

PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES
REALIZADOS POR EL CPA

JAZMIN KATHERINE BAUTISTA JAIMES
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
FLORIDABLANCA
SEPTIEMBRE 2011

PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES
REALIZADOS POR EL CPA

JAZMIN KATHERINE BAUTISTA JAIMES
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA
MODALIDAD PASANTIA

ASESOR:
HECTOR MAURICIO GÓMEZ MORA
COMUNICADOR SOCIAL- PERIODISTA
ESPECIALISTA EN PERIODISMO ELECTRÓNICO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
FLORIDABLANCA
SEPTIEMBRE DEL 2011

Nota de aceptación

Firma de Jurado

Firma de Jurado

Firma de Jurado

Bucaramanga 20 de octubre del 2011

A mis papas Jairo Bautista y Amparo Jaimes
quienes amor con todo mi corazón y
nunca dejaron de creer en mí y
en lo que pude lograr hacer.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas aquellas personas que me acompañaron en este ciclo de mi vida que termina y que abre otro aún más importante.

Primero a Dios quien me dio la vida y la salud, a mis padres quienes con mucho esfuerzo y sacrificio lograron darme la oportunidad de estudiar y crecer como persona, mujer y profesional.

A mis profesores quiénes dieron las bases para enfrentarme al mundo laboral como una profesional integra, de valores cristianos y sentido de ayudar a la sociedad.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	15
1.1. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA	15
1.2. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARANA SECCIONAL BUCARAMANGA	16
1.3. CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (CPA)	17
1.3.1. PROYECTOS REALIZADOS POR EL CPA	19
1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	21
2. REFERENTE CONCEPTUAL	23
2.1. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	24
2.2. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA UNIVERSIDADES	26
2.3. PRODUCCIÓN Y TELEVISIÓN CORPORATIVA	27
2.4. PRODUCCIÓN Y VIDEO PROMOCIONAL	29
2.4.1. Comercial o spot publicitario	30
2.5. PRODUCCIÓN Y VIDEO INSTITUCIONAL	30
2.6. PRODUCCIÓN Y VIDEO FORMATIVO O EDUCATIVO	32
2.6.1. Videos de capacitación	33
2.6.2. Videos de inducción	33

3. OBJETIVOS DE LA PASANTIA	34
3.1. OBJETIVO GENERAL	34
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	34
4. ACTIVIDADES FUNDAMENTALES DE LA PASANTIA	35
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFIA	46
LISTAS DE TABLA	7
LISTAS DE FIGURA	9
ANEXO	10

LISTAS DE TABLAS

Tabla 1		
Grabación de videos realizados por el CPA		35
Tabla 2		
Transmisión de eventos realizados por la universidad		37
Tabla 3		
Edición de videos producidos por el CPA		38
Tabla 4		
Manejo y coordinación de solicitud de préstamos de equipos para los		41
Tabla 5		
Apoyo técnico, logístico a ejercicios de los		
estudiantes y administrativos		42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Estructura Organizacional	22
Figura 2 Esquema productos videográficos empresariales	28
Figura 3 Esquema de video institucional Universidad de Medellín	31

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Cronograma de actividades

Anexo B. Video institucional UNIRED (video adjunto en el CD)

Anexo C. Video Promocional Maestría en Psicología (video adjunto en el CD)

Anexo D. Video Perfiles 20 AÑOS UPB (video adjunto en el CD)

Anexo E. Video balance oficina de planeación 2011 (video adjunto en el CD)

Anexo F. Archivo Fotográfico videos convenio ICP-CPA (carpeta adjunta en el CD)

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO

TITULO: PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCION DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR EL CPA

AUTOR(ES): JAZMIN KATHERINE BAUTISTA JAIMES

FACULTAD: FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

DIRECTOR(A): HECTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

RESUMEN

El presente trabajo de grado es la recopilación de la experiencia adquiridas durante la pasantía realizada en el Centro de Producción Audiovisual CPA de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.

Al trabajar en un Centro de Producción, se puede conocer a fondo los procesos de producción para cualquier tipo de video, desde su planteamiento, producción y realización del montaje, también la dinámica de trabajo del centro, el flujo de personas y el préstamo de equipos, esto debido a que el CPA apoya en las actividades de práctica para los estudiantes que ven las materias de Narrativa y Taller de Cine y Televisión, de esta manera es importante que exista un equipo de personas que trabajen en todas las actividades que se dan en el centro.

También es importante que en el CPA genere la oportunidad a los estudiantes de realizar sus prácticas o pasantías profesionales como parte de su desarrollo académico, y que el estudiante también pueda aportar al desarrollo de nuevas ideas o proyectos para el centro, de tal manera que se cree la necesidad de que exista un practicante o un pasante que apoye o dirijas los proyectos que se desarrollan en el Centro

Es por eso que el objetivo principal de esta pasantía es el de apoyar la producción y post producción de productos audiovisuales realizados por el CPA, para este trabajo se tomaron tres líneas de acción; el fortalecimiento de la línea de producción de videos de carácter promocional, educativo e institucional; el apoyo logístico de actividades propias del CPA (préstamo de equipos, grabaciones, transmisiones de eventos dentro del campus universitario y apoyo a actividades realizada por estudiantes); y la producción en general de videos realizados por el Centro de Producción.

PALABRAS CLAVES: Producción Audiovisual, Video, video institucional, video educativo

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

ABSTACT

TITLE: CPA's AUDIOVISUAL PROJECTS PRODUCTION AND POST PRODUCTION

AUTHOR(S): JAZMIN KATHERINE BAUTISTA JAIMES

FACULTY: SOCIAL COMMUNICATION FACULTY - PERIODISM

DIRECTOR: HECTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

ABSTRACT

This graduate work is a compilation of the experience acquired during the internship made in the Audiovisual Production Center CPA from the Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga branch.

