



TALLER 3: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LAS SOCIEDADES CONTEMPORANEAS

Nexos, canal de televisión de la Universidad de La Habana: hacia una TV universitaria en internet

Nexos, television channel of the University of Havana: towards a university TV on the internet

1-Karla Picart Rodriguez. Universidad de La Habana, Cuba, karlapicart@gmail.com

2-Patricia Hernández Acevedo. Universidad de La Habana, Cuba
phacevedo98@gmail.com,

Resumen:

La televisión como medio ha logrado sacar provecho de las tecnologías de la información y la comunicación y con ello fortalecerse. En ese mismo sentido, la televisión universitaria no puede quedarse atrás, aunque sus lógicas de producción difieran de los grandes medios. Esta investigación se trazó como objetivo caracterizar las televisoras universitarias del continente que tuvieran presencia en internet; caracterizar la presencia internet de Nexos e identificar las principales características de la televisión universitaria en internet que son aplicables al contexto del Canal Nexos de la Universidad de La Habana. Se utilizó la revisión bibliográfica documental como técnica, además de realizarse un estudio de benchmarking y se empleó la observación no participante. La investigación arrojó que apostar por una televisión en internet debe superar el simple acontecimiento de emisión audiovisual. Asimismo, mostró cómo las televisoras buscan vías de auto sustentación que van desde la prestación de servicios comunicativos, alquiler de equipos, hasta la inclusión de la publicidad. De igual forma, evidenció que Nexos genera un flujo de contenidos que combina la programación producida directamente para la TV en convergencia mediática con las plataformas digitales. Asimismo, Nexos para mutar a la TV universitaria debe construir estrategias multiplataformas que incluya el streaming, TV a la carta y ver a las redes más allá de una herramienta divulgativa. Se concluye es preciso un cambio de enfoque en la gestión del canal a partir de las



necesidades de su audiencia que apuntan hacia una presencia digital y con más libertad de consumo.

Abstract: *Television as a medium has managed to take advantage of information and communication technologies and thereby strengthen itself. In that same sense, university television cannot be left behind, although its production logic differs from the large media. The objective of this research was to characterize the university television stations on the continent that had a presence on the Internet; characterize the Internet presence of Nexos and identify the main characteristics of university television on the Internet that are applicable to the context of the Nexos Channel of the University of Havana. Documentary bibliographic review was used as a technique, in addition to carrying out a benchmarking study and non-participant observation was used. The research showed that investing in television on the Internet must go beyond the simple event of audiovisual broadcasting. Likewise, it showed how television stations look for ways of self-sustaining that range from the provision of communication services, rental of equipment, to the inclusion of advertising. Likewise, it showed that Nexos generates a flow of content that combines programming produced directly for TV in media convergence with digital platforms. Likewise, Nexos to mutate into university TV must build multiplatform strategies that include streaming, on-demand TV and see networks beyond an informative tool. It is concluded that a change of focus is necessary in the management of the channel based on the needs of its audience that point towards a digital presence and more freedom of consumption.*

Palabras Clave: Televisión; Televisión universitaria, Televisión en internet, Canal universitario

Keywords: *Television; University television, Internet television, University channel*

1. Introducción

Las universidades son espacios idóneos para gestionar procesos de comunicación en función del desarrollo humano. Desde su surgimiento y con el paso del tiempo han



legitimado su pertinencia y han evolucionado ajustando sus rumbos a las demandas sociales.

La concurrencia de intelectualidad en las universidades, la concentración de conocimiento sistematizado en planes de estudio, programas, guardados en bibliotecas, cátedras, en una constante renovación y actualización han generado todo un hervidero investigativo con la aplicación de esos resultados. Gracias a esto, las universidades son focos potencias del progreso de las naciones. En su seno está el termómetro de la sociedad y se repasan tendencias, se evalúan frenos y oportunidades, se legitiman y se cuestionan paradigmas.

En ese sentido, la Universidad de La Habana es un centro de referencia internacional que se ha caracterizado por potenciar el desarrollo científico con el objetivo, no solo de preparar en mejores condiciones a los futuros profesionales, sino de que desde las aulas se puedan ya brindar aportes significativos a la sociedad. Y que, en cierta medida, representa un ejercicio de capacitación, pero además de saber conjugar distintas especialidades en un mismo proyecto.

