

Número 31 - Febrero de 1998

# AGENDA CULTURAL

Universidad de Antioquia



**Informar, un deber • La Internet y sus implicaciones culturales  
Grabados de El Quijote de la Mancha • Gráfica checa y esculturas colombianas  
Las emisoras de la Universidad, sesenta y cinco años  
que transmiten vida • Más allá del carné de periodista  
Televisión para ver y aprender • La imprenta, papel clave  
en la divulgación • Televisión, radio, música, cine,  
vídeos, conferencias, exposiciones, reuniones, seminarios.**

**La Universidad está en cada uno de nosotros**

## PRESENTACIÓN

La División de Extensión Cultural, comienza este nuevo período exaltando un objetivo fundamental en el trabajo cultural, el cual es concebir la cultura como una forma de vida.

En este sentido quienes vivimos ligados al entorno cultural de la Universidad de Antioquia, rescatamos el siguiente principio de acción: la cultura no es solo implementar programas o eventos, sino **propiciar, implementar e integrar**, los esfuerzos que se adelantan en cada una de las dependencias universitarias. Estos son presentados como una sola unidad que se ofrece, no solo al público universitario sino a toda la ciudad.

Las estructuras así cimentadas, permiten un acercamiento de los gestores culturales para optimar la calidad y la efectividad del servicio en cada propuesta presentada.

Impulsar la reconocida dinámica cultural existente en la Universidad, que es generada por cada persona ligada a ella, indica el camino para seguir: resaltar la labor de los consagrados y apoyar y promover el surgimiento de nuevos valores, en cada una de las formas actuales de expresión o en las tendencias o derroteros que se vislumbren en el futuro.

Todo lo anterior, en medio de una actitud fresca hacia la sociedad, de la cual la Universidad se retroalimenta, sustentando así su razón de ser.

Por otra parte, nos proponemos en este número de la Agenda, dirigir una mirada y hacer un justo reconocimiento a los medios de comunicación con los que cuenta la Universidad de Antioquia, que acorde con la tendencia mundial de las comunicaciones se convierten en parte fundamental e integral de la divulgación cultural.

## Sesenta y cinco años que transmiten vida

**En el cumpleaños de la primera de las emisoras culturales universitarias los oyentes podrán disfrutar en ambas frecuencias de una variada programación, con amplia cobertura y alta calidad sonora.**

Una amplia gama de alternativas educativas, lúdicas y culturales, producidas en el ámbito nacional e internacional que superan treinta horas diarias de producción -sumadas las dos estaciones radiales- es la propuesta actual de las Emisoras Culturales Universidad de Antioquia.

A través de las frecuencias 1410 A.M. Y 101.9 F.M., "La voz de la Universidad", ha posicionado espacios para la cultura y la vida, en los que se registran, difunden y comparten las más diversas manifestaciones cotidianas y artísticas de la población universitaria y la comunidad.

Esta programación variada e innovadora, es el resultado del trabajo del equipo humano y de colaboradores de las emisoras, comprometidos con la función social que ha caracterizado a estos medios.

Ambas estaciones son el fruto de años de una labor que se inició hace 65 años, el 9 de noviembre de 1933, cuando en el laboratorio de física de la Universidad de Antioquia nació la primera radiodifusora universitaria del país y una de las primeras de Latinoamérica. En 1990 se inauguró la segunda de las emisoras del Alma Máter, en frecuencia modulada, con lo que el sistema fortaleció la oferta de programación.

Actualmente las dos estaciones se están

dotando con tecnología de punta, factor que motivará aún más la creación radial colectiva realizada desde las distintas dependencias de la Universidad, el cual es un importante aporte a la comunidad, por la vía de la radio cultural universitaria. Este proceso de modernización es posible debido a la valoración que actualmente el Alma Máter da a los medios de comunicación como dinamizadores de las distintas estrategias de desarrollo y de integración universidad-sociedad.

En la actualidad se están importando los equipos de transmisión que marcarán una nueva etapa en la vida de la emisora 1410 en A.M. y ya fue adquirido un terreno apropiado para que su transmisor logre un cubrimiento de mayor impacto en Antioquia. Un buen regalo para la celebración de sus 65 años.