When working in a Production Center, you get to deeply know the production processes for any kind of video, the conception of the video itself, production and setting, also the dynamics of the work, flow of people and equipment loaning, all of this because the CPA supports the activities of the students of Narrative and Cinematography and Television workshop. That is why it is important to have a team of people dedicated to work on the activities of the CPA

It is also important that the CPA create opportunities for the students to do their professional practice or internship as part of their academic process, and that he/she generate and develop new ideas and projects. That way CPA will always need an intern available to support the projects

That is why the main objective of this internship is to support the CPA's audiovisual projects production and post – production, and there was been three fields of action: reinforce the production line of promotional, educational and institutional videos; logistics for the activities of the CPA (recording, equipment loaning, and events broadcasts in the campus as well as students activities support); and the production of videos made by the Production Center

KEY WORDS:

Audiovisual Project, Video, Institutional Video, Educational Video

DIRECTOR's Vº Bº

INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de comunicación nos estamos refiriendo a un proceso en el cual hay una interacción de carácter social, donde dos personas intercambian ideas de tal forma que se crea una retroalimentación para llegar a la capacidad de producción y difundir los mensajes que se crean en dicha interacción. Ahora bien cuando hablamos de esa capacidad de producir y difundir, existen muchos medios que se diferencian por el lenguaje que se emplea y la forma como se difunden los mensajes. Uno de los más utilizados es el audiovisual debido a que se compone de imagen y sonido creando un lenguaje propio que lo hace de fácil manejo para establecer dichas comunicaciones.

Algunos autores especializados en el tema en comunicación audiovisual como lo es Herbert Zettl, consideran que la comunicación audiovisual, con el paso del tiempo, se ha tomado como una de las formas más completas para la difusión de un mensaje, pero que a su vez es complejas de manejar debido a que tiene un lenguaje, un proceso y una manera de realizarse determinada, esto porque juega factores importantes como la vigencia del mensaje, la actualidad de las imágenes y los nuevos códigos que se utilizan; es en este punto donde juega un papel importante la academia, ya que es en las aulas donde no solo se genera una noción y unas pautas de aprendizaje sino la práctica para manejar este mundo de lo visual y lo sonoro.

Un ejemplo de este proceso es el Centro de Producción Audiovisual CPA de la Universidad Pontificia Bolivariana el cual es un espacio donde los estudiantes además de encontrar un apoyo académico y logístico de préstamos de equipo de producción audiovisual, también encuentran un espacio donde se puede poner en

práctica lo aprendido durante el proceso educativo para la culminación de un ciclo y tener bases para enfrentar el mundo laboral.

Entre las actividades a desarrollar dentro del CPA están las de apoyar a los estudiantes en sus proyectos de clase, la coordinación de préstamo de equipos, producción y post producción de proyectos audiovisuales que surjan en el CPA, transmisión de eventos que se desarrollen en la universidad entre otras actividades.

El propósito del pasante es estar en el apoyo de estas actividades de tal manera que no solo se aprenda del entorno en el cual se trabaja para tener herramientas necesarias y solucionar problemas que se presenten, sino de tener la posibilidad de proponer proyectos que alimenten las actividades dentro del CPA, de tal manera que se pueda desarrollar bajo parámetros establecidos dentro de la entidad.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

En el documento Nuestra UPB¹, la historia de la Universidad Pontificia Bolivariana comienza el 15 de septiembre de 1936 en la ciudad de Medellín, allí se funda la Universidad Católica Bolivariana a manos de Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera y bajo la dirección de Monseñor Manuel José Sierra, en 1978 se iniciaron actividades académicas con la facultad de Derecho y para el año de 1945 su Santidad Pío XII le otorga el título de Pontificia convirtiéndose Universidad Pontificia Bolivariana. Los principios de humanismo cristiano en los cuales se funda la UPB han sido construidos en dos pilares fuertes, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar, durante su funcionamiento la formación académica, instrucción científica y tecnología y humanismo han formado a líderes que contribuyan con el desarrollo del país.

Con el tiempo la Universidad Pontificia Bolivariana se hace miembro de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Federación Internacional de Universidades Católicas FIUC, la Unión de Universidades de América Latina UDUAL, la Asociación Internacional de Universidades AIU, la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados AUIP y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI.

En la actualidad la UPB cuenta con tres seccionales ubicadas en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira, junto con la sede principal ubicada en la ciudad de Medellín y una Unidad de Proyección y Gestión en la ciudad de Bogotá.

¹ Nuestra UPB {online}.Universidad Pontificia Bolivariana. {consultado mayo 25 del 2011}. Encontrado en: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,31059593&_dad=portal&_schema=PORTAL

1.2. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARANA SECCIONAL BUCARAMANGA

Para el 11 de octubre de 1988 por iniciativa de la arquidiócesis se funda para el oriente colombiano la Universidad Católica, al servicio del hombre y de la sociedad, que brinde formación integral a los profesionales, para que a través de la investigación y el servicio a la comunidad trabajen por el cambio hacia una nueva sociedad.

En Bucaramanga, la seccional se crea por interés de un grupo de religiosos, empresarios, profesionales y educadores y con el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Mons. Héctor Rueda Hernández, se fundó la UPB seccional Bucaramanga; su funcionamiento se autorizó por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior -ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990. Con este aval inicia labores académicas el segundo semestre de 1991 con el programa de pregrado de Ingeniería Electrónica. Para este periodo Rectoría estuvo bajo la dirección de Mons. Jesús Quilarós Crispín (q.e.p.d.), posteriormente fue elegido Mons. Néstor Navarro Barrera y a partir del 2007 fue designado para este cargo Mons. Primitivo Sierra Cano.

Para 1998 la UPB tiene su campus universitario ubicado en el Km. 7 de la Autopista que de Bucaramanga conduce a Piedecuesta. Con 13 programas académicos, 15 especializaciones y dos maestrías, la alta calidad académica y solidez financiera coloca a la institución como una de las universidades con mayor posicionamiento en la ciudad y la región.

Así lo refleja en su misión donde la formación integral de las personas que conforman esta institución, a través de la evangelización de la cultura, la búsqueda constante de la verdad en los procesos de docencia, la investigación, proyección social y la reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano, para el bien

de la sociedad; posicionándola como una de las institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.

La UPB tiene como soporte de sus actividades los valores: El reconocimiento y respeto por cada una de las personas, sin discriminación alguna, la búsqueda de la verdad y el conocimiento, solidaridad, justicia, honradez, lealtad, la creatividad e innovación y el compromiso con la paz y el desarrollo del país.

1.3. CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (CPA)

Según su director, Fidel Sánchez, el Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Pontificia Bolivariana², es una dependencia de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, dedicada a realizar producciones de alta calidad, con el profesionalismo, talento humano y tecnología de última definición. La labor del CPA es el apoyo académico a los estudiantes de la Facultad en las asignaturas de Televisión y Cine, como asesorías en la producción de sus trabajos, préstamo de equipos de producción y post producción de sus trabajos.

Realiza funciones administrativas y académicas como préstamo de equipos a los estudiantes y asesorías a los procesos de aprendizaje. Cuenta con equipos para la producción de materiales televisivos, una sala de posproducción equipada con tecnología de punta donde los estudiantes se capacitan en labores de edición y montaje de proyectos audiovisuales.

