

CÓDIGO DE ÉTICA

Sistema de Medios
Institucionales

Dirección de Comunicaciones

Departamento de Educación Virtual,
Medios Educativos y Audiovisuales

#SomosUA



Sistema de
Medios



La Pública
Radio Digital



El Manifiesto
Periódico Universitario



UA TeVe
Magazin Informativo

Sistema de medios institucionales:
La Pública Radio, El Manifiesto, Magazin UA TeVe

Código de Ética del Sistema de Medios Institucionales

Danilo Hernández Rodríguez
Rector

Luisa Fernanda Ramírez Juvinao
Dirección de Comunicaciones

Alejandro Urieles Guerrero
Vicerrector de Docencia

Claudia Baloco Navarro
Jefe Departamento de Educación Virtual,
Medios Educativos y Audiovisuales

Rocío Varela Arregocés
Área pedagógica

Visual Contenidos
Producción

www.uniatlantico.edu.co

#SomosUA

CONTENIDO

1.	REFERENTES ESTRATÉGICOS DEL SISTEMA DE MEDIOS.....	4
1.1	Contextualización.....	4
1.2	Propuesta de Desarrollo.....	5
1.3	Misión.....	9
1.4	Visión.....	9
1.5	Justificación.....	10
1.6	Objetivos del Código de Ética.....	12
2.	MANUAL DE ESTILO Y CÓDIGO DE ÉTICA DEL SISTEMA DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO.....	13
2.1	Introducción	13
2.2	Valores del Sistema de Medios.....	14
2.3	Atributos.....	15
2.4	Principios del Sistema de Medios.....	15
3.	PROCESO DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS Y CONTENIDOS.....	16
3.1	Lineamientos para la creación y producción de programas radiales.....	18
3.1.1	Directrices para la propuesta de programas.....	20
3.1.2	Compromisos	21
3.2	Lineamientos para la creación y producción del magazín informativo.....	23
3.3	Requerimientos para la implementación.....	25
3.4	Lineamientos para la creación y producción del periódico universitario.....	26
3.5	Requerimientos para la implementación.....	27
4.	COMITÉ EDITORIAL.....	28
5.	POLÍTICAS GENERALES DE PARTICIPACIÓN EN EL SISTEMA DE MEDIOS.....	28
6.	ESTRUCTURA DE CRÉDITOS.....	29

1. Referentes estratégicos del Sistema de Medios

1.1. Contextualización

En el marco de la sociedad de la información y el conocimiento, la Universidad del Atlántico le apuesta a generar nuevos espacios de construcción participativa y pluralista donde se promueva el diálogo, la expresión oral, escrita y audiovisual, la identidad cultural, social y ciudadana, creando escenarios de comunicación y participación conjunta como agentes motivadores de la apropiación social del conocimiento. Lo anterior acorde a una universidad comprometida con la formación de una sociedad más informada y educada.

En este contexto, y como contribución al propósito de dar mayor visibilidad a la Universidad, tres dependencias presentan proyectos para la creación de medios de comunicación buscando un mayor ejercicio comunicacional activo y organizado de los estamentos: la Vicerrectoría de Bienestar Universitario propone la creación del Magazín Informativo Uniatlántico Te Ve; la Dirección de Comunicaciones el periódico universitario El Manifiesto y el Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales adscrito a la Vicerrectoría de Docencia la emisora digital La Pública. Tres escenarios constructivos de participación.

De acuerdo con lo anterior, desde la Dirección de Comunicaciones se propone establecer un Sistema Integrado de Medios, en el que los tres principales escenarios de divulgación social, televisión, prensa y radio, se coloquen al servicio de los fines institucionales, visibilizando el ejercicio de los procesos misionales de docencia, investigación, extensión y proyección social y bienestar universitario.

1.2. Propuesta de Desarrollo

En este apartado, se desglosa el Proyecto de Integración de Medios teniendo en cuenta la caracterización de cada uno de ellos.

Según el formato o medio del que se trate, la Dirección de Comunicaciones y/o el Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales serán las dependencias encargadas de velar por la construcción de los productos, en el marco de la institucionalidad, garantizando lenguajes apropiados y la proyección de su divulgación, respetando la identidad formal de la Universidad del Atlántico.

En sintonía con lo anterior, el Proyecto de Integración de Medios se presenta con una identidad visual unificada que permite reforzar el posicionamiento de la identidad institucional a nivel interno y externo, con tres componentes así: Uniatlántico Radio, Uniatlántico Periódico, Uniatlántico TV.

Vale destacar que la iniciativa fomentará la amplia participación del estamento docente, estudiantil y administrativo, a través de la figura de convocatorias periódicas o la conformación de semilleros de comunicación.

A continuación, la identidad visual unificada y ajustada con la denominación de cada medio o formato:



Gráfico 1. Identidad visual unificada y sus denominaciones

El Proyecto se acoge al Plan de Desarrollo Institucional 2022-2031 Juntos Construimos Universidad y privilegia la divulgación de contenidos relacionados con las líneas estratégicas de desarrollo, a saber: *formación académica integral; investigación y redes de conocimiento para el desarrollo de la sociedad; impacto regional, nacional e internacional desde la extensión y proyección social; bienestar universitario, salud mental positiva, inclusión y democracia; y modernización de la gestión administrativa.* Teniendo esto presente, la propuesta de integración de medios pretende erigirse como una estrategia de trabajo articulado y eficiente, en la que los recursos se dispongan a favor del cumplimiento de la misión institucional.