Por su parte la Emisora Cultural 101.9 en Frecuencia Modulada, se unirá a la conmemoración, haciendo efectivo el permiso para el aumento de potencia otorgado por el Ministerio de Comunicaciones en febrero de 1997. En él se autoriza el aumento de cinco a quince kilovatios de potencia, con lo que se garantizará su liderazgo de cubrimiento en el ámbito radial universitario. Para ello se están importando avanzados equipos de

transmisión, inversión hecha con recursos de la estampilla de la Universidad.

En lo referente a la presencia y el apoyo en la comunidad, el Ministerio de Comunicaciones y la Universidad de Antioquia, por medio de las emisoras culturales, iniciaron el pasado mes de enero la ejecución de un convenio para la capacitación de nuevas radios comunitarias. Este acompañamiento empezó en los departamentos de Antioquia, Chocó, Cauca, Huila y Nariño y es muestra del compromiso de la Institución con los procesos de desarrollo social y el uso apropiado de los medios de comunicación alternativa.

Este año continuará el empeño de revivir el radio-teatro. Para este fin ya existen ciento diez personas registradas en un banco de voces. El año pasado fueron producidas las obras *Canción de Navidad*, de Dickens, *La Araña*, obra inédita de Efe Gómez y *Caridad Infinita*, de Samuel Velásquez, lo que se considera un buen inicio en el uso de un género de tanto impacto en la audiencia.

Además, será ejecutada la etapa final de un importante proyecto iniciado en 1997: la recuperación y conservación en sistema digital de su archivo sonoro, del cual hacen parte entre otras, las grabaciones de los Martes del Paraninfo, que incluyen las voces de poetas, artistas y pensadores de las más distintas disciplinas.

Otros proyectos ya avanzados en su etapa inicial, como la creación de una emisora cultural universitaria en Urabá, la modernización de equipos de cabina y el regreso al edificio del Paraninfo como sede tradicional y definitiva de estos medios, hacen parte del plan de trabajo con que la actual administración se unirá a la celebración de los 65 años de la primera Emisora Cultural del país y que sin duda redundará en un mejor contacto entre la Universidad de Antioquia y la comunidad por medio de las ondas sonoras.

Alba Lucía Henao Torres,  
directora de las Emisoras Culturales  
Universidad de Antioquia

## Grafica checa y esculturas colombianas

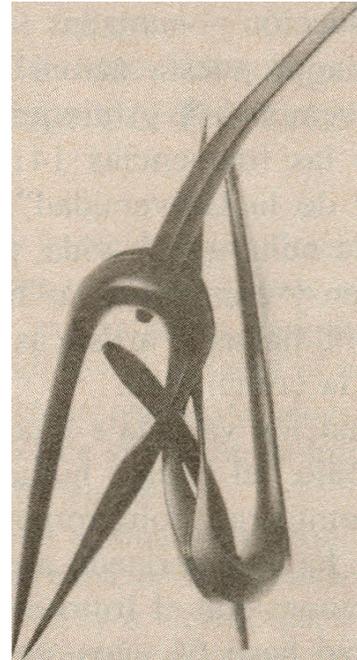
Con las exposiciones que tienen su apertura el cinco de este mes en el Museo Universitario, se plantea una comunión en el lenguaje plástico.

De un lado las esculturas de Mauricio Mejía, talladas en madera y vaciadas en bronce hacen del espacio del museo el territorio de la mitología fantástica de Borges, uno de cuyos fragmentos utilizó como respaldo.

Los Eloi y los Morloks no hacen más que cuestionar esta existencia cotidiana de luchas falaces y sin sentido, en la magia del sueño que posibilita la búsqueda de nuevos seres y personajes que alimentan la construcción de una nueva mitología, la mitología de los valores, del propiciar nuestro encuentro con el otro y con el mundo.

De otro lado, la exposición que se realiza con el apoyo de la Embajada de la República Checa "Grafiks", consolida un nuevo esfuerzo conjunto que se materializa en la posibilidad de contemplar esta exposición, donde se presentan diez artistas checos de la presente década (Jiji Anderle, Mikolás Axmann, Adolf Born, Ladislav Cepelák, Jaroslav Králík, Alena Kucerová, Eduard Ovcácek, Kuvéta Pacovská, Lubomír Pfibyl, Jiri Salamoun), en un espacio que rompiendo con la territorialidad, nos muestra el verdadero camino del arte universal.

