

**DISEÑO DIDÁCTICO CURSO: TELEVISIÓN SEXTO SEMESTRE  
COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

Liana Vanessa Ruiz Jáuregui

Comunicadora Social.

**Universidad de Pamplona**

**Facultad de Educación**

**Especialización Pedagogía Universitaria**

**Pamplona – Colombia**

**2016**

**DISEÑO DIDÁCTICO CURSO: TELEVISIÓN I SEXTO SEMESTRE  
COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

Liana Vanessa Ruiz Jáuregui

Comunicadora Social.

**Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Pedagogía Universitaria**

Asesora

Mg. Yolanda Villamizar de Camperos

**Universidad de Pamplona**

**Facultad de Educación**

**Especialización Pedagogía Universitaria**

**Pamplona – Colombia**

**2016**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado.

Pamplona, Diciembre de 2016

## DEDICATORIA

A QUIENES CON SU AMOR DESINTERESADO ME AYUDARON A ALCANZAR ESTE TRIUNFO.

LIANA VANESSA

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad de Pamplona por la oportunidad que me brindó en la Formación Personal y Profesional.

A los Docentes de la Especialización en Pedagogía Universitaria, por la asesoría y ayuda incondicional en el transcurso de la especialización.

A mi familia por el acompañamiento y comprensión para alcanzar este triunfo.

A las personas que me colaboraron desinteresadamente en la realización de este Proyecto.

## **LISTA DE FIGURAS**

Pág.

FIG. 1. UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FIG. 2. FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

FIG.3. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

## Contenido

<b>1</b>	<b>RESUMEN .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>ABSTRAT.....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1</b>	<b>OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>CONTEXTUALIZACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>5.1</b>	<b>ANALISIS DEL CURSO .....</b>	<b>12</b>
<b>5.2</b>	<b>¿CUÁL ES LA PROBLEMÁTICA QUE SE OBSERVA? .....</b>	<b>13</b>
<b>5.3</b>	<b>UNIVERSIDAD DE PAMPLONA.....</b>	<b>14</b>
5.3.1	Elementos teleológicos. ....	14
5.3.2	Visión 2020 .....	14
5.3.3	Misión.....	14
<b>5.3.4.</b>	<b>Reseña Histórica.....</b>	<b>14</b>
<b>5.4</b>	<b>FACULTAD ARTES Y HUMANIDADES .....</b>	<b>16</b>
5.4.1	Presentación.....	16
5.4.2	Misión.....	17
<b>5.5</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL.....</b>	<b>17</b>
5.5.1	Elementos teleológicos. ....	17
5.5.2	Misión.....	17
5.5.3	Visión .....	17
5.5.4	Perfil Profesional .....	18
5.5.4.1.	Perfil Ocupacional.....	18
<b>6</b>	<b>ANTECEDENTES: ANÁLISIS DEL CURSO EN OTRAS UNIVERSIDADES Y PROGRAMAS.....</b>	<b>20</b>
<b>6.1</b>	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER (Local) .....</b>	<b>20</b>
<b>6.2</b>	<b>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, BUCARAMANGA (Regional, Nacional) .....</b>	<b>21</b>

6.3	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES, UCES (Internacional) Buenos Aires, Argentina .....	22
7	REQUERIMIENTOS.....	23
7.1	REQUERIMIENTO EPISTÉMICO .....	23
7.2	REQUERIMIENTO COGNITIVO .....	25
7.3	REQUERIMIENTO COMUNICATIVO: .....	26
7.4	REQUERIMIENTO SOCIO-CULTURAL.....	32
8	CONCLUSIONES .....	33
9	BIBLIOGRAFÍA.....	33
10	ANEXOS.....	35
10.1	CONTENIDOS PROGRAMATICOS .....	35
10.2	SISTEMAS DE EVALUACION .....	38
10.3	PENSUM.....	39



## **1 RESUMEN**

El presente trabajo tiene como finalidad plantear un Diseño Didáctico, con el fin de generar en los estudiantes los conocimientos críticos y prácticos para que puedan aprender a conocer, idear, proyectar y ejecutar programas de televisión, adiestrándose en el uso del lenguaje oral, escrito y visual. Lo anterior les brindará las herramientas necesarias para ejercer la profesión de manera adecuada e innovadora.

## **2 ABSTRAT**

The present work has as purpose raise a Didactic Design, in order to generate in the students the critical and practical knowledge in order that they could learn to know, to design, to plan and to execute television programs, training in the use of the oral, written and visual language. The previous thing will offer to them the necessary tools to exercise the profession of a suitable and innovative way.

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar el diseño didáctico del curso: Televisión, del Sexto Semestre de Comunicación Social, de la Universidad de Pamplona

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Determinar la pertinencia de los contenidos programáticos del curso de Televisión I, del Programa de Comunicación Social, de la Universidad de Pamplona

Establecer las actividades prácticas que se llevarán a cabo en cada unidad del contenido programático.

## 4 INTRODUCCION

Este trabajo tiene como finalidad plantear un diseño didáctico, con el fin de actualizar los contenidos programáticos del curso Televisión I, del programa de Comunicación Social, de la Universidad de Pamplona y de esta manera potenciar en los estudiantes de VI semestre de dicho programa, los conocimientos críticos necesarios para ejercer de manera óptima la profesión escogida. Lo antes mencionado se propone mediante la aplicación de los conocimientos en la vida, es decir, de manera teórico-práctico.

Teniendo en cuenta el análisis realizado al curso objeto de estudio, surgieron necesidades en pro de una reforma urgente. Esta evolución tendría en cuenta diversos aspectos como la gestión de un escenario apropiado para poner en práctica los requisitos teóricos. Cabe resaltar, que este trabajo está enfocado únicamente en la reestructuración del curso y corresponderá a la Universidad conseguir los escenarios y convenios adecuados para la aplicación de este.