² Documento oficial Centro de Producción Audiovisual CPA

El CPA tiene como misión contribuir a través de proyectos audiovisuales, la divulgación del desarrollo académico, la promoción de la cultura y la labor social de la Universidad Pontificia Bolivariana, también el constituir a generar espacios para el desarrollo de talleres de capacitación en torno a los tecnológicos disponibles. También una visión de llegar a ser una empresa líder en el medio audiovisual con tecnología de punta, para aportar altos niveles de conocimiento a los estudiantes, con realización de programas de índole académico y cultural. Y con unos objetivos de diseñar y crear cursos que ayuden a la formación integral de los estudiantes e incluso de los clientes externos. Talleres tales como presentación de TV, edición básica y avanzada.

Funciones del CPA:

- ✓ Supervisar el desarrollo de las actividades de los estudiantes llevados a cabo en el Centro de Producción Audiovisual.
- ✓ Evaluar las necesidades y presupuestar recursos para mantenimiento de equipos o compra de los mismos.
- ✓ Realizar el seguimiento de los proyectos audiovisuales para los clientes para cumplir a tiempo.
- ✓ Actuar como responsable de toda producción desarrollada en el C.P.A, debido a que estos proyectos son publicados por la página web de la universidad.

Servicios:

- ✓ Asesorías académicas
- ✓ Edición de productos audiovisuales
- ✓ Realización de videos institucionales o comerciales
- ✓ Talleres de presentación y redacción en TV

1.3.1. PROYECTOS REALIZADOS POR EL CPA

Durante su funcionamiento, el centro de producción audiovisual se ha especializado en el apoyo técnico y logístico a los estudiantes de las materias de televisión y cine de la facultad, realizar proyectos audiovisuales para la universidad y brindar servicios externos a instituciones públicas y privadas, también dando la oportunidad a pasantes de crear propuestas audiovisuales que ayuden a su crecimiento académico y a la continua renovación de ideas al CPA

1. Realización del diplomado en Teoría y Práctica del documental desarrollado en el primer semestre del 2008 que contó con la participación de dos profesores españoles, Josep Cataláp quien dictó el módulo de la estética del documental y Ricardo Iscar quien dictó el módulo de realización documental, también estuvieron acompañados de los profesores Fidel Sánchez y Luis Jorge Orcasitas quienes dictaron el módulo de montaje documental y de los profesores Francisco Barajas, Jorge Andrés Botero, Sandra Restrepo, entre otros y cuyo objetivo central era el análisis teórico del documental y sus modalidades que termino con la producción de cortometrajes de tipo documental realizados por los asistentes.
2. Realización del curso de redacción y presentación para televisión, cuyo objetivo central era desarrollar habilidades de los participantes en redacción y presentación de notas periodísticas para la televisión; los talleristas invitados fueron, el presentador de noticias del canal RCN Luis Felipe Arias quien dictó el módulo de redacción y la profesora Adela Marín quien dictó el módulo de técnicas de presentación, este taller se realizó en el segundo semestre del 2009

3. Apoyo técnico y logístico para la producción audiovisual del centro de proyección social CPS en el programa “Ventana social”
4. Producción del piloto “Maguzin”, como proyecto final del curso televidencia crítica realizado por ASCUN en convenio con la Comisión Nacional de Televisión CNTV

Algunos proyectos realizados por pasantes en el CPA:

5. “Noticias UPB” el cual fue el diseño del primer capítulo de un noticiero producido y dirigido a la Universidad Pontificia Bolivariana secciona Bucaramanga, este producto audiovisual, de máximo 30 minutos, expone la divulgación de proyectos, actividades, investigaciones y demás hechos relevantes que caracterizan a la misma universidad. Este primer capítulo contó con una presentadora, un productor, un camarógrafo, un editor y varios estudiantes del programa académico de Comunicación Social de últimos semestres (octavo, noveno y décimo).
6. El seguimiento audiovisual al proceso LUPA (cuyo objetivo es seguir de cerca las capacitaciones y corregir los defectos que tienen los tutores, empleados de Ecopetrol con más experiencia y conocimientos). Junto con la Universidad Corporativa de Ecopetrol, un proyecto que busca fortalecer los conocimientos, competencias técnicas y humanas de los trabajadores de la empresa a partir de la creación de cursos en materias relacionadas con la explotación petrolera.
7. Desde el CPA se realizó una propuesta audiovisual cuyo producto final fue un piloto donde se observan algunas manifestaciones culturales; la idea central es sentar las bases para la realización de un serial de cinco capítulos donde se indague por medio del reportaje como los jóvenes perciben su entorno. Para

llevar a cabo este propósito se realizó un trabajo de investigación sobre los procesos de configuración de la cultura, asimismo se estudiaron algunos conceptos de institucionalización y se tuvo en cuenta cómo se recrea la cultura al interior de los grupos de la Universidad.

Para su realización, la propuesta inicial se escogió el tema de la música, en este trabajo se puede observar como los jóvenes mantienen y conservan algunas tradiciones como la Cumbia. Pero también se ven cómo se mantienen vigentes manifestaciones musicales más contemporáneas como el rock y como la música influye en la cultura.