De la figuración a la abstracción estas dos exposiciones plantean un recorrido lúdico del espíritu por los espacios del arte.



Obra de Mauricio Mejía Molina

## Informar, un deber

**Un acercamiento a la labor informativa realizada en el Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.**

Mantener un vínculo directo con los medios de comunicación es una de las responsabilidades del Departamento de Comunicaciones de la Universidad. Y la razón es simple: la Universidad debe contarle a la ciudadanía qué hace y la ciudadanía tiene pleno derecho a conocer, a indagar y a criticar, lo que ésta hace o deja de hacer. El camino eficaz para establecer esta relación de doble vía, en la que el mensaje debe amplificarse para garantizar así el más vasto cubrimiento es, naturalmente, el canal de los medios periodísticos.

Un canal que, puesto al servicio de los intereses públicos, contribuye a impedir que el poder se tome en amenaza, que la actitud se tome en arrogancia y que la condición humana se diluya.

A la luz de la Constitución, a la luz de la ley y a la luz de sus propios estatutos, la Universidad debe disponer recursos para que esta labor de difusión sea oportuna y legítima. Y es éticamente válido que, con base en el cumplimiento de su deber y en el reconocimiento que obtenga en los medios de prensa, la institución despliegue una estrategia hacia el propósito, no de fabricar una imagen para sí (que se puede lograr por medios artificiales), sino hacia el objetivo clave de refrendar su identidad.

Y si la sociedad identifica a la Universidad por lo que ella en realidad es y hace, el beneficio, entonces, no es para quienes la dirigen sino para todos los que la integran.

El año pasado, por ejemplo, los principales medios escritos del país publicaron un total de 97.969 cm por columna de información sobre la Universidad, mediante noticias, reportajes, crónicas, informes especiales, notas, columnas de opinión, editoriales y material fotográfico.

Ello, de por sí, es bastante alentador, pero si esta cifra se mira desde el punto de vista del reconocimiento a las tareas que desarrollan profesores, estudiantes, empleados, directivos, trabajadores, egresados, convencidos de que la Universidad tiene un horizonte, las cosas adquieren una mayor dimensión social, política, cultural. Y si la mirada avanza en relación con el objeto de ese volumen informativo, cual es dar a conocer a la opinión el resultado de procesos investigativos, culturales, pedagógicos y de servicio a la comunidad, bien se puede concluir lo que se afirma al principio: la sociedad necesita conocer el resultado del proceso universitario, sobre todo si ese proceso está en relación con las urgencias sociales.

En el plano de las equivalencias, esos

97.969 cm corresponden en la práctica a 300 páginas de periódico tamaño universal o a 600 de tamaño tabloide. El costo comercial aproximado de un centímetro por columna en los medios del país es de \$30.000. O sea que si la Universidad hubiera utilizado la estrategia comercial, y no la estrategia periodística, esas 300 páginas le habrían costado \$2.939 millones.

Pero además de la información impresa, la radio y la televisión (nacional y local) también dedicaron amplios espacios a divulgar los acontecimientos institucionales. Esa información es difícil de cuantificar, pero al respecto podemos destacar:

La Universidad, en el transcurso del año, fue distinguida cuatro veces como "Personaje de la Semana" (dos por Caracol y dos por RCN), lo que equivale a cuatro radorreportajes de media hora cada uno.

Cada uno de los tres noticieros de Teleantioquia difundió, cada semana, por lo menos una noticia de la Universidad.

Teleantioquia le dio al proceso de nombramiento de Rector un tratamiento acorde con la importancia del cargo. Para el efecto se realizaron dos debates en directo con todos los candidatos.

Por los telenoticieros nacionales se logró una amplia difusión para los principales adelantos investigativos que lleva a cabo la Universidad: mal de Alzheimer, leishmaniosis, productos

naturales y trasplante de pulmón, lo mismo que para el otorgamiento de las dos patentes.

En el plano internacional, la Universidad logró que la agencia española EFE difundiera al mundo dos noticias institucionales: el reconocimiento en Estados Unidos a la investigación sobre el mal de Alzheimer y la investigación sobre productos naturales que la Universidad realiza en asocio con la universidad española de La Laguna.

