

48



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

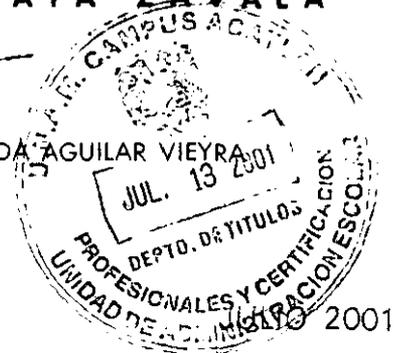
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ACATLAN

"ELABORACION DEL PERFIL PROFESIONAL DEL
COORDINADOR DE PRODUCCION, A PARTIR DE LA
EXPERIENCIA EN VIDEOS INTEGRALES".

MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
ELIZABETH MATA ZAVALA

ASESOR: LIC. GRISELDA AGUILAR VIEYRA

295806





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A MIS PADRES:
SALOMÓN MATA Y MARIA ZAVALA
QUE SON MI MAYOR TESORO EN LA VIDA.**

PORQUE LA REALIZACIÓN Y CULMINACIÓN DE ESTE TRABAJO, ES EL RESULTADO DEL APOYO, EL SACRIFICIO Y LA CONFIANZA QUE HAN DEPOSITADO EN MÍ.

AL MISMO TIEMPO QUIERO DECIRLES QUE JAMÁS DEJARE DE ADMIRARLOS, POR LA ENORME ENTREGA Y AMOR QUE SIEMPRE NOS HAN DADO. PORQUE CON ELLO HAN CIMENTADO UNA GRAN FAMILIA QUE EN LAS BUENAS Y EN LAS MALAS SIEMPRE SE ENCUENTRA UNIDA.
ESA MARAVILLOSA Y ORIGINAL FAMILIA **"MATA ZAVALA"**.

A DIOS:
POR DARME LA OPORTUNIDAD DE CONCLUIR UNA DE LAS METAS PRINCIPALES DE MI VIDA.

A MI PAPÁ SALOMÓN MATA:
PORQUE ERES EL SER HUMANO QUE MÁS ADMIRO EN LA VIDA, QUIEN TIENE UN SABIO CONSEJO SIEMPRE, QUE ME MOTIVA A SER CADA VEZ MEJOR Y SUPERARME DÍA CON DÍA. POR ESO Y MÁS, TE AMO PAPITO.

A MI MAMÁ MARÍA ZAVALA:
GRACIAS POR SER MI MEJOR AMIGA, MI CONFIDENTE, POR DARME ESE EJEMPLO DE FORTALEZA Y DE OPTIMISMO QUE SOLO TÚ TIENES. PORQUE SIEMPRE ENCUENTRO EN TI UNA PALABRA DE ALIENTO Y UNA CARICIA LLENA DE AMOR.
TE AMO MAMITA

AL INGENIERO FRANCISCO MATA:
HERMANITO CONTIGO TENÍA UN COMPROMISO, QUE POR FIN PUDE CUMPLIR, QUIERO DECIRTE QUE ESTE LOGRO TAMBIÉN ES TUYO. GRACIAS POR TODA LA MOTIVACIÓN Y APOYO QUE RECIBO DE TU PARTE.
SABES ME SIENTO ORGULLOSA POR TENER COMO HERMANO A UN EXCELENTE PROFESIONISTA Y SER HUMANO.
GRACIAS POR LA CONFIANZA QUE TIENES EN MÍ.

TREMENDÍSIMO TE QUIERO MUCHO.

A SALOMÓN MATA:

PORQUE ERES UN HERMANO EJEMPLAR, QUE DA TODO POR SU FAMILIA Y SIEMPRE LUCHAS INCANSABLEMENTE POR LO QUE QUIERES Y TE PROPONES.

A ALEJANDRO MATA:

PORQUE ME APOYAS EN TODAS MIS LOCURAS Y SIEMPRE RESPETAS LAS DECISIONES QUE TOMO. POR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR QUE TIENES.

A ALMA MATA:

HIJITA, GRACIAS POR LA CONFIANZA QUE DEPOSITAS EN MÍ, QUIERO DECIRTE QUE TE ADMIRO POR LAS GANAS QUE LE PONES A LA VIDA Y ADELANTE SIGUE COSECHANDO ÉXITOS.

A JOSEFINA MATA:

HERMANITA ERES LO MEJOR NOS PUDO REGALAR LA VIDA, GRACIAS POR TU APOYO INCONDICIONAL Y POR LA BELLEZA DE TU ALMA.

A MA. ANTONIETA MATA:

UN CLARO EJEMPLO DE ENTREGA Y PERSEVERANCIA LO TENGO CONTIGO, GRACIAS POR TUS CONSEJOS Y POR TODO HERMANIUX.

A MIS SOBRINOS:

CHRISTOPHER, ANNAIS, RICARDO, DANIEL, ROSY, XIMENA, PAQUITO, ALEX, OMAR Y DAVID.

A MIS CUÑADAS: MARTHA, MERCEDES Y VERÓNICA.

A MIS CUÑADOS: ALEJANDRO Y ROBERTO (COCO).

A LOBO YJUNIOR:

HIJITOS MÍOS, POR SU LEALTAD Y CARIÑO INCOMPARABLE.

A ELIZABETH MANJARREZ:

POR EL APOYO Y LA AMISTAD INCONDICIONAL QUE ME HAS DADO. GRACIAS AMIGUITA

A GUSTAVO GUTIÉRREZ:

POR LA ESPECIAL Y ORIGINAL AMISTAD QUE ME HAS DEMOSTRADO, POR LA AYUDA QUE ME BRINDAS SIEMPRE Y PORQUE ERES UN GRAN PRODUCTOR AL CUAL ADMIRO.

A OSCAR DANIEL CASTAÑEDA:

PORQUE TU AYUDA Y ALIENTO INCONDICIONALES FUERON ALGUNAS DE LAS RAZONES QUE CONTRIBUYERON PARA QUE CONCLUYERA UNO DE LOS MOMENTOS QUE PARECÍAN DIFÍCIL DE ALCANZAR Y AL QUE DE MANERA FUNDAMENTAL COADYUVASTE PARA QUE HOY SEA UNA REALIDAD.

GRACIAS POR TUS CONSEJOS Y POR COMPARTIR CONMIGO TUS EXPERIENCIAS.

SABES TE ADMIRO POR LA GRAN INQUIETUD QUE TIENES DE SUPERARTE DÍA CON DÍA Y DE LUCHAR POR SER EL MEJOR.

TE QUIERO MUCHO **GALLITO**.

GRACIAS POR "TODO".

"I D E M"

A JULIO CÉSAR LÓPEZ:

POR LA CONFIANZA QUE TUVISTE EN MÍ, GRACIAS PORQUE CON TU GRAN RECOMENDACIÓN LLEGUÉ A GRUPO CONTRASTE. ERES DE LOS MEJORES PRODUCTORES QUE TENGO EL PRIVILEGIO DE CONOCER.

A JUAN MÁRQUEZ:

POR LA AMISTAD INCODICIONAL QUE SIEMPRE ME HAS BRINDADO.

A CLAUDIA CEREZO Y SERGIO GIL:

POR ESOS MAGNÍFICOS DETALLES QUE HAN TENIDO CONMIGO (EL DE LAS FLORES) NO TENGO MAS QUE DECIRLES GRACIAS TODO.

A MI ASESORA LIC. GRISELDA AGUILAR:

POR EL APOYO, LA PACIENCIA, EL COMPROMISO Y LOS CONSEJOS QUE ME DISTE.

A MIS SINODALES:

- MTRA. MA. DE LOURDES LÓPEZ
- LIC. HERMELINDA OSORIO
- LIC. MA. LUISA MORALES
- LIC. IRMA VALDÉZ

POR LAS APORTACIONES RECIBIDAS QUE ME SIRVIERON PARA ENRIQUECER LA INVESTIGACIÓN REALIZADA.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

A LA ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES CAMPUS ACATLÁN.

INDICE

Página

Introducción..... 1

Capítulo 1

Contextualización de Videos Integrales S.A. de C.V

1.1 Antecedentes de Grupo Contraste..... 7

1.2 Historia de la institución..... 8

1.3 Características de VISA..... 16

1.3.1 Nivel estructural..... 17

1.3.2 Nivel infraestructural 31

1.3.3 Nivel superestructural 34

Capítulo 2

Diagnóstico

2.1. Descripción del problema axial.....38

2.2 Metodología.....45

2.3 Interpretación de los resultados.....52

Capítulo 3

Propuesta de perfil del coordinador de producción

3.1 Problematicación.....62

3.1.1 Problemas de la práctica profesional..... 62

3.1.2 Problemas de la institución.....	67
3.2 Perfil ideal del coordinador de producción.....	71
3.2.1 Funciones.....	73
3.2.2 Conocimientos.....	76
3.2.3 Habilidades.....	83
3.2.4 Hábitos.....	85
3.2.5 Rasgos de personalidad.....	86
3.2.6 Tendencia de permanencia y/o cambio de la actividad de coordinador de producción	87
3.3 Propuestas y/o sugerencias.....	88
3.3.1 Propuestas y/o sugerencias para solucionar los problemas de la práctica profesional.....	89
3.3.2 Propuestas para solucionar los problemas a nivel institucional.....	92

Capítulo 4

Consideraciones finales

4.1 Características de la formación profesional.....	97
4.2 Aportaciones de la formación profesional.....	99
4.3 Limitaciones de la formación profesional.....	101
4.4 Recomendaciones para mejorar la formación profesional.....	103
4.5 Recomendaciones para mejorar la actividad profesional.....	107

4.6 Importancia del trabajo de memoria de desempeño profesional.....	112
GLOSARIO.....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	122
ANEXO A.....	126
ANEXO B.....	130

INTRODUCCIÓN

El coordinador de producción es el encargado de proveer los elementos indispensables para llevar a cabo la producción y realización de comerciales y videos institucionales para empresas públicas y privadas.

El presente trabajo tiene como finalidad elaborar un perfil profesional a partir del cual se describen las funciones, los conocimientos teóricos, prácticos, hábitos, habilidades, rasgos de personalidad y la tendencia de permanencia o cambio de dicho cargo.

La estructuración del perfil profesional del coordinador de producción se llevará a cabo a partir de la experiencia profesional en la casa productora Videos Integrales S.A. de C.V., empresa que se especializa en la realización de videos institucionales, comerciales y programas unitarios de televisión.

El objetivo primordial de la memoria, es describir las actividades en específico que debe desempeñar el coordinador de producción para con ello poder ejercer un dominio sobre las funciones del puesto y aprender nuevos elementos que contribuyan a enriquecer al profesional para su desempeño en el ámbito de la producción audiovisual.

Una de las principales razones que avalan la elaboración de una memoria de desempeño profesional es que se cuenta con la experiencia real y suficiente para plasmar las vivencias a las cuales se enfrenta el profesional de la comunicación cuya actividad se enfoca a la coordinación de producción audiovisual.

Con ello se pretende obtener y exponer los requerimientos básicos que debe poseer el profesional que desee desempeñarse en este tipo de empresas de producción audiovisual.

Cabe señalar, que este documento es un precedente que aborda y describe puntos sobresalientes que permitirá tener conocimiento de las funciones, los conocimientos, habilidades, hábitos y rasgos de personalidad; elementos indispensables para desempeñarse satisfactoriamente como coordinador de producción.

La importancia de este trabajo de investigación es trascendental, desde el momento en que ofrece a los alumnos una serie de recomendaciones y/o sugerencias que deberán tomar en cuenta durante su preparación y así reforzar la adquisición de algunas habilidades y conocimientos que necesitará en el futuro.

Bajo esta modalidad de memoria: desempeño profesional se presenta este trabajo porque resultó ser la mejor opción para dar cuenta de una realidad laboral, a partir de la experiencia en una empresa de producción como Videos Integrales.

La realización de esta memoria es algo muy relevante a nivel personal, debido en primer término al doble esfuerzo que implica crearse nuevamente el hábito de escribir, revisar apuntes, hacer y entender lecturas, y sobre todo, impregnarlo de las experiencias adquiridas durante un periodo laboral en Videos Integrales.

Resultó ser todo un proceso de readaptación donde fue necesario establecer y respetar el tiempo para sacar adelante el trabajo de titulación y por otra parte seguir con una actividad profesional que en su mayoría es demasiado absorbente.

Esta investigación se divide en 4 capítulos: el primero abarca la estructura, infraestructura y superestructura de la empresa Videos Integrales con el propósito de conocer su giro, las condiciones materiales con las que cuenta, cómo se lleva a cabo el trabajo, la distribución de éste, las funciones que desempeñan los empleados que laboran en ella, así como cuáles son los elementos que conforman su filosofía, misión, visión y objetivos.

En el segundo capítulo de diagnóstico, se plantea la técnica de investigación que permitirá llegar a obtener el perfil del coordinador de producción; como mejor opción y la más adecuada se tiene a la entrevista, aplicada a una muestra representada por 4 productores y 2 coordinadores, que cuentan con amplia experiencia en el medio de la producción audiovisual. Se considera la más adecuada porque es la técnica que nos ayudó a tener un contacto más cercano con los entrevistados y obtener mayor cantidad de información.

A partir de la aplicación de dicho diagnóstico, los datos que se obtuvieron se vaciaron en cuadros, que nos permitieron recopilar información más amplia sobre las actividades, los conocimientos, hábitos, habilidades, rasgos de personalidad, la importancia de su actividad, la tendencia de cambio y/o permanencia del coordinador de producción. Además de que se detectaron problemas a los que se enfrenta en la práctica profesional y a nivel institucional.

En el tercer capítulo, se elabora el perfil del coordinador de producción. Para alcanzar dicho objetivo, se interpretaron los principales problemas coyunturales que impiden articular óptimamente las actividades que se dan dentro de la empresa a nivel personal y profesional. Cabe destacar que estos problemas están ligados a la comunicación que fluye al interior de Videos Integrales S.A. de C.V. y por ende se presentan las consecuencias generadas.

Asimismo, se analizan varios de los problemas estructurales que afectan y/o limitan el desempeño del coordinador de producción. Problemas que salen de control del mismo y cuya solución compete a los directivos de la empresa.

Posteriormente se llegó a la definición del perfil profesional, entendiéndose como "el conjunto de características o rasgos que se deben reunir para poder desempeñarse como coordinador de producción" y de todos y cada uno de los elementos (funciones, conocimientos, habilidades, hábitos, rasgos de personalidad y

tendencia de dicho cargo) que a criterio de quien escribe, llegan a conformarlo.

Una vez identificados los problemas, se presenta una serie de sugerencias para dar posible solución a los problemas coyunturales y estructurales a los que se enfrenta el coordinador de producción en la práctica profesional y a nivel institucional.

En el cuarto y último capítulo; consideraciones finales se hará una reflexión sobre los conocimientos que recibió el alumno durante la formación universitaria, tomando como base el plan de estudios que en ese momento se aplicaba (1983).

Por otra parte se determinará, a juicio personal del profesional, si el perfil con el cual egresó el estudiante de la E.N.E.P. – Acatlán para mencionada actividad fue el adecuado o no, y ¿por qué?. Una vez que se tiene esta información, se presentan algunas recomendaciones con el fin de aportar algunos elementos que mejoren el desarrollo de la práctica profesional.

Finalmente, esta memoria se convierte en el medio que refleja el profundo agradecimiento, que la autora de este trabajo siente hacia la familia, amigos, profesores y por supuesto hacia la Universidad, entidad que definitivamente le ha permitido alcanzar una posición en el medio de la producción audiovisual.

CAPITULO 1

Contextualización de Videos Integrales S.A. de C.V.(VISA)

En el presente capítulo se hace una breve historia de la empresa Grupo Contraste, de los antecedentes y la trayectoria que ha tenido; destacando las etapas importantes de la empresa y el momento en que se conforma el consorcio empresarial, a partir del cual surgen de manera independiente Videos Integrales(VISA), Organización Integral Técnica (OIT), Visual Tec, Servicios Comerciales y de Comunicación (S.C.Y.C.).

Asimismo se describirá la manera en que está conformado VISA, la forma de trabajo, los recursos materiales que tiene y se estructurarán: la filosofía, la misión, la visión y el objetivo, bajo las cuales se mueve la organización del departamento de producción de Videos Integrales, es importante señalar que no se tienen establecidos en la empresa.

Con el objeto de comprender a la institución donde se lleva a cabo la actividad de coordinador de producción es indispensable hablar de los orígenes de dicha empresa, por lo cual se proporcionará una breve semblanza de la empresa fundadora que es Grupo Contraste y las cinco filiales que conforman el consorcio empresarial de manera muy general para posteriormente ubicarnos de lleno en VISA y describir la forma en que se trabaja.

1.1 Antecedentes de Grupo Contraste

Grupo Contraste S.A. de C.V.
Shakespeare No. 27 Colonia Anzures
Codigo Postal 11590
México D.F.
5545 – 8080
5545-2828 fax

Creada en diciembre de 1987 como una empresa de servicio para satisfacer las necesidades del mercado en la producción de medios audiovisuales.

El fundador es: Pablo Dopico Iglesias

Los directores generales son: Pablo Dopico Iglesias

Carlos Navarro Rodríguez

Videos Integrales S.A. de C.V.(VISA)

Creada a partir de: 1998

Director de producción: Alberto Escudero Buerba.

1.2 Historia de la institución

En este apartado proporcionaremos una breve reseña del desarrollo que ha tenido Grupo Contraste S.A. de C.V. la manera en que a través de los años se ha ido consolidando como empresa líder en el ramo, y la forma en que se llegó a establecer en un consorcio empresarial conformado por varias empresas.

Surge en diciembre de 1987, con el nombre de “Realce Comunicación” como la realización del proyecto de ser una de las mejores casas productoras del medio.

Fue fundada por Pablo Dopico Iglesias quien se encargaba de la parte de ventas, video, musicalización y fotografía. Las oficinas utilizadas en un principio era el propio departamento de éste, el baño se acondicionó como el cuarto de revelado.

Así trabajó durante un periodo aproximado de seis meses, en este intervalo de tiempo el Lic. Dopico se asoció con Carlos Navarro el cual conoce desde la infancia, quien a partir de ese momento se hizo cargo de toda la parte de administración y finanzas. La empresa creció considerablemente teniendo como cuentas pioneras a Singer, Adams, La Campana, etcétera. Y es cuando se tuvo la oportunidad de contratar personal, entre los que se encuentran Alberto Escudero, quien desarrolla trabajos de producción en video, asimismo comenzó a laborar un creativo para la empresa.