Dentro de ese contexto se inserta la Facultad de Comunicación que se ha caracterizado por ser un espacio que promueve el intercambio y el desarrollo local a partir de proyectos investigativos que tributan, indudablemente, al perfeccionamiento social en la Isla. De ahí que con la creación de un propio Estudio de televisión universitaria y con las condiciones que este requiere, se han potenciado aún más las iniciativas para, desde la universidad, crear programas y contenidos que sean de interés para la ciudadanía.

Al intentar conceptualizar a la Televisión Universitaria participativa es preciso ubicarla en el nivel comunitario, porque desde su producción audiovisual revaloriza lo local con un sentido cooperativo entre las personas de la comunidad universitaria, y arraiga la pertenencia hacia ella. Se alimenta del acontecer de los centros de educación superior, por eso su marcada función educativa y cultural. Aprovecha el saber que atesoran, lo cultiva y divulga. (Reselló, 2007)

En este constante revolucionar de las universidades, no podemos dejar fuera a la TICs que también han influido en la construcción de un nuevo paradigma de televisión universitaria. Es por ello que esta investigación primero propone una caracterización del contexto actual del canal Nexos en cuanto a su presencia en el espacio digital; asimismo, realiza una caracterización de televisoras universitarias latinoamericanas con presencia



en internet y, por último, identifica las principales características de la televisión universitaria en internet que son aplicables al contexto del Canal Nexos de la Universidad de La Habana.

2. Metodología

Tipo de investigación: descriptiva con perspectiva cualitativa

Métodos:

En primer lugar, se empleó el **método bibliográfico-documental** y, como parte de este, la **técnica revisión bibliográfico-documental**. Con esta, se persigue la comprensión del tema de análisis, a partir de la búsqueda, lectura, evaluación y síntesis de las investigaciones antecedentes en torno al fenómeno.

Por otro lado, se utilizó las propias métricas de Facebook para obtener las estadísticas de la interacción con los usuarios.

Se realizó también un estudio de **benchmarking** para analizar las propuestas de televisoras homólogas del continente.

Población y muestra:

Se tomó como población todas las televisoras universitarias del continente Latinoamericano. Se seleccionaron seis universidades latinoamericanas, bajo el criterio de ser públicas, gratuitas y con presencia de la televisión en internet.

3. Resultados y discusión

Nexos Multimedia: de la convergencia a la mutación

Desde su fundación en el año 2018, el Canal Nexos nunca ha contado con frecuencias radiales ni televisivas propias, de modo que depende de terceros para su emisión. Por lo tanto, se ha propuesto incursionar con profundidad en el mundo digital para convertirse en una plataforma multimedial que exista con independencia de su emisión en las cadenas radiales y televisivas con las que tiene convenio.

La ausencia de frecuencia propia, así como la naturaleza misma del canal, exigen el planteamiento de la convergencia mediática como una necesidad.

De este modo, su equipo busca generar un flujo de contenidos que combine la programación producida directamente para TV o emisión radial con la elaboración de productos para su circulación en redes sociales y canales propios. Muchas veces los materiales o secciones integrantes de los programas son adaptados por el equipo multimedia para ajustarse a los códigos de las redes sociales en las que operan y así



ofrecer un contenido que pueda ser consumido con independencia del resto del programa, con una visualidad distintiva de la marca y que sea capaz de generar interacción con la audiencia.

Se trabaja por adoptar una narrativa transmedia que permita contar una historia en diferentes lenguajes y diferentes medios, y con ese propósito ha estado trabajando el equipo multimedia en el caso de la televisión, en pos de que los contenidos publicados para promocionar los programas funcionen no solo como antesala, sino también como complemento de lo que luego se podrá ver en la emisión televisiva.

La quimera es construir un relato que comience en las redes sociales, se enriquezca de los contenidos que los propios usuarios puedan generar y que luego sean reflejados en las emisiones donde se amplíe el tema, y finalmente, que haya un proceso de retroalimentación entre los espectadores/usuarios y los productores de contenidos. Lo que busca este tipo de estrategias es construir historias que transgredan la mera emisión de una parrilla televisiva tradicional, donde la audiencia adquiera protagonismo, lo cual teniendo en cuenta las características del canal ha de ser prioritario.