A ello se agrega la creación del periódico institucional ALMA MATER, de circulación mensual, el cual hasta el momento circula como inserto con los siguientes medios: El Mundo (10.000 ejemplares), El Tiempo (10.000 ejemplares edición Antioquia), El Espectador (4.000 ejemplares edición Antioquia y Chocó) y la revista La Hoja de Medellín (2.000 ejemplares). A todos los profesores, empleados y directivos de la Universidad se les envía rotulado a sus respectivas oficinas (3.000 ejemplares). También se envía por correo a periodistas, corporaciones públicas y gobiernos y se hace circular en sitios estratégicos para estudiantes y público en general de la Ciudad Universitaria, el área de la salud, el Hospital San Vicente, el Edificio de San Ignacio y la Ciudadela de Robledo.

En nuestro concepto, la difusión de ese volumen informativo viene contribuyendo de una manera eficaz a fortalecer en la opinión pública una idea fiel de lo que es la verdadera

identidad de nuestra Alma Mater. Además, hay que tener en cuenta que si la labor periodística del Departamento de Comunicaciones se ha fortalecido y ha encontrado eco en los medios de comunicación, ello se debe al profundo contenido social del proyecto que desarrolla la Universidad.

Alberto González Mascarozf,  
Jefe del Departamento de Comunicaciones  
de la Universidad de Antioquia

## La imprenta, un papel clave en la información

**La imprenta es una dependencia de gran importancia para la divulgación del pensamiento, del saber académico y de la cultura, que genera la Universidad de Antioquia.**

La Imprenta Universidad de Antioquia fundada el 7 de agosto de 1929, con el fin de publicar los anales y revistas de las escuelas que conformaban la Universidad y las publicaciones necesarias para cumplir a cabalidad los procesos de enseñanza, como libros de matrícula, recibos, cheques y programas. Cuando había disponibilidad se elaboraban trabajos a terceros no solo a entidades oficiales sino a colegios privados; pero por la alta demanda de trabajos de las diferentes dependencias dicho servicio fue suspendido.

Fue a partir de 1994 cuando el Departamento de Publicaciones acondicionó la editorial Universidad de Antioquia, con lo cual su producción se incrementó en un 300% aproximadamente, que se ha mantenido más o menos estable.

Hasta diciembre de 1997, se publicaba un promedio anual de cuarenta libros y doce revistas, para un promedio total de 98.000 ejemplares.

Con la adquisición de dos nuevos equipos: una alzadora-compaginadora y una impresora Offset Roland práctica bicolor, formato 35 x 50 cm, culminó en septiembre del año pasado el proyecto de "Fortalecimiento y modernización del Departamento de Publicaciones". Los nuevos equipos mejorarán el

servicio ostensiblemente, con lo que se podrá satisfacer con mayor calidad y cumplimiento las demandas de las diferentes dependencias de la Universidad.

Las ventajas de la nueva maquinaria son evidentes: la alzadora-compaginadora tiene como función principal intercalar pliegos impresos para luego unir paquetes y finalmente armar libros, documentos, folletos y talonarios. Recibe en sus doce estaciones tamaños de pliego desde 10 x 12 cm hasta 35 x 50 cm y tiene una velocidad aproximada de veinte mil pliegos por hora.

Comparándola con el sistema manual, una empleada experta, dedicando siete horas a intercalar, recoge aproximadamente doce mil pliegos; mientras que la máquina recoge ciento cuarenta mil.

Esta nueva tecnología, además de agilizar el proceso de compaginado, suprime a las empleadas una función lenta y fatigante, lo que ha permitido desarrollar otras actividades para prestar un mejor servicio, con lo que se beneficia no solo el personal que labora en esta sección, sino a todos los empleados de la Imprenta.

Por su parte la nueva impresora offset tiene como finalidad imprimir pliegos en dos modalidades:

1. Impresión (2/0) bicolor, es decir, "tira" dos colores a la vez sobre la misma página (lo que en impresión se llama tiro).
2. Impresión tiro-retiro (111) que consiste en imprimir ambos lados de la hoja (dos páginas) a la vez. La velocidad del equipo para impresión de colores planos o texto oscila entre 9.000 y 10.000 por hora y para impresión de colores superpuestos como duotonos, tricomía y policromías oscila entre 6.000 y 7.000 impresiones por hora.