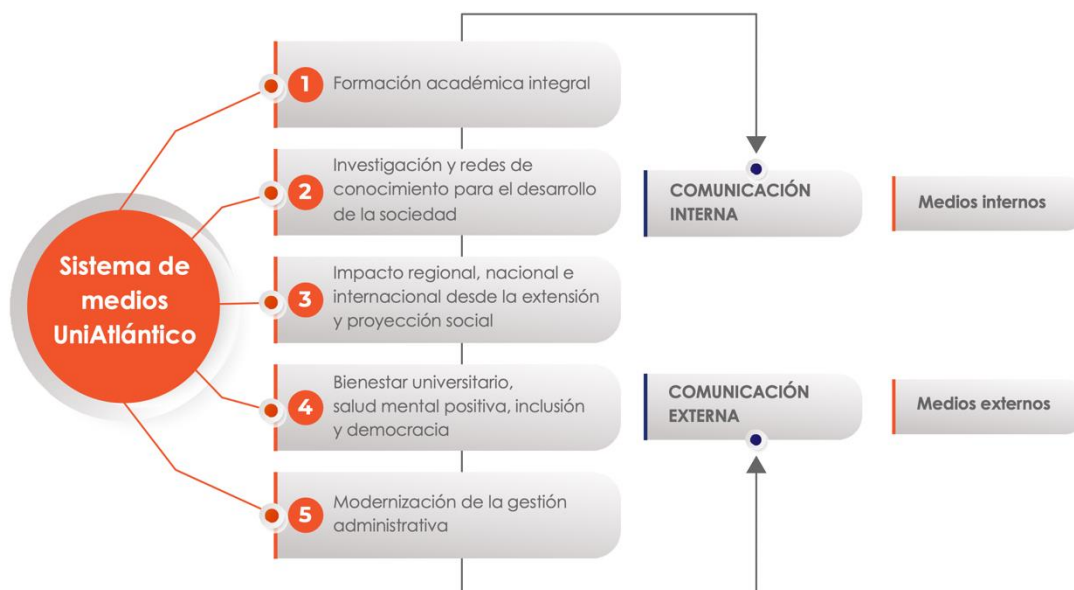


Gráfico 2. Sistema de Medios Universidad del Atlántico

Componente radial: La creación de la emisora institucional online (emite su señal a través de Internet), denominada “La Pública Radio Digital”, ha sido concebida de acuerdo a la normativa existente sobre la materia en el país:

La radio universitaria tiene entre otros objetivos centrarse en la difusión científica y cultural, establecer y mantenerse en contacto con la sociedad y servir como herramienta de formación complementaria. En este contexto se promueven los avances y resultados en materia investigativa que contribuyen a alimentar indicadores de desarrollo. Estos objetivos permiten a las universidades encontrar en las emisoras un nuevo espacio de acercamiento a la ciudadanía promoviendo una sociedad mejor informada y educada, dándoles un perfil más heterogéneo y flexible que se ajusta a diferentes circunstancias.

Para el funcionamiento de la emisora se establecieron dos grandes dimensiones con sus respectivas metas, las cuales son:

Dimensión comunicativa: consolidar un espacio informativo a nivel institucional a través de magazines, programas temáticos y espacios noticiosos que contribuyan a la divulgación de resultados de investigaciones o avances en el campo de la ciencia y la tecnología y de otros aspectos de la vida universitaria.

Dimensión tecnológica: construir un WEBCAST con una pizarra de programación, que se puede gestionar y administrar en tiempo real, a través de un escenario de gestión radial. Así mismo, propone un trabajo articulado con la Oficina de Gestión Tecnológica e Información y la Dirección de comunicaciones para garantizar una adecuada emisión de los programas radiales.

La creación de esta emisora representa una nueva herramienta de mediación pedagógica para desarrollar procesos formativos complementarios tanto para la educación presencial como virtual. Así, se contribuye desde el Departamento de

Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales y a nivel institucional, a la construcción de una sociedad más educada, informada, inclusiva y diversa.

Componente de prensa: lo constituye El Manifiesto, Periódico Universitario que permitirá a la comunidad académica contar con un vehículo de comunicación de doble vía, de expresión libre, respetuosa y responsable.

El periódico universitario no será un órgano político, sino un faro que ilumine ideas del acontecer institucional en el campo de las ciencias, las artes y la cultura. Acorde con los principios de la libertad de expresión, se garantizará el buen uso del verbo escrito para que fluya el derecho a la opinión, inalienable en toda organización. El medio escrito dará cuenta de los logros institucionales y para ello será producido de manera cooperativa entre las diferentes dependencias de la Universidad, bajo la coordinación de la Dirección de Comunicaciones.

El Periódico Universitario Virtual es una herramienta que fortalece y complementa los procesos formativos de la comunidad académica, en la medida en que busca promover en todas sus áreas y dependencias, el interés por encaminar las actividades propias de sus ámbitos hacia la divulgación. Para ello, la cuota de participación de los diferentes sectores se dará a través de la figura de convocatorias periódicas y/o la conformación de semilleros de comunicación.

Componente de televisión: El formato audiovisual propuesto en el Proyecto de Integración de Medios adopta las nuevas narrativas de imagen y versatilidad de escenarios. La denominación hace referencia a la televisión como formato, pero sus contenidos son preparados para ser difundidos también en espacios web y redes sociales.

