinador o asistente de producción: Es la persona encargada de dirigir a todo el personal de la producción para la realización de un programa. También se hace cargo de revisar que se cuente con el equipo técnico necesario; de no ser así, avisará al productor para que reajuste la producción con lo que se tiene y se obtenga una grabación del programa óptima. Es el representante del productor en todas las actividades operativas que se requieran para la realización del programa.

Junto con el productor, realiza el desglose del guión según las indicaciones recibidas. Ejecuta todos los trámites con las áreas involucradas en la producción de la serie o programa.

Lleva un minucioso registro de:

- Las peticiones de permisos, elaboración o compra de insumos, datos del elenco para su localización, contratación y posibilidad histriónica.
- Prevé y verifica las actividades programadas, según el plan de producción.
- Reporta al productor el estado de la evolución de la producción como son la información documental visual y sonora de las locaciones,; sus condiciones de uso o contratación; vestuario, utilería, escenografía y efectos especiales; realiza la invitación de posible reparto al “casting” o prueba de talento y al termino de la producción; supervisa que todo lo empleado en la producción y que sea reutilizable regrese a su lugar de origen.
- Facilita las actividades de coordinación durante la grabación o emisión de los programas.
- Prepara informes de diversa índole que le entrega al productor sobre eventualidades en la preproducción, grabación, edición y gastos, entre otros.
- Registra y controla todos los casetes utilizados.
- Entrega el master o versión final del programa al área de transmisión e ingresa el material videográfico utilizado al área de videoteca para su almacenaje y resguardo.
- Realiza las cartas de agradecimiento a las instituciones o personas ajenas a la producción que apoyaron en la realización del programa.

Director de Cámaras o Realizador: Es el director de la grabación, de acuerdo con lo previsto en la escaleta del programa. Él dirigirá los cortes a comerciales y parte del contenido; el realizador tiene la libertad de decisión dentro de la producción. Si no se pudo grabar en una locación que estaba indicada por algún incidente, puede buscar un lugar alterno similar a lo que el productor pidió para el programa.

Dirige las actividades del staff técnico en grabaciones o emisiones al aire. Su principal meta, es entregar el programa, desde el punto de vista técnico, en tiempo, forma y calidad.

Se reúne con el equipo de producción para acordar y asignar las actividades, tiempos y ritmo en que se realizará la grabación o emisión al aire.

A partir de la versión final del guión, realiza el guión técnico en el que asienta los planos a grabar, la técnica a utilizar, el equipo, staff y demás condiciones que son necesarias para la grabación o emisión de los programas.

Propone el reparto y presencia las pruebas de actores y voces (*casting*).

Intercambia impresiones con el productor y el staff técnico sobre el plan de trabajo y la intención de cada fase del mismo.

Determina y supervisa la iluminación, emplazamiento de cámaras, escenografía, ambientación y caracterización durante la grabación en estudio o locación sin perder de vista el propósito de cada una de estas áreas atendiendo a la totalidad de la obra.

Previamente a la transmisión o grabación ensaya con el elenco y el día del evento o un día antes, dependiendo de las exigencias del programa, realiza ensayos parciales o generales para prever los tiempos, movimientos y contingencias posibles.

Supervisa con el editor la edición, doblaje y mezclas tanto de audio como de imagen.

En algunos casos, en la producción de programas comerciales diferencian al realizador como el creativo que conceptualiza la idea y no dirige cámaras en estudio; asimismo, al director de cámaras lo ubican como el vínculo entre el área técnica y el área de producción que solamente dirigirá cámaras durante la grabación o transmisión en directo.

Asistente de Dirección o Realización: Su primordial función es apoyar al director de cámaras, previendo las actividades que deben sucederse para que se logre el producto final ya sea una grabación o emisión en directo.

Otras de sus actividades son:

- La previsión de que los equipos estén listos para el momento del evento.

- Que todo el staff técnico, de servicios a la producción y el elenco estén en sus puestos al momento de los ensayos, grabación y transmisión.
- Elabora la bitácora de registro de los tiempos de grabación, duración de los planos, número y clave de las cintas utilizadas para la grabación y/o emisión, staff y ponentes que participaron en las diferentes grabaciones y las incidencias sobre el trabajo cotidiano: bitácora de grabación, continuidad.
- Apoyar en la edición y postproducción del programa, facilitándole toda la información al editor o al director de cámaras según sea el caso.

Director de Escena: Es quien propone el reparto. Se coordina con el productor y el director para la elección del reparto, da lectura del guión y conocimiento del diseño del set; decide la puesta en escena y sugiere el tipo y los colores de vestuario.

Se coordina con producción para la lectura del guión con los actores, marca los movimientos y las gesticulaciones de los actores, así como el énfasis en las voces según el guión. También ensaya con los actores en el aula y en el set.

Se encarga de la puesta en escena coordinadamente con el director de cámaras para que se determine la intencionalidad de la toma y la coordinación entre tiempos espacios y movimientos.

Continuista o Raccord: Este puesto se presenta solamente en producciones de programas seriados de diseño concatenado en donde, generalmente, la historia se desarrolla lentamente. Su principal función es vigilar la coherencia cronológica audiovisual (la continuidad de acción, vestuario y/o diálogos, también llamada *raccord*).

Para tal efecto, se auxilia del *break* de producción, el *break* de grabación, cámaras fotográficas y de video, guión técnico, *storyboard* y las grabaciones preliminares de montaje o pistas.

Realiza la calificación del material videograbador para facilitar su edición y postproducción.

Su labor permite al director de escena, y al de cámaras, concentrarse en las actividades de mayor exigencia creativa.

Floor Manager: Por definición del gremio, el floor manager o jefe de piso son los brazos, ojos y piernas del director en el foro. Una de sus funciones es establecer el lazo de comunicación entre el personal que trabaja en el piso del estudio y los que trabajan en la cabina. Es por eso que, en algunas instituciones lo ubican en el área de producción y, en otras en el área técnica.

Sigue las instrucciones del realizador o director de cámaras a través de un intercomunicador para la grabación o emisión de los programas.

Coordina en el foro los movimientos de los camarógrafos, microfonistas, actores e invitados.

Señala el inicio de la grabación, gritando la pizarra que identifica al programa y el término (corte) de la grabación, así como la cámara que está al aire y previene al conductor de los cambios de cámara para que los movimientos del conductor sean naturales.