El equipo ofrece además condiciones especiales que garantizan mayor calidad en los impresos.

Comparando la velocidad y calidad de este equipo, en tiempos normales con los que actualmente están en la Imprenta, la producción se incrementaría en un 50% aproximadamente. Es decir, de 46 títulos promedio por año, que equivalen a cien mil ejemplares, se incrementa a 70 títulos y aproximadamente 150 mil ejemplares.

Debido a la alta inversión en los equipos y su capacidad de producción, se está elaborando un estudio para

establecer un segundo turno en la Imprenta, de tal forma que se capture todo el mercado universitario y además se ofrezcan servicios a terceros, por medio de convenios con entidades y universidades oficiales, como contraprestación de servicios o con fines lucrativos.

Para complementar los nuevos equipos y brindar mayor confiabilidad, seguridad, agilidad y optimar la calidad, se tiene en estudio un proyecto para la adquisición de equipos complementarios para mejor aprovechamiento de la capacidad instalada, como la prensa electrónica para el proceso de autoedición, máquina plegadora y microcomputadores, que evitarían utilizar servicios de terceros para la separación de color.

De esta manera se busca evitar demoras en la entrega de trabajos y brindar un excelente servicio, no solo a la comunidad universitaria, sino a otras entidades descentralizadas.

Luz Cecilia Montoya Velásquez,  
Jefa de la Imprenta de la  
Universidad de Antioquia

## La Internet y sus implicaciones culturales

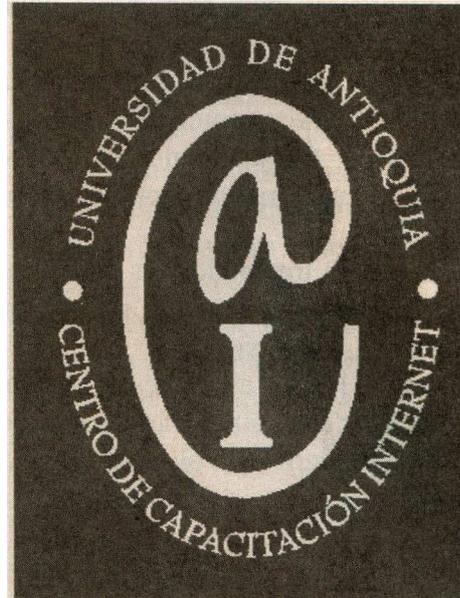
**Una mirada a la red global de comunicaciones, los temores y posibilidades que genera y sus posibles repercusiones en el ámbito local.**

Puede decirse que una gran revolución ocurrió después de que se inventó la imprenta. Tan grande fue, que todo el poder y el conocimiento que estaba en manos de la Iglesia y en general de todas las religiones, se les fue escapando. Esa fue una de las pocas ocasiones en las que la revolución silenciosa de los libros, las palabras y el conocimiento generó grandes cambios, sentidos hasta ahora.

Al ver tambalear su poder, los grandes jefes se preguntaban: ¿Qué sucederá con toda esa masa de humanos educada? ¿Quién trabajará los feudos? ¿Qué pasará cuando el hombre viva sin temor a Dios? Sin lugar a dudas, brotes de educación fueron aplacados usando las hogueras y la Santa Inquisición. Se puede concluir que el miedo al cambio de quienes manejan los sistemas de poder, termina creando más ignorancia, hasta cuando ellos mismos caen por su propio peso.

De ese momento hasta ahora, por medio de las ideas enciclopedistas, hemos entendido que no somos el centro del universo y hemos empezado a mirarnos como simples seres humanos en un planeta abandonado a un lado de la galaxia.

Hoy día la revolución informática ha generado cambios de índole similar. Al principio, se hablaba de la injusticia que propiciarían este tipo de sistemas



cuando desplazarán al hombre en gran cantidad de trabajos. Este fenómeno se ha vivido parcialmente en sociedades industrializadas, a lo que el sistema de oferta y demanda laboral han tenido que acomodarse. En Suiza, por ejemplo, el número de horas laborales han sido reducidas, sin desmedro de la compensación laboral.