1.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

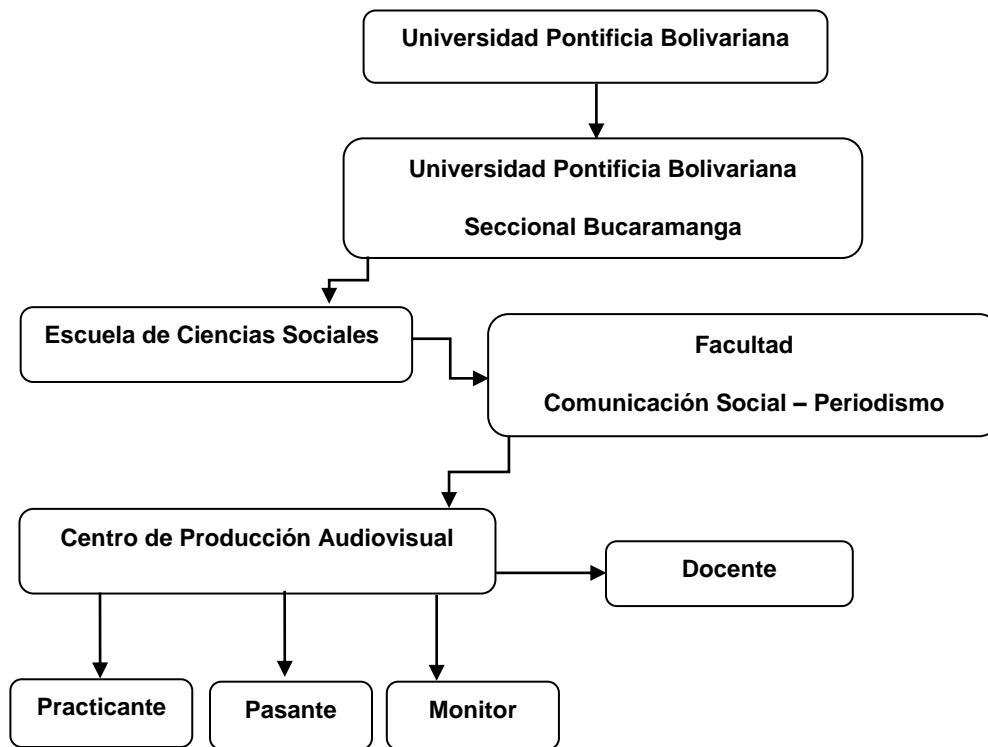
El Centro de Producción Audiovisual es un departamento dependiente de la UPB seccional Bucaramanga pero con la capacidad administrativa de un centro de costos. En cuestiones académicas y laborales el CPA está directamente relacionado con la Facultad de Comunicación Social y Periodismo debido a que forma parte del apoyo académico, logístico y personal a los estudiantes que ven las materias de televisión y taller de cine.

La dirección de CPA está a cargo de Fidel Eduardo Sánchez quien es a su vez es docente de las materias de cine e investigación y también dirige el observatorio de medios vinculado al centro de producción.

La estructura organizacional del CPA está conformada por el director del centro, un docente que dicta clases en las materias Narrativa y Taller de Televisión I y II, un pasante que es el en cargado de apoyar las producciones que realiza el CPA, prestamos de equipo, grabaciones, post producciones, un practicante y un monitor

que apoyan las actividades que se desarrollan en el CPA.

Figura 1
Estructura Organizacional



Fuente: elaborado por el autor

2. REFERENTE CONCEPTUAL

La forma como nos comunicamos ha cambiado a medida en que el hombre ha evolucionado, la agilidad, fluidez y rapidez con la que viaja la información, han hecho que nuevos medios surjan para alcanzar la globalización en la cual el mundo está inmerso. Desde las sociedades hasta las mismas personas, han cambiado la forma en la cual asimilan toda la información que les llega, de tal manera que se crean signos diferentes cada vez que entablamos una relación de comunicación con otra persona del común.

Dichas relaciones se dan desde un contexto social, la comunicación e información que fluyen dentro de esas relaciones dependen de los diferentes medios en los que se presentan y la asimilación que se tengan por parte de las personas que la conforman.

Estos medios varían de acuerdo a la facilidad que tengan las personas para desarrollar sus habilidades comunicativas, la cantidad de medios puede variar desde lo impreso, lo radial y lo visual, este último es el que ha cogido más fuerza debido a que complementa lo que se ve con lo que se dice creando un lenguaje que con el paso del tiempo se convirtió en todo un proceso de producción de imagen

2.1. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción de imagen o producción audiovisual es considerado por algunos como una tarea sencilla que cualquiera puede realizar teniendo un elemento tan básico como lo es una cámara, mostrar la imagen de algo que se mueve, un acto o una situación en particular; pero hay quienes dicen que es más complicado que eso, es pensar más allá de la imagen y el sonido(,) sino en todo un proceso creativo que se construye a partir de una idea y termina en un producto pensado para la televisión, el cine o cualquier otro medio que se pueda ver.

Pero para llegar a un producto terminado se debe tener un aprendizaje previo que le permita realiza con facilidad todo este proceso, saber acerca de sistemas de producción, trabajo en equipo, creatividad entre otros, para esto hay que tener en cuenta que “para comprender un mecanismo específico de la producción, como la lente de una cámara, se debe conocer las funciones de muchos de los elementos, como los niveles de iluminación, la apertura máxima de los lentes o la profundidad de campo y a la inversa, se necesita saber cómo se comporta el color con la iluminación antes que se pueda comprender adecuadamente cómo funciona la recepción de una cámara o de un televisor a color”³.

Estos sistemas de producción se dividen en tres, los sistemas básicos de televisión que constan de un equipo electrónico y de las personas que lo operan los cuales se encargan de convertir las imágenes y los sonidos en energía electrónica básicamente son los encargados de realizar un programa en específico; los sistemas expandidos de estudio y producción electrónica de campo que son los encargados de las producciones realizadas en estudio o en campo

³ ZETTL, Herbert, Manual de Producción de Televisión,, ed. International Thomson Editores, séptima edición, México año 2000, pág. 4

con el fin de tener un mejor control sobre la calidad de la imagen, del sonido y de los efectos que se están realizando; y los elementos de producción que son la parte tecnológica del equipo, cámaras, iluminación, sonido, paneles de control, entre otros.

En conjunto estos tres sistemas al combinarse de una manera adecuada y planificada es en lo que se basa la producción audiovisual, todo lo que se ve y todo lo que se oye varían de acuerdo a la calidad y el trabajo con el cual se convine los elementos del lenguaje audiovisual.

Ahora bien, teniendo clara un poco la idea de lo que es hacer producción audiovisual también hay que saber que esto no se limita solo a hacer contenidos para televisión, cine o demás medios visuales, sino sirve para difundir un mensaje o idea con una intencionalidad final ya sea para informar, educar, promover o simplemente entretener, siempre y cuando se genere una responsabilidad en los contenidos que se quieran hacer; para esto juega un papel importante la academia enseñando las bases necesarias para llegar a este fin. Es por esto que toma fuerza la producción audiovisual en las universidades como primer paso a crear productos audiovisuales con mensajes claros, responsables y creativos.

2.2. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA UNIVERSIDADES

Si bien es en las universidades donde se forjan las bases, también se vuelve un espacio donde los estudiantes pueden comenzar a experimentar, investigar y practicar cómo es la producción de contenidos audiovisuales, no solo en las materias que se ven durante la carreras, sino en los talleres de práctica, semilleros de investigación con temas audiovisuales y en centros de producción audiovisual.