La empresa cambia su nombre a "Servicios Técnicos Contraste".

Para 1989, la empresa en pleno auge contrata personal para áreas como: Servicio al cliente, comercial, diseño, administración, video, cabina de audio, creativo, teniendo en total 40 personas bajo su cargo.

En el año de 1993, "Servicios Técnicos Contraste" decide no maquilar el display, sino tener su propio departamento para la fabricación de escenografías, es cuando surge "Proyección Total" contando con una planilla de 35 empleados destinados solamente para esta área. Es entonces cuando se hace una fuerte inversión para la compra de iluminación computarizada y equipo de audio y video, al mismo tiempo la empresa cambia su nombre a "Contraste Concepto Integral".

En tanto a mediados de 1994 la empresa cambia su nombre y logotipo a "Grupo Contraste", quien además tenía una pequeña empresa llamada "Matices, Cine y Video", dedicada a la producción de comerciales, en ese momento el área de display se llamaba Contraste Display.

A partir de esta fecha, la empresa funciona con servicio "all in house".

Para 1996, cuando se crea el área de POP, teniendo como primer cliente a Goodyear Oxxo, con la elaboración de todo el material punto de venta que a la fecha se maneja.

La reestructuración más significativa de la empresa fue en 1998, en donde se decide que cada departamento que conforman Grupo Contraste, se convierta en un consorcio de empresas independientes, enfocadas a satisfacer las crecientes demandas y necesidades del mercado en cada una de sus áreas, bajo el concepto de full service quedando conformado así por:

- Grupo Contraste – Área comercial y generales
- Servicios Comerciales y de Comunicación – Diseño y POP
- Videos integrales – Producción
- Visualtec – Animación en 2D y 3D (dimensión) y producciones en TVL
- Organización Integral Técnica – Renta de equipo de audio e iluminación.

Algunos de los clientes más importantes con los que cuenta la empresa y que es importante resaltar, ya que sé esta hablando de firmas de gran renombre, entre los que se puede mencionar a:

- Adams
- Atlas Motivation México
- BDF México
- Bozell Publicidad

- Casa José Cuervo
- Cigarrera La Moderna
- Chrysler de México
- Ford Motor Company
- Gillette de México
- Grupo Cifra
- Hewlett Packard de México
- Jafra Cosmetics International
- Levis Strauss de México
- Mattel de México
- Mead Johnson de México
- Motorola de México
- Pepsico de México
- Pond's de México
- Procter & Gamble de México
- Productos de consumo Resistol
- Productos de Maíz
- Sabritas
- Santander Mexicano
- Samsung Electronics de México
- Singer
- Video Centro
- Warner Lambert de México, Centroamérica y del Caribe

Etapas importantes

Como toda empresa ha pasado por momentos de transición de gran relevancia, es por eso que en el presente capítulo se proporcionará de forma muy general las etapas de gran trascendencia de la compañía.

Grupo Contraste S.A. de C.V. es un consorcio de empresas, que bajo el concepto de full service, es considerada como una compañía líder en su ramo, desarrolla conceptos innovadores y vanguardistas que respondan a las necesidades y objetivos de comunicación de los clientes, utilizando la más avanzada tecnología del mercado en cada una de sus empresas.

Como se mencionó anteriormente Grupo Contraste es un consorcio de empresas que ofrecen sus servicios en conjunto o de manera individual, es por ello que se requiere dar una breve descripción de lo que se hace en cada una de ellas:

El director general comercial, Pablo Dopico es el que distribuye las cuentas que tiene la empresa, a todos los ejecutivos de cuenta, es decir es a quien se le rinden informes de las actividades y la facturación que han generado los ejecutivos y directores de cuenta. Supervisa los eventos y las actividades de los mismos.

También está a cargo del departamento de creativos de Grupo Contraste, es decir asiste a las juntas en las que éstos levantan brief

para obtener y estar al tanto de las ideas creativas que le están vendiendo al cliente y la forma en que se van a estructurar.

A pesar de que las empresas son independientes, rinden informes de los resultados de los eventos y la opinión que tuvieron los clientes del producto terminado, podríamos mencionar eventos, videos, display, renta de equipo, etcétera.

El director administrativo y de finanzas Carlos Navarro es el que lleva a cabo la administración de la empresa, de todos los movimientos económicos, declaraciones, pago de nóminas, cualquier asunto de índole financiero y administrativo. Él tiene a su cargo a tres personas que son las que se encargan de elaborar el reporte de movimientos financieros, los cheques para trabajadores y proveedores, dar de alta en el IMSS a la gente que se encuentra bajo nómina, reclutar a las personas que trabajan en intendencia, choferes y mensajeros.

Las empresas que conforman grupo Contraste dependen para la toma de decisiones de ellos dos, ya que venden cierta parte de las acciones pero no el total de ellas, para con ello no perder **poder, ni autoridad**, en las determinaciones que se tomen en las empresas.

Videos Integrales S.A. de C.V (VISA)

Es la empresa en la que se centrará en su mayor parte la atención del presente capítulo, ya que es ésta en la que se lleva a

cabo la práctica profesional y que por ende se necesita conocer de forma más completa la manera en como se desarrolla el trabajo.

Se especializa en la realización de videos motivacionales, institucionales, de capacitación, video memorias y lanzamiento de producto, entre otros, desde la concepción del guión hasta la post producción y edición del mismo. Cuenta también con una amplia experiencia en la producción de comerciales en cine, tanto en 16 mm como en 35 mm.

De igual manera ofrece servicios de producción y post producción de audio, para lo cual dispone de una sala de audio digital Pro tools en la que se realizan efectos especiales, doblajes, lipsync, spots de radio y audio surround, así como musicalización de videos.

Videos Integrales S.A. de C.V. (VISA) está a cargo de Alberto Escudero, que es el director de producción, el cual asigna los proyectos a los productores, designa las labores que debe realizar el coordinador de producción, los audios que debe entregar el operador de la cabina de audio, las juntas a las que deberán asistir los copys para que elaboren los guiones y a los asistentes les indica con qué productor van a trabajar.

Organización Integral Técnica (OIT)

Ofrece servicios de renta y operación de equipos de video, iluminación y audio, tanto para la producción como para

presentaciones que vayan desde una sesión de negocios hasta eventos con un auditorio de 30,000 personas.

Asimismo, cuenta con el sistema de Dataton, único en México con la capacidad de automatizar y sincronizar todos los elementos que intervienen en un show multimedia, siendo aplicable a salas de juntas, show rooms, teatros y edificios inteligentes.

Organización Integral Técnica que está a cargo de Laura Carrillo es la que proporciona los presupuestos por la renta y operación de los equipos de audio, video e iluminación para la grabación de videos, sesiones de negocios hasta eventos a nivel masivo.

Visual Tec

Ofrece servicios de producción de animaciones¹ en 2D² y 3D³ (segunda y tercera dimensión), digitalización, captura y retoque de imágenes cuadro por cuadro y rotoscopiado, apoyos visuales en TVL en formato panorámico y 3era dimensión.

Este año, en la constante búsqueda de excelencia, Visual Tec agregó a sus servicios una estación integraph con el multipremiado software Maya, el cual está marcando la pauta en la industria de la

¹ Los efectos son modificaciones o deformación a la imagen real. Por ejemplo, cuando a partir de un objeto se forma un logotipo, o de un animal aparece un hombre, o la transformación de un capullo a una flor.

² Cuando hay movimiento, viajes, transformación o modificación de objetos, animales, caracteres y logotipos, pero no se aprecia la existencia de profundidad.

³ Cuando existen los cambios mencionados y se ve profundidad.

animación a nivel mundial, ubicando así a la empresa en la vanguardia del ramo en México.

Los directores de Visual Tec son Danilo Hernández y Ricardo Lara, quienes personalmente hacen las pláticas o apoyos visuales en TVL para convenciones y seminarios de los clientes de la empresa.

Servicios Comerciales y de Comunicación (SCYC)

Enfocada al diseño, producción y renta de stands, elaboración de escenografías bajo un concepto creativo desarrollado basándose en las necesidades del cliente, utilizando mecanismos de aparición, dummies y plataformas giratorias con efectos especiales para ferias, exposiciones y shows de artistas, entre otros.

Realiza stands de 3 hasta 3000 metros, como el stand de Ford para el Autoshow, por el cual han sido premiados año con año.

La empresa de Servicios Comerciales y de Comunicación bajo las órdenes de Víctor Hernández, es quien le distribuye los proyectos y tiene a su cargo a diseñadores gráficos, industriales y está al pendiente del control de calidad del display.

1.3 Características de VISA

Para hablar de las características de la empresa en donde se desempeña el papel de coordinador de producción, es importante

comprender la forma en que se encuentra organizada, cómo se trabaja, los recursos materiales con los que cuenta y por supuesto conocer el nivel superestructural en el que se mueve, es decir los objetivos, la filosofía, la misión, la visión y las políticas que tiene.

1.3.1 Nivel estructural

Por ser VISA la empresa en la que se está laborando, es pertinente describir a groso modo las actividades desempeñadas por integrantes del departamento de producción que la conforman.

Funciones del departamento de producción ⁴

En este apartado se describirán de forma general las funciones que desempeñan las personas que conforman el departamento de producción.

Director de producción

Es aquel que se encarga de dar los presupuestos a los ejecutivos, de asistir a juntas con ellos y con los demás involucrados en el proyecto, para después asignar a los productores el número de videos que tienen que realizar.

⁴ Consultar organigrama, página 20

Productores

Son los encargados de la realización de los videos, esto quiere decir que son los responsables de todo el proyecto, funcionan en parte como camarógrafos porque tiene que hacer el levantamiento de imágenes, ya sea de locaciones, del product shot o de eventos. También se encargan de editar las imágenes con los audios correctamente y cuando así se requiere hacer los cambios que el cliente señale.

Coordinador de producción

Es la persona que debe de proveer de todos y cada uno de los elementos a los productores para la realización de sus videos, de coordinar las actividades de los asistentes, de poner presión a los guionistas y al operador de audio para que entreguen sus trabajos a tiempo.

Operador de cabina de audio

Es quien se encarga de grabar a los locutores, de hacer los audios de los videos, es decir de seleccionar la música, de hacer los demos de locutores y de llevar el sonido directo a los eventos o filmaciones de los videos.

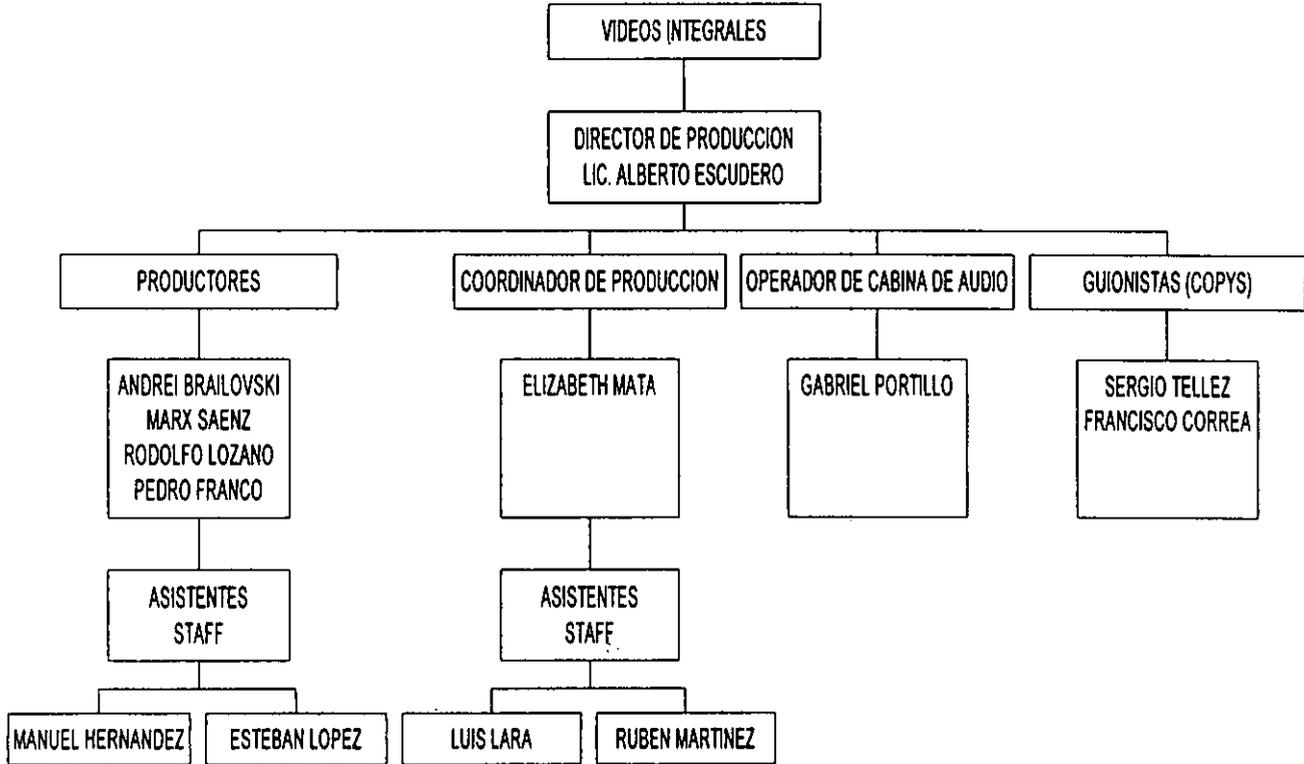
Copys (guionistas)

Son los que acuden a las citas con los clientes para levantar el “brief” y con base en ello elaboran los guiones para los proyectos de la empresa. Asimismo hacen las correcciones pertinentes para la autorización final del break o guión.

Asistentes o staff

Como su nombre lo indica asisten tanto al productor como a la coordinadora de producción, ya sea cargando el equipo, moviendo la iluminación, haciendo copios, levantando imagen, etcétera.

ORGANIGRAMA DE VIDEOS INTEGRALES



Cómo se trabaja

En este apartado se abordará la manera en que se desarrollan las labores dentro de la empresa Videos Integrales, con esto se pretende dar a conocer cómo se lleva a cabo un proyecto en el departamento de producción y ejemplificar la manera en que se distribuye la carga de trabajo.

Primero, que nada los ejecutivos acuden con el director de producción a dar el "brief" del proyecto que tienen con su cliente, para que éste a su vez pueda elaborar una hoja de presupuesto, en el cual se le incluyen todos los requerimientos de producción y el costo final de la misma. Para lo que se toma en cuenta: si se tiene que llevar a cabo levantamiento de imagen, si se utilizarán imágenes de stock, si llevará sonido directo, si se hará en el foro de la empresa o si se tiene que alquilar uno independiente, si se requiere alquilar una o varias locaciones, si tendrá que elaborar guión o el cliente lo va a proporcionar, si se requiere de alguna animación, si llevará gráficos en TVL, el formato en que se quiere el master, etcétera. O bien puede tratarse de un circuito cerrado de televisión (CCTV), para ello de la misma manera se toman los datos requeridos para el evento de que se trata.

Una vez elaborada la hoja del presupuesto⁵ se canaliza dicho formato al coordinador de producción que es el encargado de cotizar el rubro de los generales, como pueden ser: planta de luz, vestuario,

⁵ Consultar la hoja de presupuesto en el Anexo A, página 127.

foros independientes o locaciones, solicitar casting para modelos, peinadores, maquillistas, transportación, compra de props. Conforme a lo antes mencionado, se saca el costo total de producción, se vacía finalmente los datos en el formato que se maneja de presupuesto general ⁶ y se les entrega a los ejecutivos para que lo presenten a sus clientes, los cuales deben regresar el presupuesto firmado, para de esta forma autorizar al departamento de producción el inicio de sus actividades de producción.

Al ser aprobado el presupuesto, se agenda una cita con el cliente, a dicha reunión acude un guionista y el ejecutivo para tomar el "brief", para que a partir de esa junta se comience a elaborar el guión del video.

El guionista empieza a trabajar sobre las ideas que obtuvo a partir de la junta y una vez terminado el guión, se envía al cliente para que éste haga las correcciones pertinentes, o bien si no existieran correcciones para que autorice el guión y se pueda proceder a la grabación de la locución. Paralelo a esto se envía al cliente un demo de locutores, aquí se le presenta una serie de opciones de las cuales el tendrá que elegir tomando una como la principal y dando otra que quedará como "back up".

Una vez autorizado el guión y elegido el locutor se procede a grabar el audio del video, el encargado de la cabina de audio es quien

⁶ Consultar el formato general de presupuestos en el Anexo A, p.p. 128, 129

se responsabiliza de que se grabe con los mejores niveles y sin ningún tipo de interferencia o "gis".

En tanto los productores tienen juntas con el cliente, para sacar las ideas principales y poder establecer un time table que es la manera en el que se definirán los tiempos en que se grabará, en que se llevará a cabo la post producción, fechas de revisión y de entrega del video terminado, con todo y las correcciones que surjan en las revisiones que se tenga.

Los productores se encargan de realizar el levantamiento de imagen, ya sea en el foro interno que se conoce como product shot o bien en alguna locación, ellos son los encargados de dirigir la filmación a partir de un break que se elabora anteriormente para que el día de grabación se ahorren tiempos y se grabe lo más rápido posible.

El coordinador de producción tiene que asistir a juntas de pre producción con clientes en las que deben estar presentes, el productor asignado al proyecto, el ejecutivo de cuenta y el coordinador de producción, porque en ellas se hace una visualización del guión y se elabora un break, que es la secuencia de actividades que se van tener el día de la grabación.

Dependiendo del tipo de proyecto, surgen las necesidades de producción como:

Si se requiere de una locación, se tienen que establecer las características del lugar, la ubicación, el estilo y los escenarios que serían ocupados para la grabación, además se indican las fechas de levantamiento de imagen y el equipo que se va necesitar. Una vez establecidos los lineamientos se procede a seleccionar las locaciones, las cuales se pueden conseguir de distintas fuentes.

En la primera opción se pueden mencionar a diversas empresas que ofertan o promueven locaciones de distinta índole como: casas, oficinas, museos, colegios, haciendas, etcétera. Aquí el coordinador tiene que seleccionar de 4 a 5 opciones de las cuales se obtienen fotos escaneadas, para presentárselas al cliente que va a elegir dos: una que es la opción principal y otra que quedará como back up, que se elige por si existiera algún problema con la primera, ya sea por fecha ocupada y por horario.