A partir de las unidades establecidas dentro del plan de estudio de la materia televisión I, se tomaran estos como referentes teóricos para la puesta en marcha de la propuesta. Cada una de las unidades tendrá su práctica, tomando todos los temas de la unidad en una sola experiencia y de esta forma, no se extenderá el tiempo ya estipulado.

## 5 CONTEXTUALIZACIÓN

Universidad	Universidad de Pamplona
Facultad	Artes y humanidades
Programa	Comunicación Social
Modalidad	Presencial
Curso	Televisión I
Semestre	Sexto
Pre-requisito	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Fotografía II</li><li>▪ Prensa II</li><li>▪ Radio II</li></ul>
Requisito	<ul style="list-style-type: none"><li>• Televisión II</li></ul>
Creditos	Dos

PRESENTACIÓN: EL PROGRAMAS DE TELEVISIÓN I, se imparte en la Universidad de Pamplona en el Sexto Semestre de Comunicación Social, durante 16 semanas, con una intensidad de 62 horas.

### 5.1 ANALISIS DEL CURSO

A continuación se hace un análisis del curso de televisión I y se ponen en visto las falencias que se desean disminuir

Actualmente el objetivo general del curso es que el estudiante adquiera por medio del análisis de teoría y formatos de televisión el nivel de alfabetización necesario para poder desempeñarse como productor de mensajes audiovisuales.

Como objetivos específicos es posible mencionar lo siguiente

- Analizar desde posturas teóricas la televisión como un medio constructor de realidades.
- Conocer la historia y normativa de televisión en Colombia.
- Establecer la investigación como un punto de partida en el proceso de producción audiovisual

- Fortalecer la formación en habilidades técnicas y narrativas propias del lenguaje audiovisual.

Con los objetivos antes mencionados, es posible comenzar estableciendo que en el curso Televisión I, impartido actualmente en la Universidad de Pamplona, los estudiantes adquieren los conocimientos teóricos de manera detallada, sin embargo, es necesario establecer prácticas terminada cada unidad, para vivenciar los temas aprendidos en la teoría, es decir, se deben ampliar las horas de contacto directo con los estudiantes y dichas horas deben ser empleadas en la práctica, haciendo énfasis en el manejo de las cámaras, equipos de televisión, presentación y conducción de un programa de televisión.

## 5.2 ¿CUÁL ES LA PROBLEMÁTICA QUE SE OBSERVA?

En el programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, en el Sexto Semestre, se nota una problemática relacionada con el desarrollo teórico y práctico del curso “Televisión I”. De acuerdo a lo anterior, es importante hacer énfasis en que todo Comunicador Social debe tener un equilibrio entre los saberes y la puesta en marcha de ellos. Esto no ha sucedido en los estudiantes egresados del Programa en mención, por cuanto hay falencias en los contenidos programáticos, el manejo de las cámaras y equipos de televisión, de tal manera que, cuando el profesional se enfrenta al mundo laboral, encuentra problemas y e inconsistencias con lo aprendido.

Por este motivo, la docente investigadora, elabora un Diseño Didáctico, que contemple la falencia en la materia de Televisión I.

### 5.3 UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

#### 5.3.1 Elementos teleológicos.

#### 5.3.2 Visión 2020

Ser una Universidad de excelencia, con una cultura de la internacionalización, liderazgo académico, investigativo y tecnológico, con impacto binacional, nacional e internacional, mediante una gestión transparente, eficiente y eficaz.

#### 5.3.3 Misión

La Universidad de Pamplona, en su carácter público y autónomo, suscribe y asume la formación integral e innovadora de sus estudiantes, derivada de la investigación como práctica central, articulada a la generación de conocimientos, en los campos de las ciencias, las tecnologías, las artes y las humanidades, con responsabilidad social y ambiental (Universidad de Pamplona, 2016).

#### 5.3.4. Reseña Histórica

La Universidad de Pamplona nació en 1960, como institución privada, bajo el liderazgo de Presbítero José Faría Bermúdez. En 1970 fue convertida en Universidad Pública del orden departamental, mediante el decreto No 0553 del 5 de Agosto de 1970 y en 1971 el Ministerio de Educación Nacional la facultó para otorgar títulos profesionales según Decreto No. 1550 del 13 de Agosto.

Durante los años sesenta y setenta, la Universidad creció en la línea de formación de licenciados y licenciadas, en la mayoría de las áreas que debían ser atendidas en el sistema educativo: Matemáticas, Química, Biología, Ciencias Sociales, Pedagogía, Administración Educativa, Idiomas Extranjeros, Español – Literatura y Educación Física.

En los años ochenta la Institución dio el salto hacia la formación profesional en otros campos del saber, etapa que inició a finales de esa década con el Programa de Tecnología de Alimentos.

Posteriormente en los años noventa fueron creados en los campos de las Ciencias Naturales y Tecnológicas, los Programas de Microbiología con énfasis en Alimentos, las Ingenierías de Alimentos y Electrónica y la Tecnología en Saneamiento Ambiental. En el campo de las Ciencias Socioeconómicas, el programa de Administración de Sistemas, inicialmente como tecnología y luego a nivel profesional.

Hoy, la Universidad ha ampliado significativamente su oferta educativa logrando atender nuevas demandas de formación profesional, generadas en la región o en la misma evolución de la ciencia, el arte, la técnica y las humanidades. Cumple esta tarea desde todos los niveles de la Educación Superior: pregrado, posgrado y educación continuada, y en todas las modalidades educativas: presencial, a distancia y con apoyo virtual; lo cual, le ha permitido proyectarse tanto en su territorio como en varias regiones de Colombia y del Occidente de nuestro país vecino y hermano Venezuela.