Para ello se está introduciendo una serie de cambios en la forma de pensar los programas y las estrategias comunicativas al interior de estos. En primer lugar, incorporando estudiantes de comunicación social, periodismo y ciencias de la información que se hagan cargo, en cada uno de los programas, de crear contenido exclusivo sobre las temáticas de la emisión pensados en los formatos y tiempos de las redes sociales. (Ver figura 1, 2 y 3) Se intenta poner en práctica un modelo que estimule la promoción de los programas no solo en el momento final de su divulgación, con motivo de la emisión televisiva, sino desde la propia concepción del mismo, desde las fases investigativas y la producción.

Aún el canal está lejos de convertirse realmente en un multimedio, pero la perspectiva es articular un público que le siga directamente desde las redes, y generar flujo hacia los repositorios de contenidos audiovisuales como YouTube e Ivoxx y una parrilla que luego pueda funcionar en streaming.

Informe estadístico Nexos Redes

Momento en el que se empezó a aplicar la nueva estrategia de redes sociales: enero 2023



IV Convención Científica Internacional UCLV 2023
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas
TÍTULO

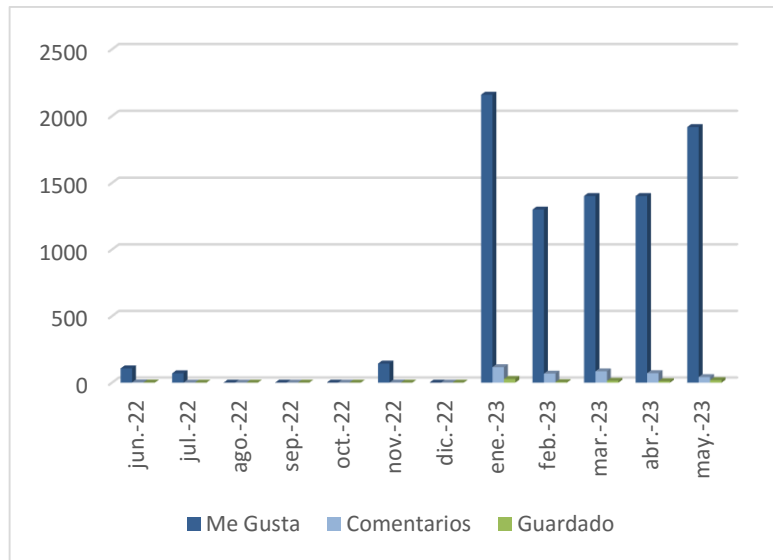


Figura 1. Interacciones durante la etapa de implementación. Elaboración Propia

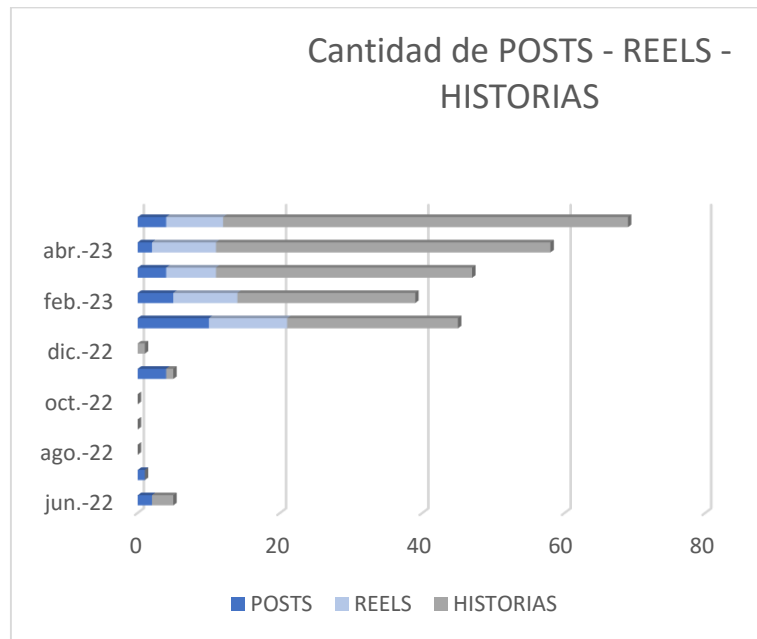


Figura 2. Cantidad de post, reels y stories. Elaboración propia

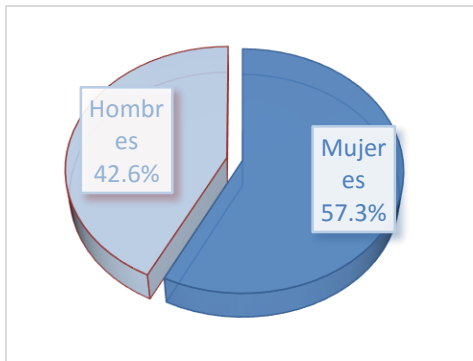


Figura 3. Alcance de seguidores por sexo. Elaboración propia

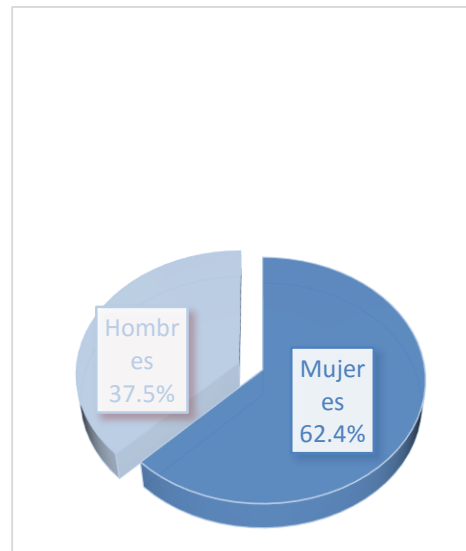


Figura 4. Interacciones de seguidores por sexo. Elaboración propia

Análisis de los resultados

TVUNAM

La televisora de la Universidad Autónoma de México cuenta con transmisión broadcast abierta y de paga. Salió al aire por primera vez el 24 de octubre de 2005. Aboga por un estilo propio, resaltando los temas culturales. En cuanto a sus programas podemos encontrar algunos como: Música en escena: Música antigua; Concierto Latinoamericano México; Fuerza latina, entre otros.