En esta instancia dice Jesús M. Salinas en su escrito La producción universitaria de televisión y video educativo: entre la coproducción y la cooperación, que “la universidad presenta una doble vertiente, por una parte posee un campo de intervención interno respecto a los propios Departamentos universitarios en relación a la propia enseñanza e investigación y por otra parte, posee un campo externo representado por la sociedad, en general y por los sistemas de educación para el que ha de investigar, experimentar materiales y presentar modelos”⁴

Con esto a lo que se quiere llegar es que las universidades creen canales adecuados para la difusión de productos audiovisuales de tal manera que sirvan como ejes sociales para la educación, identificación, promoción, entretenimiento, entre otras y que el video y su emisión actúen como difusores de actividades académicas dentro de la universidad, también que se cree material para todo los sistemas educativos ya sea en colegios, empresas o demás instituciones privadas o públicas, la creación de materiales para la enseñanza no universitaria (prototipos de programas didácticos de alto valor técnico); videos didácticos para la propia

⁴SALINAS, Jesús. La producción universitaria de televisión y video educativo: entre la coproducción y la cooperación {online}. Universidad de las islas Baleares. Texto en PDF. {consultado 11 de septiembre 2011}. Encontrado en: <http://www.grupocomunicar.com/contenidos/pdf/educacion-y-medios-de-comunicacion/09-salinas.pdf>

universidad y la creación de bases para la planificación, desarrollo y evaluación de las acciones que se relacionan con la televisión educativa y su impacto. Para llegar a que esto se logre es necesario que sea la misma academia la encargada de fomentar estas iniciativas en los estudiantes con el fin de mejorar la producción de contenidos.

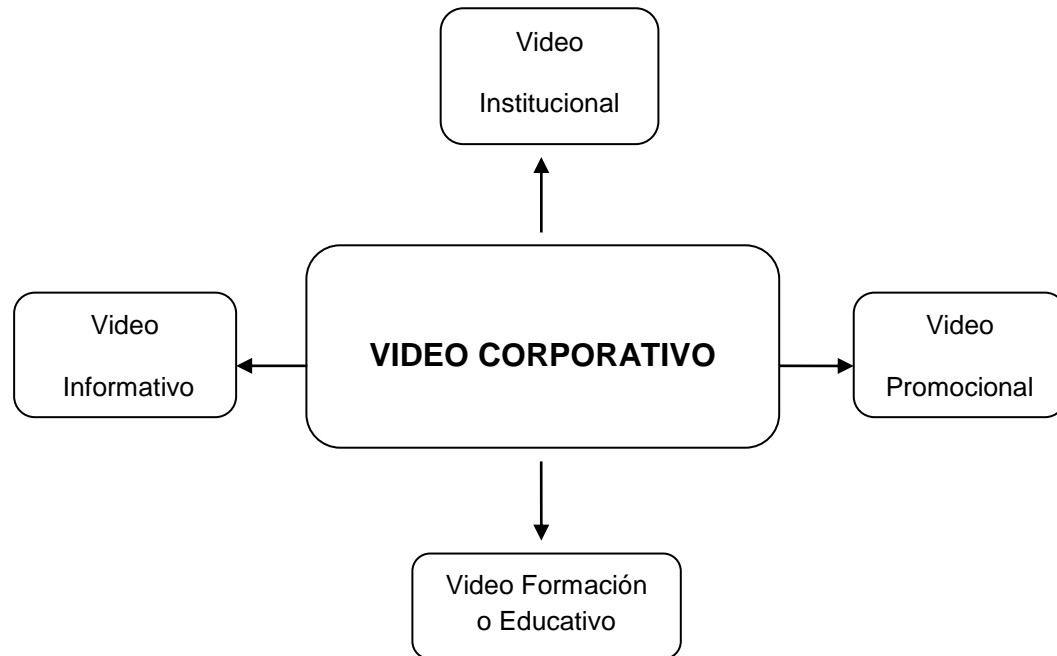
2.3. PRODUCCIÓN Y TELEVISIÓN CORPORATIVA

Los medios audiovisuales y el lenguaje que estos emplean, cada vez están siendo más utilizados por las organizaciones como una herramienta para complementar los otros medios empresariales, textos, audios, carteleras, entre otros, con la finalidad de completar la función comunicativa de fortalecer la imagen y la estética visual de la empresa.

Cuando las organizaciones utilizan estos medios audiovisuales, están utilizando el concepto del video corporativo, que es la necesidad de utilizar herramientas visuales para fortalecer la imagen y la estética con la finalidad de complementar los demás medios empresariales. De este video corporativo se desprenden cuatro ramas que tiene como objetivo cumplir las necesidades de la organización: los videos institucionales, videos promocionales, videos de información empresarial y los videos de formación o educación, que comparten elementos de producción y construcción de mensajes entre otras cosas.

Figura 2

Esquema productos videográficos empresariales



Fuente: Felipe Jaramillo Vélez ⁵

Cada rama del video corporativo tiene sus propias características demarcadas que sirven para un caso específico dentro de la comunicación audiovisual de las organizaciones.

- ✓ Video promocional: Este es utilizado para mostrar los servicios o productos que hace la organización el cual busca principalmente crear hábitos de compra, refuerzo de la marca, entre otros, una de las herramientas que más abarca estrategias de publicidad y mercadeo.

⁵ JARAMILLO VÉLEZ, Felipe, Televisión corporativa, Universidad de Medellín, sello editorial, primera edición, Medellín, Colombia, 2008 pág. 14

- ✓ Video Institucional: Utilizado como una herramienta audiovisual cuya finalidad es vender a la organización como una identidad corporativa, la filosofía de la empresa, misión, visión, objetivos, son los tópicos principales a la hora de hacer este tipo de video.

- ✓ Videos informativo: Esta herramienta es utilizada específicamente para salir en televisión, es una alternativa de difusión para las redes internas de televisión, el internet, intranet o como promoción dentro de la parrilla de programación de un programa en específico.

- ✓ Video formativo o educativo: Este es el más utilizado para cuestiones de capacitación y de formación empresarial, convirtiéndolo en una forma eficaz de capacitar al personal en procesos y procedimientos dentro de las organizaciones

2.4. PRODUCCIÓN Y VIDEO PROMOCIONAL

En el video promocional priman dos variables fundamentales que lo hace importante para quienes quieren dar a conocer su empresa; lo primera es la de motivar ventas y productos de la propia organización, y la segunda es el fortalecimiento de la marca ante sus consumidores. Cabe la pena resaltar que dentro de esta clase de video existen una variedad de tipologías de video que se especializan en una promoción específica. Existen los comerciales en vivo, tele ventas, menciones habladas, campañas de expectativa, campañas de lanzamiento, posicionamiento, mantenimiento, demostraciones.