Esta labor es desarrollada gracias a un equipo de profesionales altamente formados en las mejores universidades del país y del exterior, a nivel de especializaciones, maestrías y doctorados, y a una gestión administrativa eficiente. A su vez el proceso de crecimiento y cualificación de la Universidad ha estado acompañado por la construcción de una planta

física moderna, con amplios y confortables espacios para la labor académica, organizados en un ambiente de convivencia con la naturaleza; lo mismo con la dotación de laboratorios y modernos sistemas de comunicación y de información, que hoy le dan ventajas comparativas en el cumplimiento de su Misión.

El Proyecto Institucional de la Universidad, su carta de navegación, expresa el espíritu abierto y democrático que la caracteriza, y su compromiso con el desarrollo regional y nacional; lo mismo, en sus estrategias se proyecta la dinámica organizacional, administrativa y operativa mediante la cual logra la eficiencia en el cumplimiento de sus propósitos académicos, sociales y productivos.

De acuerdo con la ley 30 de 1992, la Universidad de Pamplona se identifica como una entidad de régimen especial, con autonomía administrativa, académica, financiera, patrimonio independiente, personería jurídica y perteneciente al Ministerio de Educación Nacional (Pamplona, Universidad de Pamplona, 2016).

## 5.4 FACULTAD ARTES Y HUMANIDADES

### 5.4.1 Presentación

La Facultad de Artes y Humanidades fue creada por el Acuerdo No. 051 del 16 de julio de 1999 del Honorable Consejo Superior de la Universidad de Pamplona y está conformada actualmente por los programas de pregrado de Artes Visuales, Comunicación Social, Derecho, Licenciatura en Educación Artística y Cultural, Música y Filosofía y de posgrado la Especialización en Educación Artística y la Maestría en Paz, Desarrollo y Resolución de Conflictos cuenta además con sedes en Pamplona, Cúcuta y Villa del Rosario (Pamplona, Campus Universitario, 2016)



#### 5.4.2 Misión

Formar auténticos profesionales humanistas, desde una postura filosófica de respeto por el otro para que puedan afrontar los retos del Tercer Milenio con proeficiencia, en el contexto de las artes y las Humanidades, interrelacionando la conciencia individual y la conciencia colectiva para enriquecer su quehacer. Esto también implica propiciar la interrelación de las Artes y las Humanidades con la ciencia y la tecnología, en un enfoque multidisciplinario que favorezca el desarrollo de los procesos que la modernidad y la postmodernidad les van presentando (Pamplona, Campus Universitario, 2016).

### 5.5 COMUNICACIÓN SOCIAL

#### 5.5.1 Elementos teleológicos.

#### 5.5.2 Misión

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona forma comunicadores para el desarrollo y el cambio social con valores y principios basados en el humanismo, la investigación y la solución de problemas en la zona de frontera. El comunicador social es conocedor y emprendedor de acciones estratégicas derivadas de las investigaciones en el área de conocimiento para generar con sentido crítico procesos de opinión pública en el campo del periodismo, la comunicación política, la comunicación organizacional, los medios de comunicación audiovisuales y la comunicación publicitaria.

#### 5.5.3 Visión

El Programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona a mediano y a largo plazo se consolidará como un programa que lidera la investigación en comunicación para el desarrollo, enfocado a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región nororiental a

través de los proyectos liderados por docentes y estudiantes, reconociendo las realidades en el área ambiental, salud, educación, periodismo cívico y comunicación corporativa, comunicación publicitaria y comunicación política.

#### 5.5.4 Perfil Profesional

El programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, forma profesionales responsables e idóneos, destacados por su compromiso participativo y activo con su entorno social, con capacidad analítica, crítica, investigativa, interpretativa y creativa en la construcción de mensajes que involucran la calidad de vida de la comunidad abarcando temas como medio ambiente, salud, educación, cultura, avances científicos, en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para las comunidades, organizaciones, empresas y medios de comunicación, bajo principios sociales y humanos que reposa la enseñanza de esta institución.

##### 5.5.4.1. Perfil Ocupacional

Estratega y elaborador de proyectos comunicacionales para el desarrollo y cambio social en organizaciones públicas y privadas.

Realizador de producciones audiovisuales y digitales en medios de comunicación.

Periodista, asumiendo funciones de jefatura de redacción, dirección de emisiones radiales, dirección de informativos televisivos, director de producciones impresas digitales.

Analista y propiciador de agendas de discusión que generen procesos de opinión pública.

Intérprete e impulsor de iniciativas creativas en redes sociales y de aquellas relacionadas con la comunicación publicitaria.

Investigador de problemas regionales de frontera y sistematizador de experiencias (Pamplona, Facultad artes y humanidades, 2016).

Como Anexo se presenta el contenido programático actual de la materia Televisión I y el pensum del programa de Comunicación social vigente

## **6 ANTECEDENTES: ANÁLISIS DEL CURSO EN OTRAS UNIVERSIDADES Y PROGRAMAS**

### 6.1 UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER (Local)

La Facultad de Educación, Artes y Humanidades se encarga de formar profesionales generadores de cambio social, innovación pedagógica y alta capacidad de investigación aplicando las últimas tendencias educativas desde un enfoque multidisciplinario que favorece el desarrollo de los procesos y retos del tercer milenio.

En el Quinto semestre los estudiantes comienzan a ver la materia REDACCION Y GENEROS AUDIOVISUAL, contiene 4 créditos a diferencia de la Unipamplona que se llama TELEVISION I, en esta materia los estudiantes se enseña los planos de televisión, manejo de cámara, funciones de la cámara, producción audiovisual de crónicas, entrevista, redacción de guiones y como evaluación final realización de cortometrajes. Mi pregunta es ¿les enseñaron a presentar para televisión la información que se quería entregar? Por lo visto tampoco.