Otra forma de tener locaciones, es que se sugieran varios lugares en los que se tiene que tramitar directamente el permiso y se paga algún monto o “donativo” por el uso de las instalaciones. Aquí se hace un scouting en el que se observan el lugar y las áreas que servirán para el día de grabación, además si tienen objetos que podrían ayudar a la ambientación del video.

Una tercera opción la constituyen los foros, en los que se tiene que ver las dimensiones, los servicios que vienen incluidos con el alquiler del foro, la ubicación del mismo y el costo por el uso de las instalaciones.

Si se requieren modelos, en la junta se determinan las características que deben reunir para el video. Lo que procede de inmediato es solicitar el casting a las agencias de modelos, esto puede ser vía telefónica o por medio de un escrito "respaldo de casting" que se manda por fax en el que se establecen los requerimientos, el presupuesto manejado, la posible fecha de grabación, si se trata de comercial, video interno, o sesión fotográfica.

El día del casting es necesario recibir a los modelos, proporcionarles una hoja de registro, en donde pongan sus generales y la agencia que los representa; asimismo se les tiene que explicar para qué cliente se está trabajando, lo que van a hacer y cuándo se daría respuesta. Después de que se termina el casting, el productor hace una edición de los candidatos más adecuados y el coordinador elabora un listado de esto, para que se le presente al cliente y de ahí seleccione a los modelos principales y el "back up".

Posteriormente se le da llamado a los modelos seleccionados por medio de la agencia en los que se establece el día, hora, lugar, así como los requerimientos de vestuario que tienen que llevar, para verificar si lo tienen o se debe de comprar para el día de grabación.

El catering o servicio de alimentación filmica también es necesario pedir cotización en distintas empresas que se dedican a ello, por lo regular se deben solicitar dos o tres cotizaciones para ver cual es la que más conviene. El cliente es el que selecciona en algunas ocasiones los menús que se van a servir en la grabación, en

caso de no hacerlo corresponde al ejecutivo o al coordinador tomar la decisión.

Si se requiere equipo especial como pueden ser iluminaciones especiales, el uso de planta de luz, transporte, material de video, uso de unidad móvil, etcétera también se habla para pedir cotización de la renta de estos y se toma el de la empresa que se adapte más al presupuesto.

La ambientación también corre a cargo del coordinador de producción, esto consiste en hacerse cargo de las cosas o elementos necesarios para que formen parte de la escenografía que requieran las tomas; en la empresa se les conocen como props (son aquellos artículos que van a ayudar para ambientar las tomas establecidas en el guión). En las juntas de pre producción se hace un listado de los props, a partir de esto se tienen que comprar o conseguir para el día de grabación.

La maquillista y el peinador son indispensables para la filmación, aquí depende de diversos factores para asignar cuál es el más apropiado para trabajar. En algunas ocasiones el cliente puede pedir que sea uno en especial, por si se requiere de algún efecto en particular, o bien según el presupuesto que se maneja se le hace el llamado al que se adapte a éste.

Es necesario hacer una hoja de llamado en la que se indica el personal que va a la grabación, el material que se va a llevar a la

grabación y la hora, por lo regular siempre se reúne todo el equipo de producción en la empresa. A los clientes, ejecutivos, modelos, maquillistas, unidad móvil, catering, planta de luz, se les envía por fax la dirección y el croquis del lugar en donde se va a grabar y la hora del llamado.

El día de grabación, el coordinador tiene que asegurarse de que se cuente con los elementos indispensables para que la filmación se realice satisfactoriamente, que lleguen a tiempo modelos, unidad móvil, planta de luz, maquillista, peinador, catering. Es necesario que éste se encuentre en la locación, para resolver los problemas o alguna que otra eventualidad que se presente en ella. Asimismo, es quién debe de entregar el lugar en las mismas condiciones en que se encontró, darle corte y cubrir los honorarios de las personas y servicios que se contrataron para el levantamiento de imagen.

En la oficina el papel que desempeña el coordinador, es el siguiente:

Elaborar los presupuestos que solicitan los ejecutivos para la producción de sus videos, los cuales se les presentan a los clientes para que lo autoricen y se empiece a planear todo lo anteriormente descrito.

Asimismo es quien le solicita a la persona encargada de la cabina de audio un demo de locutores, para que se seleccione el más apto para la realización del video. Una vez seleccionado el locutor se

le da llamado para que grabe los audios, para ello es necesario pedir a los copys el guión autorizado por el cliente para sacarle 3 juegos de copias que son: para el encargado de cabina, para el cliente y el locutor.

Si la producción de un video requiere de material de stock, es indispensable pedirle a los asistentes que verifiquen si se cuenta con éste en el banco de imágenes de la empresa; en caso de que no se tenga es necesario identificar por qué medio se pueden conseguir los videos, ya sea que el cliente los proporcione, se compren o se haga un transfer.

En ocasiones, cuando se trata de algún lanzamiento o la presentación de una línea de productos, es necesario hacer "product shot" (en el foro de Contraste) aquí se hacen tomas desde diversos ángulos y con ciertos efectos. Para ello, el producto y los materiales de POP, dummies, trípticos, revistas, carteles, fotografías, lo entrega el ejecutivo al coordinador de producción para que éste a su vez lo canalice al productor designado al proyecto.

La entrega del producto se hace contra lista, esto quiere decir que cuando se termina el video es muy importante regresar lo establecido en el listado al ejecutivo, porque en algunas ocasiones los productos son únicos y todavía no salen al mercado.

De igual manera si se requiere de iluminación extra o equipo video (ya sean kit de cámara betacam SP y/o digital) se le informa al

coordinador para que éste lo solicite a alguna empresa que se dedica a la renta de equipo. Una vez aprobada la cotización de éste, se coordina un transporte para que lo recoja y traiga para Contraste; y ya que se concluya el uso de esto lo regrese a la instalación de origen.

De la edición se encargan los productores designados al proyecto, pero en las revisiones que tengan con los clientes, es necesario que el coordinador se encuentre presente para tomar nota de los cambios realizados al video, ya que finalmente le tiene que informar al director de producción sobre ellos.

Cuando el video es aprobado por el cliente, éste le solicita al ejecutivo copias del mismo, para ello se hace llegar un presupuesto en el que se establece el costo del copiado ya que éste puede variar dependiendo del formato, la duración y el terminado del mismo (si se le tiene que insertar portadilla, poner etiquetas y encelofanado).

El copiado lo realiza un asistente, cuando se termina de hacer es necesario que el coordinador lo revise para verificar que no existan fallas en las imágenes, en el audio y la duración. Posteriormente se tiene que elaborar las etiquetas y finalmente entregarlo al ejecutivo o la secretaria de alguno de ellos que esté a cargo.

También es obligación del coordinador estar pendiente de que exista material como: videocassettes necesarios para copiados y levantamientos de imagen, audio cassettes, mini disc y cd's para la cabina de audio.

Si se quiere adquirir un equipo nuevo es el coordinador quién debe de buscar un proveedor que tenga un presupuesto razonable, que sea “el mejor precio” y si es necesario se debe “negociar”.

Los asistentes o staff como su nombre lo indica, apoyan tanto al productor como al coordinador de producción, ya sea cargando el equipo, moviendo la iluminación, haciendo copiados, levantando imagen, etcétera.

Una vez terminado el levantamiento de imagen es importante, que los productores se sienten a calificar el material, para que empiecen a editar el video con todas y cada una de las indicaciones, que tuvieron en la junta y que los clientes pusieron como condición, para la elaboración del video.

Cada productor y de acuerdo con lo establecido en el presupuesto se pone a trabajar ya sea en la micro esfera, el cubo, la sala betacam, la strata sphaera, estamos hablando de ediciones no lineales⁷ y lineales⁸. Si para la edición es indispensable que se inserten otras imágenes como pueden ser comerciales, promocionales, conferencias, testimoniales, etcétera; es importante que este material sea proporcionado por el cliente y que con anticipación el ejecutivo lo entregue, porque en muchas ocasiones se tienen que hacer trasferencias a otro formato.

⁷ En este tipo de edición se utilizan sistemas digitales, en donde la calidad de las imágenes es mayor, ya que se someten a menor comprensión.

⁸ En la edición lineal se utilizan sistemas de grabación por componentes.

Ya terminado el video, el director de producción lo tiene que checar, para que en una cita posterior con el cliente se de las revisiones pertinentes que permitirán llegar a la versión optima y que el cliente espera para presentarla en su empresa, evento, conferencia o convención.

Finalmente cuando se autoriza el video, se entrega al cliente su master en el formato que pidió, es importante señalar que los que cotidianamente se utilizan son el betacam y el ¾. Asimismo se entregan las copias que requiere que puede ser variable el número, ya que se han llegado a hacer multicopiados de hasta 8,000 videos en formato VHS, para eventos de los clientes grandes como Jafra, Pepsico, Ford, por mencionar algunos.

1.3.2 Nivel infraestructural

Al hablar del nivel infraestructural, nos referimos al equipo tecnológico con el que cuenta la empresa, es decir las salas de edición, los equipos de video, de audio, de iluminación y el stock de imágenes que se ha logrado reunir en el transcurso del tiempo en que se lleva trabajando.

Se cuenta asimismo con islas de edición, que son:

- Strata sphera edición no lineal.
- Micro Sphere edición no lineal

- Video cubo edición lineal
- Sala Betacam edición lineal
- Isla ¾ en ella se hace edición a corte directo⁹

En cuanto al equipo de video se cuenta con:

- 02 cámaras betacam camcorder mod. 537
- 02 cámaras DV CAM (cámaras de video digitales)

Equipo de iluminación:

- 01 kit de iluminación ARRI de 1000 watts (a 03 lámparas) fresnel
- 01 kit de 650 watts (a 04 lámparas) fresnel con aspas

De las máquinas que se tienen podemos citar:

- 02 máquinas betacam (player y récord)

⁹ En este tipo de edición no es otra cosa que cortar escenas o cuadros y pegarlos con la única intención de presentar la secuencia.

- 02 máquinas ¾
- 06 video casseteras VHS

Asimismo se cuenta con un stock de imágenes de alrededor de 2000 masters, en diversos formatos como pueden ser desde betacam, ¾ y VHS, que contienen las mismas que se han recopilado en los eventos organizados, en levantamientos de imágenes y por supuesto de los videos y comerciales que se han realizado en el transcurso de los años que lleva la empresa operando como tal.

Nota: Consulte glosario de términos, páginas 117-121.

Recursos del coordinador de producción

Al hablar de recursos del coordinador de producción es importante señalar que son los medios con los que cuenta el profesional de comunicación para desarrollar su labor, entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

La principal herramienta de que hace uso, es el teléfono, es su medio idóneo para conseguir las necesidades de producción requeridas. Pero al mismo nivel podemos nombrar las agendas con los datos de gente conocida (contactos) que son los que en un momento determinado llegan a apoyar para satisfacer las necesidades de producción.

Se debe tener cierta capacidad para tratar con la gente, ya que se llegan a enfrentar con personas difíciles, es decir que se debe hacer que las relaciones públicas se apliquen de la mejor forma y esto en cierta medida provocará que se tenga disposición y por supuesto los resultados se verán reflejados en el trabajo realizado. Esto determina también el trato del coordinador de producción con los clientes para brindarles confianza, seguridad y por supuesto calidad en general.

La computadora, es importante ya que se realizan las cartas, presupuestos, se recibe y envía información de los proyectos, de los requerimientos de los clientes, por medio de emails, o se baja información de internet.

1.3.3 Nivel superestructural

Al hablar de este tipo de niveles es importante destacar que nos referimos a la ideología y a los principios motores bajo los cuales se desempeña esta empresa y la gente que labora en ella.

Es importante señalar que a pesar de que estamos hablando de una empresa con alto nivel de competitividad, no se cuenta con un documento en el cual se establezcan estos rubros; por lo tanto, la presente investigación sirvió para lograr definirlos.

Filosofía

La Calidad es la premisa central en el desarrollo de todos los trabajos, en el mismo devenir de la empresa, es la filosofía central.

Calidad, representa la confianza que se tienen en las posibilidades de satisfacer todas las necesidades del mercado en la producción de medios audiovisuales, traducido siempre en beneficios para el cliente.

Trabajar con ética profesional buscando la excelencia a través de:

- Creatividad
- Servicio
- Eficiencia
- Calidad

Misión

El predominio del **concepto** como motor generador de los trabajos, como el eje central alrededor del cual gira el universo de posibilidades para desarrollar una idea. La búsqueda permanente de apoyo en la **tecnología de punta**, para expresar en toda su magnitud este concepto generador inmerso en el pensamiento contemporáneo para hacer realidad las ideas, darles un cuerpo físico y la **planeación**, para dar a la materialización de las ideas un tiempo y un espacio

precisos, exactos. El resultado de amalgamar estos tres elementos esenciales es la calidad.

Visión

“El mundo de la tecnología es cada vez más complejo, sin embargo no es suficiente, seguimos creyendo que el punto de vista humano, que hasta ahora hemos mantenido al proponer nuestros proyectos, sigue haciendo posible generar diálogos, no imponer ideas.

Sabemos que con el nuevo milenio, la comunicación es el motor que hace girar al mundo; a través de ésta seguramente podremos hacer realidad los sueños de los seres humanos”. (C.P. Carlos Navarro Rodríguez)

Objetivo

El objetivo primordial del consorcio empresarial Grupo Contraste y de VISA, es desarrollar conceptos vanguardistas que respondan a las necesidades y objetivos de comunicación de los clientes, utilizando la más avanzada tecnología del mercado.

Con los puntos anteriormente desarrollados, se presenta un panorama general de VISA, la empresa en donde se lleva a cabo el desempeño profesional de coordinador de producción.

La intención de presentar de manera descriptiva cada uno de los elementos que involucran a un coordinador de producción, corresponde a trazar un panorama de dónde se mueve y qué funciones realiza. Es con la finalidad de sacar los elementos claves que permitan identificar qué otros aspectos se deben considerar para ofrecer el perfil que ha sido planteado en un principio.

Ahora en el siguiente capítulo se llevará a cabo un diagnóstico, por medio del cual se detectan los problemas a los cuales se enfrenta una persona que se desempeña en dicho puesto, tomando en cuenta también puntos de vista de productores con experiencia en el medio de la producción audiovisual.

Es importante subrayar que a partir de los datos obtenidos, servirán para delimitar los rasgos fundamentales sobre los cuales se podrá elaborar la propuesta del perfil ideal del coordinador de producción.

CAPITULO 2

Diagnóstico

El contenido de este capítulo, gira en torno a la realización de un diagnóstico, a partir del cual se detectarán los problemas y/o necesidades a las que se enfrentan los coordinadores de producción audiovisual.

Cabe destacar que, dicho diagnóstico se formulará a partir de entrevistas aplicadas a personas que tienen experiencia en el medio de la producción audiovisual y que los datos obtenidos se organizarán en cuadros de vaciado, que a su vez permitirá elaborar un bosquejo sobre las actividades, los conocimientos, hábitos, habilidades, rasgos de personalidad, la importancia de su actividad, la tendencia de cambio y/o permanencia del coordinador de producción, obteniendo con ello una perspectiva que permitirá la elaboración del perfil profesional de dicha actividad.

2.1 Descripción del problema axial

En este apartado se presentan de manera general los problemas cotidianos a los que se enfrenta un coordinador de producción audiovisual y que determinan el desenvolvimiento de sus funciones, ya que la empresa no los establece concretamente, por lo que llega a hacer actividades que no competen al cargo que se está ocupando; lo

cual llega a afectar o limitar la actividad profesional del coordinador de producción.

Para la presente investigación, el problema circunstancial incide, sobre todo en la práctica profesional en general y más allá de la institución, es decir, pretendemos ubicar en principio cuáles son los problemas a los que se enfrenta un coordinador de producción y al mismo tiempo tener definido que conocimientos deben poseer, así como los hábitos y habilidades que debería desarrollar para desempeñar la actividad profesional de coordinador de producción.

El medio de producción es un tanto difícil y los problemas están a la orden del día, constantemente el coordinador de producción, es el responsable de enfrentar situaciones imprevistas en las que debe de tomar decisiones aplicando el criterio que consideren pertinente.

De los principales obstáculos que podemos mencionar:

- 1) Es que se cumplan los tiempos establecidos para la producción de un video. Esto es, que se tenga el equipo de video necesario para el levantamiento de imagen como el kit de cámara, kit de iluminación, video cassettes, transporte para llevar al personal y equipo de producción a la locación, por mencionar algunos.
- 2) Estar al pendiente de que se tenga material en la empresa como: video cassettes necesarios para copios y

levantamientos de imagen, audio cassettes, mini disc y cd's para la grabación de los audios.

3) Cuando es indispensable comprar equipo nuevo es el coordinador quien debe de buscar un proveedor que tenga un presupuesto razonable, que sea "el mejor precio" y si es necesario se debe "negociar" para la adquisición de éste.

4) En ocasiones se presentan contratiempos que impiden al director de producción asistir a juntas ya establecidas en su agenda, por lo que hay que hablar para cambiarlas y obtener una nueva fecha o bien acudir a la junta en su representación para tener los puntos básicos del proyecto que se trate y poder elaborar posteriormente un presupuesto.

5) Revisar los videos que se mandan a copiado y si éstos salen con fallas de audio como gis o drops outs (pequeños destellos brillantes en la pantalla), es necesario que el asistente que los realizó o la empresa de multicopiado que los hizo los vuelva a elaborar.

6) Hay que tratar a los clientes de la mejor manera, aunque estén en un error o pidan una aberración. "Al cliente lo que pida", aquí se trata al máximo de cumplir las demandas de estos, siempre y cuando se autorice aumentar el presupuesto por los extras.

7) Cuando surgen los “bomberazos” (comúnmente se le llama así a los trabajos de última hora y de extrema urgencia), de un día para otro, se les tiene que llamar al momento a los locutores para que graben los audios. Si ellos tienen uno previsto y puede, se graba con ese; pero si por la premura del tiempo este no puede, hay que llamar otro que tenga el tono de voz similar al que habían escogido.

8) Si se tiene que hacer levantamiento de imagen en alguna parte, se tiene que rentar equipo, porque, ya sea que el de la empresa se encuentra en evento o lo están ocupando para otro proyecto y si se trata de testimoniales se alquila además sonido directo y teleprompter. Esto también implica, el transporte por supuesto que se tiene que pedir para que lleve a la gente de producción y en algunas ocasiones también se le debe de dar llamado al maquillista.

9) Si se está haciendo product shot en foro y se necesita algún elemento que, puede ser un video, revistas, tela, papel, arena, aire comprimido, acrílico, por mencionar algunos, para realizar el efecto que se tiene previsto, es necesario mandar a un mensajero a comprarlo o bien ir personalmente por él.