A pesar de los años, todavía se piensa que “las malas” son las computadoras, que lo malo es producir mediante nueva tecnología. Observamos en esta forma de pensar los mismos impulsos que acompañaron el nacimiento de la imprenta.

Con certeza la red está cambiando la forma de relacionarnos. Las escalas cerradas de las empresas y sus

directivos, dejan de existir cuando enviamos un correo electrónico, pues ya podemos hablar de "tú a tú" usando la red.

Se puede también acceder a grandes bibliotecas, a los grandes museos del mundo, conversar en diferentes idiomas usando el IRC (conversación a través de la red en tiempo real), lanzar preguntas a grupos de discusión y así, como nunca antes, hombres que han estudiado el problema nos dan sus respuestas. Se están acortando las distancias que antes parecían infranqueables y la academia (al igual que el comercio) es la gran beneficiada. En este sentido lo que hace la Universidad de Antioquia es ejemplo. Por un lado la inversión hecha en infraestructura la convierte en la universidad con más puntos de red en América Latina, una conexión a la Internet por cada quince universitarios, aproximadamente.

Mediante el Centro de capacitación Internet, la Institución ha formado en esta tecnología a todos los usuarios de la Universidad, enseñando a profesores, estudiantes y empleados a colocar toda la información de

actividades investigativas, aportes al desarrollo humano y nuevos proyectos disponibles para todo el mundo. En total 6.500 usuarios han recibido el curso básico y quinientos han recibido el curso de diseño de páginas web. Han sido dictados tres cursos de extensión y tres avanzados con profesores internacionales.

Con certeza, si buscamos cultura y diversión en la red la encontraremos, pero es innegable que pasarán muchos años para ver con detenimiento cómo las nuevas generaciones re- construyen un mundo con falta de árboles, pero con hombres deseosos de vivir condiciones más justas. Es ahí donde está la esencia de la Internet. ¿Globalización? ¿Todos iguales? Al contrario, a través de la red cada cultura del mundo podrá mostrar lo que está haciendo, no como se dice de forma fatalista, que la red creará seres iguales.

Alcides Montoya Cañola,  
administrador del servidor Catíos  
de la Universidad de Antioquia

## Más allá del carné de periodista

A propósito del día del periodista que se celebra el 9 de este mes Agenda Cultural publica el siguiente texto de Gonzalo Medina Pérez, profesor del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Antioquia.

Qué bueno sería si este 9 de febrero próximo, las agremiaciones periodísticas hicieran una tregua en el ceremonial propio de cada año, en el que se deposita la corona de laureles en el monumento a Manuel del Socorro Rodríguez, en el que se condecora a los colegas veteranos, en el que se emite una declaración de defensa de la profesión y en el que también los “lagartos” tienen la oportunidad de beber gratis a costa de cualquier empresa licorera. Qué bueno sería, digo, si al lado de estos actos, se retornara una reflexión, sin abandonarla, que nos permitiera fijar una posición más real sobre el periodismo como profesión y en especial sobre la tarjeta que se entrega hace veintitrés años.

Porque cada vez es más evidente que lo importante no es tener el documento que acredita a una persona como periodista, si ésta no responde a las exigencias de la profesión y en este caso de la ciudadanía, como destinataria de nuestro trabajo. No faltan quienes se sienten periodistas porque poseen una tarjeta profesional, pero no ejercen el periodismo o lo hacen a medias en cuanto a calidad y a compromiso.

Me estoy refiriendo entonces a quienes no tienen la vocación que demanda la profesión, a pesar de que cursaron una

carrera universitaria y que el Ministerio de Educación los facultó para trabajar. Me refiero a los colegas que hoy realizan actividades alejadas del periodismo como manejar taxi, administrar negocios particulares o comercializar artesanías, y que pareciera no hacerles falta el ejercicio de la profesión.