2.4.1. Comercial o spot publicitario:

Son segmentos de video de 5 segundos a 1 minuto de duración donde se promociona productos o servicios y al igual que todo producto audiovisual consta de tres fases, pre, pro y post producción. En la primera fase se realizan los preparativos para la producción, el concepto del video, brief, el guión del video, plan de rodaje, que se vaya a utilizar durante la producción, los actores, el presupuesto, etc.; en la segunda fase se realiza toda la materialización de la idea y la puesta en escena, el concepto sonoro, la traficación y animación que se vaya a utilizar; para la última fase de post producción o edición se hace el visionaje del material grabado en el cual se selecciona las imágenes que van en el producto final, se monta la música o gingles y la voz en off.

2.5. PRODUCCIÓN Y VIDEO INSTITUCIONAL

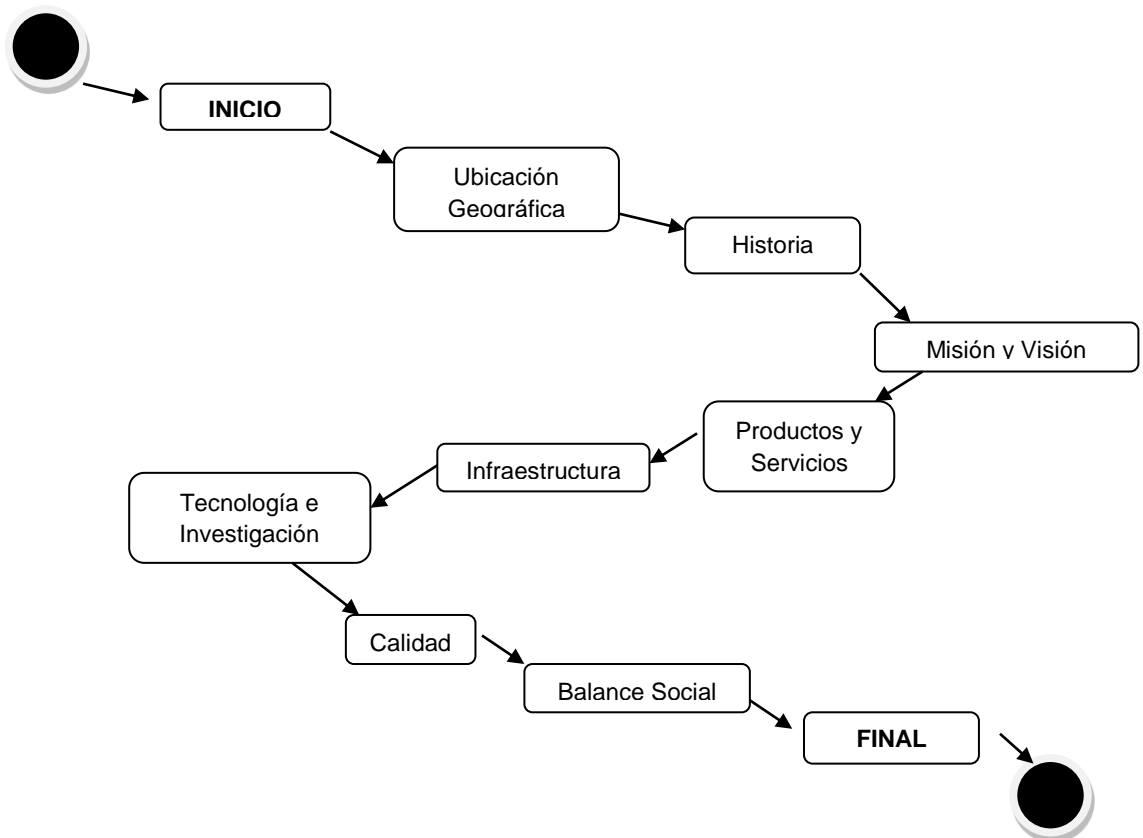
Como mencionamos anteriormente los videos instituciones son los más utilizados en las organizaciones como herramienta de presentación con la intencionalidad comunicativa de mostrar la filosofía, misión, visión y razón social de una organización, pero para llegar a esto hay que mirar que esta clase de videos tiene tres puntos clave para su realización; el primero es el de una visión del negocio (se dedica a la historia, ubicación y alcance comercial); el segundo es la visión del producto o servicio (profundiza sobre la caracterización, el quehacer, procesos y calidad); y por último es el de la visión del balance social (relación de la organización con el entorno).

Al igual que el video promocional o cualquier otro video, el institucional también tiene fases de producción con la diferencia que varía su proceso de preparación debido a que tiene que contar con una intencionalidad comunicativa, una narrativa

audiovisual y un lenguaje generalista. En la preproducción se establecen los parámetros de duración, ubicación y contenido del video, se debe realizar una visualización previa a las instalaciones donde se va a grabar, que animaciones, gráficos, colores y efectos se van a utilizar para construir la narración, contar una voz que lleve el ritmo adecuado para el video, la música institucional, presupuesto, etc. En los videos institucionales clásicos se construye la narrativa audiovisual a partir de parámetros de la organización (reseña histórica, misión, visión, valores, productos o servicios, infraestructura física, tecnología, investigación, calidad, bienestar empresarial, balance social y aspectos generales). Un ejemplo de esto es el esquema utilizado en la Universidad de Medellín para la realización de esta clase de videos

Figura 3

Esquema de video institucional Universidad de Medellín



Después de tener un plan de rodaje y un cronograma determinado se pasa a la segunda fase, para la producción de esta clase de videos se tiene en cuenta el encuadre e iluminación de cada toma que se haga, el control de los sonido, la puesta en escena, los personajes, etc., de tal manera que lo que quede grabado se vea lo más perfecto posible.

Para la última fase de post producción se realiza el mismo proceso que en el video promocional, se hace una visualización, selección de imágenes, montaje de audio e imagen y efectos y gráficas institucionales.

2.6. PRODUCCIÓN Y VIDEO FORMATIVO O EDUCATIVO

Educar es una de las funciones que ha estado ligada a la televisión desde el comienzo de tal manera que se pueda llegar a más personas atacando el analfabetismo y llevando a nuevas formas de presentar la educación tradicional a los televidentes. En esta medida en el campo educativo las instituciones han jugado un papel importante en la creación de modelos educativos utilizados en la televisión.