Si el programa no debe apegarse totalmente al guión, el floor manager es quien indica a los actores y/o comentaristas cuándo iniciar, alargar, acortar o terminar su diálogo.

Indica el tiempo restante de grabación y el final del programa. En emisiones con invitados o ponentes, les da una breve explicación de las señales que se usará para comunicarse con ellos; en programas al aire, puede colocar o retirar micrófonos si se da el caso.

Siempre debe tener el guión técnico para prevenir y asegurar que se lleve a cabo lo marcado por el realizador.

En una palabra, es la autoridad en el foro.

3.2 PERSONAL TÉCNICO

El *staff* o área técnica se refiere al personal, los espacios, sitios y equipos utilizados en la elaboración de la producción. A continuación, se detallan las características de cada uno:

Responsable del Área Técnica: Dirige las actividades del personal técnico y del buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de la producción para la realización de programas.

Lleva un estricto inventario del uso de los equipos para programar el mantenimiento preventivo y la renovación de equipos por desgaste. Para esta actividad, requiere que todos los operadores de equipo electrónico reporten las condiciones de uso y el tiempo que fue empleado el equipo para cada evento.

Programa y supervisa áreas complejas de mantenimiento correctivo y operación del equipo electrónico.

Establece y verifica la calidad de los enlaces, así como de la señal emitida y grabada y planea la distribución de la señal de televisión.

Lleva la bitácora de los servicios de cámara portátil, edición, postproducción, audio y estudio de televisión. Otorga todas las facilidades técnicas para la emisión y/o grabación de los programas.

Switcher: Es quien dirige las actividades del personal técnico y del buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de la producción para la realización de programas. Lleva un escrito inventario del uso de los equipos para programar el mantenimiento preventivo y la renovación de equipos por desgaste.

En algunas ocasiones, es el responsable de la buena operación técnica del estudio, por lo que coordina y supervisa las actividades del staff técnico.

Opera el mezclador de vídeo (*mixer*) ya sea en el estudio de televisión, en una unidad móvil o eventualmente en las cabinas de postproducción.

Selecciona las fuentes indicadas por el realizador, cámaras, tituladora, computadora o máquinas reproductoras de cintas, también llamadas VRT por sus siglas en inglés.

Prepara los efectos electrónicos (como *wipes chroma key*, disolvencias, rotaciones, etc.) que solicite el realizador y les da salida al monitor de previo para que el realizador supervise la mezcla y determine su salida al aire.

Elabora un reporte de las condiciones de uso y tiempo en que fue utilizado el estudio y señala qué equipos presentaron anomalías en su desempeño.

Camarógrafo: Se encarga del registro de imágenes en movimiento mediante la cámara de televisión o video; para tal efecto, está familiarizado con su operación bajo diversas circunstancias: ya sea soportada en los propios hombros o en otros instrumentos mecánicos (como trípode o una grúa) en locación o estudio.

El camarógrafo debe tener conocimientos técnicos precisos son la operación de cámara, óptica, iluminación, audio básico, composición de la señal de televisión y colorimetría entre otros.

También debe tener conocimientos estéticos para la acertada composición de la imagen y utilización adecuada de equipos y accesorios a utilizar para cumplir con la intencionalidad de la toma y la transmisión de emociones y/o conocimientos a través de las emisiones televisivas.

Participa en la selección de escenarios (*scouting*) para verificar las condiciones en las que se realizará su trabajo e intercambia puntos de vista con el realizador acerca de las tomas, encuadres y equipos que se utilizarán en la grabación.

Asistente de cámara: Se encarga de tener las cintas de video, cables, batería y todo lo necesario para que la cámara se encuentre lista e iniciar la grabación.

Operador de Audio: Realiza la planeación y registro de las tomas de audio en todas sus fases. Conoce con profundidad los equipos técnicos que le permiten realizar su trabajo en relación con el sonido, la sensibilidad y características de los micrófonos y sus soportes.

Controla la consola de audio para realizar las diferentes mezclas de las fuentes sonoras como voz directa, música en directo, ambiente en directo o pregrabado emitidas por VTR, el *deck*, DAT, CD o tornamesa

Microfonista: Al enterarse del contenido e intención del programa, es quien elige e instala y/o coloca las líneas y micrófonos en los lugares más idóneos para el registro de audio y de manera que no aparezcan en las tomas de imagen.

En locación, debe verificar que las líneas de audio no estén cerca de cables de corriente eléctrica para que no se induzcan ruidos indeseables a la línea de audio.

Debe estar atento a las condiciones climatológicas para tener dispuestos el uso de accesorios como el *windscreen* de esponja sintética, o el de armadura rígida conocido como “*cacahuete*”, “*zeppelin*” o “*peluche*”. En ocasiones, interponer grandes barreras físicas para desviar los vientos que sean muy intensos.

Debe llevar un adecuado registro de la cantidad de tiempo del uso de las baterías que emplean los micrófonos para que, durante su uso, no se agoten en el momento de la grabación o, peor aún, durante la transmisión.

Opera un brazo mecánico o “caña” retráctil en donde se coloca el soporte de micrófono de manera que pueda evitar las sombras, dirigirlo y registrar el audio con la más alta calidad.

Iluminador: Este especialista, antes de iniciar las grabaciones, debe saber si la grabación será en exterior, al aire libre o exterior en un lugar techado para alistar la iluminación que sea requerida.

Es el responsable de que la imagen que es captada por la cámara aparente ser estereoscópica y tenga la calidad técnica e intención emocional requerida por el mensaje que se transmitirá a través del vídeo.

Planea, controla y distribuye las cargas eléctricas, las fuentes de luz y los elementos luminotécnicos como los “*espejos de sol*” y “*babinetos*”.

Coordina y, en ocasiones, ejecuta la instalación, montaje y conexión de fuentes luminosas.

Dirige a los asistentes de iluminación para emplazar los elementos necesarios de acuerdo con la intención o propósito del programa.

Observa y estudia las incidencias de sus técnicas para crear de modo más adecuado las condiciones cromáticas y de ambientación de la puesta en escena.

Se encarga de la operación de la consola de iluminación durante la emisión o grabación de los programas; a través de la consola, el iluminador controla cada una de las fuentes de iluminación dispuestas en el estudio.

Regula la intensidad de iluminación en el momento oportuno o cuando así lo indique el realizador.

Lleva un control del inventario de focos, consumibles y tiempos de utilización de los equipos para dar mantenimiento preventivo a sus instrumentos de trabajo.