A la par de esa situación, asistimos a casos, como por ejemplo el de Antanas Mockus, en los que profesionales de otras disciplinas son impedidos de actuar como periodistas por el hecho de no tener tarjeta, a pesar de comprobarse la calidad y capacidad para desenvolverse como reporteros -la experiencia con Alfredo Molano es más que evidente-. Por eso, algunas agremiaciones como el Círculo de Periodistas de Bogotá optaron por desautorizar a Mockus como periodista, antes que pensar en el beneficio que produce al usuario de información el trabajo del ex alcalde de Bogotá.

En Panamá, una agremiación periodística de ese país le dio prelación al carácter de extranjero que tenía el periodista peruano Gustavo Gorriti, antes que a la defensa del derecho a la información, a raíz de la medida gubernamental de deportarlo como represalia por las denuncias

periodísticas formuladas en la prensa por este profesional.

La tarjeta profesional no puede ser un garante “per se” de la idoneidad del periodista. Pensaría más bien en orden inverso, o sea que la idoneidad comprobada del profesional sea la garantía para que se le conceda o renueve la tarjeta. En esa tarea de certificación participarían las agremiaciones profesionales; las facultades de comunicación.

Una realidad tan compleja como la colombiana, requiere de individuos capaces de explicar o interpretar la

dinámica de sucesos que a diario se producen en nuestro país. En esa tarea tan urgente, deben comprometerse desde los periodistas hasta profesionales de otras áreas. Así el interés público se verá mucho mejor representado, en lugar de verse afectado por posturas gremialistas que muchas veces defienden intereses corporativos a nombre del bien común.

Gonzalo Medina Pérez,  
profesor del Departamento de  
Comunicación Social de la  
Universidad de Antioquia

## Para ver y aprender

Con un énfasis en la producción de informes científicos, espacios educativos, periodísticos, documentales y teleconferencias, el Centro de Producción de Televisión de la Universidad de Antioquia mantiene una importante presencia dentro de la comunidad.

Creado en 1982 como parte del laboratorio de prácticas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Antioquia, el Centro de Televisión de la Universidad de Antioquia da inicio a una nueva etapa en la que se consolida como empresa productora de televisión. El Centro, dependencia adscrita a la Vicerrectoría General, funciona actualmente en cómodas instalaciones diseñadas especialmente para este trabajo, con salas de edición, oficinas y con los más recientes adelantos tecnológicos para

producción y posproducción, que lo ponen a la vanguardia en la ciudad y el departamento.

El Centro fue diseñado en el núcleo central del bloque diez y las obras civiles fueron entregadas en los últimos meses de 1997. Los equipos fueron conseguidos mediante un préstamo gestionado con el Fondo de Inversión Social. En la actualidad se realiza el proceso de montaje.

### La producción

Desde el comienzo del Canal Regional de Televisión, el Centro ha participado en su programación con espacios institucionales como "Telerrevista", "Forum" y "A ciencia cierta"; "Urabá 2003", una mirada a esta zona del departamento donde se explora su potencial humano, económico, cultural y el curso: "Inglés para una nueva

sociedad", se constituyen en la presencia actual de la universidad en Teleantioquia.

Junto con lo anterior, realiza producciones internas y externas para entidades públicas y privadas, con énfasis en la elaboración de informes científicos, videos institucionales, teleconferencias, emisiones en directo espacios periodísticos y documentales.

En el Centro de Producción de Televisión de la Universidad de Antioquia, tuvo sus orígenes el Canal Interuniversitario, proyecto piloto que pretende integrar las diferentes universidades del departamento en tomo a la producción de televisión, con miras a la realización de espacios educativos y culturales, dentro de los cuales el Centro de Producción tendrá una participación activa, integrando su producción a las



necesidades de ese canal. En el futuro desarrollará proyectos para los canales nacionales y con otras universidades del país.

El Centro de Producción representa a la Universidad de Antioquia en la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana, A.T.E.I, entidad de la que la Universidad es socia y

cuya programación se transmite diariamente por la Red Interna o circuito cerrado.

Mediante este sistema son transmitidas ocho horas diarias de programación ininterrumpida, que se convierte en el complemento para la formación en el aula y que además provee a la comunidad universitaria de un espacio para la

utilización del tiempo libre, con la divulgación de eventos de la Universidad y la presentación de información internacional, nacional y local, documentales, musicales y ciclos de cine.

Ángela Pérez Duque,  
Coordinadora de la Red  
Interna de Televisión