El proceso de producción de contenidos consta de la realización de cápsulas multiformato, que unidas constituyan un capítulo de 24 minutos. El lenguaje de carácter institucional será positivo, incluyente, actual y pensado en públicos de interés de la Universidad del Atlántico. Asimismo, gracias a la figura de convocatorias periódicas o la conformación de semilleros de comunicación se procurará la intervención de los estudiantes, docentes y trabajadores, en este caso, interesados en el campo audiovisual. A estos, se les convocaría para capacitaciones y orientaciones técnicas relacionadas con la preproducción de los contenidos.

1.3. Misión

Somos un sistema de medios universitario orientado a apoyar los procesos misionales y la formación integral de alta calidad establecidos por la institución. Nuestro objetivo es producir y transmitir contenido educativo y cultural en formato televisivo, escrito y radiofónico, favoreciendo la construcción social y apropiación del conocimiento con contenidos multimediales de calidad que promuevan la participación de la comunidad universitaria.

1.4. Visión

A 2031 el Sistema de Medios de la Universidad del Atlántico será reconocido como un sistema institucional líder en el entorno regional, nacional e internacional, orientado a apoyar el servicio informativo y de divulgación de los avances de sus procesos misionales, con políticas de inclusión y responsabilidad social universitaria, a través de la publicación de noticias y contenidos confiables y veraces que dejen un impacto significativo en la sociedad.

1.5 Justificación

La presente iniciativa posee una alta relevancia de tipo institucional. Con la implementación de este proyecto, no solo se organiza la gestión de la información, sino que se promueve la participación activa de todos los estamentos universitarios. Dicho sea de paso, es una oportunidad para enfocar el talento humano, la infraestructura física y tecnológica hacia la gestión eficiente de mensajes con los que la Universidad desea llegar a su comunidad interna, y a la sociedad, estimulando el sentido de pertenencia y apropiación de la cultura.

Desde el punto de vista social, al estructurar de manera sólida el esquema de comunicaciones de la Universidad del Atlántico, en televisión, prensa y radio, se hacen extensivos los beneficios derivados de las actividades de docencia, investigación, extensión y proyección social de la Institución. Asimismo, se acerca a la comunidad, beneficiándola con conocimientos científicos en procura de la mejora en la calidad de vida de los individuos y las colectividades.

En cuanto a su pertinencia, con la implementación del proyecto, desde la Universidad del Atlántico, se gestan nuevos procesos de comunicación, acordes con las exigencias y necesidades actuales de la comunidad universitaria y la sociedad. También se propende por la expansión paulatina de contenidos en escenarios de tipo multimedial y multiformato, que ubican a la Universidad en el escenario divulgativo de las instituciones de educación superior en Colombia y el mundo, gracias al dinámico avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

En lo que respecta a la emisora digital La Pública, esta representa múltiples beneficios para la universidad, ya que permite fomentar el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación entre todos los actores de la comunidad universitaria.

Además, la emisora se constituiría en un espacio que contribuye al desarrollo y fortalecimiento de diversas competencias desde la programación que se establezca. Así mismo, fomenta una educación comprometida con el desarrollo humano, al crear nuevos escenarios de diálogo que promuevan el sentido de lo público y su defensa.

La emisora se concibe como un medio para proyectar la imagen institucional a nivel mundial, ya que posibilita su acceso desde cualquier lugar del planeta, manteniendo así a la comunidad informada y fortaleciendo los vínculos con egresados, redes de emisoras, investigadores y otros miembros de la comunidad académica. De este modo, se brinda la oportunidad a cada uno de los actores de participar de la apropiación social del conocimiento, al ser emitida a través de internet, permite ser escuchada y reconocida con mayor cobertura y globalidad.

Así mismo, este servicio se convertiría en un espacio de formación permanente, al poder brindar a la comunidad un repositorio de programación radial 24/7, de manera que permita el acceso a gran cantidad de usuarios desde cualquier ubicación geográfica.

En lo que respecta al componente de prensa, el Sistema de Medios incluye la publicación del periódico institucional, El Manifiesto, el cual abordará los diferentes formatos periodísticos: noticias, crónica, reportaje, foto reportaje, entrevistas, columnas, buscando ofrecer información oportuna, veraz y atractiva para la audiencia.

De igual manera y dada sus características de periódico digital, se alternará entre los formatos escrito y audiovisual, posibilitando la narrativa transmedia.

Por su parte el componente audiovisual, Uniatlántico Te Ve, el formato audiovisual propuesto en el Proyecto de Integración de Medios, adopta las nuevas

narrativas de imagen y versatilidad de escenarios. La denominación hace referencia a la televisión como formato, pero sus contenidos son preparados para ser difundidos también en espacios web y redes sociales.

1.6 Objetivos del Código de Ética

Objetivo General:

Establecer las orientaciones generales para que el Sistema Integrado de Medios, con sus tres principales escenarios de divulgación social, televisión, prensa y radio, se coloquen al servicio de los fines institucionales.

Objetivos Específicos:

- Vincular docentes, estudiantes, trabajadores, egresados e investigadores para que desarrollen productos en diversos formatos multimediales de calidad con funciones, roles y objetivos específicos fortaleciendo a la comunidad uniatlanticense.
- Generar contenidos digitales en diversos formatos que puedan ser compartidos desde un repositorio institucional con bases de datos académicos y abiertos.
- Transmitir programas institucionales de carácter académico y cultural proyectando a nivel nacional e internacional a la Universidad del Atlántico.
- Fortalecer la imagen institucional de la Universidad del Atlántico frente a la sociedad de la información y el conocimiento.
- Posicionar el sello Sistema de Medios Institucional, que promueva la identidad cultural y ciudadana de la Región Caribe y el país.
- Vincular La Pública Radio Digital a redes de emisoras universitarias en el país y en el mundo, como son la red de radio universitaria de Colombia (RRUC) y la Red de radio universitaria de Latinoamérica y el caribe (RRULAC) entre otras.