En el sexto semestre aparece otra materia que tiene que ver con Televisión llamada PRODUCCION AUDIOVISUAL, lleva 4 créditos, en donde enseñan como producir programas, script, análisis de programas, dirigir magazines, noticieros y verificar su contenido (Universidad Francisco de Paula Santander, 2016).

## 6.2 UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, BUCARAMANGA (Regional, Nacional)

### COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

El programa de Comunicación Social - Periodismo inició en 1998 con el acuerdo 24 del 31 de julio de 1996 del Consejo Directivo de la Universidad Pontificia Bolivariana Medellín.

El Programa lleva más de 15 años formando Comunicadores Sociales- Periodistas, con sólidas bases conceptuales, perspectiva global y responsabilidad social frente al desarrollo de la región y del país.

#### **Campos de desempeño:**

De acuerdo con el Modelo Pedagógico Integrado y el plan de estudios, un Comunicador Social - Periodista egresado de la Universidad Pontificia Bolivariana-Seccional Bucaramanga es un profesional que tiene la formación para desenvolverse en tres áreas fundamentales:

- *Periodismo*
- *Comunicación Organizacional*
- *Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social*

El curso TELEVISION, empieza en el Quinto semestre llamada IMAGEN IV TELEVISION, con 3 créditos y en el Sexto semestre se continua viendo IMAGEN V televisión informativa con 3 créditos, como complemento los estudiantes debían haber visto desde el 2do semestre IMAGEN I teoría de la imagen, en el 3er semestre IMAGEN II FOTOGRAFIA y en el 4to semestre IMAGEN III GUIÓN (Universidad Pontificia Bolivariana, 2016).

6.3 UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES, UCES  
(Internacional) Buenos Aires, Argentina.

En UCES, estudiando periodismo brindamos no solo una sólida formación académica, crítica, rigurosa y plural, sino también un aprendizaje y entrenamiento intensivo que te preparara para alcanzar el éxito en producción y redacción a través de las plataformas gráficas, televisivas, radiofónicas y digitales, lo que te convierte en un profesional altamente atractivo para las industrias culturales.

Dentro del Pensum de 10 semestres encontramos que la Materia de TALLER DE TELEVISION la comienzan a ver desde el CUARTO SEMESTRE y seguida en el QUINTO SEMESTRE ven la materia que le sigue PERIODISMO TELEVISIVO (sociales, 2016)

*Tabla 1: Cuadro comparativo de cada una de las universidades tomadas como antecedentes*

<b>Universidad de Pamplona</b>	<b>Universidad Francisco de Paula Santander</b>	<b>Universidad Pontificia Bolivariana</b>	<b>Universidad de ciencias empresariales y sociales</b>
Nombre de la materia: Televisión I  Semestre: VI  Requisito de: Televisión II	Nombre de la materia: Redacción y géneros audiovisuales  Semestre: V  Requisito de: Producción audiovisual	Nombre de la materia: Imagen IV y televisión  Semestre: V  Requisito de: Imagen V	Nombre de la materia: Taller de televisión  Semestre: IV  Requisito de: Periodismo Televisivo

## 7 REQUERIMENTOS

El presente diseño didáctico se explica mediante cuatro requerimientos básicos: Epistémico, Cognitivo, Comunicativo y Socio- Cultural, que al ser desarrollados permitirán reorganizar la actividad pedagógica, mediante el proceso teórico práctico.

### 7.1 REQUERIMIENTO EPISTÉMICO.

La Televisión como medio de comunicación masivo, genera o propicia interés en los televidentes por ciertos programas, por ende, es necesario estudiar a profundidad algunas teorías que nos orienten como comunicadores, para poder transmitir la idea de forma clara y precisa, sin despertar confusión en la audiencia obligándolos a desertar. A continuación se expondrá brevemente la Epistemología de la Comunicación para la producción de información destinada a la Comunicación Pública y de su uso social.

GENESIS DE LA COMUNICACIÓN: La Teoría de la Comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero, en cambio, su objeto de estudio —LA COMUNICACIÓN— es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han precedido al hombre en millones de años (SERRANO, RAIGADA, & SANZ, MADRID, 1982).

LAS APTITUDES NECESARIAS PARA COMUNICAR: El trabajo expresivo es verdadero trabajo, puesto que consume energía y altera temporal o permanentemente una materia; sin embargo, recurre a operaciones que le distinguen de otros trabajos no comunicativos, como se muestra en los ejemplos precedentes.

La característica del trabajo expresivo es la siguiente: cuando Ego altera la materia para servirse de ella como substancia expresiva de la comunicación, sus operaciones están ordenadas a la producción de expresiones. Denomino «expresión» (o «expresiones») a aquella modificación (o modificaciones) que sufre la materia de la substancia expresiva como consecuencia del trabajo de Ego, gracias a la cual (o las cuales) se le confiere a la propia substancia expresiva, o se le transfiere a otra materia, un uso relevante en la interacción comunicativa. Las expresiones aparecen en la materia de la substancia expresiva como un cambio de lugar, un cambio de forma, una huella, una traza. (SERRANO, RAIGADA, & SANZ, MADRID, 1982)

Los estudiantes del programa de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, aprenderán a través de diferentes experiencias, cómo llegar a presentar o conducir programas televisivos en diferentes géneros tales como: Noticiosos, de ficción y entretenimiento, a través de formatos como: noticieros, magazines, documentales entre otros.

Con el objetivo de llegar a informar con propiedad, veracidad y objetividad la noticia del día a día o del tema que se quiera desarrollar, aplicando técnicas de improvisación, memorización



y redacción, con el ánimo de disponer de información para el mejoramiento de la calidad de la educación.