10) De igual manera para la edición, si se requiere de videos o imágenes que se tienen que conseguir de alguna parte, es necesario ver si existen videos que se puedan comprar, rentar, pedir prestados o que se haga un transfer con alguien.

11) Para la cabina de audio, es el mismo procedimiento, si se pide que como fondo musical tenga una canción de moda que no se tenga en el stock de la empresa es indispensable que se vea en qué lugar se pueden comprar los discos compactos, hacer la adquisición y por supuesto checar los derechos de autor.

12) Falta de comunicación del director de producción, es decir en algunas ocasiones los problemas que llegan a presentarse solamente se conocen cuando ya es imposible darle solución, o bien solamente la gente de su "confianza" se llega a enterar de ellos y las demás personas se informan por rumores del personal, que muchas veces es ajeno al departamento. Esto es que no todos los que forman parte de la empresa, están "en el mismo canal".

13) Falta de profesionalismo y de responsabilidad de los productores, este es un punto básico, ya que éstos en su mayoría se sienten imprescindibles y piensan que la gente que va a trabajar con ellos los pueden esperar el tiempo que quieren, es decir, que juegan con el tiempo de los demás. Para llegar a trabajar es necesario que tanto el director de producción, como el coordinador de producción tengan que buscarlos de distinta manera, ya sea hablando a sus respectivas casas, mandando mensajes o hablándoles a sus celulares que por lo regular tienen la precaución de apagarlos con anticipación.

14) Falta de comunicación de los ejecutivos con el departamento de producción, esto es de gran importancia, porque estos se comprometen a entregar los videos en la fecha que les exige el cliente o ellos establezcan según su autoritarismo, sin consultar la carga de trabajo que tenga el departamento de producción, esto propicia que la gente se sature de trabajo, al grado tal en que llega el momento en que estén cansados y que no terminen por el propio agotamiento.

15) Describir las funciones específicas de los integrantes del departamento de producción de VISA, esto quiere decir que se especifiquen las obligaciones del personal que labora para el departamento de producción, con el fin de ORGANIZAR el trabajo que muchas veces se realiza y así ahorrar y facilitar el trabajo de todos, porque se deslindan demasiadas obligaciones sobre una persona.

16) Falta de motivación para el personal, este factor es clave para el buen funcionamiento de VISA, ya que existen preferencias a nivel interno y si bien no hay la posibilidad de una gratificación económica o material, sería de mayor satisfacción el dar una felicitación por la realización de un buen trabajo.

17) Un buen ambiente de relaciones interpersonales entre gente de producción, aquí bien cabe señalar, que como en toda empresa el duelo de egos hace de las suyas y que no existe un espíritu de compañerismo, cuando se te presenta algún

contratiempo, esto es que ven con frecuencia y hacen patentes los errores de los demás, pero los propios es mejor no hablar de ellos. Y cuando se presenta la ocasión propicia y no está alguien te “tiran mala onda” en todo y por todo: no hay integración.

Al hablar de casas productoras, es importante hacer notar que éstas cuentan con un presupuesto reducido, por lo cual es mínimo el número de personas que trabajan en ellas, es por eso que no se tienen delimitadas las tareas y que las funciones de tal puesto tal vez no se pueden cumplir al pie de la letra, no es como en producciones de televisión o de casas productoras más grandes que cuentan con una persona encargada de ambientación, otra de vestuario, otros asistentes de producción, etcétera, en fin gente que podría ayudar a deslindar responsabilidades.

Por lo anterior es necesario que la actividad y en especial los problemas que se presentan sean resueltos para conseguir una mayor eficiencia en el campo laboral, por ello es necesaria la opinión de otros profesionales dedicados al medio de la producción audiovisual.

Las problemáticas antes mencionadas se evidenciaron a través de la experiencia profesional, que se verán complementadas a partir de un diagnóstico que se llevará a cabo, en el cual se aplicará como técnica de investigación la entrevista y cuyas características se presentan a continuación.

2.2 Metodología

El presente apartado tiene como objetivo fundamental dar a conocer las técnicas de investigación documental que se utilizarán para realizar el diagnóstico, a quién se le aplicarán las entrevistas, los tópicos principales de la investigación y por supuesto las preguntas que nos permitirán obtener la información requerida.

Técnica

La técnica de investigación de campo más adecuada y sobre la cual se llevará a cabo el diagnóstico es la entrevista, la cual se entiende como “una conversación entre dos personas en la cual uno es el entrevistador y el otro u otros, son los entrevistados; estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional”¹⁰

De acuerdo con Guillermina Baena autora del libro “Instrumentos de investigación”, en toda entrevista podemos distinguir 3 etapas: la preparación de la entrevista que va desde la redacción del formulario hasta la obtención de la cita, la conducción que implica la guía del entrevistador durante el desarrollo de la entrevista y el cierre con algunas consideraciones generales.

¹⁰ ANDER EGG, Ezequiel. *Técnicas de investigación social*, p. 227

El tipo de entrevista que se utilizará en ésta investigación, es de tipo estructurada, ya que existe un formulario como instrumento de precisión para controlar las respuestas.

Informantes

Es importante destacar que como informantes, se contactaron a dos coordinadores y cuatro productores, esto es de gran importancia ya que éstos cuentan con gran experiencia en el medio y por ende han llegado a estar en la jerarquía de coordinador de producción y por ello la información que proporcionen será más completa y servirá como un refuerzo para la investigación.

Los informantes son las siguientes personas a quienes se les aplicarán las entrevistas:

- Gustavo Gutiérrez – productor Bozell - FCB (agencia de publicidad)
- Marco Antonio García – productor Apple Box (casa productora)
- Julio César López – productor Bozell - FCB (agencia de publicidad)
- Jorge Lizárraga – coordinador de producción - Olin estudio (casa post productora)
- Alberto Escudero – director y productor de VISA (casa productora)
- Andrés González – coordinador de producción Hechos fin de semana

Tópicos

Los tópicos pueden entenderse como los temas en torno a los cuales va a girar nuestra investigación y que servirán de eje central para la elaboración de las preguntas de las entrevistas.

Conforme a lo anteriormente mencionado se pueden citar los 6 tópicos del presente trabajo de investigación, de la siguiente manera:

- T1. Funciones del coordinador de producción.
- T2. Conocimientos del coordinador de producción.
- T3. Hábitos del coordinador de producción.
- T4. Habilidades del coordinador de producción.
- T5. Rasgos de personalidad del coordinador de producción.
- T6. Tendencia de cambio y/o permanencia del coordinador de producción.

Mismos que incidirán en el objetivo principal de este trabajo de investigación, es decir, buscamos información que nos permita llevar a cabo la elaboración del perfil profesional del coordinador de producción.

Preguntas

Cabe señalar que nuestras preguntas se van a aplicar a todas las personas antes mencionadas, con el objetivo de que la información

recabada sea más completa, para poder elaborar el perfil adecuado de la actividad profesional del coordinador de producción.

Para ello se aplicarán 14 preguntas en las entrevistas, que son las siguientes:

1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño de coordinador de producción? ¿Qué factores determinan esa constancia?
2. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera variable el desempeño de coordinador de producción? ¿Qué factores determinan esa variabilidad?
3. ¿Cuál es la importancia del coordinador de producción a partir de su valor / percepción en el campo de trabajo? ¿Cuáles son los factores del contexto laboral que determinan el ejercicio de coordinador de producción?
4. ¿Qué conocimientos (formales - abstractos, empíricos e intuitivos), se requieren para ejercitar de manera pertinente la profesión de coordinador de producción?
5. ¿Qué habilidades se deben poseer para desempeñarse eficaz y eficientemente en la actividad de coordinador de producción y por qué?
6. ¿Con qué hábitos se debe contar para una adaptación mas adecuada y para un ejercicio, también adecuado de la actividad de coordinador de producción?
7. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo deben manejarse para desempeñar de manera actualizada la actividad de coordinador de producción?

8. ¿A qué problemas (institucionales, económicos, gremiales, profesionales, personales y/o motivacionales) se enfrenta quien realiza la actividad de coordinador de producción?
9. ¿Qué aspectos inherentes al desempeño profesional deben mejorarse, cómo y por qué?
10. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos problemas del coordinador de producción? ¿Por qué deben considerarse o llevarse a cabo? ¿Cómo se pueden implementar?
11. ¿Qué estrategias debe seguir quien intente dedicarse a ser coordinador de producción, para insertarse adecuadamente en el campo laboral?
12. ¿Qué tipo de conocimientos pueden y deben proporcionar las instituciones de educación superior para ayudar a mejorar la actividad de coordinador de producción y como lo pueden hacer?
13. ¿Cómo debe ser en el corto, mediano y largo plazos el desarrollo de la actividad de coordinador de producción?
14. ¿Cuáles son sus perspectivas profesionales, económicas, intelectuales, motivacionales y sociales?

A continuación se presenta un cuadro que integra los cuatro aspectos base de la instrumentación metodológica para el diagnóstico. Así tenemos: técnica, informantes, tópicos y preguntas a aplicar a nuestros informantes seleccionados.

METODOLOGIA

TECNICA	INFORMANTES	TOPICOS	PREGUNTAS
ENTREVISTA	GUSTAVO GUTIÉRREZ PRODUCTOR FCB (AGENCIA PUBLICIDAD)	T1. FUNCIONES COORDINADOR DE PRODUCCION	DEL
	MARCO ANTONIO GARCIA PRODUCTOR APPLE BOX (CASA PRODUCTORA)	T2. CONOCIMIENTOS	
	JULIO CESAR LOPEZ PRODUCTOR FCB (AGENCIA DE PUBLICIDAD)	T3. HABITOS	
	JORGE LIZARRAGA COORDINADOR DE PRODUCCION OLLÍN ESTUDIO	T4. HABILIDADES	
	ALBERTO ESCUDERO PRODUCTOR VIDEOS INTEGRALES	T5. RASGOS DE PERSONALIDAD	
	ANDRES GONZALEZ COORDINADOR DE PRODUCCION HECHOS FIN DE SEMANA	T6. TENDENCIA DE CAMBIO Y/O PERMANENCIA	

Perfil profesional del coordinador de producción

*Es importante señalar que todos los tópicos se aplicarán a todos y cada uno de los entrevistados ya que es importante que se cubran todos y cada uno de los rubros, que bien pueden ser complementados por las experiencias de estos en los distintos ámbitos en donde se han venido desempeñando laboralmente hablando.

2.3 Interpretación de resultados

Con base a las respuestas obtenidas a partir de las entrevistas realizadas a cuatro productores y dos coordinadores con experiencia en el medio de la producción audiovisual, se logró la información, misma que servirá de apoyo para fundamentar el perfil del coordinador de producción que este trabajo pretende formalizar.

Dentro de este apartado se hará una lectura de los resultados arrojados por ésta técnica de investigación, para posteriormente llevar a cabo una interpretación de resultados donde se van a resaltar los datos más significativos que permitan llegar a definir las funciones, conocimientos, hábitos, habilidades, rasgos de personalidad y la tendencia de cambio y/o permanencia del cargo de coordinador de producción; lo cual permitirá orientar al egresado de la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva interesado en el campo de los medios electrónicos. Esta aproximación es una perspectiva, muy válida para ofrecer una visión de la realidad laboral.

Es importante mencionar que la mayoría de las personas que se entrevistaron son productores, debido a que no se pudo contactar con otros coordinadores más de producción, es importante destacar que son profesionales que ya pasaron por éste puesto y que la gran experiencia adquirida avala con mayor calidad las precisiones hechas ante las cuestiones realizadas.

Al hablar sobre las actividades desempeñadas por el coordinador de producción, la mayoría coincide en que es una parte fundamental en el proceso de producción, es la persona que desde que el proyecto le llega a sus manos, tiene que empezar todo un proceso de cotización de todos y cada uno de los elementos indispensables para la realización del mismo.

Las actividades desempeñadas por el coordinador de producción son indispensables, es considerado como una parte fundamental que organiza todo el proceso de producción, además de que es quién "resuelve todos los contratiempos" que se presentan dentro de las producciones.

"Es quien se encarga de checar renta de equipos, materiales, locaciones, tener las juntas listas, tiene contactos con utileros, escenógrafos, tramoya, gentes de staff, alquila planta de luz, alimentación". (Julio César López- FCB)

Ahora bien, los resultados muestran que para la mayoría de los entrevistados, es quien lleva la responsabilidad de supervisar y vigilar todas las necesidades que rodean una producción, que coincidan en el momento y la hora para que el proyecto salga con los mejores resultados. Hacen todo tipo de negociaciones.

En cuanto a los factores que determinan la constancia, es pertinente señalar que el tipo de producción o proyecto va a

determinar la ejecución de las actividades o la variación de las mismas.

Las funciones y actividades comprendidas de manera variable del coordinador de producción, las determina el tipo de proyecto que te va dictando el camino. Con esto se puede destacar que no todos los proyectos son iguales, que cada uno requiere de cosas distintas y en forma secundaria depende de qué tanto el productor delega responsabilidades en el coordinador.

Los instrumentos que son indispensables para el buen desempeño de la actividad del coordinador de producción es tener una base de datos con teléfonos de proveedores, tarifarios, listas de precios, una computadora, saber navegar en internet, tener videos con imágenes de stock, de castings, reproductor de discos, un vehículo, teléfono, un súper directorio con "contactos".

Al hablar de los conocimientos requeridos para ejercer de manera pertinente y eficaz el puesto de coordinador de producción, hubo una constante, que fue conocer el proceso de producción, además se enfatizó en la importancia de tener conocimientos de atención al cliente, saber de voces, locutores, animaciones, máquinas, equipos especiales, softwares actuales.

Contar con los conocimientos teórico-prácticos, que proporciona una carrera a nivel licenciatura, tener cultura general, por supuesto debe tener un gran sentido de trabajo en equipo.

Pero un aspecto fundamental en el que la mayoría de los entrevistados incidieron, es que la experiencia es la clave fundamental para abrirse un poco más fácil el camino en el campo de la producción audiovisual, que es lo que complementa los conocimientos teóricos que se adquirieron en la universidad.

Asimismo la experiencia fomenta en el profesional, desarrollar al máximo el sentido común, ser intuitivo, exageradamente activos, adaptarse a trabajar bajo mucha presión para poder dar solución a cualquier contingencia que se presente y por supuesto, no esperar a que le ordenen lo que tiene que hacer.

En cuanto a las características que deben estar presentes en el coordinador de producción, se pueden mencionar las siguientes:

1. Es que se adapta al ritmo de vida tan acelerado que implican las producciones, sacrificando con ello o dejando en un segundo plano su vida personal, aunque esto también puede entrar dentro de los hábitos que se requieren para adaptarse y ejercer correctamente dicha actividad.
2. Tienen una gran habilidad en el manejo de las relaciones públicas, que es una técnica de la cual se valen en gran parte para el desarrollo más eficaz de sus actividades.

3. Deben ser personas muy movidas, con un sentido de responsabilidad exageradamente estricto, con experiencia, dispuestos a dar lo máximo.
4. Deambulan mucho, no tienen horarios fijos ni de entrada, ni de salida, de ahí que casi siempre visten lo más cómodo posible por la multiplicidad de cosas que tienen que hacer, por eso la afirmación de Julio César López de que son "fachuditos".
5. Como es la persona en quien recae mucha responsabilidad por lo que tiende a volverse escrupuloso y persistente.

De los problemas a los que se enfrenta quien realiza coordinación de producción, se pueden citar los siguientes:

1. Deben imponerse para que se cumplan las fechas y los tiempos establecidos.
2. Se enfrentan a diversos predicamentos por conseguir las necesidades de producción, aunque las limitantes serán siempre los presupuestos, tiempos y recursos.
3. Tienen que adaptarse a un presupuesto limitado, esto conlleva a que pongan en juego al mismo tiempo su creatividad para ahorrar lo más que se pueda y resolver toda clase de contratiempos.

4. El rango de sueldo es otro factor, porque si eres coordinador de agencia o de casa productora, percibes un sueldo fijo (que por lo regular es bajo), sin importar el número de proyectos que saques y mucho menos los presupuestos que manejes, éste es el motivo fundamental por el que los profesionales deciden emplearse como free lance, ya que bajo este rubro ganas más y por cada uno de los proyectos.
5. El estrés es algo que no se puede dejar de lado, porque soportan todas las necesidades de producción, también a la agencia y a los clientes en sí.
6. De los problemas motivacionales es que no tienen vida personal, por lo que en alguna instancia llega a propiciar que “se lleguen a motivar (algunos) químicamente” (Jorge Lizárraga – Ollín estudio).

Mencionan una serie de alternativas que ayudarían a resolver y mejorar algunos de los problemas a los que se enfrenta el coordinador de producción, entre las cuales podemos citar, las siguientes:

- Asistir a diversos cursos de actualización en general, que pueden ir desde las nuevas tecnologías implementadas en el mercado, equipos de iluminación, de relaciones públicas, de materiales, de equipos de edición, por citar algunos aspectos en fin “saber de todo un poco”.

- Sería conveniente que dentro de las escuelas se realicen clases que ayuden a una especialización más completa en diversas áreas. Además de que las clases las tendrían que impartir personas con experiencia en el medio. Implementando con ello algún diplomado o posgrado.
- En el rango económico, se debería dar una mejor remuneración a la labor del coordinador de producción y que a su vez tuviera un valor de reconocimiento. Porque en estos tiempos “hay mano de obra barata, pero de baja calidad y por supuesto sin experiencia”

Las estrategias recomendadas por los profesionales a las personas que intenten ser coordinador de producción, para insertarse adecuadamente en el campo laboral, es que deben ser muy perseverantes, para lograr todo lo que se proponen y saber desempeñarse.

Un factor cultural al que se pueden enfrentar, es que si no se tiene un conocido o alguien que lo recomiende, no puede entrar a trabajar. Lo importante es que iniciar de alguna manera en el medio, es necesario aprender y conocer desde abajo, lo principal es hacerse de contactos para que le ayuden a moverse. Subir poco a poco, ir de asistente de producción, para arriba, porque así se va a tener más tablas para poder desempeñar su función, pedir y saber lo que está pidiendo

La mayoría de los entrevistados coincidieron, en que las escuelas o universidades proporcionan los conocimientos teóricos, pero no acercan adecuadamente a los alumnos con la realidad laboral.

Asimismo, hicieron patente la necesidad de que se implementen talleres, seminarios, prácticas profesionales, y pusieron como ejemplo y una excelente opción el "Espacio 2000" organizado por Televisa, para vincular de manera eficaz a los estudiantes con la realidad del campo de trabajo.