2. Manual de Estilo y Código de Ética del Sistema de Medios de la Universidad del Atlántico

2.1. Introducción

El presente Código de Ética y Manual de Estilo ha sido creado con la finalidad de establecer las pautas para la puesta en marcha del Sistema de Medios, buscando garantizar el cumplimiento de su responsabilidad social y del ejercicio de los derechos de información y de la comunicación de sus beneficiarios, así como un adecuado desempeño tecnológico, programático y del personal que tendrá a cargo su funcionamiento. Este código va dirigido a los miembros de la comunidad universitaria y estará disponible en forma permanente para su consulta y cumplimiento en los siguientes microsítios institucionales:

<https://www.uniatlantico.edu.co/direccion-de-comunicaciones/>

<https://evirtual.uniatlantico.edu.co/>

<https://www.uniatlantico.edu.co/oficina-de-planeacion/sistema-integrado-de-gestion/>

Además, de manera particular está dirigido a:

- Productores y realizadores de la programación de los tres componentes.
- Consejo de programación de la emisora, del magazín y del periódico.
- Personal administrativo del Sistema de Medios.
- Corresponsables y personas voluntarias que produzcan contenidos para los tres componentes.
- Audiencia y ciudadanía en general.

Los alcances del código de ética para el manejo diario del Sistema de Medios se fundamentan en la Ley 1341 de 2009, el artículo 20 de la Constitución de Colombia, el Plan de Desarrollo Institucional (2022-2031) y los referentes estratégicos de este proyecto comunicativo de la Universidad del Atlántico y demás normas afines. Se busca que los

diferentes actores cuenten con los mecanismos de participación y de expresión, así como los respectivos deberes y derechos adecuados para vincularse al proyecto.

2.2. Valores del Sistema de Medios

Los valores del Sistema de Medios se retoman de los valores institucionales plasmados en el Plan de Desarrollo Institucional 2022-2031, los cuales “representan las creencias y costumbres que comparte nuestra comunidad universitaria y condicionan nuestro actuar.” Pág. 9:

- **Honestidad:** exigencia de actuar con conciencia del respeto a las normas que se consideran legítimas, honrar la verdad y proceder con prudencia y sensatez.
- **Responsabilidad:** es la obligación moral de responder por nuestros actos, sin que nadie nos obligue, sino por el “deber ser”.
- **Pertinencia institucional:** congruencia con las condiciones y necesidades sociales, con las normas que regulan la convivencia social y con las características concretas de los educandos en sus diversos entornos.
- **Transparencia:** mostrarse tal cual se es. Este valor social genera confianza, y seguridad respecto al actuar.
- **Respeto:** aceptación, consideración y delicadeza en el trato hacia personas, animales, y el ambiente, gracias al reconocimiento de sus cualidades o méritos.
- **Lealtad:** valor que nos invita a ser fieles a lo que creemos, bien se trate de una persona, regla, etc.
- **Tolerancia:** aceptar que todas las personas somos únicos con las cualidades y defectos que las identifican.
- **Eficiencia:** utilización correcta y con la menor cantidad de recursos para conseguir un objetivo o cuando se alcanzan más objetivos con los mismos o menos recursos.

- **Libertad:** poder obrar y pensar según un criterio y voluntad propias, sin corromper los derechos de los demás.
- **Liderazgo:** capacidad para influir, motivar, organizar a personas y llevar a cabo acciones para lograr objetivos.
- **Pertenencia:** amor, agradecimiento y cuidado que se tiene hacia la organización.

2.3. Atributos

Se presentan los atributos a considerar para el desarrollo de los contenidos del Sistema de Medios institucional:

- **Creatividad:** implica la realización de producciones originales, auténticas, útiles y novedosas que favorezcan el fortalecimiento del pensamiento crítico y diversidad de opiniones de la audiencia.
- **Apertura:** hacia nuevas formas de pensar privilegiando el respeto y tolerancia hacia las diversidades sociales distintas y las ideologías.
- **Independencia:** incluye la realización de contenidos amparados en la autonomía y la libertad.
- **Profesionalismo:** evitar vicios del ejercicio periodístico tales como el uso de rumores, estigmatizaciones, inexactitudes o estereotipos.

2.4. Principios del Sistema de Medios

Los planteamientos expuestos anteriormente constituyen el referente fundamental para presentar los principios del Sistema de Medios, de igual forma se tiene en cuenta el marco normativo nacional sobre el particular. De esta manera toda persona vinculada a la Universidad del Atlántico que desee hacer parte como colaboradora del Sistema de Medios institucional deberá actuar acorde a los siguientes principios:

- **Imagen e identidad como emisora universitaria.**

Respetar, mantener y proyectar la imagen institucional como entidad de educación superior de carácter público con un rol netamente académico. La imagen que se transmite debe ser coherente con el servicio educativo que se presta, por lo tanto, se promoverá el trabajo de los miembros de la comunidad universitaria: actividades de docentes, estudiantes y egresados, resultados y avances en materia de investigación, desarrollos de extensión y proyección social, así como noticias de interés general que sean de carácter institucional, teniendo en cuenta que la información que se suministre representa un beneficio para la sociedad. Para ello se podrán explorar lenguajes, formatos y géneros que promuevan la producción de propuestas novedosas, creativas, atractivas y pertinentes.