Esta clase de Televisión I, se desarrollará en el Sexto Semestre de la carrera, cuando ya el estudiante haya conocido la parte teórica de la Comunicación Social, de los diferentes medios de comunicación y de los otros cursos que abarcan y hacen que el estudiante desarrolle sus habilidades en lectura y escritura, permitiendo el diseño de estrategias orientadas hacia el desarrollo de competencias básicas, que requieren habilidades intelectuales específicas como: interpretar, argumentar, proponer, entre otras.

## 7.2 REQUERIMIENTO COGNITIVO

Para lograr el aprendizaje de los saberes del curso de televisión 1, se estableció complementar la teoría expuesta en clase con experiencias reales, donde el estudiante pueda experimentar, analizar, conjeturar, lo que sería apropiado realizar en su campo de acción profesional, en este caso, escenarios televisivos.

Como requisito para el curso en estudio, se necesita haber aprobado Prensa 2, código 152214, Radio 2, código 152215, de Cuarto Semestre y Fotografía 2 152209 de Quinto. A su vez, esta es correquisito de Televisión 2, código 152012.

El estudiante de Sexto Semestre de Comunicación Social de la Universidad de Pamplona, ha desarrollado sus habilidades de comprensión lectora, redacción y personalidad, es por eso que, aprenderá de manera teórico- práctica, cuáles son los parámetros para presentar un programa televisivo. Con clases de improvisación, dicción, vocalización, memorización, redacción, gesticulación, entre otros. Para su proceso, se debe tener en cuenta el entorno

social, debido a la ubicación en la zona fronteriza, por esta razón se encontrarán estudiantes del país vecino, con diferente cultura, como también, estudiantes provenientes de las comunas, barrios, corregimientos de Cúcuta y su área metropolitana.

### 7.3 REQUERIMIENTO COMUNICATIVO

A continuación se dan a conocer cada una de las unidades con su respectiva temática, haciendo énfasis en la implementación de la práctica en la materia, también se hace una breve descripción de la labor del docente y del estudiante y el sistema de calificación que se tendrá en cuenta.

El docente estará encargado de la formación integral de cada uno de sus estudiantes, estará capacitado para proporcionarles las herramientas necesarias para un aprendizaje crítico y práctico que los acerque cada día a sus campo de acción, para llevar a cabo lo antes mencionada es necesario aclarar que se trabajará conjuntamente con los estudiantes. Los estudiantes tendrán como fin adquirir todos los conocimientos y toda la destreza básica para desenvolverse en el medio televisivo.

El docente, debe tener experiencia o conocer profundamente el tema de cómo se debe presentar en televisión, la lectura es parte fundamental de ello; desarrollará el nivel de improvisación y ampliará el léxico del estudiante. Realizarán la lectura de la noticia del día por clase y se debatirá en forma grupal. Antes de iniciar la lectura, se harán ejercicios de gesticulación, dicción y vocalización, con el objetivo de afianzar la noticia y se conozca de una manera clara y entendible.

Se entrará a una parte didáctica y divertida, pues con juegos de improvisación se aprenderá a retener información y se generarán más significados de dicho tema. El docente gestionará la visita de los estudiantes a canales locales, regionales y nacionales, participando en programas de televisión que se estén emitiendo en vivo, para así conocer cómo se realizan, ejecutan y desarrollan.

Se realizarán simulacros de presentación dentro del aula de clase. Los estudiantes en grupo de 3, realizarán el montaje de un Programa Televisivo en el formato que escojan, acá deben

hacerlo real como si estuvieran en vivo. Desarrollando destrezas y habilidades para hablar, comunicar y presentar, para que en un futuro, estando en el campo ya se sientan familiarizados y no sea nada nuevo, ni desconocido.

Teniendo en cuenta las unidades mencionadas anteriormente, se realizarán las actividades prácticas para cada una de ellas. Se escogerá la temática necesaria por unidad.

#### Unidad 1: Análisis del medio audiovisual

<b>TEMA</b>	<b>HORAS DE CONTACTO DIRECTO</b>	<b>DE HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE</b>	
Análisis de la televisión desde miradas teóricas: recepción y contenidos	2	4	1
Desarrollo de la Televisión como Medio de Comunicación Masivo	2	4	
Interactividad de las Audiencias en la Televisión Digital	2	4	
Práctica (Fusión de la temática)	3	5	

Por lo tanto, los temas de esta unidad, se exponen a continuación, como también la metodología aplicada para la parte práctica, fusionando los temas teóricos.

Se entrará a una parte didáctica y divertida, pues con juegos de improvisación se aprenderá a retener información y se generarán más significados de dicho tema. Los estudiantes tendrán las competencias necesarias para el diseño de encuestas, para determinar la influencia que tiene la televisión en sus vidas.

## UNIDAD 2. INTRODUCCIÓN AL MEDIO AUDIOVISUAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE	
Historia de la Televisión a nivel mundial	2	4	3
Historia de la Televisión en Colombia	2	4	
Normativa de la Televisión en Colombia	2	4	4
Formatos Televisivos	2	4	
Práctica	3	5	

Los tipos de FORMATO están articulados cultural e históricamente por reglas y clases de elementos identificables que se manifiestan en tipos de filmes y programas de televisión, tales como noticias, deportes, educación, drama, variedad y publicidad.

### Práctica

En esta unidad, es posible establecer actividades lúdicas que permitan potenciar en los estudiantes la capacidad para crear formatos televisivos, que de manera cultural fomenten en los televidentes criterios claros sobre: deportes y noticias a nivel regional, nacional y mundial

Esto se desarrollará mediante la fusión de la historia de la televisión y la creación de formatos televisivos. Los estudiantes realizarán guiones, los cuales deben tener un fundamento teórico basado en la historia de la Televisión en Colombia. Se realizarán dichos guiones en grupos de 3 estudiantes.