Propusieron que las instituciones educativas se deben acercar a organismos como: la AMFI (Asociación Mexicana de Filmadoras), la AMAP (Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad), para darles bolsa de trabajo o proporcionarles lugares donde puedan hacer sus prácticas profesionales y vayan conociendo el medio y de esa manera vayan complementando su aprendizaje.

Destacaron que sería de gran importancia, que las clases fueran impartidas por gente con experiencia en el medio y que se actualizaran constantemente.

En cuanto a la tendencia de cambio y/o permanencia del cargo de coordinador de producción, se expuso que para el corto, mediano y largo plazos, lo principal que debe hacer el coordinador de producción es superarse constantemente, teniendo como objetivo principal el control de calidad en todos sus aspectos, prepararse día con día y contar con todos los medios indispensables para eficientar su labor.

El coordinador de producción, debe prepararse constantemente para el futuro, participar creativamente y desarrollarse en todos los aspectos, pues tiene la gran satisfacción de que sin su apoyo profesional no pudieran realizarse los proyectos, tanto en agencias de publicidad como en casa productoras no puede desaparecer, porque es el medio motor para que sucedan las cosas.

En el ámbito profesional tiende a una especialización en un rango superior tanto a nivel intelectual, empresarial, en fin de toda índole.

Es un cargo que nunca va a desaparecer porque es el vínculo entre el productor y la gente de producción; a parte es el vínculo de comunicación entre el cliente y el productor.

La mayoría opina que es un puesto clave y que quitarlo sería quitar un pilar fundamental para la realización de los proyectos de producción y se volvería un caos.

A partir de lo expuesto a lo largo del capítulo, se lograron determinar los problemas específicos a los cuales se enfrenta una persona que se desempeña profesionalmente como coordinador de producción audiovisual, una vez evidenciado esto, en el siguiente apartado abordaremos de manera concreta las sugerencias, recomendaciones o propuestas para el desempeño eficaz de los profesionales que desean insertarse en dicho campo laboral.

Al inicio de esta investigación se hizo hincapié acerca de la relevancia de obtener la información directa de personas cuya actividad profesional está en la producción audiovisual; efectivamente el contenido de este capítulo estuvo enfocado a obtener y describir la información que se obtuvo en la etapa de diagnóstico. Cabe mencionar que la información presentada tuvo que ser depurada, para proporcionar datos concretos y que se enfocarán a los tópicos de nuestra investigación. Por lo que en el siguiente apartado la tarea principal será retomar los datos a los cuales se le dará una valoración en su interpretación, es decir, plantear las actividades del coordinador de producción sustentadas en el conocimiento derivado de una formación profesional; complementándose con los conocimientos obtenidos durante la experiencia profesional de quien escribe, todo esto con la intención de unificar criterios y ofrecer una visión más completa acerca del perfil profesional de un coordinador de producción.

CAPITULO 3

Propuesta de perfil del coordinador de producción

En el presente capítulo se pretende exponer de manera detallada los problemas a los cuales se enfrenta el coordinador de producción audiovisual, a partir del diagnóstico realizado, estos puntos de vista a su vez serán enriquecidos con la experiencia profesional adquirida en el desempeño profesional como coordinador de producción en la empresa VISA.

En el presente capítulo se abordarán los problemas coyunturales y estructurales a los que se enfrenta el coordinador de producción, tanto en la práctica profesional como a nivel institucional, esto es de gran importancia ya que se visualizarán de manera inmediata los escenarios que dañan el desarrollo de su labor. Como el objetivo principal de esta investigación es la elaboración de un perfil se tiene que considerar los problemas que van más allá de la institución en donde se desarrolla la actividad profesional.

Asimismo se va a definir la propuesta de perfil de coordinador de producción, para llegar a conformarlo es necesario ubicar sus funciones, las necesidades que debe satisfacer en el ámbito profesional como en el institucional, se establecerán los conocimientos, hábitos, habilidades, rasgos de personalidad y la tendencia de permanencia o cambio de dicho cargo.

También se harán una serie de propuestas y sugerencias, para dar solución a las problemáticas mencionadas en el capítulo.

3.1 Problematización.

En este apartado se expondrán los problemas a los que se enfrenta el coordinador de producción, los cuales fueron detectados a partir del diagnóstico realizado en el capítulo anterior.

Los problemas de la práctica profesional y los institucionales, se clasificaron en coyunturales y estructurales, según corresponden. Al mismo tiempo se exponen los posibles escenarios para el corto, mediano y largo plazos, para las problemáticas expuestas.

Esto se hace con el objetivo, de que se tome conciencia de las consecuencias que se pueden generar si no se hace algo al respecto para solucionarlos.

3.1.1 Problemas de la práctica profesional

Con la realización del diagnóstico se obtuvieron una serie de problemáticas que inciden en el desempeño profesional del coordinador de producción, mismas que se complementan con la experiencia profesional obtenida.

De los problemas coyunturales y estructurales, se obtuvo que es indispensable que se conozca en un 100% o el mayor porcentaje posible del proceso de producción (pre-producción, producción, post producción).

También es necesario que se encuentre actualizado en cuanto a las innovaciones tecnológicas en materia de video, audio, de animación y efectos especiales, que se van implementando en éste medio que crece a pasos agigantados.

Al hablar de ello, es interesante resaltar que esto depende del espíritu de superación de los profesionales, que de no llevarse a cabo a corto plazo se puede visualizar el desconocimiento de los elementos básicos que le ayudarán a facilitar y eficientar su actividad.

A mediano y largo plazos, se enfrentaría a una realidad un tanto cruda, ya que sus conocimientos resultarían obsoletos y un poco lentos para dar agilidad al tan acelerado proceso de producción; lo cual finalmente redundaría en la escasez de trabajo si se tratara de un "free lance" y si estamos hablando de alguien que trabaja de planta en una empresa ya sea agencia de publicidad, casa productora o bien una televisora, ocasionaría que fuera sustituido por alguien quien tuviera una capacitación mayor.

Para obtener los conocimientos que otorga la experiencia, es indispensable además de la preparación que otorga el cursar una carrera universitaria se complemente con prácticas profesionales en el

campo laboral de la producción audiovisual. Esto servirá para irse dando a conocer.

Aquí el problema a corto plazo es que para poder ingresar al medio digamos concretamente televisión o empresas de giro publicitario o de producción audiovisual, casi siempre es necesario que te recomiende alguien, es muy difícil ingresar sin influencias. Así se tenga una preparación completa y actualizada, la mayor parte de instituciones se mueve con esos lineamientos.

A mediano y largo plazos, sencillamente no los contratan, porque no tienen esa habilidad técnica que solo se obtiene a través de experimentarla, de vivirla y de enfrentarse con la realidad del campo de trabajo.

Otro problema al que se enfrenta un coordinador de producción es que se deben adaptar a un ritmo de vida muy difícil, es decir tiene que sacrificar su vida personal, porque es una actividad muy absorbente, que no se apega a un horario fijo de trabajo; esto con el tiempo llega a ser desgastante.

Esto a corto plazo provocará el desgaste físico y emocional del coordinador de producción, que a mediano y largo plazos reeditaré en la disminución de eficiencia y calidad en el desempeño de la labor del profesional.

Una cuestión más, que es pertinente abordar es que casi toda la responsabilidad recae en el coordinador de producción, esto conlleva a que éste sea la persona indicada y facultada que resuelva todo tipo de contingencias que se presenten; lo cual se ve complementado en algunas ocasiones por la falta de profesionalismo y responsabilidad de los productores (hablando específicamente de los productores de Videos Integrales) que delegan toda la responsabilidad en el coordinador.

En el corto, mediano y largo plazos, provoca que el coordinador de producción asuma al mismo tiempo el papel de productor y de que de éste dependa toda la producción, que tome decisiones de acuerdo a sus puntos de vista y ayuden a salir de la eventualidad presentada. Lo cual llega a ser injusto porque el coordinador hace el trabajo de los otros, sin recibir una remuneración, ya sea económica o bien simbólica, podemos hablar de una felicitación o un reconocimiento por las labores realizadas.

Por otra parte, hay problemas con los ejecutivos y su autoritarismo, porque no toman en cuenta la carga de trabajo que se tiene en el departamento de producción, es decir se comprometen a entregar a los clientes el trabajo cuando quieren o cuando se lo exigen, sin llegar a un consenso en el cual ambas partes queden de acuerdo.

A corto plazo provoca una saturación de trabajo, que revoca en retrasos para entregar el producto terminado. A mediano plazo se

tienen que trabajar muchas horas extras por lo que la gente se cansa demasiado, lo que trae consigo a largo plazo que el personal se desgaste y se agote, que haga su trabajo ya sin cuidar tanto la calidad en la entrega del producto final.

En cuanto al rango de sueldo, es importante señalar que a pesar de todas las responsabilidades y actividades que trae consigo el cargo de coordinador de producción, es un puesto en el que el salario que percibe es muy bajo. Y bien si se trabaja de base en una empresa en específico, se llega a hacer a "destajo" sin importar el número de proyectos que se saquen y los presupuestos manejados.

Esto a corto plazo hace que el coordinador de producción no tenga motivación y busque la manera de obtener un ingreso económico mayor. A mediano y largo plazos, el profesional opta por volverse free lance, ya que bajo este rubro se le paga mejor y por cada proyecto.

Y bien, ya que conocimos los problemas a los cuales se enfrenta el coordinador de producción en la práctica profesional, en el siguiente apartado se enlistarán las situaciones conflictivas que surgen en la institución o empresa.

3.1.2 Problemas de la institución

En este apartado se abordarán los problemas coyunturales y estructurales que se detectaron a partir de la experiencia profesional en VISA, que pertenece al consorcio empresarial Grupo Contraste.

De igual manera se detectaron los siguientes problemas estructurales que a continuación se expondrán.

En la empresa VISA, no existe una definición específica de las funciones y actividades que le corresponden realizar a todos y cada uno de las personas que conforman el departamento de producción, por ende se incluye en ello las del coordinador de producción.

Esto en el corto, mediano y largo plazos reeditúa en que algunas personas hacen el trabajo que le corresponde a otras, que la carga de trabajo y de actividades sea mayor para unas y menor para otras. Con ello se provocará un desgaste tanto físico como emocional, ya que ni siquiera se otorga reconocimiento alguno por el buen desempeño de las funciones del personal.

Conforme a lo mencionado, también es evidente una falta total de motivación para el personal, ya no tanto en de índole económico sino simbólica ya sea por medio de una felicitación o reconocimiento, que en muchos casos resulta más gratificante.

El panorama a corto plazo es un personal con poca pertenencia hacia la institución, lo cual a mediano y largo plazo traerá como resultado un personal sin motivación, que hará su trabajo sin mayores expectativas, que realizará sus labores en automático sin esforzarse por tener resultados cada vez mejores y de más calidad.

El ámbito económico juega un papel importante, porque casi siempre se tienen limitantes que impiden desarrollar de manera más eficiente la labor del coordinador de producción. Es decir el equipo de cómputo es muy limitado, el que se tiene falla constantemente lo que provoca retrasos en el desarrollo de las actividades del coordinador de producción.

Solo hay una computadora, la del director de producción que está conectada en internet, por lo que si se necesita consultar información de la red se debe esperar a que esté disponible. Lo mismo sucede con la impresora, porque solo hay una en la empresa a la cual están conectadas todas las computadoras de las otras empresas que conforman Grupo Contraste. Por lo que si mandas imprimir un documento tienes que esperar a que salgan los de otras personas. Esto a su vez dificulta las actividades del coordinador de producción, porque necesita en muchas ocasiones enviar cartas, permisos, memorandums y solicitudes de manera inmediata.

Como ya se mencionó anteriormente, el trabajo del coordinador de producción implica realizar un número considerable de llamadas telefónicas para poder pedir cotizaciones, hacer "llamados de

producción" o hacer relaciones públicas ya sea con clientes o con proveedores. En VISA solo hay 2 líneas telefónicas distribuidas en 5 aparatos, por lo que es un "triumfo" poder hacer llamadas, ya que también entran otro número considerable.

Cuando el coordinador sale a grabación ya sea a algún foro o locación no tiene un teléfono celular, por lo que debe pedir prestado a alguien un celular o salir a buscar uno público, para poder arreglar otros asuntos o resolver las contingencias presentadas.

Con lo anteriormente señalado a corto plazo, resulta que el desarrollo de las actividades del coordinador de producción se dificultan aún más de lo que son; los tiempos que son de gran importancia en el medio de la producción se ven empalmados y la presión es mayor.

A mediano y largo plazos, son desgastantes y agobiantes por lo que el estrés se ve considerablemente multiplicado. Con ello se pierde mucho tiempo, el cual podría dar mayor agilidad en todo el procedimiento.

Ante las limitantes señaladas con anterioridad, el director de producción argumenta que no hay presupuesto para ampliar el equipo tecnológico de la empresa; y mucho menos para otorgar aumento al salario del coordinador de producción.

Esto se complementa con problemas coyunturales como que el director de producción no tiene una comunicación adecuada con el personal que labora en la empresa, es decir solo con su gente de "confianza" es con la que platica los proyectos, problemas o planes que se tienen previstos; solo a ellos se les otorgan concesiones como poder faltar, llegar tarde, no cumplir el tiempo establecido para la entrega de su trabajo.

Lo anterior genera a corto plazo rumores, porque no se conocen las cosas como son, sino que se van distorsionando, porque cada cual acomoda su propia versión de los hechos. A mediano plazo se forman "grupitos" que simbólicamente tienen choques entre sí; el ambiente laboral se torna exageradamente tenso y agobiante. A largo plazo se obtendrá una desintegración total de la gente que labora en la empresa, no se podrá trabajar en equipo y por supuesto no existirá solidaridad entre los mismos.

Pero dicha problemática viene generándose desde los directivos y el personal administrativo, que son personas déspotas y prepotentes, éstos últimos son así con los proveedores, clientes y con los mismos trabajadores de la empresa.

Con ello a corto plazo se provoca un pésimo ambiente a nivel interno, no existe compañerismo, ni confianza entre la gente, nada más se cuidan de lo que hablan y hacen, porque "hasta las paredes oyen". A mediano y largo plazos, se obtendrían resultados poco alentadores, en los que las relaciones interpersonales y el ambiente

laboral se tornaría más tenso. Cabe mencionar que más adelante se plantean una serie de sugerencias y/o recomendaciones para dar posible solución a las problemáticas anteriormente descritas.

Así que en el siguiente apartado se presenta el perfil del coordinador de producción, desglosando todos y cada uno de los elementos que lo conforman.

3.2 Perfil ideal del coordinador de producción

Es importante señalar, que a partir de la información obtenida con las entrevistas del diagnóstico y los conocimientos logrados a través de la experiencia profesional, se conforma el perfil ideal del coordinador de producción.

Pero ¿qué entendemos por perfil? "Conjunto de características o rasgos que caracterizan a una persona o cosa", en base al objeto de estudio de nuestra investigación y al punto de vista de quien escribe, podemos adaptarlo de la siguiente manera "es el conjunto de características o rasgos que se deben reunir para poder desempeñarse como coordinador de producción".

Para llegar al perfil es indispensable ubicar las funciones y necesidades que debe satisfacer, por lo que éste quedará conformado a partir de la unión de los siguientes elementos: los conocimientos,

hábitos, habilidades, rasgos de personalidad y tendencia de cambio y/o permanencia de la actividad de coordinador de producción.

El siguiente esquema representa gráficamente los elementos característicos que en conjunto nos van a llevar a la conformación del perfil.



Y bien ¿qué es un coordinador? Es la persona que establece los roles de los individuos de acuerdo a su actividad y a los fines que desea conseguir.

Por ello, se puede decir que un coordinador de producción es quien tiene el control de la información y los elementos involucrados en los proyectos, por lo que al momento de desarrollar su actividad es el que tiene la capacidad de dar respuesta a las contingencias presentadas.

Ahora bien es indispensable describir todos y cada uno de los elementos antes citados que van a conformar nuestro perfil.

3.2.1 Funciones

Las funciones y actividades que comprende el desempeño de las actividades del coordinador de producción son diversas, pues como se ha venido mencionando, todo depende del tipo de proyecto que se está trabajando, del presupuesto asignado y por supuesto de la empresa (podemos hablar de una televisora, agencia de publicidad o casa productora).

De las funciones detectadas, se pueden esquematizar como constantes las siguientes:

- ❖ Supervisar el proceso de producción que consta de 3 etapas:

1. Pre producción, considerada la etapa de la planeación, en esta parte se determina el equipo a utilizar, el personal que será contratado, si se realizará en locación o en foro, si se solicitará casting para seleccionar modelos, maquillistas, peinadores, transporte, establecer el break a seguir y el día y la hora de grabación.
 2. Producción. Es la grabación, que se llevará a cabo en el día seleccionado, bajo los lineamientos establecidos en la pre producción. Es todo el levantamiento de imágenes que servirán para tener el material indispensable que va a permitir la obtención el stock que se utilizará en la siguiente etapa que es la post producción.
 3. Post producción. Aquí se le da secuencia al contenido previamente grabado y que debe ir de acuerdo con el guión autorizado, si es necesario se le agregan efectos especiales de audio y video, se musicaliza. También se puede mejorar la calidad de la imagen.
- ❖ Cotizar los equipos de video, audio, iluminación, ya sea en renta o venta, renta de foro o locaciones, de props.
De servicios de alimentación o catering, de utileros, iluminadores, gente de staff, ambientadores, maquillistas, peinadores, escenógrafos, efectos especiales.

Equipos de rodaje: kit's de iluminación, cámaras de video, grabadoras de audio y video, sonido directo, luces especiales como HMI, son gon, mini brutos, extensiones, tripiés, gasas, filtros y lentes para cámara, monitores, baterías, planta de luz, fuentes de poder, material de audio y video para grabar.

- ❖ Planear o determinar la logística con la cual se va a trabajar.
- ❖ Organizar las actividades del personal que intervendrá en el proyecto, con el objetivo de evitar posibles eventualidades o los "tiempos muertos".
- ❖ Administrar los recursos económicos con los que se cuenta para la realización del proyecto, es decir aprovechar al máximo el presupuesto asignado, evitando gastos innecesarios.
- ❖ Coordinar las funciones de las personas que intervienen ya sea de manera directa o indirecta en la producción, para aprovechar mejor el tiempo.
- ❖ Supervisar las actividades del personal, para asegurarse del desempeño eficaz de éstos y poder dar solución a los problemas o imprevistos que se presentan.
- ❖ Interactuar o mediar con el cliente, darle la respectiva atención a todas y cada una de sus necesidades, otorgándole en la medida de lo posible la solución más viable.