Lo formatos de programas más comunes son las mesas de debate, agendas culturales de la universidad, y programas educativos de diversas áreas, como historia, ciencia, tecnología, etc. a modo de reportajes. Presenta una barra de cartelera y transmite 24h. Tiene presencia en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, Dailymotion como repositorio y Youtube que funciona como plataforma de anclaje para sus videos. Con 494 k suscriptores y existe participación del público mediante los comentarios. Tiene actualización constante de su contenido con Programas del canal elaborados para la plataforma.

Su modelo de gestión de UNAMTV consiste en producir contenidos conveniados con la dirección de la universidad, sin estar relacionada con la comunidad académica. La



comunidad universitaria no tiene relación directa con las producciones que elabora la televisora, con excepción de eventos de carácter científico o de investigación. Los programas "UNAM responde" o "Ventana Mirador universitario" son algunos de los espacios que evidencian la poca presencia de la comunidad universitaria.

La web privilegia estas producciones "colaborativas" en la portada y luego está organizada con botones: En Vivo; Bajo demanda; Los más visto en Youtube; Cartelera. Declaran la presencia de un Comité de producción y programación por cada una de las ramas del conocimiento de la universidad. Igualmente, dedican un espacio denominado Transparencia donde exponen el presupuesto asignado y los informes al terminar el año. Además del videostreaming, ofrecen servicio de retransmisión, buscador, acceso a usuarios y la facilidad de poder comentar como se mencionó anteriormente.

TVU/ UNLP

La televisión de la Universidad Nacional de La Plata, en Argentina, forma parte de los proyectos extensionistas de la institución. Producen y emiten programas de corte educativo, ficción, deportes, informativos y de temas variados destinados a la comunidad universitaria y de la región. La producción de programas está dirigida no solo a visibilizar el conocimiento generado en las aulas, institutos y laboratorios, sino también del capital humano que lo desarrolla. Transmiten por Televisión Digital Abierta, además el servicio de videostreaming por la web.