- **Generación de confianza entre la audiencia.**

Crear confianza entre la audiencia brindando información oportuna, verídica, confiable y objetiva. Para ello se debe garantizar la presencia de diversas opiniones acerca de un tema. Cuando sea necesario se tomará como referente el marco normativo existente por parte del personal responsable de un programa o contenido. Así mismo respetar los derechos de autor si se retoma información de fuentes externas, las cuales serán citadas y referenciadas. En caso de que haya algún obsequio durante la programación se establecerán mecanismos de transparencia e igualdad de oportunidad para todos los que aspiren a recibirlo.

- **Idioma de uso.**

Por ser el español el idioma reconocido como la lengua materna de mayor uso en el país, este será el idioma en el que se emitirá la programación y producirán los contenidos. Sin embargo, se respetará el uso de otra lengua cuando esta se requiera haciendo uso de las traducciones respectivas incluida la lengua de señas.

- **Imparcialidad y neutralidad en el manejo de la información.**

Se promoverá la independencia, el pluralismo, la imparcialidad y la neutralidad en el manejo de la información en la programación. Para ello se debe mantener al Sistema de Medios ajeno a la manifestación de opiniones externas que atenten contra el buen nombre de personas, entidades u organismos a través de la intimidación, desacreditación, persecución o veto. Así como tampoco utilizar el Sistema como plataforma para favorecer partidos o candidatos políticos, empresas u otro tipo de organizaciones. De igual forma se hará uso del derecho a la réplica cuando sea necesario.

- **Respeto por la diversidad étnica, religiosa, sexual, lingüística, cultural, generacional, de discapacidad y ecológica.**

Todo el personal que se vincule al Sistema de Medios deberá respetar la diferencia entre las personas, promover la pluralidad de opiniones, los derechos y libertades de cada sujeto evitando la discriminación de todo tipo. En el caso de la producción de contenidos que involucre menores de edad (infantil y juvenil) se tendrá en cuenta horarios de emisión, protección de identidad y contenidos que sean contrarios a la explotación o violencia de este sector de la población.

- **Garantías de participación**

Se mantendrán y actualizarán diversos mecanismos de participación ciudadana y de la comunidad universitaria buscando la difusión y recepción de información diversa y oportuna. Para ello se abrirán convocatorias cada dos (2) meses, que permitan a las facultades y otras dependencias organizar su participación en el Sistema de Medios en diversos géneros y formatos. Así mismo, se integrará el sistema con redes sociales y otros medios de comunicación para garantizar la participación de la audiencia. Las intervenciones deberán guardarse y etiquetarse como archivos para usos futuros de

diversa índole. El personal de soporte técnico deberá garantizar igualdad de condiciones de calidad durante la programación y emisión de publicidad institucional.

- **Compromisos del personal que labore en el Sistema de Medios a nivel técnico y de programación.**

Comportarse de manera recta y honrada en las diversas actividades que se desprendan del sistema. Atender las instrucciones de los jefes directos incluido el presente código y respetar equipos, espacios y horarios de transmisión y trabajo. De igual manera participar en los procesos de capacitación y actualización que la institución programe.

3. PROCESO DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS Y CONTENIDOS

En este código de ética se incluyen también los lineamientos para la oferta y tratamiento de programación y producción de contenidos.

3.1. Lineamientos para la creación y producción de programas radiales.

La Pública Radio Digital contará con un coordinador bajo supervisión del Departamento de Educación virtual, Medios Educativos y Audiovisuales, el cual actuará como representante del Consejo de programación.

La emisora organizará sus contenidos y la función administrativa a través de un consejo de programación que estará integrado por:

- El coordinador de la emisora.
- El Vicerrector de Docencia o su delegado.
- La Dirección de Comunicaciones o su delegado

- El jefe del Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales o su delegado.

Se contará con el soporte de un trabajo articulado entre varias dependencias:

- La administración a nivel de infraestructura tecnológica y plataformas estará a cargo del Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales adscrito a la Vicerrectoría de Docencia con el apoyo de la Oficina de Gestión Tecnológica e Información.
- La gestión de contenidos y programación diaria será responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones y del Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales.
- El espacio y recursos de emisión radial se realizarán desde el Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales.
- La creación de los programas se hará mediante convocatoria abierta a la comunidad cada dos (2) meses, pero se contará con una parrilla de programación a la cual se debe responder. Cada dependencia podrá contar con un espacio de una hora semanal como mínimo. Así mismo, se garantizará una franja informativa para la rectoría y las cuatro Vicerrectorías.
- Los proponentes deberán hacer llegar sus solicitudes de producción de programa utilizando el formato de presentación de proyecto de programa radial que se encuentra en los anexos.
- Toda propuesta de producción de un programa deberá presentarse por escrito acompañado de un demo o programa piloto, utilizando los formatos establecidos para ello por parte de la persona a cargo de la dependencia: Vicerrector, decano o jefe de departamento, la cual deberá ser evaluada por el Consejo de Programación, quien contará con 15 días hábiles para emitir la respectiva respuesta de aprobación o rechazo.

- Si surgen propuestas de programas similares de una misma dependencia, el responsable de esta dependencia deberá orientar su articulación antes de ser presentada la solicitud de producción a la emisora.
- Cumplido el plazo, el coordinador de la emisora responderá por escrito a la solicitud. En caso de ser aprobada, se harán las recomendaciones pertinentes para su puesta en marcha, pudiéndose hacer pruebas piloto previas a la inclusión en la parrilla de programación.
- La realización de los programas se hará con el apoyo del Departamento de Educación Virtual y Medios Educativos y Audiovisuales.