Dentro de la organización este video ha tomado diferentes formas en las cuales lo educativo ha servido para la capacitación en el manejo de herramientas, instructivos para la realización de nuevos productos, controles de seguridad, anejos de software entre otros, haciendo que se generen los videos de capacitación, videos de inducción y videos de proceso.

2.6.1. Videos de capacitación:

Para realizar esta clase de videos es necesario comenzar el proceso con un grupo interdisciplinario que este encargado de traducir un lenguaje técnico a un formato educativo para la televisión de tal manera que se pueda construir un mensaje y no un material audiovisual denso que se olvide con facilidad. Para esto existe ciertas pautas; 1. Tener claro el mensaje a entregar (entregar la información correcta), 2. Identificación del medio (establecer estrategias de difusión no solo en televisión sino en diferentes medio), 3. Mensajes con información y entretenimiento (mensajes que logren enganchar de principio a fin al televidente) ,4. Utilización de un lenguaje adecuado (el lenguaje utilizado debe ser acorde a las personas a quienes van dirigidos), 5. La imagen debe estar al servicio de la información.

2.6.2. Videos de inducción:

Muchas organizaciones utilizan el video institucional con la finalidad de dar a conocer la organización como tal, sin embargo aunque todas sea diferentes pero produzcan los mismos productos o presenten los mismos servicios, es en los factores de productividad y calidad de la organización donde se busca que la comunicación fluya por los canales o los medios indicados para generar armonización dentro de la misma.

En este caso el video de inducción, es el apoyo para acercar al personal con la empresa u organización a la cual pertenecen de tal manera que se facilite mostrar los procedimiento, recorrido de la sede física, quienes conforman la organización y las funciones que se desarrollan, canales de comunicación y políticas de la empresa.

3. OBJETIVOS DE LA PASANTIA

3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el proceso de producción y post producción de videos realizados en el CPA.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fortalecer la línea de producción del CPA a través de videos de carácter promocional, educativo, institucional y científico.
- Grabar y editar los productos audiovisuales realizados y solicitados al CPA.
- Apoyar la actividad de préstamo de equipos de producción y préstamo de la sala de post producción del CPA, a personal administrativo y estudiantes de la universidad.

4. ACTIVIDADES FUNDAMENTALES DE LA PASANTIA

Tabla 1

Grabación de videos realizados por el CPA

PROCESO	META
<ul style="list-style-type: none"> • Grabación de “La sentencia” obra de teatro realizada por los grupos culturales de la universidad en el marco de la semana santa. • Grabación del evento “Assement Center”, ejercicio realizado por los estudiantes de psicología, este evento se realizó en el marco del evento institucional “en contacto”. • Grabación de la capacitación “ELEMENTO LOGO” como parte de la especialización en control de la facultad de ingeniería electrónica. • Grabación video convenio CPA-ICP “disposición de residuos”, realizado en marzo del 2011 	<ul style="list-style-type: none"> • Grabación que quedó como material de archivo para bienestar universitario • Material de apoyo académico para la facultad de Psicología con el fin de mostrar un proceso de selección para un cargo en una empresa y como apoyo a espacios de formación • Material de apoyo para la especialización en control de la facultad de ingeniería electrónica con el fin de conocer la logística del caso. • Material de apoyo con el fin de ser un video instructivo para los

<ul style="list-style-type: none"> • Grabación video promocional maestría en psicología. • Grabación video “Perfiles 20 años UPB” en el marco de la celebración de los 20 años de labor académica de la Universidad • Grabación clases materias de emprendimiento para la facultad de administración 	<p>empleados de Ecopetrol.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Video realizado con el fin de dar a conocer la nueva maestría lanzada por la facultad de psicología de la UPB. • Video realizado con el fin de dar reconocimiento a algunas personas que llevan cierta cantidad de años en la universidad. • Grabaciones con el fin de servir como material de apoyo para los estudiantes de la carrera de administración de empresas
---	--

Fuente: elaboración del autor

Tabla 2

Transmisión de eventos realizados por la universidad

PROCESO	META
<ul style="list-style-type: none">• Transmisión seminario “reforma política, ley de victimas y restitución de tierras” realizados los días 24 y 25 de febrero, cuyo objetivo fue la de analizar diferentes puntos de vista con respecto a esta ley.• Transmisión seminario “prospectiva y balance de la constitución política de Colombia de 1991”, que se realizo los días 5 y 6 de mayo cuyo objetivo considerar los cambios provocados en el entorno colombiano durante los 20 años de la existencia de la constitución política de 1991 y sus efectos.	<ul style="list-style-type: none">• Transmisión que se llevó a cabo en paralelo con los auditorios Juan Pablo II, Quiroz Crispín y el circuito cerrado de la universidad.• La transmisión del evento se realizó generando la señal desde el auditorio Juan Pablo II al auditorio Quiroz Crispín y por el circuito cerrado de la universidad

Fuente: elaboración del autor

Tabla 3

Edición de videos producidos por el CPA

PROCESO	META
<p>Videos realizados convenio CPA-ICP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Post producción video “gestión de emergencias”. <p>El objetivo de este video es el de ser un instructivo para los empleados de Ecopetrol con respecto a los cuidados y manejo de alguna situación de emergencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Para este video se realizó: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rediseño de video ✓ Cambio de voz en off ✓ Diseño de imágenes ✓ Cambio de musicalización ➤ Duración de la edición: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 4 semanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la pos producción del video gestión de emergencias” para el convenio CPA-ICP

<ul style="list-style-type: none"> • Post producción video “cuantificador del marcador” La finalidad de este video es el de ser un instructivo para los empleados de Ecopetrol ➤ Para este video se realizó: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rediseño de diapositivas del video ✓ Musicalización ✓ Cambio de voz en off ➤ Duración de la edición <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 semana • Post producción video “LUPA” cuyo objetivo es seguir de cerca las capacitaciones y corregir los defectos que tienen los tutores, empleados de Ecopetrol con más experiencia y conocimientos ➤ Para este video se realizo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Edición de los videos ✓ Arreglos de voz de los videos ✓ Musicalización ✓ Diseño de créditos e 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la post producción del video “cuantificador del marcador” para el convenio CPA-ICP • Realización de la postproducción del video “LUPA” para el convenio CPA-ICP.
---	--

<p>antetítulos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Duración del la edición <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 semanas <ul style="list-style-type: none"> • Post producción video institucional UNIRED <p>El objetivo de este video es el de mostrar todo los aspectos relacionados con la institución</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Para este video se realizo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reedición del video ✓ Cambio de voz en off ✓ Musicalización ✓ Reedición de logos, créditos y cortinillas del video. ➤ Duración de la edición: <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 semanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la post producción del video institucional de UNIRED
--	---