- ❖ Solicitar castings a las agencias de modelos, esto puede ser vía telefónica o por medio de un escrito "respaldo de casting" que se envía por fax, en los cuales se establecen los siguientes requerimientos: edad, sexo, rasgos, tipo de vestuario que deben llevar, el presupuesto que se maneja, el proyecto de que se trata (comercial, video institucional o programa de televisión) y los posibles días de grabación.

- ❖ Hacer "llamados" para modelos, maquillistas, peinadores, servicio de alimentación o catering, planta de luz, gente de staff, asistentes de producción, productor, clientes y ejecutivos. En estos llamados se establece la dirección donde se llevará a cabo la grabación, un croquis del lugar y la hora de grabación.

- ❖ Elaborar presupuestos, que solicitan los ejecutivos o los clientes para la producción de los proyectos planeados.

- ❖ Mediar entre los individuos y la empresa.

- ❖ Hacer todo tipo de negociaciones con clientes o proveedores ya sea para obtener beneficios en cuanto a servicios o descuentos.

3.2.2 Conocimientos

En este apartado se enumerarán los conocimientos requeridos para desempeñarse satisfactoriamente como coordinador de

producción. Los cuales se dividen en 2 rubros: los teóricos y los prácticos, que a continuación se describen.

Conocimientos teóricos

En este rubro se abordarán de manera muy general el contenido de las asignaturas, que se requieren para que los egresados o estudiantes puedan situarse en un cargo como coordinador de producción. Aquí la intención es marcar la importancia de obtener una formación donde se utiliza la teoría, el método y las técnicas de comunicación, así como la riqueza que a final de cuentas se obtiene al saber de economía, administración, derecho, estadística, política y demás materias que contribuyen a ampliar el panorama del conocimiento del profesionista, lo cual le permite tener una actitud de enfrentar con inteligencia las contingencias, analizándolas con miras a ofrecer la mejor solución.

1) Conocimientos otorgados por la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, en la que se imparten diversas materias como:

- Técnicas de información por radio y televisión: el conocimiento que se espera tenga el egresado de la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, radica en las 3 etapas básicas de: pre producción, producción y post producción, que en el apartado anterior fueron descritas; la mayor parte de este proceso resulta familiar para quien haya cursado esta materia.

La diferencia entre lo académico y lo laboral es el alto grado de responsabilidad para hacerse cargo de cualquiera de estas 3 fases, ya que cualquier anomalía o retraso implica pérdidas monetarias.

- Relaciones Públicas: se requieren elementos de dicha asignatura con la finalidad de dar credibilidad y promover las relaciones con los clientes.

A través del discurso oral, otras veces por medio de mensajes escritos (tales como cartas personalizadas, promociones, etcétera), es como se propone entrar en contacto con los clientes buscando siempre la aceptación. Una vez establecido el vínculo se tratará de no perderlo. Para la obtención de estas metas están presentes las herramientas que la comunicación ofrece, como ejemplo se tiene a la persuasión.

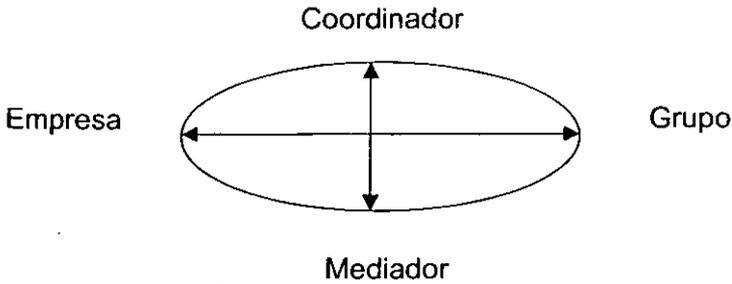
- Técnicas persuasivas: son aquellas con las cuales el coordinador puede influir más fácil en los clientes para la toma de decisiones de éstos o para vender más servicios de los establecidos. De la misma manera, el coordinador utiliza técnicas para conseguir mejores resultados ya sea con proveedores, con la gente que trabaja en el mismo departamento de producción o de otras áreas de la empresa.

Esto le ayuda a tener "contactos" o gente a la cual se puede recurrir para solucionar cualquier imprevisto en el menor tiempo posible.

- 2) Tener cultura general
- 3) Saber usar una computadora, conocer los programas actuales como procesadores de palabras, hojas de cálculo, saber realizar presentaciones en general y por supuesto navegar en internet.
- 4) Conocimientos administrativos, es decir hacer la mejor administración de los recursos humanos y económicos, todo en beneficio de la producción, para "ahorrar costos".
- 5) Debe ser un mediador, es decir debe establecer vínculos entre los individuos, respetando las características que los diferencian entre sí, con el fin de establecer puentes de unión con la empresa.

Es decir de la multiplicidad de mensajes habrá que seleccionar aquellos que menor esfuerzo ocasionen para su entendimiento. Llevar a cabo esta labor significa también que debe compartir con ambos elementos (empresa-grupo) un campo de experiencia, ya que sin ella se vería imposibilitado para entender a uno u otro y mucho menos intentar unir sus objetivos.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**



- Con este modelo se ubica al coordinador como mediador entre el personal operativo a su cargo y los resultados que se debe entregar a la empresa. La función mediadora estaría latente al considerar a cada uno de los integrantes de su entorno laboral como seres individuales, con características que los diferencian entre sí; pero compartiendo los valores de la empresa adaptándoselos como propios.
- 6) Comunicación organizacional: al integrarse a una empresa es importante la capacidad comunicativa de las personas que forman parte de ella, así como las formas y procedimientos que utiliza la organización para comunicarse con el personal, de esta manera el objetivo primordial de esta rama de la comunicación es, a través del un buen manejo de los sistemas comunicativos, obtener mayores posibilidades de desarrollo personal y grupal, con la seguridad de que la organización también resultará favorecida.

Al identificar los patrones de relaciones, funciones y obligaciones formales, de acuerdo a la descripción de puestos y

procedimientos de trabajo, le permite al coordinador crear planes y estrategias para actuar y difundir estas ideas, en el caso de que así se le permita. Esto se traduce en una ventaja para el coordinador al entablar diálogos con sus compañeros y para poder trabajar más fácil en equipo.

Conocimientos prácticos

En este apartado es importante indicar, que los conocimientos prácticos como su nombre lo dice, son aquellos que la experiencia laboral proporciona, es decir con la práctica cotidiana de las actividades de las actividades profesionales, se van adquiriendo.

- ♣ Empezar como asistente de producción para ir aprendiendo de todo un poco y familiarizarse con el medio.
- ♣ Utilizar los términos que se usan cotidianamente en el medio de la producción audiovisual.
- ♣ Conocer las herramientas técnicas indispensables para que se lleve a cabo una grabación:
 - Kit de cámara betacam SP o digital
 - Kit básico de iluminación
 - Baterías, adaptador de corriente y cables de AC
 - Gelatinas, filtros y gasas (que se utilizan para modular la iluminación o darles ciertas características)

- Micrófonos
- Tripiés
- Monitores

♣ Conocer los formatos de los materiales de video:

- 1) D1 es la máxima calidad y se denomina Digital Uno, el tamaño de la cinta permite que no haya pérdida de calidad en las reproducciones de la cinta.
- 2) Betacam Digital es menor calidad que la anterior (en mínima escala)
- 3) Betacam SP por componentes
- 4) Betacam SP Video compuesto
- 5) Hi 8
- 6) Mini DV

♣ Saber de materiales de audio:

- 1) DAT
- 2) Mini disc
- 3) Cd

♣ Conocimientos del gremio, de proveedores, de precios y tarifas de servicios.

3.2.3 Habilidades

En este punto es importante destacar ¿qué es o qué se entiende por "habilidad"? Pues bien recurrimos a buscar el significado como tal de la palabra, se encontró que "es una cosa ejecutada con gracia y destreza". Y bien aterrizándola con el objetivo principal de la investigación, se puede decir que el coordinador de producción en el desempeño de sus actividades cotidianas tiene que desarrollar ciertas habilidades que le permiten hacer sus labores con mayor destreza y gracias a ellas su trabajo es más eficaz.

Es importante señalar que muchas veces se tienen como "un don natural", pero hay otras que se van adquiriendo con la experiencia profesional.

- ✦ La iniciativa propia es fundamental, es decir no debe esperar a que le ordenen las cosas o lo que tiene que hacer, o sea tener un paso adelante siempre en lo que respecta a las actividades que involucran las producciones.
- ✦ Ser muy activo y con mucha energía
- ✦ Debe ser intuitivo, con sentido común amplio y con carácter que le permita solucionar los problemas o imprevistos.
- ✦ Tiene que ser hábil para negociar.

- ✦ La capacidad discursiva la debe desarrollar al máximo para convencer a las personas y obtener lo que necesita, es decir esto junto con las actitudes le van a otorgar cierta credibilidad.
- ✦ Tener mucha habilidad de comunicación con el equipo de trabajo, es necesario que para que se cumplan los tiempos, el coordinador establezca buena comunicación con todas las personas involucradas en los proyectos de producción.
- ✦ Ser organizados con todo, para que el trabajo salga como se tiene planeado, esto también implica tener conciencia de la responsabilidad que se tiene encima y establecer un compromiso en el ámbito profesional y personal.
- ✦ Capacidad de solucionar problemas y control de situaciones adversas. Algunas veces por más cuidado en la preparación del evento llegado el momento de la grabación o de transmitir al aire el evento resulta que faltaron alguno de los elementos o simplemente alguien no llegó al llamado, entonces el coordinador debe decidir y tomar las riendas para definir la forma de actuar.
- ✦ Saber escuchar a la gente, esto quiere decir que cuando alguien tenga alguna dificultad, necesiten apoyo u orientación acudirán con él.

- ✦ Integrador, es decir, le otorga gran importancia a las relaciones interpersonales y siempre está en busca de mantener un clima laboral favorable, porque sabe que es muy fácil estallar en ira y crear situaciones tensas entre el personal.

3.2.4 Hábitos

En este apartado se establecen los hábitos o costumbres con los que se debe contar para poder ejercer la actividad de coordinador de producción. A continuación se presenta una lista de los más comunes.

1. Tener una disciplina muy estricta para llevar al término todas y cada una de las actividades a desempeñarse y ser riguroso en que se cumplan los tiempos establecidos.
2. Adaptarse a no tener horarios fijos, de entrada, de salida y para comer.
3. Sacrificar muchas cuestiones personales.
4. Ser ávidos y tenaces para que se les otorgue la oportunidad de demostrarse a nivel profesional como coordinador de producción.

5. Tener la disponibilidad de adaptarse a un ritmo de vida y de trabajo demasiado absorbente, en el que se tiene mucha responsabilidad y se desenvuelven bajo mucha presión.

3.2.5 Rasgos de personalidad

En esta sección es interesante describir los rasgos característicos que deben poseer los profesionales para desempeñarse como coordinador de producción.

- Carácter para hacer valer su autoridad y poder de decisión. A veces el trabajar bajo mucha presión, ocasiona que el personal de producción se muestre inconforme por las situaciones que se presentan en el transcurso de las grabaciones, porque a uno no le agrada la forma de trabajar con otro o porque sencillamente es difícil aceptar las ideas de otras personas.
- Abierto en el sentido de informar las condiciones de trabajo, anomalías o contratiempos que se presentan; las condiciones reales de trabajo y particularmente estar al tanto de lo que ocurre con los equipos de trabajo para mantener al tanto de todo al productor.
- Carismático. Los seres humanos nacen con ciertas características sociales, físicas, intelectuales y de personalidad que distinguen a unos de otros, en este caso a grandes rasgos

sería alguien con un don de mando que cuando pide una cosa no parece que las exija, por lo que resulta fácil hacerle caso.

- Tener "feeling" o sensibilidad ante los proyectos y ante el desarrollo cotidiano de las actividades a realizar como coordinador de producción.
- Espíritu de superación, de querer aprender día con día cosas nuevas que le permitan enriquecerse tanto a nivel personal como profesional.
- Ser espontáneo

3.2.6 Tendencia de permanencia y/o cambio de la actividad de coordinador de producción

El papel de un coordinador de producción es imprescindible para la realización de los proyectos de producción, porque es quien organiza todos y cada uno de los elementos involucrados en la realización de los mismos.

Profesionalmente tiene que existir y no puede desaparecer, porque es un pilar fundamental en el proceso de producción. Tanto en agencias de publicidad como en casas productoras no puede ni debe desaparecer porque es el medio motor para que sucedan las cosas.

En cuanto a las perspectivas para dicho cargo se vislumbra una especialización que a su vez le permitirá superarse tanto en el ámbito profesional como personal. Todo ello implica un ascenso en el nivel jerárquico, pues subirá a gerente de producción para finalmente llegar a ser productor.

En el inter de ello, tiene que capacitarse constantemente, aprender acerca de las nuevas tecnologías que día con día van surgiendo, ya sea de video, de edición, de animación, de efectos especiales, de nuevas técnicas de maquillaje, entre otras cosas más.

Además el cargo de coordinador de producción no puede desaparecer, porque es el vínculo entre el productor y el equipo de producción y a parte es el intermediario de la empresa con el cliente.

3.3 Propuestas y/o sugerencias

En este capítulo se ha mencionado cierta problematización a la cual se enfrenta el coordinador de producción tanto en la práctica profesional como en la institución donde labora; dichos problemas inciden por supuesto en el desarrollo de sus actividades profesionales.

Y bien, ahora se harán una serie de propuestas y/o sugerencias, partiendo de la preparación académica y complementada con la experiencia adquirida de quien escribe, para resolver las

problemáticas o necesidades de la actividad profesional del coordinador de producción y de la empresa VISA.

3.3.1 Propuestas y/o sugerencias para solucionar los problemas de la práctica profesional

Cuando se habla de que el coordinador de producción necesita estar actualizado en cuanto a conocimiento se refiere; la propuesta gira en torno a implementarse, cursos de capacitación que le permitan estar al tanto de las innovaciones que día con día se presentan en equipos tecnológicos de audio y video, materiales nuevos en el mercado, nuevos procesos de edición, de animación, de efectos especiales, de comunicación organizacional, de liderazgo, etcétera. Esto le va a permitir estar al día y complementar así su preparación profesional. Algo importante que destacar es que las empresas deben cubrir el monto de esos cursos de capacitación para sus trabajadores, ya que se verían beneficiados ellos también, porque contarían con un personal altamente capacitado, que ayudaría a crecer a la empresa en todos los aspectos.

Si la empresa no cuenta con el presupuesto para pagar estos cursos, al menos deben dar margen o portarse accesibles para que la gente pueda acudir a esos cursos, obvio pagando de su bolsillo la cantidad.

El problema de la experiencia que se requiere para ser coordinador de producción, se fortalece con un factor que podríamos catalogar como cultural, de nepotismo para poder entrar a trabajar a alguna empresa; ante esto lo que se puede sugerir es que en nuestro país se vaya implementando una apertura de medios en general, que den la oportunidad a las personas para demostrar su capacidad y preparación.

Otra sugerencia es, que se realicen prácticas profesionales desde que se estudia en la universidad, para que vayan conociendo de manera real el campo de trabajo al que en un futuro se enfrentarán.

Para el problema de que no existe una definición de las actividades que corresponden al coordinador de producción, se sugiere crear un manual corporativo en el cual se especifiquen las actividades de todos y cada uno de los miembros que conforman el departamento de producción y que se mencionaron en el segundo capítulo. *Esto puede ser una opción, aunque es bien conocido por todos que muchas veces por el ritmo de trabajo tan acelerado resultaría poco efectivo, pero es cuestión de tiempo y de conocer como está organizado dicho departamento y por supuesto de las funciones que le corresponden a cada cargo.*

Cuando se habla del problema de comunicación existente entre los ejecutivos y el departamento de comunicación para las entregas de los trabajos y las fechas que se establecen; las juntas serían una opción eficaz, aunque los servicios de red interna (intranet) y de correo

electrónico (e-mail) pueden usarse para intercambiar información y seguir los proyectos, que de ningún modo pueden reemplazar las reuniones del personal. Es importante establecer los puntos básicos sobre los cuales se hablará; también es indispensable que se convoque la participación activa de los involucrados para tomar decisiones y establecer las acciones a realizar.

Y bien la comunicación del equipo deberá basarse por medio de minutas e informes de las reuniones, en la red interna, en el correo electrónico, o en pizarrones colocados en lugares estratégicos o que tienen mayor afluencia de personal.

La parte motivacional juega un papel fundamental en el desempeño de las actividades del coordinador de producción, aquí hay dos formas de dar incentivos:

1. Sería de índole económico, porque es mucha la responsabilidad que tiene a su cargo y muy "bajo" el sueldo que percibe, aquí la propuesta es que los directivos realizaran juntas en las que se hiciera una valoración de los beneficios que trae consigo el desempeño de las labores del coordinador de producción y en sí de los empleados, para que tomen conciencia de que éste es una parte fundamental en el proceso de producción. Que se manejaran bonos o compensaciones por la cantidad de proyectos realizados.

2. Incentivos simbólicos, esto es que si no hay estímulo económico que pudiera ofrecerse, con el simple hecho de que se reconozca la labor del coordinador de producción a nivel interno, lo cual provocaría en él una mayor satisfacción y pondría mayor empeño en la realización de sus actividades.

3.3.2 Propuestas para solucionar los problemas a nivel institucional

A través de la experiencia profesional adquirida se pueden hacer las siguientes propuestas para solucionar los problemas detectados en el ámbito institucional.

En primer instancia, al no tener conciencia ni claridad sobre las funciones y actividades correspondientes a la gente que forma parte del departamento de producción de VISA, se hace un reparto de actividades completamente desequilibrado. La propuesta sería la elaboración de un manual corporativo, en cual se deben establecer las funciones correspondientes a cada uno de los integrantes de la empresa.

Evitaría también los abundantes tiempos muertos que existen dentro de la institución y por supuesto el desgaste del personal.

De las limitantes económicas, presupuestales y tecnológicas, se pueden sugerir que los directivos tomen conciencia de que si destinan

un poco de más recursos materiales (dinero), los resultados favorecerán el desempeño eficaz de sus trabajadores, lo cual reeditarán en beneficios para la empresa y su crecimiento como tal.

Y bien, ya que hablamos de los empleados, vienen las propuestas para que se les otorgue cierta motivación que traerá consigo resultados efectivos en los que los trabajadores incluyendo al coordinador de producción se vean integrados y se "pongan la camiseta" de la empresa a la que pertenecen.