Asistente de iluminación: personal de apoyo, prevé con lo necesario para traer cualquier foco, filtro o rebotador de luz.

Operador del Control de Video: Es quien analiza, controla y ajusta las señales de color y luminancia de las diferentes fuentes como cámaras, VTR y señales remotas que llegan a la cabina de control, dispuestas en el estudio de televisión o en la unidad móvil.

Regula y controla el equipo para que observe las normas y estándares técnicos exigidos para su emisión, así como control del iris de las cámaras en eventos que requiera más una.

Operador de efectos Digitales de Video: Es el encargado de operar los aparatos que desarrollan los efectos digitales como el “manipulador de efectos digitales” (DPM por sus siglas en inglés: Digital Picture Manipulador), que es una consola en la cual se programan eventos como rotación, giros, arrastre del cuadro, variado de color, entre otros.

Su labor la realiza en la cabina de control o en la sala de postproducción lineal.

En el estudio o sala de postproducción, el operador debe comunicarse estrechamente con el *switcher* para realizar su labor, pues este último se encarga de revisar en el monitor de previo y enviar al aire o la cinta, el efecto pedido por el realizador.

Operador del Titulador o Generador de Caracteres: Es el encargado de capturar toda la información que aparecerá escrita en pantalla, por lo que su perfil requiere de una muy buena ortografía y conocimiento adecuado del idioma para sintetizar ideas en uno o dos renglones.

Elige, con el realizador, el tipo y tamaño de letra, así como los fondos más adecuados de acuerdo con el propósito de programa.

Verifica que el uso de fondo y el tipo de letra no se confundan, por lo que, además de revisarlo en el monitor, consulta con el operador de video para que el fondo no sobrepase las 60 unidades y las letras tengan 90 unidades de video.

Durante el evento, anticipa siempre el título que requiera el programa y se coordina con el *switcher* para los cambios e inserciones de caracteres.

En la actualidad, ya muchas empresas utilizan computadora con programas que realizan las funciones de titulación.

Operador de Video – Tape: Recibe las cintas vírgenes y coordinado con el *switcher* les graba señal de barra y señal de negros dejándolos como inicio previo al comienzo del programa.

A solicitud y necesidades del programa grabará según las indicaciones que le dé el realizador, su asistente o el *switcher*.

Coordinadamente con el asistente de realización, ordena y ubica las cintas reproductoras en el punto de arranque y anota los tiempos de duración del material deseado para dar el conteo regresivo de fin de imágenes al *switcher*, cuando la cinta reproductora esté siendo exhibida.

Se coordina con el operador de audio a fin de que éste ubique el origen de la señal, module y ecualice la intensidad del sonido. Selecciona y arranca las cintas de las VTR, cuando recibe la indicación por parte del *switcher* y el realizador.

En caso de que la duración del evento sea superior a la cinta que posee y de tener posibilidades técnicas, inicia la grabación de la segunda cinta sin cortar la primera dejándola seguir hasta que se termine. Debe realizar el reporte de la grabación y reproducción anotando la clasificación que identifica a las cintas.

Editor Técnico: El trabajo de edición es operado el editor electrónico y coordinado con el realizador o, con el asistente de realización. Su labor es seleccionar el material videográfico que construirá el discurso audiovisual, por lo que, debe contar con conocimientos estéticos necesarios que eleven la calidad de su trabajo.

Antes de iniciar la edición debe enterarse de los objetivos del guión, la intención y el plan general de la obra, con la finalidad de preparar el material que se va a post-producir.

Reordena y selecciona las mejores secuencias y planos que se encuentran dispersas en varias cintas; atendiendo al montaje, sugiriendo en el guión y coordinado por el realizador o su asistente.

En la edición lineal, su labor termina al dejar editadas las pistas o el programa que no requiera post-producción.

Al término del servicio, realiza un reporte del funcionamiento y tiempo de uso del equipo utilizado en la elaboración de cada programa.

Escenógrafo: Planea y diseña los escenarios, su ambientación, construcción y montaje, atendiendo las características indicadas en el guión y de común acuerdo con el productor.

Coordina los servicios a la producción como decorado, montaje de *sets*, *atrezzo* o utilería, efectos especiales físicos, maquillaje, diseño gráfico, vestuario y peluquería.

Investiga en el mercado cuáles son los materiales más adecuados por su calidad, utilidad y precio.

Lleva el control de los insumos que se utilizan y mantiene siempre disponible el inventario básico para las producciones.

Montadores y Pintores: Se encargan del montaje y/o armado de las escenografías o sets, así como de la pintura de los mismos.

Utilero: Propone y consigue los elementos requeridos para la ambientación del guión ya sean reales o de atrezzo (objetos con apariencia real pero contruidos con otros materiales que aparentan su autenticidad), tapicería, mobiliario, adornos florales, jardinería siempre tomando en cuenta la época, zona geográfica, usos y costumbres de los personajes.

Diseñador Gráfico: Diseña y desarrolla todos los elementos gráficos que requiera la producción, desde rótulos en dos dimensiones hasta dibujos animados de 3D en computadora.

Maquillista: Se encarga del maquillaje en donde ocultará o resaltará las imperfecciones de los participantes del elenco, siguiendo las indicaciones del productor y el realizador.

Tiene conocimientos sobre el manejo y cuidado de la piel y el cabello. Debe dominar las diferentes técnicas básicas de aplicación de maquillaje en video, ya sea para locaciones o estudio.

Selecciona y prepara el maquillaje, las pelucas, prótesis y postizos para la realización de caracterizaciones de los personajes. El trabajo de caracterización lo lleva a cabo, prestando particular atención a la época, ambiente o situación específica de la puesta en escena que se grabe.

Debe realizar peinados, tintes y cortes de cabello a los actores o a pelucas y demás accesorios postizos como barbas, bigotes, cejas, etc.

Reporta al encargado del área la utilización y gasto de los materiales cosméticos para que sean repuestos y así mantener el inventario básico de maquillaje.

Efectos Especiales: El personal encargado de los efectos especiales (SFX por sus siglas en inglés; *SpecialEffects*), elabora toda serie de efectos físicos y químicos, lluvia, niebla, viento y telas de araña, entre mucho otros, para que se tenga un set con credibilidad.

Utilizan toda serie de herramientas y materiales para conseguir que aquello que aparece en el guión pueda trasladarse a la pantalla con el realismo requerido y dentro de altos rangos de seguridad.