La TV UNLP nació luego de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, lo que lo convirtió en el primer canal de televisión universitario tras esta medida. Desde su inauguración, el 23 de octubre de 2012 comenzó sus transmisiones con antena propia en el canal 56 del sistema de Televisión Digital Abierta. Luego en el 2018 migró a la señal 32 de la TDA de manera definitiva y años después incorporó la señal por internet con <https://tv.unlp.edu.ar/>. También se transmite por sistemas de cable privados. En el año 2016 se incorporó a la parrilla de Cablevisión Digital (Canal 34 HD) primero, y al servicio de Flow un año después en la señal 544.

Cuenta con una parrilla de un 70% de programación propia, con presencia de programas en vivo, microproducciones y spots. Emite 120 horas semanales de producción propia con contenido que van desde programas educativos, ficción, variados, deportes y noticias destinados a la comunidad intra y extrauniversitaria. Cuenta también con redes como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube donde tiene anclado los videos de la web.



Presenta un modelo entre Laboratorio, con una programación vinculada a las necesidades docentes y la producción de contenidos propios. Da a conocer la actualidad universitaria en el área institucional y académico. A su vez lo combina con el modelo Autónomo independiente que está subordinado a los objetivos de los universitarios y logra producir una programación equilibrada. Puede incluir entre sus elementos la publicidad para la universidad, pero no es su único fin.

UchileTV

La universidad de Chile cuenta con su propio canal orientado a la difusión del quehacer universitario, sin dejar de lado el desarrollo integral del país. Las primeras transmisiones se llevaron a cabo en 1960 por la frecuencia 9 de la televisión abierta que más tarde se trasladaría a la 11. El 1933 ocurrió un vacío en la televisión pública hasta 27 años después que nuevamente entraría al país la señal abierta que retomó la tv universitaria y permitió el nacimiento de un nuevo canal, es vez con los requerimientos de una sociedad hiperconectada.

Uchile TV nació el 30 de diciembre de 2020 en plena pandemia de Covid 19. Al tener el servicio de señal abierta pueden llegar a todo el país. La producción que en el canal se genera no representa una competencia con los canales tradicionales, pues el nivel económico es inferior, no obstante, declaran la posibilidad de emplear fondos concursales del estado mediante el Consejo Nacional de TV y otras vías de financiamiento.

Su variada parrilla incluye programas como Caleidoscopio, el espacio cultural de la universidad; Corto Circuito que lo realizan en colaboración con la Facultad de Comunicación e Imagen y se presentan producciones que han sido premiadas en festivales; Entretenimiento que educa, dedicado a los públicos infantiles y es apoyada por el Consejo Nacional de Televisión; Con Ojo Clínico, el momento dedicado a los temas de salud; Exposiciones para la ciudadanía con un perfil científico-humanista que aborda temas de ciudadanía desde el espectro de las ciencias.

USP TV - Brasil

La Televisora de la Universidad de Sao Paulo salió al aire por primera vez en 1997. En su debut tenía una programación diaria de 18 horas, que iban desde las 6 am a las 12 am. Las universidades debían mostrar al menos 2 programas semanales.

Aunque desde el inicio de sus operaciones el equipo de TV USP cubrió algunos eventos que ocurrían en la Universidad, con el objetivo de generar su propia programación, fue a



partir de enero de 1998 que se enfocó firmemente en discusiones sobre contenidos y formatos de programas propios.

En cuanto a los medios de difusión adyacentes al canal de televisión en sí, cuenta con un periódico digital (<https://jornal.usp.br/>) con anclaje a la página de YouTube y viceversa, aunque en la propia web no insertan video, sino que remiten a YouTube. Dentro del portal web tiene dos subpáginas, una de radio y una de podcast.

El Canal de YouTube fue creado en 2007 y cuenta actualmente con 381 mil suscriptores y 47 mil videos publicados. Ofrece listas de reproducción por programas y contenidos como reportajes, entrevistas, series y videos de investigaciones científicas, eventos culturales y académicos producidos por USP, Radio USP y socios del canal; hace transmisiones en directo; publican Podcast de Columnistas de Radio USP, donde especialistas universitarios abordan temas de actualidad y relevancia; y publica Shorts (videos cortos) que confluyen muchas veces con los videos publicados en redes sociales, lo cual sugiere que es contenido reciclado en una u otra dirección.