3.1.1. Directrices para la propuesta de programas

Toda propuesta deberá tener en cuenta las siguientes directrices:

- Responder a los principios y políticas del proyecto comunicativo de la emisora explicados en el presente Código de Ética y Manual de Estilo.
- Presentar el proyecto de producción de programa que contenga las siguientes partes: Nombre, objetivo, justificación, eje temático, responsable(s), metodología, horarios de emisión sugeridos y de grabación, audiencia, requerimientos técnicos, criterios de evaluación, duración del proyecto con una proyección de los programas a emitir. Presentar programa piloto y formato anexo.
- Someterse al proceso de evaluación y aprobación por parte del Consejo de Programación a partir de los siguientes criterios de evaluación: participación, organización, antecedentes del grupo o personal que presenta la propuesta, verificación de la sustentabilidad social, ambiental y económica.
- Evidenciar el reconocimiento de los derechos de autor de manera completa tanto para el uso de música como de citas y referentes a utilizar, pudiendo no revelar la fuente si la circunstancia lo amerita.
- Describir como se ha concebido el espacio radial.

3.1.2 Compromisos

Compromisos de los responsables de la realización de programas, a verificar por el coordinador de la emisora:

- Respetar los horarios para la emisión de los mensajes institucionales.
- Autonomía de la emisora para utilizar el espacio por actividades de emergencia o por incumplimiento injustificado de sus productores.
- Asistir a los procesos de formación en producción radial organizados por la emisora.
- Conocer los contenidos del presente Código de Ética y el Manual de Estilo de la emisora antes de formular la propuesta de programación.
- Evitar el uso de lenguajes excluyentes en la realización de los programas.
- Recibir trato formal y respetuoso del personal de producción y administración de la emisora y brindar uno igual.
- Utilizar correctamente los equipos de la emisora, acatar las sugerencias sobre el uso de los elementos de trabajo (Sillas, micrófonos, PC, etc.) y responder fiscal y penalmente por el deterioro injustificado de los mismos, sobre todo por actuaciones violentas.
- No se aceptarán productores que se encuentren bajo los efectos de licor o sustancias psicoactivas al momento de grabar el programa.
- Cuando el productor de un programa incumpla con el Código de Ética y Manual de Estilo, el Consejo de Programación evaluará y sugerirá correctivos por una vez notificando por escrito. Si el problema de conducta continua, el Consejo de Programación podrá decidir retirar el programa del aire.
- No se permitirá la realización y difusión de grabaciones a escondidas o anónimas. Toda persona tiene derecho a saber que su voz está siendo grabada, dónde se utilizará y la finalidad de ello. Así mismo, el oyente debe conocer la identidad del entrevistado.

- Los temas referentes al conflicto armado deben ser tratados por equipos de trabajo, nunca por una sola persona. Además, el Consejo de Programación se reserva el derecho de emitir o no los programas concernientes a esta temática.
- Respetar la Ley de Infancia y adolescencia para la entrevista a menores de edad, sobre todo si son declarados vulnerables por cualquier problemática social o familiar. En particular la Ley de Infancia y Adolescencia señala:

“ARTÍCULO 33. DERECHO A LA INTIMIDAD. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a la intimidad personal, mediante la protección contra toda injerencia arbitraria o ilegal en su vida privada, la de su familia, domicilio y correspondencia. Así mismo, serán protegidos contra toda conducta, acción o circunstancia que afecte su dignidad.

ARTÍCULO 34. DERECHO A LA INFORMACIÓN. Sujeto a las restricciones necesarias para asegurar el respeto de sus derechos y el de los demás y para proteger la seguridad, la salud y la moral, los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas a través de los distintos medios de comunicación de que dispongan”.

- En lo que respecta a la programación musical se permitirá la difusión de diversos géneros musicales y se promoverá el uso de composiciones de miembros de la Universidad del Atlántico, para lo cual se tramitará ante las entidades responsables de SAYCO y ACINPRO las autorizaciones respectivas.
- Con relación a letras de canciones consideradas problemáticas se debe presentar el contexto histórico, ejemplificar otras formas de decir el mensaje y promover la libertad de expresión invocando la tolerancia y el respeto a las ideas.
- Toda música a utilizar debe acompañarse del informe del tipo de género y contexto.

- En caso de situaciones de emergencia interna o externa, desastres o calamidad pública, se deberá transmitir la información que sea de interés público, utilizando diversos mecanismos para ello.
- Se podrá emitir publicidad institucional relacionada con eventos académicos, culturales, de educación continua o de apertura del proceso de admisión de pregrado y postgrado.

3.2. Lineamientos para la creación y producción del magazín informativo.

La programación del Magazín Informativo se realizará a través de segmentos que den cuenta de noticias relevantes y de gran impacto para la institución y la comunidad en general. De igual manera se utilizará como escenarios de emisión el Canal regional Telecaribe, los canales públicos aliados, el canal institucional de YouTube y las redes sociales. Algunas de las secciones propuestas para la producción son:

Talento UA: segmento que destaca los logros de estudiantes, trabajadores y graduados, en el marco de su quehacer institucional.

Docente del mes: reportaje corto en el que los protagonistas son las y los docentes, con el que se exaltan sus aportes a la academia.

Ciencia en vivo: espacio dedicado a investigadores y grupos de investigación con alto impacto. Los productos audiovisuales abordarán las problemáticas y las soluciones derivadas de los estudios liderados desde la Institución.