Investiga y experimenta con nuevos materiales para lograr mayor eficacia en su trabajo. Reporta al encargado del área los presupuestos y los gastos que implica la utilización de los efectos especiales en las producciones.

Vestuario: Realiza el diseño de prendas y atuendos de los actores dependiendo de la zona geográfica y época descrita en el guión. Tomando en cuenta aspectos tales como la cultura y costumbres para lograr una buena caracterización de los personajes.

Es la persona responsable del vestuario, tiene entre sus responsabilidades la costura de los trajes y atuendos utilizados por los actores, además de su cuidado: planchado, ajuste de prendas, doblaje y almacenaje, bordado, transporte, lavado o tintorería y, finalmente, entrega a los almacenes una vez concluida la producción.

Operador de transporte: en las casas productoras, tienen vehículos adecuados para el transporte del equipo, y forma parte de los recursos humanos.

Operador de post-producción. Es la persona que opera un programa de cómputo que sirve para editar vídeo; ésta se encarga de terminar el trabajo final audiovisual para que sea entregado, ya sea en una cinta de video o bien en un disco compacto para su reproducción.

Es importante mencionar que todos los aspectos mencionados anteriormente (tanto los recursos humanos como los recursos técnicos) se presentan en una producción audiovisual, aunque depende mucho del tipo de programa o serie que se presenten cada uno estos elementos, así como del presupuesto.

4. “DE PORTE PUMA” CARPETA DE PRODUCCIÓN PROPUESTA PARA TV UNAM.

Esta propuesta surge ante la necesidad de difundir el deporte amateur que se practica en la Universidad Nacional Autónoma de México, con el propósito de llamar la atención y el interés tanto de los mismos estudiantes universitarios así como del público general que sigue la transmisión de TV UNAM.

Desde hace más de ocho años, el Canal Cultural de los Universitarios no ha creado un programa de índole deportivo por motivos antes expuesto, por lo que en este apartado se fundamenta la creación de una carpeta de producción de una serie de 13 programas³⁷ acerca del deporte universitario a transmitirse por la señal de TV UNAM.

³⁷Al presentar una serie audiovisual, la televisora pone a prueba el proyecto por tres meses, se transmite un programa a la semana, sumando trece programas por el período de prueba.

En la realización de este programa deportivo, se tomó como base los programas anteriores producidos por TV UNAM algunos actuales (2010) con el objetivo de mantener la línea de trabajo con la que realiza sus producciones dicha televisora y así poder contar con un espacio dentro de su barra programática y, mejor aún, que el presente proyecto sea considerado para su transmisión en televisión abierta aprovechando el convenio que se tiene con Televisa³⁸.

Esta serie de 13 programas, pretende mostrar por cada emisión dos disciplinas deportivas que se practiquen en Ciudad Universitaria. Cuenta con una sección donde se darán noticias breves relacionadas con las actividades y convocatorias que promueva la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas (DGADyR) perteneciente a la Institución.

El programa propuesto lleva por nombre “**De Porte Puma**”, cuyo fin es *difundir y promocionar las actividades deportivas de la UNAM*; además, busca atraer el gusto e interés del público y con ello obtener el mismo éxito al que se tuvo con las producciones anteriores referentes.

Con la información presentada en los apartados anteriores, se fundamenta la creación de dicha una carpeta de producción audiovisual, por ello a continuación se enuncian las características generales referentes a la estructura física de la misma bajo el tema deporte universitario de la Universidad Nacional Autónoma de México.

La idea original de esta carpeta de producción surge ante la experiencia que tuvo el sustentante de este trabajo, con la practica de karate do dentro de las instalaciones de ex reposo de atletas, ubicado en el estacionamiento ocho del Estadio Olímpico Universitario; a su vez, estaba dentro del programa de becas que realiza TV UNAM para una completa formación de los egresados de las carreras de ciencias de la comunicación de cualquier universidad incorporada a la UNAM.

A partir de esa etapa como becario de la televisora universitaria, viene la transición de la antigua TV UNAM a “*El Canal Cultural de los Universitarios*” en el año 2005, donde la nueva televisora apuesta por programas nuevos para difundir la cultura y las actividades que realiza la UNAM, ente ellos estaba *Espacio Activo*, este programa sobre deporte universitario no era nuevo, pero es el más reciente a la fecha.

³⁸El convenio Televisa UNAM, está vigente, con solo media hora los sábados a las 14 horas se transmite el programa de revista llamado *Inventario*, informa acerca del quehacer universitario en lo cultural y académico.

Al indagar los motivos por los que no se produce un programa deportivo actualizado, que rompiera con la seriedad de los programas culturales y de entrevista que manejaba el canal universitario; la respuesta que se obtuvo por parte de realizadores y productores fue que ninguna propuesta había gustado al director de TV UNAM y que no había presupuesto para deportes³⁹.

Por ello, para la presente propuesta, se realizó una investigación desde el año 2007; se realizaron entrevistas con dos personalidades importantes de TV UNAM como Luz María Graue, realizadora de programas para esta televisora y productora del programa *Espacio Activo*; y Fernando Sánchez Mejorada, quien fuera Coordinador de producción; así como a personal de la *Gaceta UNAM* dentro de la sección deportes

El nombre elegido para esta serie es ***De Porte Puma***. Es un juego de palabras: en primer lugar se refiere al deporte, el otro sentido y el más importante es presentar a un verdadero deportista con porte o perfil universitario. Se busca crear en la mente de los televidentes que el ser un alumno de la máxima casa de estudios no es suficiente para sentirse como un universitario; sino que los colores azul y oro, el escudo de la UNAM se porta en el pecho, y se demuestra ante otras instituciones que la Universidad Nacional es única y se defenderá mostrando actitud triunfadora en competencia.

El perfil de un buen alumno universitario es que además de estudiar una licenciatura y llevar buenas calificaciones, sea buen deportista que represente a la UNAM en competencias nacionales e internacionales; que tenga un comportamiento de humildad tanto con sus compañeros de aulas, como rivales en competencias.

4.1 PRESENTACIÓN DE LA CARPETA DE PRODUCCIÓN

Nombre de la serie: *De Porte Puma*

Título del programa o capítulo: Los deportes dentro de Ciudad Universitaria de la UNAM.

Duración de la serie: Tres meses

³⁹Entrevista realizada en el 2007 al coordinación de producción de TEVE UNAM, Fernando Sánchez Mejorada.

Duración del programa: 27 minutos cada programa:

Género o tipo de programa: Deportes, entrevista.