### UNIDAD 3. GRAMÁTICA AUDIOVISUAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE	
<b>Aspectos Morfológicos</b>	2	4	5
Elementos Visuales y Elementos Sonoros			
<b>Aspectos Sintácticos</b>	6	12	6
Planos, Ángulos, Composición, Profundidad de Campo, Espacio en Campo y Fuera de Campo Movimientos de la Cámara, Iluminación , Color			
Intensidad del Sonido, Música, Diálogos			
Practica	6	12	

#### Práctica

Se realizarán simulacros de presentación dentro del aula de clase. Los estudiantes en grupo de 3, realizarán el montaje de un programa televisivo en el formato que escojan, acá deben hacerlo real como si estuvieran en vivo. Desarrollando destrezas y habilidades al hablar, comunicar y presentar, para un futuro estando en el campo ya se sientan familiarizados y no sea nada nuevo, ni desconocido.

### UNIDAD 4. ETAPAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE	

<b>Etapa de Preproducción Audiovisual</b>	6	12	8
Investigación			
Guion			
Personal de Producción Logística y Presupuesto			
<b>Etapa de Producción Audiovisual</b>	4	8	9
Taller de Iluminación			
Taller de Entrevista			
<b>Etapa de Postproducción Audiovisual</b>	8	16	10 11
Montaje: Script, Continuidad sonora y visual Ritmo, Signos de Puntuación			
Enlace de Planos: Elipsis, Corte, Insertos, Ventanillas y Fundidos			
Sonorización: Música, Corte Audios, Testimonio, Cortinillas			
Efectos Sonoros Y Visuales			
Textos y Gráficos Juegos Espacio-Temporales: Flasbacks y Flashforwards			

### Práctica

Se tomará la sub-unidad de post producción como parte práctica, realizando Juegos Espacio-Temporales: Flasbacks y Flashforwards, en los cuales se incorporarán temas como: Montaje: Script, Continuidad sonora y visual, Ritmo, Signos de Puntuación. Se realizarán simulacros

de entrevistas, en los cuales los estudiantes crearán los guiones necesarios y el docente evaluará gestos y vocalización, manejo de cámaras y posturas. Los estudiantes contarán con los equipos e instrumentos necesarios, sin embargo, ellos estarán encargados de la logística y el reparto de actividades, es decir, por grupos cada estudiante tendrá un rol que desempeñar, por ejemplo, entrevistador, creador del guion, personal de producción y logística.

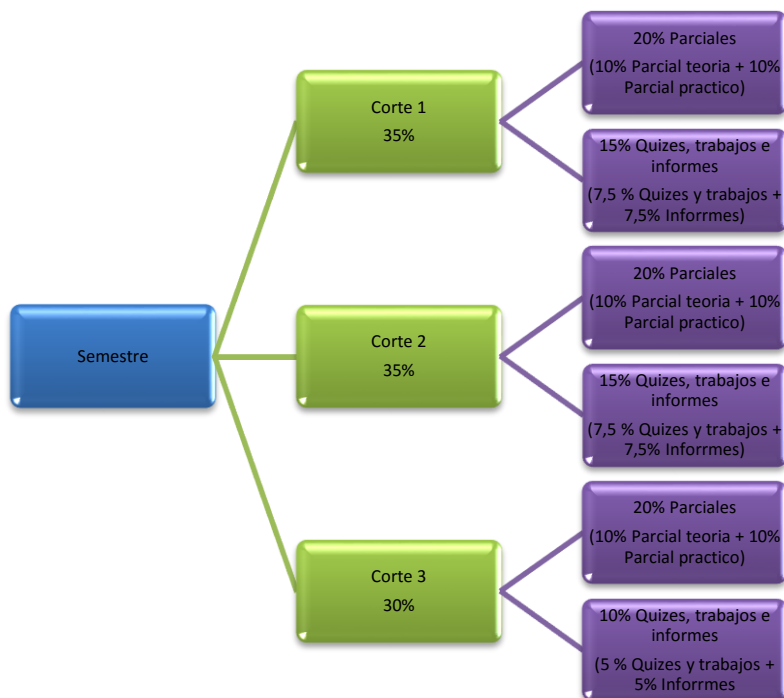
## Evaluación

Se evaluará a los estudiantes mediante un informe, el cual debe ser entregado post- práctica, es decir un informe por unidad.

4 informes en el semestre. Teniendo en cuenta los objetivos, los resultados y un análisis de los mismos. En este, se tendrá en cuenta redacción, ortografía, coherencia, expresión crítica, análisis y comparación teórica

A continuación de manera general se expone de manera concisa la forma de evaluación de la materia teniendo en cuenta el porcentaje de cada corte establecido por la universidad de Pamplona.

*Tabla 2 Evaluación de la materia*



#### 7.4 REQUERIMIENTO SOCIO-CULTURAL

En la primera clase, el docente socializará junto con los estudiantes las horas de entrada y salida, para establecer la puntualidad. Además, dará a conocer el proceso metodológico de cómo se irán desarrollando las clases, para así cumplir con el objetivo. La participación del estudiante es fundamental, es por ello, que los estudiantes deben sustentar y dar a conocer los trabajos dejados por el docente en cada clase, para que así, los compañeros también conozcan otros puntos de vista. En las clases de simulacros de presentación, los estudiantes deben ir vestidos acorde al formato a presentar. Importante la responsabilidad y el cumplimiento de sus compromisos académicos. La ética y los valores son el eje primordial en este requerimiento.



## 8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como presentadora del café de la mañana del canal TRO he podido observar que los practicantes de comunicación social de la Universidad de Pamplona en el momento en que se enfrentan a la conducción de un programa televisivo, presentan dificultades para realizar con eficacia su trabajo, lo anterior se debe a que en el pregrado se hace más énfasis en la teoría de los elementos y herramientas que conlleva la televisión. Por esto, con la implementación de este diseño se espera que los estudiantes al culminar sus estudios estén en la capacidad de conducir y presentar programas televisivos identificando los parámetros necesarios, mediante la experiencia realizada en la práctica de televisión 1.