Arte vivo: sección dedicada a visibilizar a los artistas que integran la comunidad universitaria. Se invitará a estudiantes, docentes y trabajadores a presentar sus creaciones.

Conciencia UA: espacio para la divulgación de iniciativas institucionales que promueven la cultura ciudadana y los derechos humanos.

Avances institucionales: en este segmento se pretenden mostrar los adelantos que, desde la administración, se hacen por la mejora de las condiciones generales de la Institución. Se realizará en articulación con las vicerrectorías y oficinas asesoras de rectoría.

Espacio institucional: segmento editorial en el que el rector presenta su punto de vista sobre temas del acontecer institucional, asuntos de coyuntura local, regional, nacional o internacional y reflexiones desde la academia para el entorno social. Las temáticas serán escogidas de acuerdo con el criterio del rector, a la luz de su programa rectoral.

3.3. Requerimientos para la implementación

Para el desarrollo de esta iniciativa resulta indispensable contar con recursos humanos y técnicos. Valga señalar que es necesaria la vinculación de un equipo capacitado y dedicado a esta faceta del proyecto, el cual actuará bajo la orientación de la Dirección de Comunicaciones.

Para la puesta en marcha del programa de televisión, se propone un cronograma de dos meses que se repite para completar los cuatro meses del semestre académico. En dicho cronograma, se contempla un mes tanto para el desarrollo de la convocatoria de selección de contenidos y reporteros como para la sensibilización y capacitación a los elegidos para que lleven a cabo el proceso de preproducción de los contenidos. El segundo mes estará dedicado a la realización y disposición final del producto de 24 minutos. En ese sentido, se realizarán dos convocatorias, por semestre académico, abiertas a toda la comunidad universitaria, en el marco de las secciones propuestas para la creación de contenidos del magazín.

La divulgación del magazín y sus contenidos de forma desagregada se realizará con la emisión del producto a través del Canal Regional Telecaribe, canales institucionales propios en YouTube, Instagram y Facebook, así como de otros canales públicos aliados a nivel nacional.

Para ello, el magazín tendrá dos capítulos de estreno por mes, emitiéndose estos con un espacio de 15 días entre sí, en el Canal Regional Telecaribe. En ese sentido, mensualmente, en la semana 1 y 2 se emitirá un capítulo, y en la semana 3 y 4 otro capítulo, ubicando los de estreno en las semanas 1 y 3. En simultáneo, los capítulos de estreno serán emitidos en el canal de YouTube y Facebook institucional, de conformidad con el horario estipulado en el canal. Así mismo, se contempla la emisión de mínimo un capítulo mensual, los lunes, a través de otros canales públicos aliados; y la divulgación de contenidos desagregados en Instagram todos los viernes en horario de alto tráfico.

3.4. Lineamientos para la creación y producción del periódico universitario

Este medio institucional se propone como un espacio de convergencia en el que podrán participar los miembros de la comunidad institucional con diversos temas relacionados con los procesos de investigación, formación, ciencia, entre otros, que serán adaptados a los diferentes formatos periodísticos: noticias, crónica, reportaje, foto reportaje, entrevistas, columnas, cuya periodicidad estará ajustada a los recursos humanos y técnicos con los que se cuenten, al cierre de cada semestre.

En aras de posibilitar la narrativa transmedia y multiplataforma, estos formatos alternan entre lo escrito y lo audiovisual, pues algunos contenidos pueden ser publicados mediante cápsulas de video o audio, acorde con las condiciones actuales de la comunicación digital.

Los artículos escritos tendrán una extensión de máximo dos cuartillas (páginas), las cápsulas de video o audio contarán con una duración máxima de dos minutos. En caso de entrevistas o productos especiales podría darse más duración, dependiendo del personaje invitado o temática. Con el fin de visibilizar el quehacer de todas las facultades en el desarrollo de las secciones del periódico universitario, se pretende convocar a la comunidad universitaria a participar con sus productos en las secciones de:

- Noticias
- Entrevistas
- Crónicas
- Reportajes
- Zona artística: Fotografía, pintura, cuento corto, poesía, ilustración.

Para conformar la lista de elegibles, la Dirección de Comunicaciones establecerá las bases de la convocatoria, en donde se invitará a los interesados a proponer el formato y la temática con un párrafo resumen de la intención con la que desarrollará el contenido. Las temáticas deberán estar alineadas con los intereses de la comunidad universitaria y privilegiarán la divulgación de aspectos relacionados con el ejercicio de la academia, y sus estudiantes, docentes, trabajadores y graduados, en materia de docencia, investigación, extensión, proyección social y bienestar universitario.

Adicionalmente, la Dirección de Comunicaciones se encargará de producir los contenidos de otras secciones, como:

- Editorial.
- Noticias de gran impacto institucional.
- Graduados UA, en articulación con la Oficina de Egresados.
- Foto galería.
- Divulgación de la oferta de pregrado.

- Promoción de la oferta de postgrado, educación continua, cursos libres de Bellas Artes y cursos de Lenguas Extranjeras, escuela de formación deportiva, entre otros.
- Agenda cultural de próximos eventos programados.
- Divulgación de convocatorias de interés general.

3.5. Requerimientos para la implementación

Para poner en marcha el Sistema de Medios Institucionales son necesarios los recursos humanos y técnicos. Por lo que se requiere vincular un equipo con personal capacitado y responsable de atender a las funciones propias del periódico, que actuará bajo la orientación de la Dirección de Comunicaciones.