Modalidad de producción: Grabado

Objetivos o propósitos de la serie: Difundir e informar sobre las actividades deportivas y recreativas que se practica en el campus de Ciudad Universitaria de la UNAM para enriquecer la cultura deportiva de nuestro país.

Objetivos o propósitos del programa: Mostrar al público televidente del Canal Cultural de los Universitarios las Instalaciones deportivas de Ciudad Universitaria de la UNAM; así como los principales exponentes de cada disciplina a presentar.

Público o audiencia: Jóvenes de 15 a 28 años que son parte de la comunidad universitaria a nivel medio y superior.

Sinopsis: Programa deportivo en donde se entrevista a destacados personajes deportivos y entrenadores, así como directivos que rigen las actividades deportivas dentro del campus de Ciudad Universitaria de la UNAM.

Casa productora: TVUNAM, El canal cultural de los universitarios. Dirección: Circuito Mario de la Cueva s/n. Ciudad Universitaria, frente a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Canal: 144 de sistema de Cablevisión y 255 de sistema de televisión *Sky*

Periodicidad: Programa semanal.

Horario: Domingo a las 9 horas.

Elenco o participantes a cuadro: Sólo un conductor y la persona que será entrevistada.

Estudio o locación: Grabación en locación de las áreas deportivas donde se presenta la disciplina indicada.

Recursos Humanos: *Staff* de producción.

Productor ejecutivo: Dirección General de Televisión Universitaria.

Productor: César Martínez

Asistente de producción: Por asignar (persona de servicio social o prácticas profesionales).

Guionista: Reportero con experiencia en deporte universitario.

Realizador: Propio de la televisora universitaria.

Staff técnico: Recursos humanos de la casa productora.

Camarógrafos: 2

Asistente de Camarógrafo: 1, por asignar.

Iluminador: 1, por asignar.

Chofer de transporte: 1, por asignar.

Operador de Avid: (Post-producción): 1 por asignar.

Recursos técnicos:

- 2 cámaras portátiles de *betacam* o *mini dv*.
- Iluminación.
- Transporte (camioneta propia para traslado)
- Sala de Post-producción.
- Videocasetes *becatam* o *minidv*, duración 60 min.

Recursos materiales:

- Gasolina
- Imprevistos

4.2 PRESUPUESTO.

Después de un *breakdown* (investigación de necesidades físicas y técnicas para la grabación en una locación), se hace un presupuesto lo más exacto posible para

determinar la cantidad a invertir por parte de la televisora a la que se pretende vender la serie propuesta, con la finalidad de convenir o no, el que se lleve a cabo el programa.

En este punto, se hace un desglose de las características de los elementos que serán requeridos en la carpeta de producción, recursos humanos, materiales y técnicos, para conocer el monto necesario para la elaboración del audiovisual.

A continuación, presentamos un presupuesto de TVUNAM para acercarnos a los costos de producción de la televisora a la que estará dirigida esta serie de programas sobre deporte universitario.

RECURSOS HUMANOS Y TECNICOS DE TVUNAM	
CONCEPTO	TARIFA POR DIA EN PESOS
REALIZADOR	\$ 606.87
RESP. DE PRODUCCION	\$ 606.87
ASIST. PRODUCCION	\$ 367.67
CAMAROGRAFO	\$ 625.53
ASIST. CAMARA	\$ 488.40
ASIST. GENERAL	
ILUMINADOR	\$ 593.97
ASIST. ILUMINACION	\$ 297.37
OF. TRANSPORTE	\$ 522.63
GUIONISTA	\$ 440.00
CONDUCTOR	
ESCENOGRAFO	\$ 386.63
ASIST. ESCENOGRAFIA	\$ 313.20
REPORTERO (GUION)	\$ 440.47
OP. POST PROD	\$ 494.03
OP.TEC. (COP. Y TRNFRS)	\$ 483.90
OP. TEC. (U. MOV.)	\$ 521.70

ASIST. TEC. (U. MOV.)	\$ 391.93
-----------------------	-----------

Estos son los costos de producción por solo un día de grabación; es posible que la realización de un programa, cualquiera que sea, no se termine de grabar el día que le fue asignado y tenga que reprogramar uno más para terminarla, se tendría que volver a pagar los gastos por esa jornada de trabajo, con ello aumentará el costo del presupuesto de la serie.

La televisora tiene el derecho de cortar programas de la serie si éstos exceden los gastos del programa; por ello, es importante que desde la presentación de la carpeta de producción se analice a la perfección (contando con un rango un poco mayor del costo neto) y así indicar el precio total que tendrá la producción. A continuación, se muestra un ejemplo de un presupuesto de reproducción y producción sustentado por la Dirección General de TV UNAM.⁴⁰



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
DIRECCION GENERAL DE TV UNAM
SUBDIRECCION DE PRODUCCION**



**PRESUPUESTO DE PRE-PRODUCCION
PRESUPUESTO DE PRODUCCION**

()
XX

FECHA DE FORMULACION: _____
INICIO DE GRABACION: _____
TERMINO DE GRABACION: _____

PROGRAMA	_____	CLAVE	10--0582
SERIE	_____		
REALIZADOR	_____	FIRMA	
ESP. DE PROD.	_____	FIRMA	
	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
PRODUCCION PROPIA	<input type="checkbox"/>	COPRODUCCION	SERVICIO EXTERNO

RECURSOS HUMANOS

PROPIOS TV UNAM _____ 0.00

EXTERNOS

183 HONORARIOS 0.00
HORAS EXTRAS _____ 0.00

⁴⁰ El cuadro de presupuesto fue investigado por el sustentante de este trabajo para la realización del mismo en TVUNAM.

RECURSOS MATERIALES		EXTERNOS		
PROPIOS TV UNAM		215 IMPREVISTOS		0.00
		216 VIATICOS		0.00
		243 SERVICIOS COMERCIALES		0.00
		411 MATERIALES		0.00
		413 GASOLINA		0.00
		VIDEOCASSETTES		.00
RECURSOS TECNICOS		EXTERNOS		
PROPIOS TV UNAM		243 RENTA DE EQUIPO		0.00
	PROPIOS	EXTERNOS		TOTAL
RECURSOS HUMANOS	0.00	0.00		0.00
RECURSOS MATERIALES	0.00	.00		.00
RECURSOS TECNICOS	0.00	0.00		0.00
COSTO TOTAL	0.00	.00		.00

En esta hoja de presupuesto general de un programa de TVUNAM, se ubican todos los datos de la producción, así como los responsables de la grabación y los costos de una manera resumida, ya que después de terminada la grabación el realizador apuntará en esta hoja los recursos materiales que ocupó y los imprevistos que deben ser cubiertos por la televisora.