De los problemas coyunturales mencionados podemos decir en primera instancia:

Al director de producción de VISA y a los directivos de Grupo Contraste les sería conveniente recibir cursos de:

Cómo ser un líder

El papel del líder consiste en reunir un grupo diverso y a veces escéptico, para un propósito en común, lo que servirá para asegurar procesos eficaces de trabajo en equipo. Al mismo tiempo éste deberá inspirar confianza a sus empleados y será capaz de reconocer y "celebrar" los esfuerzos individuales.

Es la persona que especifica las metas de la empresa y las da a conocer a los trabajadores, a partir de las cuales se trazarán los planes

y se organizarán las actividades a seguir en los que se establecen los tiempos y recursos que se utilizarán.

El líder de la(s) empresa(s) necesitan trabajar la “esencia del equipo”, es decir podría sugerirse la creación de los “equipos interfuncionales”¹¹, que son aquellos en donde se reúnen a personas con perspectivas y conocimientos diferentes, para lograr los mejores resultados posibles. En términos de valores, los equipos interfuncionales dependen de la diversidad y la interdependencia; son éstos estos los que interpretan la realidad en forma conjunta y se crean normas sobre “la forma en que las cosas deberían ser”, a veces se llama a éstas normas una “cultura organizacional”.

Un curso de relaciones públicas convendría que lo tomaran los empleados del departamento administrativo. Estos les otorgaría elementos fundamentales para desarrollarse mejor en el ámbito personal e institucional. Se mejoraría notoriamente el clima laboral y se desarrollaría en mejores condiciones.

Cabe señalar que las propuestas y/o sugerencias antes mencionadas se formaron a partir de los conocimientos otorgados en la carrera universitaria cursada y de la experiencia adquirida en el desempeño de la actividad profesional de coordinador de producción; queda abierta la opción para que sean tomadas en cuenta o implementadas.

¹¹ LINDBORG J. Henry *Equipos interfuncionales en la empresa*, p.p. 36-39

Asimismo, cumplimos con el objetivo propuesto: "la elaboración del perfil profesional del coordinador de producción", por lo que a continuación presentaremos una reflexión a propósito de la experiencia profesional como coordinador de producción, así como de la formación académica recibida. Para evaluar el vínculo entre la actividad y la formación profesional.

CAPITULO 4

Consideraciones finales

En el presente capítulo se llevará a cabo una descripción a groso modo de las características de la formación académica que se recibió al cursar la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva; asimismo se realizará una evaluación de las aportaciones y limitaciones que dicha preparación proporcionó. Para ello es necesario aclarar que se realizará a partir de la perspectiva obtenida con la experiencia laboral y la que se adquirió al cursar la licenciatura.

Se aportarán una serie de sugerencias o recomendaciones para mejorar la formación académica y la actividad profesional.

Posteriormente se establecen los argumentos que justifican el o los motivos de ¿por qué? hacer una memoria de desempeño profesional, indicando así mismo la importancia de la realización de trabajos de dicha índole.

4.1 Características de la formación profesional

En este apartado se realiza una evaluación de la formación que recibió el alumno al cursar la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, los conocimientos y habilidades, que es capaz de desarrollar gracias a la formación recibida en los cuatro años y medio que permaneció en las aulas y talleres de la E.N.E.P. – Acatlán preparándose.

El tipo de preparación académica que recibe un licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva es la siguiente:

Se le enseña a relacionarse con todo tipo de personas, ya que tiene que realizar una serie de entrevistas y reportajes ya sea a políticos, actores, deportistas o gente común; con materias como Géneros Periodísticos ya sean informativos o de opinión, lo cual a su vez permite al estudiante vincular y poner en práctica los conocimientos adquiridos en asignaturas como Relaciones Públicas.

Durante la formación universitaria se realizaron ejercicios significativos con los que se logró aprender, corregir o perfeccionar la redacción de notas informativas (Géneros periodísticos informativos I), artículos (Géneros periodísticos de opinión I) y columnas (Géneros periodísticos de opinión II); que a la vez ayudaron a mejorar o poseer un empleo adecuado de redacción, ortografía y sintaxis.

Con la materia de Técnicas de investigación documental y de campo, se proporcionan las herramientas necesarias y adecuadas, que contribuyen a que el alumno adquiera ciertas habilidades para la realización de proyectos de investigación.

Hay materias de cultura general, que se pueden considerar contextuales como Derecho Constitucional, Historia Mundial del Siglo XX, Sociedad y Política del México Actual e Historia Contemporánea de América Latina; éstas han dotado al alumno de Periodismo con los conocimientos que le facultan para elaborar el marco histórico, político, económico y social de la realidad en la que se haya inmerso.

Los talleres de radio y televisión, son de gran utilidad porque el alumno interviene en la creación del guión, busca la escenografía adecuada, establece los personajes que participarán, los contacta para asistan y determina las funciones que desempeñarán cada uno de los integrantes del equipo. Por otra parte, ayudan a que los estudiantes sean responsables y se esfuercen al máximo para obtener programas de gran calidad.

Por supuesto también se inculca una ética profesional a la que nunca debe fallar. En la medida de lo posible se le enseña a nunca distorsionar la información que recibe, a decir siempre la verdad y a mostrar los hechos reales.

A continuación se presenta una evaluación, desde el punto de vista personal y profesional, acerca de las aportaciones y limitaciones

de la formación académica recibida al cursar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva; esto confrontado con la experiencia adquirida en el campo laboral real.

4.2 Aportaciones de la formación profesional

Los conocimientos adquiridos a lo largo de la preparación académica, le han servido a quien escribe para desempeñarse con mayor seguridad y confianza en el puesto de coordinador de producción audiovisual, por lo siguiente:

- a) Es capaz de tomar sus propias decisiones, ante las contingencias presentadas en las grabaciones o en un día laboral común.
- b) Es meticoloso y persistente en las actividades que realiza.
- c) Su trabajo lo hace con alto grado de profesionalismo y ética.
- d) Se le facilita la forma de manejar la información (entenderla, redactarla, coordinarla y por supuesto emitirla)
- e) Es fácil establecer comunicación interpersonal con todas las personas involucradas en el proyecto (proveedores, clientes, productores, ejecutivos, gente de staff, de escenografía o

display, por mencionar algunos); todo esto gracias a que se le enseñó a dominar herramientas y recursos comunicativos.

Al concluir la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, el alumno egresa con una sólida formación teórica, por ello es conveniente señalar que "La teoría permite a quien la posee encontrar formas adecuadas de intervención, utilizando criterios, antes que técnicas, generando conocimiento y no simplemente aplicando recetas,.... lo cual permitirá analizar las situaciones y actuar en la realidad de manera efectiva"¹²

De ahí la importancia de afirmar, que la formación profesional le otorga al estudiante una capacidad crítica y de análisis, que permite un entendimiento más rápido de las funciones de la práctica profesional por el carácter multidisciplinario de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva. Lo cual facilita la comprensión de los problemas surgidos en el campo laboral y aportar posibles soluciones.

Muchas polémicas se dan en torno a la evaluación que se hace del plan de estudios de la carrera y de las instalaciones con que se cuenta en los talleres de la E.N.E.P. –Acatlán; por lo que es de vital importancia señalar como enorme logro, el hecho de que siendo una universidad pública cuyos talleres e instalaciones no cuentan con los aparatos más sofisticados (tecnológicamente hablando), permiten a los alumnos poner en marcha toda su creatividad e ingenio para

¹² FUENTES NAVARRO Raúl. "Prácticas profesionales y utopía universitaria: Notas para repensar el modelo comunicador". en Diálogos de la comunicación # 31, p. 42.

aprovechar al máximo todos los recursos y obtener trabajos o proyectos con excelente calidad.

Por eso, es trascendente poner de manifiesto, que el sistema de simulación que se implementa en los talleres de radio, televisión y de audiovisuales, tiene un valor didáctico, ya que permite reducir el grado de error con las prácticas realizadas. Por lo que decimos que entre más simulación se realice en la escuela, más eficiente se puede llegar a ser en el campo laboral.

Es importante indicar, que al cursar la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la E.N.E.P. Acatlán, se motiva a los alumnos a trabajar en equipo, que contribuye de manera significativa en su proceso de adaptación, porque al ingresar a una empresa tendrá las bases indispensables para desarrollar su actividad en grupo.

Con esto, damos paso a las limitantes de la formación profesional.

4.3 Limitaciones de la formación profesional

Como se ha venido manejando, a lo largo de la presente memoria, la práctica es de gran importancia para que el egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva logre insertarse adecuadamente en el complejo campo de trabajo.

Con respecto a las prácticas realizadas en los talleres de radio y televisión, se puede decir que son las indicadas, pero no las

suficientes, es decir que las fechas asignadas a los numerosos equipos hacen que se lleven a cabo por periodos de tiempo muy espaciados, lo cual evita constancia, por lo que no se obtiene un conocimiento más amplio de los procesos de producción en dichas áreas.

En muchas ocasiones se pone de manifiesto que las instalaciones de talleres no cuentan con la infraestructura adecuada. Pero aquí el gran mérito de la Universidad, de los profesores y de los alumnos, es que sin contar con aparatos sofisticados como los de algunas universidades privadas, se logran trabajos o proyectos con gran calidad y lo mejor de todo es que se aprovechan al máximo los recursos disponibles y se explota la creatividad de los estudiantes.

Algo importante de señalar, es que se debería permitir a los alumnos un acceso más directo con los aparatos, porque los encargados de los talleres restringen en la mayoría de las ocasiones el uso de éstos o bien optan por manejarlos ellos mismos. Con esto limitan a las personas en el conocimiento técnico de los instrumentos con los que se realizan las producciones; por lo que solamente cuando el egresado ingresa a laborar a una empresa aprende sobre la marcha lo que es el manejo de aparatos, los formatos de cintas de video y audio más usados cotidianamente en el medio.

Por otra parte, los idiomas son una parte fundamental en el desarrollo de un profesional en el campo laboral. Con esto se pone de manifiesto que no basta con la comprensión de lectura de éstos; es

importantísimo contar con un conocimiento más amplio de un idioma extranjero; por lo que cursar un plan global es la opción ideal para los estudiantes o egresados de la carrera. El inglés es un idioma que en éstos días se debe dominar o tener un conocimiento amplio.

También es evidente, la poca importancia prestada a las prácticas profesionales, pues al no tener un carácter de obligatorias en el plan de estudios de la licenciatura, se pierden grandes oportunidades para incursionar en compañías de comunicación y cubrir en alguna forma las deficiencias prácticas de la Universidad.

Y bien, una vez señaladas las limitantes detectadas, es importante hacer una serie de reflexiones que pueden ser tomadas en cuenta y que podrán contribuir a mejorar la formación académica de las futuras generaciones de estudiantes de la carrera.

4.4 Recomendaciones para mejorar la formación profesional

En este apartado se proporcionan algunas sugerencias y/o recomendaciones, desde el punto de vista personal y profesional, con la finalidad de que lleguen a ser un precedente digno de tomarse en cuenta, cuyo objetivo principal es que la formación profesional pueda mejorarse en su afán de preparar cada vez mejor a los estudiantes para ejercer una carrera profesional.

Sería conveniente la creación de mecanismos anexos de orientación profesional, es decir estos se deben implementar desde la formación de las escuelas preparatorias y los Colegios de Ciencias y Humanidades, con el fin de darles a los alumnos una visión real de: ¿qué es la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva?, sus planes de estudio, la infraestructura existente en las universidades donde es impartida dicha licenciatura, los niveles reales de empleo para los egresados, los tiempos utilizados para insertarse en la actividad profesional y la calidad de escuelas a nivel nacional que imparten la misma educación profesional, mismas que representan fuerte competencia para los estudiantes de la UNAM.

Establecer un vínculo estrecho entre los universitarios con las compañías ya sean del sector público o privado para:

1. Enseñar en lo práctico a los alumnos la realidad a enfrentar cuando egresen.
2. Enseñar a los estudiantes toda la gama de actividades que podrían desempeñar.
3. Conocer cómo van cambiando las compañías de comunicación, las formas de comunicar en tiempo y espacio, para con ello establecer posibles correcciones a los programas de estudio para su actualización.

Al mismo tiempo es indispensable cuestionarse si el Servicio Social debe solamente cumplir la función de servir a la sociedad por 6 meses o 1 año en instituciones gubernamentales, realizando tareas con poca o nula relación con la formación profesional, o si es pertinente revalorar la función del Servicio como una extensión de la formación práctica que reciben los alumnos en las aulas; asimismo es indispensable ampliar el campo de acción de este requisito, pues de todos es conocido que la gran burocracia existente en las dependencias del Gobierno, impide demasiado el accionar de los estudiantes cuando estos cumplen con la actividad.

Otra alternativa la constituyen las prácticas profesionales, pues al establecerlas como obligatorias en el plan de estudios la experiencia de los universitarios y sus oportunidades de ingresar al medio de trabajo serían mayores en comparación con los tiempos actuales.

Algo conveniente también para los estudiantes de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, es que en los semestres finales (a partir de séptimo semestre) realicen prácticas profesionales en empresas relacionadas con la rama de la comunicación a la cual se piensan dedicar; una ventaja de las prácticas profesionales es que sirven para comprobar si esa es la especialidad a la cual se planean dedicar y si no, con éstas se dan cuenta de cuál es el campo profesional que les interesa.

Esto serviría para irse abriendo brecha y conseguir de manera menos difícil un empleo, pues es muy complicado obtener un trabajo.

Pero no solamente se trata de beneficiar al alumno, sino que éste debe retribuir a la Universidad estas oportunidades, con un reporte de experiencia del Servicio Social o las prácticas y proponer soluciones viables para los problemas de la práctica profesional detectados por él. Dicho documento deberá ser sustentado por un procedimiento metodológico, que respalde la información presentada.

A final de cuentas esto sería un círculo de intercambio de información, pues si los egresados proporcionan datos acerca de la situación actual del campo laboral en materia de producción audiovisual (por citar un ejemplo y por ubicarlo con el objetivo principal de nuestra investigación) por medio de las memorias de desempeño profesional o los reportes de servicio social y prácticas profesionales, con el rigor de un trabajo de titulación; la Universidad se beneficia al aumentar su cúmulo de información para actualizar sus programas de estudio, preparar mejor a las futuras generaciones y disponer de material de consulta para las personas que laboran en algún campo de la comunicación.

Además presenta la posibilidad de enterarse acerca del nivel de los roles y actividades desempeñadas por los universitarios y de esta forma evaluar si su formación profesional sirvió en realidad para enfrentarlos al campo de trabajo, así como para formar profesionistas propositivos en sus respectivas áreas.

Es necesario tomar conciencia de que concluir la licenciatura e insertarse en el ámbito laboral implica continuar asiduamente en el

camino del conocimiento y de la aplicación de lo aprendido en la escuela y lo que te va otorgando la experiencia.

Y bien, ya que estamos hablando de los conocimientos que otorga la experiencia, en el siguiente apartado se abordarán sugerencias que esperamos contribuyan a mejorar la actividad del profesional y de la empresa para la que trabaja, en este caso VISA; lo cual se realizará desde el punto de vista personal, cuyos fundamentos son avalados por la formación académica recibida y la experiencia obtenida al ejercer dicha función en el campo laboral.

4.5 Recomendaciones para mejorar la actividad profesional

Se aportarán una serie de ideas concretas, cuyo objetivo principal será proponer mejoras en las condiciones de trabajo del personal, de sugerir cambios en VISA o la incorporación de elementos académicos como la capacitación o de comunicación, que a su vez permitan un crecimiento no sólo en términos materiales, sino fundamentalmente en el aspecto humano.

Si una de las iniciativas del egresado, es de ingresar en el medio de la producción audiovisual, se recomienda comenzar como asistente, escalar puestos, y aprender todo lo que la experiencia le vaya regalando. Con ello, los conocimientos proporcionados por la Universidad al cursar la licenciatura, se complementarán con los adquiridos en la práctica. Obviamente depende de la iniciativa de las

personas por realizar actividades extra curriculares y también del apoyo que en determinado momento reciban de la empresa en la que laboran; entre las cuales podemos mencionar, cursos de liderazgo, relaciones públicas, administración de recursos, de edición (lineal y no lineal), de animación, de superación personal, de comunicación organizacional, etcétera.

También es importante irse relacionando con el equipo técnico utilizado en las producciones, es decir saber de elementos tan simples pero a la vez importantes, como son: los tipos de cables que hay, cómo se maneja una cámara betacam y una digital, qué filtros son los más usuales, hasta cuáles son los formatos que se manejan cotidianamente, éstos solo son algunos ejemplos que podemos citar. Obviamente se trata de aprendizajes técnicos que complementarán por mucho la preparación del profesionista, porque así sabrá qué y por qué lo está pidiendo.

Existen instituciones que ofrecen cursos prácticos de capacitación sobre el funcionamiento del equipo técnico de producción, entre las que podemos mencionar: a TV UNAM, la Unidad de Televisión Educativa (UTE), la Secretaría de Educación Pública (SEP) o el Instituto Latinoamericano de Cinematografía Educativa (ILCE).

Por otra parte, es fundamental que se dominen algunos idiomas, por lo menos el inglés, ya que varias empresas en el país se han vuelto trasnacionales, de ahí el auge que ha surgido para que los

candidatos a determinado puesto sean bilingües; porque esto facilita establecer contacto con los clientes. También es necesario para poder capacitarse en el manejo de los nuevos equipos y programas.

Ante esta realidad, el alumno se debe dar cuenta que para poder competir y sobresalir en el complejo campo laboral, debe estudiar por voluntad propia el idioma inglés en un plan global, que el Centro de Idiomas Extranjeros de la E.N.E.P. – Acatlán ofrece a muy bajo costo y con una calidad aceptable.

Ahora bien, las recomendaciones que podría adoptar la VISA y Grupo Contraste, con todas y cada una de las empresas que lo conforman, serían las siguientes:

- Los cursos de capacitación

Diseñar planes de capacitación de acuerdo a las actividades y responsabilidades de cada persona, con éstos la gente sentiría que la empresa está interesada en su desarrollo profesional, lo que daría como resultado un ambiente más organizado, comprometido y propositivo.¹³

Para el coordinador de producción, este tipo de capacitación ayudaría a que éste desarrolle mejor su trabajo, es importante que cada quién esté consciente de sus habilidades y debilidades, pero

¹³ DUBRIN Andrew. *Liderazgo. Serie fácil.*, p.38

sobre todo de que está haciendo el mejor esfuerzo para superarse en la realización de sus actividades.