Los elementos del lenguaje audiovisual tales como la teoría de la televisión en términos del lenguaje, expresión, la narrativa, guiones, entre otros, son fundamentales que el estudiante los identifique en televisión 1 para la construcción del mensaje que se desea transmitir. Se le recomienda al docente facilitador que a partir de la teoría se realicen ejercicios prácticos que involucren el sonido y la imagen como por ejemplo de musicalización, comercial, fil minuto, para que se logre armonizar la dinámica de grupo del trabajo del productor, camarógrafo, presentador, guionista, etc.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Pamplona, U. d. (7 de Octubre de 2016). *Campus Universitario*. Obtenido de Universidad de Pamplona: <http://www.unipamplona.edu.co/fartes/>
- Pamplona, U. d. (6 de Octubre de 2016). *Facultad artes y humanidades*. Obtenido de <http://www.unipamplona.edu.co/comsocialpamplona/>
- Pamplona, U. d. (15 de Noviembre de 2016). *Universidad de Pamplona*. Obtenido de Universidad de Pamplona: [http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home\\_1/recursos/universidad/31032009/resena\\_historica.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_1/recursos/universidad/31032009/resena_historica.jsp)
- SERRANO, M. M., RAIGADA, J. L., & SANZ, J. G. (MADRID, 1982). TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. *VOLUMEN VIII DE CUADERNOS DE LA COMUNICACION*, 19-20.
- sociales, U. d. (20 de Octubre de 2016). *UCES*. Obtenido de <http://www.uces.edu.ar/carreras-universitarias/facultad-ciencias-comunicacion/comunicacion-social/>
- Universidad de Pamplona*. (15 de Noviembre de 2016). Obtenido de [http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home\\_1/recursos/universidad/31032009/vision\\_mision.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_1/recursos/universidad/31032009/vision_mision.jsp)
- Universidad Francisco de Paula Santander. (21 de Octubre de 2016). *UFPS.EDU*. Obtenido de [http://www.ufps.edu.co/ufps/atencionalciudadano/pdf.php?pdf=http://www.ufps.edu.co/ufpsnuevo/archivos/CONTPROG\\_COMUNICACION\\_SOCIAL.pdf](http://www.ufps.edu.co/ufps/atencionalciudadano/pdf.php?pdf=http://www.ufps.edu.co/ufpsnuevo/archivos/CONTPROG_COMUNICACION_SOCIAL.pdf)
- Universidad Pontificia Bolivariana. (23 de Octubre de 2016). *UPB Bucaramanga*. Obtenido de <https://www.upb.edu.co/es/pregrados/comunicacion-social-periodismo-bucaramanga>

## 9 ANEXOS

### 9.1 CONTENIDOS PROGRAMATICOS

#### UNIDAD 1. ANÁLISIS DEL MEDIO AUDIOVISUAL

<b>TEMA</b>	<b>HORAS DE CONTACTO DIRECTO</b>	<b>DE</b>	<b>HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE</b>	
Análisis de la televisión desde miradas teóricas: recepción y contenidos	2		4	1
Desarrollo de la Televisión como Medio de Comunicación Masivo	2		4	
Audiencias Activas ante el Consumo Televisivo	2		4	2
Interactividad de las Audiencias en la Televisión Digital	2		4	

#### UNIDAD 2. INTRODUCCIÓN AL MEDIO AUDIOVISUAL

<b>TEMA</b>	<b>HORAS DE CONTACTO DIRECTO</b>	<b>DE</b>	<b>HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE</b>	
Historia de la Televisión a nivel mundial	2		4	3
Historia de la Televisión en Colombia	2		4	
Normativa de la Televisión en Colombia	2		4	4
Formatos Televisivos	2		4	

### UNIDAD 3. GRAMÁTICA AUDIOVISUAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE	
<b>Aspectos Morfológicos</b>	2	4	5
Elementos Visuales y Elementos Sonoros			
<b>Aspectos Sintácticos</b>	6	12	6
Planos, Ángulos, Composición, Profundidad de Campo, Espacio en Campo y Fuera de Campo			
Movimientos de la Cámara, Iluminación, Color			
Intensidad del Sonido, Música, Diálogos			
<b>Aspectos Semánticos</b>	2	4	7
Denotación y Connotación, Originalidad o redundancia			

### UNIDAD 4. ETAPAS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE	
<b>Etapa de Preproducción Audiovisual</b>	6	12	8
Investigación			
Guion			
Personal de Producción			

Logística y Presupuesto			
<b>Etapa de Producción Audiovisual</b>	4	8	9
Taller de Iluminación			
Taller de Entrevista			
<b>Etapa de Postproducción Audiovisual</b>	8	16	10 11
Montaje: Script, Continuidad sonora y visual Ritmo, Signos de Puntuación			
Enlace de Planos: Elipsis, Corte, Insertos, Ventanillas y Fundidos			
Sonorización: Música, Corte Audios, Testimonio, Cortinillas			
Efectos Sonoros Y Visuales			
Textos y Gráficos Juegos Espacio-Temporales: Flasbacks y Flashforwards			

#### **UNIDAD 5. PRODUCCIÓN TALLER AUDIOVISUAL: Documental**

<b>TEMA</b>	<b>HORAS DE CONTACTO DIRECTO</b>	<b>HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE</b>	
Visualización Documentales	2	4	12
Propuesta Documental	2	4	

Taller Guion Propuesta Documental	4	4	13
Producción Documental	4	8	14
Postproducción Documental	8	12	15
			16