Es importante aclarar que cada gasto imprevisto debe ser comprobable por medio de la factura del producto adquirido o en su defecto la nota de remisión expedido por el lugar donde se compró, ya que si no se obtiene ninguno de los dos, la casa productora no tiene la obligación de cubrir gastos no comprobables y, es seguro que tengan que ser cubiertos por el realizador de su propio salario.

El presupuesto es un documento clave dentro de la carpeta de producción, ya que en él se especifica brevemente el personal que se requiere; los recursos técnicos y materiales, y el costo de cada uno de ellos; así, las televisoras tienden a poner mayor atención a esta parte del trabajo en programas de televisión.

Después de esta explicación, se elaboró esta carpeta de producción apegado a los recursos humanos y técnicos con los que cuenta TVUNAM como casa productora y realizadora de programas propios, donde además se cuidó que ésta no gaste grandes cantidades de dinero en una nueva serie que no lleve consigo una gran producción.

4.3 PRESUPUESTO DE LA CARPETA DE PRODUCCIÓN:

Luego de asistir la producción de TV UNAM, el sustentante de la presente tesina se percató de la falta de un programa que difundiera el deporte que se practica en las instalaciones de Ciudad Universitaria; con base en esa carencia, se hizo una investigación de costos y necesidades para la realización de una serie nueva sobre el deporte amateur universitario.



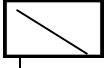
El resultado de dicha investigación es el siguiente. Dado que uno de los objetivos del presente trabajo es presentar una carpeta de producción televisiva con bajo presupuesto, pero de buena calidad en contenido y producción audiovisual; aquí presentamos el presupuesto real en cuanto a recursos humanos de la nueva serie para TVUNAM.

<i>Presupuesto de preproducción</i>			
<i>“De Porte Puma”</i>			
Recursos Humanos Y Técnicos	Tarifa por día	Días	Total
Productor	\$ 606.87	13	\$ 7,889.31
Realizador	\$ 606.87	13	\$ 7,889.31
Asistente de producción	Servicio Social	13	Xxxx
Camarógrafo	\$ 625.53	13	\$ 8,131.89
Iluminador	\$ 593.97	13	\$ 7,721.61
Asistente de cámara	\$ 488.40	13	\$ 6,349.20
Chofer de transporte	\$ 522.63	13	\$ 6,794.19
Operador de Avid	\$ 494.03	13	\$ 6,422.39
Guionista	\$ 440.47	13	\$ 5,726.11
Total	\$ 4, 378.77	Por 13 días	\$ 65,055.90

Esto son sólo los gastos de un día de grabación y post-producción; es decir, si la serie de programas sobre deporte universitario se realizará dentro de TV UNAM, basándonos en los salarios de los prestadores de servicios, así como, los trabajadores sindicalizados que son los trabajadores técnicos, la propuesta no le costaría nada en cuanto a lo económico a la televisora, solo se gastaría en

imprevistos y gasolina para el traslado de equipo hacia las locaciones donde se grabaría.

Haciendo el balance de presupuesto en el formato que maneja TV UNAM, le costaría muy poco y tendría un nuevo programa deportivo, actual y dinámico para su teleauditorio.

					 teveunam
		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO			
		DIRECCION GENERAL DE TV UNAM			
		SUBDIRECCION DE PRODUCCION			
		PRESUPUESTO DE PRE-PRODUCCION		()	
		PRESUPUESTO DE PRODUCCION		XX	
					3 de Agosto de 2010
				FECHA DE FORMULACION:	
				INICIO DE GRABACION:	
				TERMINO DE GRABACION:	
ROGRAMA	Las actividades deportivas de la UNAM			CLAVE	10--0582
ERIE	De Porte Puma				
EALIZADOR	Por asignar			FIRMA	
ESP. DE ROD.	César Martínez Rodríguez			FIRMA	
RODUCCION ROPIA			COPRODUCCION		SERVICIO EXTERNO
) RECURSOS HUMANOS			EXTERNOS		
PROPIOS TV UNAM	0.00		183 HONORARIOS	0.00	
			HORAS EXTRAS	0.00	

) RECURSOS MATERIALES			EXTERNOS		
PROPIOS TV UNAM			215 IMPREVISTOS		\$1000
			216 VIATICOS		\$1000
			243 SERVICIOS COMERCIALES		0.00
			411 MATERIALES		0.00
			413 GASOLINA		0.00
			VIDEOCASSETTES		.00
) RECURSOS TECNICOS				EXTERNOS	
PROPIOS TV UNAM			243 RENTA DE EQUIPO		0.00
		PROPIOS		EXTERNOS	TOTAL
) RECURSOS HUMANOS		0.00		0.00	0.00
) RECURSOS MATERIALES		0.00		\$1000.00	\$2000.00
) RECURSOS TECNICOS		0.00		0.00	0.00
	COSTO TOTAL	0.00		.00	\$2000

4.4 Sinopsis de los 13 programas

Programa no 1: “Conociendo nuestros directivos”

Presentación de la nueva serie deportiva “De Porte Puma”. Aquí el conductor nos llevará hacer un recorrido por las instalaciones de la DGDyR (Dirección general de Actividades Deportivas y Recreativas), que es la encargada de dirigir las actividades del deporte universitario, y se realizarán entrevistas con los principales directivos, así como con el doctor encargado de Medicina del Deporte. Se conocerán las facilidades que se tiene para que cualquier alumno o trabajador de la UNAM practique alguna disciplina dentro de Ciudad Universitaria.

Programa no. 2: “Lucha”

A un costado del Estadio Olímpico Universitario, se encuentra el ex reposo de atletas, donde se practican diversos deportes de contacto; uno de ellos, y que ha dado muchas medallas a nivel internacional es la Lucha. En esta emisión entrevistará al entrenador y el competidor más sobresaliente hasta el momento de esa disciplina; conoceremos un poco más la historia de este deporte, así como las noticias más importantes dentro del deporte universitario en general.