4. COMITÉ EDITORIAL

Se entiende como la instancia responsable de los contenidos emitidos en los formatos y medios que hacen parte del presente proyecto, es decir: el magazín televisivo, el periódico universitario y la emisora digital. En la Universidad del Atlántico, el comité editorial estará integrado por el Rector, el Vicerrector de Bienestar Universitario, el Vicerrector de Docencia, el Vicerrector de Investigaciones, Extensión y Proyección Social o sus delegados, la Dirección de Comunicaciones y del Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales y la coordinación del periódico. No obstante, cada medio tendrá su propio consejo de programación o redacción según el caso, para atender las necesidades específicas.

5. POLÍTICAS GENERALES DE PARTICIPACIÓN EN EL SISTEMA DE MEDIOS

- Cada interesado enviará debida propuesta de los temas a trabajar en la edición, formato o medio, de acuerdo con las bases que estipulen en las convocatorias.

- En las debidas instancias se discutirán las propuestas y se aprobarán los temas y formatos propuestos.
- Los textos, fotografías y demás trabajos serán recibidos en las fechas acordadas, pasando a revisión y corrección de estilo.
- No existirá censura de doxa u opinión, siempre y cuando el lenguaje utilizado sea pulcro, respetuoso de las instituciones y, por lo tanto, esté libre de insultos calumniosos y/o agravios personales.
- Las colaboraciones deben remitirse por las vías establecidas en cada convocatoria.

6. ESTRUCTURA DE CRÉDITOS

Dirección general

Rector

Comité editorial

Vicerrector de Bienestar Universitario

Vicerrector de Docencia

Vicerrector de Investigaciones, Extensión y Proyección Social

Dirección de Comunicaciones

Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales

Edición General

Dirección de Comunicaciones

Departamento de Educación Virtual, Medios Educativos y Audiovisuales.

Equipo de trabajo: Se indicará, según la edición o emisión y el medio o formato, el equipo de trabajo que participe por cada dependencia.

Creadores de contenido: Se indicarán, según la edición o emisión y el medio o formato, los creadores de contenido de la comunidad universitaria.

 Universidad del Atlántico	CÓDIGO: FOR-DO-174
	VERSIÓN: 0
	FECHA: 11/AGO/2023
PRESENTACIÓN DE PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL	

Cualquier persona que desee presentar un proyecto radiofónico a la Universidad del Atlántico, deberá hacerlo llegar al correo lapublica@mail.uniatlantico.edu.co mediante el siguiente formato:

Fecha: Fecha de diligenciamiento del formato

Responsable del proyecto: Nombre completo del responsable

Dependencia: Elija un elemento.

Programa académico: Nombre del Programa académico

Celular: Número de celular

Correo electrónico institucional: correo @mail.uniatlantico.edu.co

Información del Programa Radial	
Título	Escriba el nombre del programa
Número de emisión	Escriba el número de emisión
Tema	Describa ¿De qué trata el programa? y por qué puede ser de interés para el público de la Universidad
Público objetivo	Describa tipo de público al que va dirigido el programa, nivel cultural y educativo (bachilleres, pregrado, postgrado, en general)
	Rango de edad: Escriba entre el rango mínimo y máximo de edad
	Sexo: <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Otro
Tipo	Elija un elemento.
Formato	Elija un elemento.
	<input checked="" type="radio"/> ¿Otro, cuál?
Estructura	Indique las sesiones del programa y que contiene cada una de ellas
Requerimientos (Describa cuáles)	Elija un elemento. <input checked="" type="radio"/> ¿Otro, cuál?
	Cuantos locutores participarán

Información del Programa Radial	
<i>recursos radiofónicos utilizará)</i>	
Duración	Elija un elemento.
Periodicidad	Elija un elemento.
Horario	Sugiera su horario de transmisión y justifíquelo
	<input type="radio"/> Matinal <input type="radio"/> Vespertino <input type="radio"/> Nocturno
Producción	Especifique el tiempo en horas que necesite de estudio
Nombre Productor	Asigne un productor general para el programa
Perfil de los responsables (<i>Tiene espacio para 3 participantes, sin son más puede anexar una hoja adicional</i>)	Escriba una descripción menor a 300 palabras sobre el conjunto de capacidades y competencias que identifican su formación académica y experiencia profesional
	Escriba una descripción menor a 300 palabras sobre el conjunto de capacidades y competencias que identifican su formación académica y experiencia profesional
	Escriba una descripción menor a 300 palabras sobre el conjunto de capacidades y competencias que identifican su formación académica y experiencia profesional

FIRMA	FIRMA	FIRMA
Entregado Nombre:	Revisado Nombre:	Aprobado Nombre:

Una vez aprobado el proyecto, la emisora de Universidad del Atlántico transmitirá el programa durante un semestre académico. Posterior a la evaluación, dicho periodo podrá ampliarse o no según criterio del Consejo de Programación. Se le notificará al solicitante la decisión y se adjuntará la respectiva evaluación.

Glosario:



La Pública
Radio Digital




El Manifiesto
Periódico Universitario



UA TeVe
Magazin Informativo

 Cra 30 No. 8-49 Puerto Colombia, Atlántico

 PBX: (+57) 385 2266

 www.uniatlantico.edu.co

Para más información:

Dirección de Comunicaciones

 comunicaciones@mail.uniatlantico.edu.co

Vicerrectoría de Docencia

**Departamento de Educación Virtual,
Medios Educativos y Audiovisuales**

 virtualizacion@mail.uniatlantico.edu.co

#SomosUA