## 9.2 SISTEMAS DE EVALUACION

Exposiciones y Talleres.....	20%
Ejercicio de Musicalización.....	15%
Ejercicio Etnografía del Espacio.....	10%
Ejercicio Mensaje Institucional.....	10%
Ejercicio Adaptación.....	15%
Producción Video Documental.....	20%
Producto final.....	20%

## 9.3 PENSUM

COMUNICACION SOCIAL 2006		2006-1			EN OFERTA	
<b>Periodo: 1</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
164001	ANTROPOLOGÍA	2	0	-	2	
153002	CÁTEDRA FARIA	2	0	-	2	
162003	HABILIDADES COMUNICATIVAS	2	0	-	2	
153101	INTRODUCCIÓN A LA LÓGICA	3	0	-	3	
152013	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	3	0	-	3	
162008	TEORÍA LINGÜÍSTICA	3	0	-	3	
<b>Periodo: 2</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
164004	EDUCACIÓN AMBIENTAL	2	0	-	2	
157010	ESTADÍSTICA APLICADA A LAS CIENCIAS SOCIALES	2	0	-	2	R - 153101
153104	PSICOLOGÍA SOCIAL Y COMUNITARIA	2	3	-	3	R - 152013
152216	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	2	3	-	3	R - 162003
162007	SEMIÓTICA	3	0	-	3	R - 162008
152014	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II	3	0	-	3	R - 152013
<b>Periodo: 3</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152003	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO I	1	3	-	2	R - 152014
153003	FILOSOFÍA DE LA COMUNICACIÓN	3	0	-	3	R - 164001
152007	FOTOGRAFÍA I	1	3	-	2	R - 162007
164236	HISTORIA POLÍTICA DE COLOMBIA	2	0	-	2	R - 164001
152211	MANEJO DE FUENTES	1	3	-	2	R - 152216
152009	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	3	0	-	3	R - 157010
152217	REDACCIÓN PERIODÍSTICA II	0	6	-	2	R - 152216
<b>Periodo: 4</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152203	COMUNICACIÓN Y CULTURA	3	0	-	3	R - 152003 R - 162007
152004	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO II	1	3	-	2	R - 152003
152209	FOTOGRAFÍA II	0	6	-	2	R - 152007
164013	HERMENÉUTICA DE LA COMUNICACIÓN	2	0	-	2	R - 153003 R - 153104
152010	PRENSA I	1	3	-	2	R - 152211 R - 152217
152011	RADIO I	1	3	-	2	R - 152211 R - 152217
164024	TEORÍAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES	3	0	-	3	R - 152009 R - 152211
<b>Periodo: 5</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152001	COMUNICACIÓN CORPORATIVA I	1	3	-	2	R - 152011 R - 152209
152204	COMUNICACIÓN Y DESARROLLO III	0	6	-	2	R - 152004
152208	ETNOGRAFÍA DE LA COMUNICACIÓN	2	-	-	2	R - 152203 R - 164024
162005	NARRATIVA UNIVERSAL	4	0	-	4	R - 162007 R - 162008
152214	PRENSA II	0	6	-	2	R - 152010
152215	RADIO II	0	6	-	2	R - 152011
<b>Periodo: 6</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152002	COMUNICACIÓN CORPORATIVA II	0	6	-	2	R - 152001
152005	COMUNICACION, EDUCACION Y DESARROLLO	1	3	-	2	R - 152204
168002	DISEÑO GRAFICO Y MULTIMEDIA	1	3	-	2	R - 152001 R - 152214
150001	ELECTIVA SOCIOHUMANÍSTICA I	2	0	-	2	
152006	ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN	1	3	-	2	R - 152001 R - 152204
164022	SOCIOLOGÍA	3	0	-	3	R - 152203 R - 153104
152012	TELEVISIÓN I	1	3	-	2	R - 152209 R - 152214 R - 152215
<b>Periodo: 7</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos

152206	COMUNICACION Y MEDIO AMBIENTE	2	0	-	2	R - 152005 R - 152006
152205	EL MEDIO COMO EMPRESA	1	3	-	2	R - 152002 R - 152006
150002	ELECTIVA SOCIOHUMANISTICA II	2	0	-	2	R - 150001
161002	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	3	0	-	3	
152212	OPINIÓN PÚBLICA	3	0	-	3	R - 152005 R - 152203
159004	PUBLICIDAD Y VENTAS	3	0	-	3	R - 152002
152218	TELEVISIÓN II	0	6	-	2	R - 152012
<b>Periodo: 8</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152201	APRECIACIÓN CINEMATOGRAFICA	1	3	-	2	R - 152218
152202	COMUNICACIÓN DIGITAL	1	3	-	2	R - 152218 R - 168002
152207	COMUNICACION PARA LA SALUD	3	-	-	3	R - 152006
164010	ÉTICA	2	0	-	2	
152210	LEGISLACIÓN EN MEDIOS	2	0	-	2	R - 152205 R - 152218
152008	MEDIOS Y SOCIEDAD	3	0	-	3	R - 152212 R - 152218
164019	MUNDO CONTEMPORÁNEO	3	0	-	3	R - 150002 R - 152212
<b>Periodo: 9</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
152213	PRÁCTICA PROFESIONAL	0	48	-	16	R - 152008 R - 152201 R - 152202 R - 152207 R - 152210 R - 164010 R - 164019
<b>Periodo: 10</b>						
Código	Nombre de la Asignatura	HT	HP	HTP	Créditos	Requisitos
173238	ACTIV DEPOR,RECRE Y CULT-DEP UNIVERSITARIO(EXTRAP)	-	2	-	0	
369006	CIVICA Y CONSTITUCION (EXTRAPLAN)	2	-	-	0	
167281	INFORMATICA BASICA (EXTRAPLAN)	-	2	-	0	
152219	TRABAJO DE GRADO	0	48	-	16	R - 152213
<b>Tipos de Requisito: R - Requisito, C - Correquisito, N - Nota mínima</b>						