Programa 3: “Basquetbol”

En el área deportiva que se encuentra ubicado a un costado del estadio de prácticas “el Tapatío” Méndez; está el famosísimo *frontón cerrado*, ahí se realizan los deportes de sala. En esta ocasión se dará a conocer a los jugadores del equipo

representativo de Basquetbol; se entrevistará a cada uno de los jugadores y, de igual modo, al responsable y estratega del equipo. Se darán a conocer los requisitos para ser parte del equipo y para practicar este deporte.

Programa 4: Tenis

El deporte blanco también se lleva a cabo en la universidad. Junto al estadio de prácticas se encuentran las canchas de tenis. Se conocerá cómo se desarrolla éste deporte y se descubrirá cuál es la problemática que ha tenido esta disciplina en nuestro país para que pueda tener mayor auge dentro de los deportistas.

Programa 5: Tocho Bandera

Dentro de este deporte se desarrolla la habilidad, destreza y sobre todo la estrategia del equipo en el campo de juego.

Tiene sus raíces en el fútbol americano, por ello se juega con las mismas reglas, la diferencia entre ambos es el género, el Tocho Bandera lo realizan las mujeres. ¿Cómo y dónde surge éste deporte?, en éste programa lo averiguaremos.

Programa 6: Natación

¿Sabes nadar? ¿Conoces cuántas técnicas hay para hacerlo?.. La Universidad cuenta con una alberca acondicionada para el desarrollo y la práctica de este deporte, además de profesionales que te llevarán al éxito en competencias nacionales e internacionales.

Programa 7: Atletismo

En esta ocasión nos adentraremos en uno de los deportes que se ha practicado desde hace tiempo. Este deporte nos ha dejado representantes a nivel olímpico como es el caso de la conocida Ana Gabriela Guevara. La universidad es semillero y forjador de atletas dignos representantes de nuestro país. Conoceremos a nuestro equipo representativo y sostendremos una charla con el entrenador.

Programa 8: Tae Kwan Do

Este arte marcial le ha dado muchas medallas a la UNAM en olimpiadas nacionales y universiadas (competencias estudiantiles) El Tae KwanDo que se practica en Ciudad Universitaria es de un nivel muy alto; pero, ¿qué tanto se necesita para practicar esta disciplina en cuanto a costos y tiempo, para ser un representante de la máxima casa de estudios? En este programa conoceremos las generalidades de esta disciplina oriental, originaria de Korea.

Programa 9: Halterofilia

¿Has oído hablar de ese deporte? ¿Sabes qué trata la Halterofilia? Ahora te mostraremos cómo surge este deporte milenario. El levantamiento de pesas ha sido un deporte que ha trascendido en nuestro país, gracias a la medallista de oro en Sídney 2000, Soraya Jiménez, quien puso en alto el nombre de México en esta disciplina que también se desarrolla en Ciudad Universitaria.

Programa 10: Los pumitas

Esta organización de futbol soccer para niños nace a finales de los 80; de esta cantera han sobresalido jugadores profesionales. En esta emisión conoceremos a los iniciadores de esta organización y a los encargados de que cada fin de semana se realicen partidos de futbol donde conviven familias enteras y, a la vez, se forjan futbolistas desde la infancia.

Programa 11: Tiro con arco

Esta vez, nuestro conductor se va a buscar un deporte que, sin ser muy conocido por la público en general, ha dado buenos resultados a nivel mundial como en los Juegos Olímpicos de Beijing 2010. En la Universidad Nacional tenemos atletas de nivel internacional y, en esta emisión, conoceremos todo lo que se tiene que sacrificar para llegar a unos Juegos Olímpicos en esta especialidad.

Programa 12: Remo y canotaje

Esta especialidad se practica en la pista de canotaje ubicada al sur de la ciudad en Cuernavaca. La UNAM cuenta con un gran equipo para la práctica de este deporte y para aquellos alumnos que desean desarrollarse en este deporte olímpico. Si quieres saber más acerca del remo y canotaje, este programa es una opción para conocer más y qué se necesita para ser parte de este conjunto.

Programa 13: Artes marciales japonesas

En el ex reposo de atletas, se encuentra el dojo de artes marciales, ahí se practican varias disciplinas orientales como el aikido, kendo, iaido y el karate do, este último

nos ha representado en competencias estudiantiles, así como en la olimpiada infantil y juvenil; además, contamos con el entrenador nacional de karate do, así como el maestro de karate do para los universitarios.

TIEMPO	VIDEO	DESCRIPCIÓN
--------	-------	-------------

4.5 Ejemplo de escaleta del primer programa

Serie: De porte Puma

Programa: No.1 conociendo a nuestros directivos

Duración: 27minutos

15 seg.	Cortinilla de entrada	
1:30 seg.	Conductor a cuadro. Afuera Del Estadio Olímpico de C.U	Da la bienvenida, dice los objetivos de la serie así como un reseña del programa que se transmitirá, manda a cápsula
3 min.	Cápsula	Organigrama de la DGDyR
30 seg.	Conductor a cuadro Afuera de la DGDyR	El conductor explica donde está situado y manda a cápsula
3 min.	Cápsula	Las actividades deportivas dentro de C.U
	Corte comercial	
4min.	Entrevista conductor dentro de la oficina del director de la DGDyR	Preguntas de las actividades deportivas de la UNAM, retos y desafíos, así como problemas a los que se enfrenta.
2 min.	Sección Medicina del Deporte	Organigrama y actividades que realizan dentro de la Dirección General de Medicina del Deporte
3 min.	Conductor a cuadro Dentro de la oficina del director de Medicina del Deporte	Entrevista retos problemas, actividades Que realizan en esta dirección
	Corte comercial	
15 seg.	Conductor a cuadro Afuera del Estadio Olímpico	Conductor afirma lo que ya se vio en el bloque anterior y manda a la entrevista
4 min.	Entrevista Dentro de la oficina del director de Actividades Recreativas	Cuáles son las actividades recreativas, cual es el objetivo de la esa dirección ya quienes se dirigen
1:30 seg.	Breves deportivas	Noticias sobre los eventos deportivos de la UNAM.
3 min.	Cápsula	Grandes deportistas que fueron y siguen perteneciendo a la UNAM
15 seg.	Conductor a cuadro Afuera del Estadio OlímpicoC.U	Despide el programa y dice una reseña del próximo programa.

CONCLUSIÓN.

La televisión es uno de los medios de comunicación con más presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como un medio básico de comunicación social. Esto repercute para que se le considere como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”.⁴¹

Depende mucho de la visión y giro que tengan las televisoras en la creación de producciones audiovisuales, para dar enfoque a los objetivos con los que cuenten en el momento de crear sus propuestas televisivas.