Igualmente, entre sus contenidos se encuentra Aulas USP, donde puedes encontrar más de treinta cursos de grado y posgrado, en prácticamente todas las áreas del conocimiento y Socios de USP, que publica varios videos producidos por socios de canal de USP.

Suben contenido con periodicidad diaria y varios productos, los más recientes, son podcast. Según la búsqueda no cuentan con servicio de streaming, y todas las publicaciones están abiertas a comentarios.

QUINCE UCR – Costa Rica

El sistema Universitario de Televisión Quince – UCR de la Universidad de Costa Rica salió al aire en agosto de 1982 como Canal UCR, con el propósito de transmitir programas científicos, humanísticos, periodísticos, educativos, de entretenimiento y destacar aquellos que se relacionaran con la realidad costarricense.

Una de las mayores novedades de este canal universitario es que tienen una plataforma de contenidos en streaming o video bajo demanda en la que ofrecen producción original de Quince UCR, películas nacionales y extranjeras, documentales, series, programas y más, previa suscripción, y con versiones móviles para Android y iPhone que quedan disponibles a partir de la transmisión en TV.

Produce el 57% de su programación, pero el 61% de toda la programación es nacional (producto de convenios con otras universidades públicas como la UNED y la UNA). El



43% restante se divide en un 23% de material comprado a cadenas internacionales y un 20% de material adquirido producto de convenios internacionales con televisoras iberoamericanas.

Quince UCR cuenta con un canal de YouTube inaugurado en 2010 y que a día de hoy acumula unos 72,5 mil suscriptores y 2,2 mil videos publicados.

UDGTV

La UDGTV es la televisora pública que pertenece a la Universidad de Guadalajara. Inició sus transmisiones en 2011 desde el canal 44 del sistema de Televisión Digital Abierta.

Se define como una televisora de “naturaleza y propósito cultural, sin fines lucrativos, para difundir programación que incluyen programas musicales, culturales e informativos (...) Construimos una propuesta de programación atractiva y formativa que nos hace una televisión diferente”.

Cuenta con una página Web dividida en Televisión, Noticias y Radio / udgtv.com. Ofrece un panel de noticias, tablero de programación, un panel de programas que redirecciona a YouTube, zona de contactos con dirección, correo y números de teléfono y enlaces a las redes sociales.

A partir de los resultados del estudio podemos establecer como elementos a tener en cuenta para la transformación del Canal Nexos de un espacio de televisión tradicional a televisión en internet los siguientes:

- Implementar el acceso a programas “A la carta”, que es poder elegir qué ver y cuándo verlo mediante suscripciones.
- Monitorear la posibilidad de transmitir tanto programas en vivo como programación alojada en el sitio Web, de manera que el usuario pueda acceder a ella cuando quiera, utilizando la llamada demanda de video, o video on demand (VOD).
- En dependencia de tipo de stream se valora la plataforma a emplear. YouTube en términos de velocidad acepta hasta 4k-60 por encima de Twitch que admite 1080p-60. En Nexos, y dada las condiciones de internet que existen en Cuba, el recurso más empleado es “streaming falso”, se graba el video offline y después se streamea como si estuviera live. Este método es más seguro porque te garantiza que el video esté online y no hay caídas de velocidad o de todo el internet y se puede mantener una calidad alta.



En estos servicios lo más importante es garantizar la estabilidad y la velocidad de internet.