Fuente: elaboración del autor

Tabla 4

Manejo y coordinación de solicitud de préstamos de equipos para los estudiantes

PROCESO	META
<ul style="list-style-type: none">• Para la entrega de equipos de grabación (cámaras, trípodes, luces, micrófonos, etc.), el proceso para la solicitud se deben realizar con un día de anterioridad para reserva de equipos hecha por el productor del ejercicio, en esta solicitud se debe colocar los equipos que se requiera, la fecha y lugar de grabación y datos del encargado del préstamo. <p>Se realiza la solicitud con los números de inventarios de los equipos requeridos firmados y autorizados por el director del CPA y el jefe de inventarios de la Universidad</p> <p>El préstamo de equipos para salidas externas se da por dos días en las cuales el solicitante</p>	<ul style="list-style-type: none">• Coordinación de préstamos de equipos de producción y post producción para las materias de televisión y narrativa y taller de cine

deberá entregarlos con su respectiva solicitud para dar entrega al CPA.	
---	--

Fuente: elaboración del autor

Tabla 5

Apoyo técnico y logístico a ejercicios de los estudiantes y administrativos

PROCESO	META
<ul style="list-style-type: none"> • Producción y post producción de ejercicios (noticieros) para estudiantes de primer semestre en la materia de propedéutica de la comunicación en el cual se realizó en dos momentos <ol style="list-style-type: none"> 1. Grabación de entrevistas, presentaciones y diseño de los programas (noticieros) 2. Diseño y edición de los programas con la entrega del producto final <ul style="list-style-type: none"> • Transfer de ejercicio grabado para 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a los estudiantes de primer semestre en la materia de propedéutica a tener un primer acercamiento al medio audiovisual

<p>la especialización y post grado de ingenierías, ciencias sociales</p> <ul style="list-style-type: none">• Producción y post producción video promocional de maestría de psicología, la cual se realizo en dos momentos <ol style="list-style-type: none">1. grabación de entrevistas con los profesores de la maestría2. diseño y edición del video promocional	
---	--

Fuente: elaboración del autor

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los Centros de Producción Audiovisual universitarios tienen la condición de ser laboratorios en los cuales trabajar y aprender dinámicas, sistemas de producción entre otras cosas favorecen la experiencia laboral, es un valor agregado que como pasante es importante para el desarrollo profesional.

Aprender a cómo se hace un producto audiovisual desde la idea, es un proceso que se lleva a realizar por etapas, primero planear el desarrollo de dicha idea, luego materializarla y por último hacer el montaje para tener un producto audiovisual que va ser visto por mucha gente. Esto es un reto para poner en práctica todo los conceptos que se desarrollan en la carrera; lo curioso es que estando en el ámbito laboral es muy diferente a lo que se ve en las aulas de clase, la inmediatez y la vigencia de las imágenes, los gustos y los intereses que tenga el cliente o la persona a quien se le esté produciendo un video, los elementos con los que uno cuenta para realizar la producción y otros factores que muchas veces hace difícil el proceso común para desarrollar un video.

Ahora bien no solo es un reto para el aspecto académico y laboral sino también para lo personal, al manejar personas, atender público y a los estudiantes, es un reto para la paciencia, la atención y la amabilidad debido a que se debe lidiar con los ánimos, los gustos, y la personalidad de la gente que va al CPA.

Otro punto que uno como pasante aprende en el trabajo es a generar ideas para realizar nuevos proyectos o a solucionar inconvenientes dentro del CPA, y la responsabilidad que conlleva esto, debido a que al genera un producto ya sea para la universidad o para entidades inherentes al centro, se tiene que tener en

cuenta los tiempo de ejecución, el tiempo de entrega, el concepto del video, como se va a ejecutar, pero sobre todo que está en prueba la responsabilidad, seriedad, creatividad y agilidad ante el jefe y la entidad.

El apoyo a la producción y post producción en la realización de productos audiovisuales del CPA fue el objetivo principal de la pasantía el cual se realizó tomando tres líneas de acción; el fortalecimiento de la línea de producción de videos de carácter promocional, educativo e institucional, los cuales se vieron evidenciado en los videos realizados en el convenio IPC-CPA, videos instituciones para empresas como UNIRED y ECOPETROL, y algunos videos promocionales para la Universidad; también el apoyo logístico de actividades propias del CPA, préstamo de equipos, grabaciones, transmisiones de eventos dentro del campus universitario y apoyo a actividades realizada por estudiantes; y por último la producción en general de videos realizados por el Centro de Producción

Ahora bien teniendo en cuenta que el concepto de Centro de Producción Audiovisual esta visto como un colectivo donde aparte de la imagen también este incorporada lo sonoro y lo escrito y el auge que hoy en día está teniendo las TIC, sería interesante que se unieran los tres medios en la universidad, el CPA, el Centro de Producción Sonora y la Revista Plataforma de tal manera que se complementen para aumentar el plan de servicios, la calidad de los productos y crear productos innovadores para la universidad.

También sería recomendable para el CPA, encontrar una manera adecuada para el préstamo de equipos y de material audiovisual, terminado la sistematización de del inventario de equipos y del material para tener un control más preciso de lo que entra y sale para evitar pérdidas o daños de los equipos.

BIBLIOGRAFIA

- FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico, MARTÍNEZ ABADÍA, José, La dirección de producción para cine y televisión, ed. Paidós, Barcelona, ESPAÑA, 1994. Libro encontrado en:
<http://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=BBdt4vfwFhUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=manual+de+producci%C3%B3n+de+televisi%C3%B3n+&ots=q2mUsC1Pbe&sig=4WtkUq1sjWE-D543mX9wqae3Tfl#v=onepage&q&f=false>
- FERRÉS, Joan. Televisión y Educación, ed. Paidós Ibérica. S.A., primera edición, Barcelona, España, 1998
- JARAMILLO VÉLEZ, Felipe, Televisión corporativa, Universidad de Medellín, sello editorial, primera edición, Medellín, Colombia, 2008
- SALINAS, Jesús, La producción universitaria de televisión y video educativo: entre la coproducción y la cooperación, Universidad de las islas Baleares. Documento en PDF encontrado en:
<http://www.grupocomunicar.com/contenidos/pdf/educacion-y-medios-de-comunicacion/09-salinas.pdf>
- ZETTL, Herbert, Manual de Producción de Televisión, ed. International Thomson Editores, séptima edición, México año 2000.