Con base en la estructura organizacional (visión, misión, objetivos) de la televisora TV UNAM, la cual cuenta con un perfil enfocado a la cultura universitaria; se considera de suma importancia implementar nuevos conceptos audiovisuales (programas deportivos, o con relación a actividades estudiantiles) dentro de su composición programática, en específico, en lo referente a la producción de series con enfoque deportivo.

El deporte dentro de la UNAM es un rubro al que se ha dado gran importancia, con la finalidad de ofrecer una formación integral de los estudiantes, debido a que desde la planeación de la Máxima Casa de Estudios, las autoridades universitarias pensaron en ofrecer más de cuarenta disciplinas en el recinto universitario. Así, se crearon instalaciones y programas, así como se contrató personal capacitado en la impartición de cada una de éstas y, con ello, ofrecer una amplia gama de opciones deportivas, dependiendo de los gustos e intereses de los estudiantes.

A lo largo de su historia, el Canal Cultural de los Universitarios (TV UNAM) ha creado programas deportivos con diferentes orientaciones, los cuales son considerados producciones excelentes, con gran interés y participación tanto de la comunidad universitaria como del público general; incluso, cuando no se contaba con un canal de transmisión propio.

En esta propuesta se analizaron algunas de las producciones televisivas de índole deportiva de TV UNAM; en especial, el último programa *Espacio Activo*, para conocer los antecedentes y, a partir de ahí, vislumbrar un proyecto basado en las particularidades actuales.

⁴¹CEREZO, Miguel. *Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión*, pág. ¿??

Es de suma importancia dar a conocer que para desarrollar esta investigación, se hizo un cotejo, por un lado, sobre la estructura física, características y generalidades de la elaboración de una carpeta de producción, y por otro lado, un estudio de los proyectos audiovisuales presentados por TV UNAM, conjuntando la experiencia profesional del sustentante en el área, para contar con un mejor resultado en relación con el obtenido hasta momentos en que quien escribe comenzó a laborar en la producción.

Una de las expectativas más grandes el autor de la presente tesina para el desarrollo de esta propuesta, es que se convierta en un *proyecto real*, que las autoridades del Canal Cultural de los Universitarios conozcan y apuesten por el proyecto, existen dos razones de peso para fundamentar esto:

1. Desde hace más de ocho años no se ha producido un programa con temática deportiva y es necesario ingresar uno dentro de la estructura programática del canal, para con ello, sustentar la visión cultural del mismo; no dejar de lado el deporte, puesto que es parte de nuestra cultura y por eso hay que darle atención.
2. Se tiene la convicción y la confianza de que la presente propuesta de producción puede generar interés, motivación, información y tal vez persuasión en los televidentes, convirtiéndose en un proyecto audiovisual con gran éxito, siempre, apoyando los objetivos de TV UNAM.

Se pretende que esta carpeta de producción lleve consigo oportunidades de trabajo para futuras generaciones que aporten nuevas ideas, que se comprometan al esfuerzo diario de llevar muy en alto la imagen de la UNAM en cuanto a deporte *amateur*. A su vez, honrar el nombre de la institución a nivel nacional e internacional y ser ejemplo para jóvenes que deseen estudiar una carrera profesional y paralelamente, practiquen una disciplina deportiva para mejor desarrollo personal.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACOSTA, MAGDALENA. *Cuaderno de Comunicación* No. 3, pp. 34

2. ALMEIDA AGUILAR, ANTONIO S. *Historia Social, Educación y Deporte. Lectura sobre el origen del deporte contemporáneo*, España, Ed. La caja de Canarias. 2004, pág. 191.
3. BURGELIN, OLIVIER. *La comunicación de masas*. Barcelona, Ed. A.T.E 1974 Pág.229
4. BUENO, GUSTAVO. *Televisión: apariencia y verdad*. Barcelona ed. Gedisa 2000 Pág.333
5. CEREZO, M. *Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión*. Ed. Grupo Imago. Granada, 1994,
6. DEFLEUR, MELVIN LAWRENCE. *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidos 1993 pág. 453.
7. ECO, UMBERTO, *Tratado de semiótica general*. México Ed. Nueva imagen, 1938 512 Pag.
8. GARCIA FERNANDO, MANUEL .*Aspectos sociales del deporte: Una reflexión sociológica*. Madrid, Ed. Alianza: Consejo superior de deportes, 1990. Pág. 323
9. GUILLET, BERNARD. *Historia del deporte*. Barcelona Ed. Oikos-Tau, 1971, Pág.126
10. MEDINA CANO, FEDERICO. *Comunicación, deporte y ciudad*. Colombia Ed. Universidad pontificia bolivariana. 2005 pp.193.
11. MILLERSON, GERALD. *Realización y producción en televisión*. Barcelona Ed. Omega 1999 pp.686
12. MORAGAS SPA, MIGUEL DE. *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Ed. G Gilli 1984 pp.362
13. PARENT, JUAN. *Para una ética del Deporte*. México, Ed. Colegio de México, 1990 pp.112
14. UGALDE ROBLES, MAURICIO. *La administración del deporte en la UNAM*. Tesis UNAM pp.245

15. Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectiva. Ed. Paidós 1996 pp.309
16. ZETTL, HERBERT. *El manual de producción para video y televisión*. España, Ed. Wodsworth. 1198 Pág. 542

HEMEROGRAFÍA

17. GACETA UNAM., 9 de febrero de 1972
18. GACETA UNAM. 7 de junio de 1972
19. GACETA UNAM. 12 de enero de 1976, pag.7
20. GACETA UNAM, No. 3847, 24 de octubre de 2005,

PÁGINAS DE INTERNET

21. <http://panoptico.espacioblog.com/post/2007/08/09/octubre-2004-tv-unam-inicia-trasmisiones-senal-abierta>
22. www.difusioncultural.unam.mx
23. www.eluniversal.com.mx/notas/665849
24. www.tvunam.unam.mx
25. <http://serpiente.dgsca.unam.mx/tvunam/quees.htm>

ENTREVISTAS:

26. De Buen, Rodrigo. Reporte de la Gaceta UNAM, sección Deportes.
27. Graue, Luz María. Realizadora de TEVE UNAM de series como Espacio Activo, Caleidoscopio, entre otros.
28. Martínez, Gonzalo. Comunicación social Gaceta UNAM.
29. Sánchez Mejorada, Fernando. Ex coordinador de producción de TEVE UNAM