- Debemos tener presente dónde está la audiencia y cuáles son nuestras posibilidades. En el caso cubano, el lugar es YouTube, sin dejar de lado la convergencia con las redes sociales. En Cuba tener un canal en YouTube o Twitch es como tener una canal de TV Web. Permite estar “en directo” dependiendo de la plataforma, en Youtube es indefinido, pero solo te archivan 12horas. En cambio, en Twitch 48 horas es el máximo y en Facebook 12 horas.
- Entonces, ¿qué necesita Nexos para hacer streaming en YouTube? En primer lugar, un ordenador que posea la versión más reciente de Google Chrome y con sistema operativo Windows 7 o versiones posteriores. La conexión a internet debe ser mínimo de 1Mbps y se necesitará también un sistema de alimentación de video que puede realizarse de dos maneras: una conexión física cableada o mediante una red a través de protocolos IP. En el caso de Nexos se sugiere la cableada por SDI, pues permite transmitir en longitudes de hasta 90 metros.
- Analizar para su ejecución, el modelo de coproducción que consiste en diseñar contratos colaborativos con universidades e industrias creativas que puedan colaborar con Nexos, con el objetivo de promocionarse o difundir proyectos de carácter audiovisual donde obtenga un beneficio económico a través de los espacios vendidos en el canal.
- La producción audiovisual para eventos y publicidad de la misma universidad para promocionar sus perfiles académicos puede ser otra de las salidas a tener en cuenta.
- La prestación técnica del espacio para fines docentes-educativos, así como la gestión de redes sociales y plataformas multimediales de empresas, instituciones y otras entidades vinculadas con la universidad, pudieran ser otras de las salidas de autosustento.



4. Conclusiones

El canal Nexos de la Universidad de La Habana actualmente se limita a tener una presencia en internet solo mediante las redes sociales y las emplea meramente como vías de divulgación de sus programas de televisión tradicional. Aun dista mucho de lograra armar un diseño que responda a las características de la televisión en internet que le permitirían construir otros discursos, utilizando otros lenguajes y con más liberta de emisión.

La idea de una televisión en internet debe superar el simple hecho de verse como repositorios de documentos audiovisuales, aunque podría ser otro de los servicios, pero no solamente. En todas las formas de puesta en práctica de TVPI requiere la existencia de un equipo técnico que permita ejecutar la producción, emisión y diseño.

Se hace necesario la asociación a los diferentes servicios que generan interacción, evaluación e intercambio de información entre los usuarios, pero que esto tampoco se quede en la convergencia con internet, sino que se aprovechen las redes sociales y los Really Simple Syndication (RSS) que permiten la participación de los receptores en la elaboración de los productos y pasar a la fase de prosumidores.

Las televisoras del continente que aplican la TV en internet han probado tener mejores resultados con sus audiencias metas principales: los universitarios. Aunque muchas no abandonan del todo la presencia en los medios tradicionales, sí han entendido dónde está su principal audiencia y cómo saber llegar a ella.

En el caso de Nexos, debe realizar algunas inversiones infraestructurales y otras más de carácter estructural y organizativas en función de diseñar una parrilla multiplataforma que responda más a las necesidades de su audiencia.

De igual forma, es preciso un cambio de enfoque en la gestión del canal. Nexos como espacio de TV universitaria no puede ser solo interés de la Facultad de Comunicación y esto incluye tanto el financiamiento como la organización de los contenidos. El Departamento de Radio y Televisión cuenta con la sede de Nexos, pero no es la única de sus líneas de trabajo; garantizar una democratización de los medios universitarios hacia toda la colina es aún una tarea pendiente.

Con esta investigación se sistematiza por primera vez el estado del arte del Canal Nexos con respecto a su presencia en el espacio digital desde su creación hace cinco años. Si bien es un primer acercamiento que puede profundizarse, resultan válidos los resultados



que arroja porque marca la primera pauta de trabajo a seguir para lograr la total metamorfosis a televisión universitaria en internet. Asimismo, la Facultad de comunicación aún adolece de la falta de investigación en el campo de televisión universitaria en cualquiera de sus variantes, tiene la Universidad de La Habana una rica historia en cuanto televisión universitaria.

Este estudio, sirve de base para la investigación de maestría de una de sus autoras que integra uno de los proyectos institucionales de la Universidad y que consistirá en elaborar la propuesta de implementación de televisión universitaria en internet para el canal Nexos de la Universidad de La Habana.

5. Referencias bibliográficas

1. Aguaded, I y Marín, V. (2013) La televisión por internet: Web TV. Tecnologías y medios para la educación en la e-sociedad. (p.117-136). Madrid: Alianza.
2. Cabero, J. (2016) La televisión universitaria por internet: análisis de la situación española.
3. Roselló Reina, T. (2007). Universidades al aire. Una propuesta participativa para la Televisión Universitaria Cubana. s.e La Habana.
4. Said, E. (2009) Transformaciones comunicativas en la era digital. Bogotá: Universidad del Norte (p.79)