Se pueden mencionar 2 tipos de cursos:

- 1) Oratoria y liderazgo: Este sería de gran utilidad para que la comunicación que se genere entre el coordinador y sus alternos y subalternos, sea fluida y no existan malos entendidos, que pudieran generar problemas de tipo personal.

- 2) Liderazgo y comunicación: En este curso se maneja el término líder, para aquella persona que comunica a los demás con claridad, exactitud y a tiempo en el interior de una empresa. Un planteamiento noble de líder "es aquel en el que él mismo, bajo una ética estricta que se impone, busca obtener la confianza, respeto, interés, primero hacia sus principios y sentimientos y más tarde hacia sus fines y actuaciones"¹⁴. Esto serviría para dar confianza a toda la gente que depende de las decisiones del director, de los productores y del coordinador de producción, porque en muchas ocasiones se tiene algo de inseguridad a las resoluciones tomadas ante las contingencias presentadas.¹⁵

¹⁴ RAMOS PADILLA Carlos. *La Comunicación, un punto de vista organizacional*, p.37

¹⁵ Boletín informativo Colegio de Emprendedores AC, México, junio 2001.

- Ofrecer mejores sueldos.

En esta sociedad en que vivimos entendemos que todos trabajamos por recibir una remuneración monetaria, casi nadie trabaja por hobby. Esto llevaría a:

- 1) Tener un mejor nivel de vida y que esto se refleje en su desarrollo profesional.
- 2) Para que el profesionista se siga preparando académicamente y pueda ofrecer más herramientas de trabajo.
- 3) Que se valore y respete el trabajo del profesionista

- Incentivar al personal con infraestructura en buenas condiciones.

El espacio de trabajo siempre es importante para que las personas se sientan en un ambiente agradable, en este caso desafortunadamente con el que se cuenta en VISA y en sí en Grupo Contraste, no es el de mayor calidad, ni el de actualidad. Pero es importante ya que va de por medio la imagen de la empresa.

- Motivar a los trabajadores.

Es una parte de importancia fundamental, que se motive al personal de manera abierta, haciéndole ver que su trabajo es una parte

indispensable para que el proceso fluya de manera adecuada y en las mejores condiciones.

Una opción sería la implementación de bonos de compensación por el desempeño satisfactorio de sus actividades ya sea por el número de proyectos que se trabajó en un trimestre o anual.

En fin, las sugerencias antes mencionadas son dignas de ser tomadas en cuenta para que la empresa y la gente que labora en ella, trabajen en un ambiente más cordial, para que la carga de trabajo no se sienta pesada. Porque en el medio de la producción audiovisual se labora siempre bajo mucha presión.

En el siguiente apartado se expondrán las razones por las que se ha llevado a cabo esta investigación y por qué bajo la modalidad de memoria de desempeño profesional.

4.6 Importancia del trabajo de memoria del desempeño profesional

Se entiende por memoria de desempeño profesional "la realización de un trabajo escrito que el egresado presenta como resultado de una experiencia profesional, significativa y crítica. Ésta deberá ser basada en un informe, estudio, análisis o proyecto de solución sobre un problema en específico que no se limitará a situaciones meramente descriptivas, sino que deberá aportar

experiencias y criterios de solución, terminando en un proyecto propositivo; además de obedecer en su desarrollo a una metodología de trabajo”¹⁶.

Con la presente memoria se brinda una posibilidad de ofrecer a los compañeros de carrera la descripción de una práctica comunicativa que a lo mejor no se habían planteado.

Esto se traduce en ofrecer algo más que la descripción de datos, de ahí el objetivo de proponer el perfil profesional del coordinador de producción para una empresa que ofrece servicios de producción, a partir de información recabada a través de experiencias reales.

La importancia de una memoria en la que se establezca el perfil ideal que debe reunirse para desempeñarse profesionalmente como coordinador de producción, es que en ella se van a describir los conocimientos teórico prácticos, habilidades, hábitos y rasgos de personalidad indispensables. y que la información presentada, es reforzada con el conocimiento y la opinión de quienes han trabajado por mucho tiempo en esa área, lo cual resulta una gran ventaja y sustento de la presente.

Con la memoria de desempeño profesional, se pretende que profesionales cuyo campo de trabajo es la producción audiovisual “legitimen” sus actividades, es decir, que se tome en cuenta el importante papel que juega el coordinador de producción para la

¹⁶ Folleto Opciones de titulación. UNAM, 2000, p.6.

realización de comerciales, videos institucionales, programas de televisión, etcétera.

Este trabajo servirá para saber qué pasa con la gente egresada de la carrera y cuáles son los obstáculos que se presentan en el complejo campo laboral.

La memoria aporta a la carrera de Comunicación una retroalimentación respecto a la preparación académica que recibe el alumno por parte de la Universidad.

Efectivamente, la decisión de dónde aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera recae en el egresado, pero bien puede seguir las sugerencias planteadas en la presente memoria, para no ir a ciegas por el camino y evitar de esta manera inversiones de tiempo en trabajos, que si bien dejan gran enseñanza y experiencia en ocasiones resultan frustrantes por no cumplir las expectativas de desarrollo profesional.

Este trabajo servirá para los estudiantes de próximas generaciones que tengan en mente dedicarse de lleno al campo de la producción audiovisual, para profesionales recién egresados de las universidades con miras a especializarse en dicha área de la comunicación y a la gente que está ávida de conocimientos en lo que a comunicación se refiere, para que lo tomen en cuenta y quede como precedente; sin embargo, es necesario indicar que cada empresa ya sea agencia de publicidad, casa productora o cadena televisora, tiene

establecidos sus lineamientos y formas de organización para trabajar. Es decir el perfil planteado puede servir de guía, para conocer las actividades desempeñadas en el puesto de coordinador de producción y los elementos descritos que en conjunto puede llegar a formar la personalidad del profesional de esta rama. Los planteamientos y puntos de vista expuestos en la investigación no se pueden considerar como algo oficial o reglamentado, porque existirán empresas que exijan más o menos requisitos, todo depende de los criterios bajo los cuales se rijan.

El principal beneficio que busca la realización de este trabajo es ofrecer una fuente de información basada en la experiencia profesional, que sirva a los egresados de comunicación para actualizar y empatar los conocimientos teóricos prácticos a las necesidades que el campo laboral exige en nuestros días.

Por otra parte a las instituciones educativas que ofrezcan la licenciatura de comunicación les permitirá actualizar los planes de estudio, claro, siempre y cuando se interesen en evaluar ésta y otras memorias de diferentes ramas para ofrecer posibilidades a lo que el mercado busca.

Con esto, es importante reconocer a estas alturas lo importante que resulta como práctica profesional ser coordinador de producción de VISA. Es gratificante por el hecho de que concluyendo la licenciatura se sufre un rotundo cambio al llevar a cabo otras tareas, estar en contacto con gente que maneja otros conocimientos, en una

empresa que brinda incluso servicios desconocidos y sobre todo aprender de los adelantos tecnológicos que van surgiendo; así como también estar inmerso y formar parte directa o indirecta de cada uno de los elementos indispensables para hacer un comercial, video institucional o programa de televisión.

En fin, concluir una licenciatura e insertarse en el ámbito laboral significa continuar asiduamente en el camino del conocimiento y de la aplicación de lo aprendido en la universidad y complementarlo de alguna manera con la experiencia a la que día con día te enfrentas en el campo laboral y profesional.

GLOSARIO

GLOSARIO

Animación: Es la creación o modificación de imágenes reales ficticias, creando un efecto semejante a los dibujos animados (caricaturas). Este proceso es realizado por medio de computadoras de 2 formas diferentes: 1) captar la imagen con una cámara de video para después capturarla en la computadora para realizar las modificaciones pertinentes, y 2) crear la imagen mediante sofisticados paquetes de diseño gráfico.

Back up: Término que se utiliza para una segunda y tercera opción de algo, ya sea que se trate de una locación, de modelo(s), escenografía, vestuario(s), etcétera. Es el respaldo que se tiene por si surge algún contratiempo.

Por ejemplo, si ya se escogió una modelo y en caso de que no pueda grabar el día establecido por "x" razón, se le hace llamado al back up.

Betacam SP: Formato de video profesional utilizado cotidianamente.

Break: Orden de las actividades o la secuencia que se va a tener el día de la grabación.

Brief: Es la información que el cliente le proporciona al copy, sobre el producto y las ideas que tienen en mente para las desarrollen en el proyecto.

Catering: Servicio de alimentación que lleva el día de la grabación.

Casting: Es el proceso de selección de actores o modelos que se contratarán. En donde se busca a la persona que más se apegue al personaje a interpretar; siempre se pide una pequeña improvisación histriónica para observar sus características; generalmente se le hace un llamado a las agencias que los representan para dar a conocer las características básicas necesarias (edad, sexo, complexión, etcétera).

Corte directo: Edición de dos imágenes sin efectos especiales en la unión, respetando tiempos e información que contenga cada cuadro de la cinta donde se va a vaciar la información ya editada o unida (recortada y pegada).

Copy: Redactor de textos, es quien propone y desarrolla las ideas creativas para los proyectos.

Display: Escenografía que se utiliza para las grabaciones.

Drops outs: Son pequeños defectos o desgastes de las cintas de video, los cuales se identifican al momento de la reproducción. Se perciben como pequeños destellos brillantes o pequeñas zonas sin imagen en la pantalla.

Dummies: Productos de existencia única, que todavía no se encuentran en el mercado y que se utilizan para la grabación del comercial o video.

Encelofanado: Envoltura en papel celofán que se le da a los videocassettes, que le proporciona una mejor presentación.

Feeling: Sensibilidad que deben desarrollar la gente que se dedica a la producción audiovisual.

Free lance: Persona que hace trabajos para empresas o instituciones sin ser parte de ellas y recibe un pago por honorarios a cambio de sus servicios y por cada proyecto que desarrolla.

Formato ¾: Videocassette con cinta magnética de video que mide ¾ de pulgada, es un formato de menor calidad que el Betacam y se usa generalmente en proyectos que no tienen mucho presupuesto.

Gelatinas: Micas translúcidas de colores resistentes al calor, que se colocan en la parte frontal de la(s) lámpara(s) para lograr ciertas ambientaciones y efectos.

Gis: Ruido o alteración en el audio provocado por agentes eléctricos o magnéticos ajenos al equipo de audio.

Lentillas: Se colocan directamente sobre el lente de la cámara para evitar el efecto de los rayos ultravioleta del sol o para dar suaves tonalidades azules o amarillas a la imagen.

Locación: Lugar que se utiliza para grabar, puede ser en interiores (casas, colegios, foros, museos, etcétera) y exteriores (jardines, playas, calles o avenidas, por citar algunos).

Material de stock: Imágenes que se tienen como archivo, ya sea de eventos, comerciales, películas, videos, documentales, conferencias y programas de televisión.

Product shot: Serie de tomas que se hacen desde diversos ángulos del producto, para obtener con ello ciertos efectos o vistas.

Props: Artículos que sirven para ambientar la escenografía y poder cumplir con las tomas establecidas en el guión.

Scouting: Visita a lugares planeados o sugeridos para la grabación, en donde se observan y establecen las áreas que servirán para la realización del proyecto.

Time table: Tabla de tiempos en la que se establecen las fases (pre-producción, producción, post producción) y el récord de tiempo que se llevará en cada una de ellas.

Transfer: Transferencia de un material (comercial, video, película, cápsula informativa, conferencia, etcétera) de un formato a otro. Por ejemplo, hay transfers de BTCM (Betacam) a $\frac{3}{4}$, a VHS, a D3.

BIBLIOGRAFÍA

ANDER EGG, Ezequiel. *Introducción a las técnicas de investigación social*. Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1990.

BAENA PAZ, Guillermina. *Instrumentos de investigación. Manual para elaborar trabajos de investigación y tesis de licenciatura*. Editores Mexicanos Unidos, México, 1981.

BALANDRA RUIZ, Francisco Armando. *Anatomía de una organización. "El proceso básico de una coordinación de comunicación social"* Memoria de desempeño profesional. UNAM, ENEP Acatlán México, 1998.

BONILLA, GUTIÉRREZ, Carlos. *La comunicación, función básica de las relaciones públicas*. Trillas, México, 1988.

DUBRIN, Andrew. *Liderazgo. Serie fácil*. Pearson Educación, México, 1989.

DUVERGER, Maurice. *Métodos de investigación en Ciencias Sociales*. Ariel, Barcelona, 1962.

ENEP ACATLAN. *Plan de estudios de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva*. México, 1983.

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. *La comunicación en las organizaciones*. Trillas, México, 1991.

FERNANDEZ DIEZ, Federico y Martínez Abadía, José. *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós. Papeles de comunicación, Barcelona, 1999.

GALINDO Y TORRES MICHUA. *Manual de redacción e investigación*. Grijalbo, México, 1997.

GOETZ J. P. y LECOMPTE M. D. *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Ediciones Morata, Madrid, 1988.

GOLHABER, Gerald M. *Comunicación Organizacional*. Diana. México, 1984.

KATZ, Chaim, S., et al. *Diccionario Básico de comunicación*. Nueva Imagen, México, 1980.

LINDBORG J. Henry. *Equipos interfuncionales en la empresa*. Panorama, México, 1999.

MATTELART Armand y Michele. *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós Comunicación, Barcelona 1997.

MENDIETA, Alatorre, Ángeles. *Métodos de investigación y manual académico*. Porrúa, México, 1996.

RAMOS PADILLA, Carlos. *La comunicación, un punto de vista organizacional*. Editorial Trillas, México, 1997.

RODRÍGUEZ GOMEZ, Gregorio et al. *Metodología de la investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe, 1999.

TOSTADO SPAN, Verónica. *Manual de Producción*. Editorial Alhambra Mexicana, México, 1995.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO. *Compendio de carreras económico administrativas 3*. UNAM, México, 1993

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

CORRAL CORRAL, Manuel. *La Ciencia de la Comunicación en México*. Editorial Trillas, México, 2000.

FERRÉS IPRATS, Joan.. *El video. Enseñar video, enseñar con el video*. Ediciones G. Gili, México, 1998.

GOMEZ, Carmen. *Nuevas tecnologías de comunicación*. Trillas, México, 1991.

QUIJADA SOTO, Miguel Ángel. *La televisión, análisis y práctica de la producción de programas*. Trillas, México, 1986.

S. SIMPSON, Robert. *Manual práctico para la producción audiovisual*. Editorial Gedisa, España, 1999.

WILKIE Bernard. *Manual de efectos especiales para televisión y videos*. Editorial Gedisa, España, 1999.

ANEXO A

Perfil profesional del coordinador de producción

VIDEOS INTEGRALES

PRESUPUESTO No _____

Cliente:
Atención:
Ejecutivo

Producción:
Creativo:
Fecha evento: _____

BRIEF GENERAL:

Producción	Clave	Proveedor	Costo	Venta	Generales	Ventas
Creatividad					Props	
Guión					Vestuario	
Corrección de estilo					Utilero	
Musicalización					Planta de luz	
Locución					Foro externo	
Calif. de material					Iluminación	
Material de stock					Catering	
Material					Locaciones	
Lev. De imagen					Modelos	
Iluminación					Extras	
Foro interno					Comisión agencias	
Gráficos en TVL					Peinadora	
Animación en 3D					Maquillistas	
Edición					Manejo del producto	
Personal de staff					Transportación	
Camarógrafo					Viáticos	
Transportación					Compra producto	
Manejo de producto					Productor	
Coordinación					TOTAL	
Gastos producción					COMISION 15%	
Productor					TOTAL	
TOTAL						

CCTV	Clave	Días evento	Proveedor	Costo	Venta
CCTV a 1 cámara					\$
CCTV a 2 cámaras					\$
Switcher					\$
Intercomunicación					\$
Camarógrafo					\$
Operador switcher					\$
Grabación del evento					
Material					
Máquina ¼ estacionaria					
Transportación					
Coordinación					\$
Gastos de producción					\$
TOTAL					\$

Notas: NO INCLUYE VIATICOS NI HOSPEDAJE

Fecha:
Presupuesto:

Nombre de la empresa:
Lic.

Adjunto a la presente encontrará la descripción de los servicios requeridos para la producción de:

PRODUCCION \$

CONDICIONES Y REQUERIMIENTOS:

- 60% al aceptar el presupuesto
- 40% a la entrega del material

Atentamente

Recibido por:

Lic. Alberto Escudero
Director de producción

PRODUCCION

- Proyecto:
 - Musicalización
 - Creatividad
 - Guión
 - Corrección de estilo
 - Iluminación
 - Foro Interno
 - Animación en 3D
 - Calif. de material
 - Material de stock
 - Material
 - Gráficos en TVL
 - Edición
 - Personal de staff
 - Transportación
 - Manejo del producto
 - Coordinación
 - Gastos de producción
 - Productor

NOTA: No incluye viáticos ni hospedaje

IMPORTE TOTAL DE PRODUCCION:

- EN CASO DE REQUERIR ANIMACION EN 3D, SE COBRARA A RAZON DE
- \$ 6,000.00 POR 05 SEGUNDOS

IMPORTE TOTAL DE PRODUCCION:

Los importes no incluyen el 15% de I.V.A.

ANEXO B

Nombre y cargo de entrevistado	Pregunta 1 ¿Qué roles funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño de coordinador de producción? ¿Qué factores determinan esa constancia?
Gustavo Gutiérrez Productor FCB (Agencia de publicidad)	El coordinador de producción es quién debe supervisar que todo el proceso inicie correctamente desde cero, haciendo un reporte constante de lo que el proyecto va regalando. Como desde la cotización hasta la entrega del producto terminado. Las actividades que comprende un coordinador de producción de manera constante, viene desde entender el proyecto cuando le llega a sus manos, tiene que empezar un proceso de cotización, dar todo un seguimiento, todo lo que es el proceso de la producción (pre- producción, producción, post producción), hasta la entrega misma del proyecto.
Marco Antonio García Director general y productor Apple Box (casa productora)	Tienes que hacer que los elementos funcionen bien para que la producción pueda ir sobre rieles, caminando libremente. Organizar es más la organización que todo esté bien. Tener juntas listas, materiales, todo para la producción. Depende de los proyectos, todo tiene que estar listo, que todo esté en orden a la hora establecida.
Julio César López Productor FCB (agencia de publicidad)	Reunir todos los elementos que son inherentes a cada uno de los proyectos. Cotizar , ver cual es lo más óptimo en costos y precios. Es una parte fundamental para poner todos los elementos que rodean a una producción ya sea de TV, radio. Checar renta de equipo de rodaje Materiales de rodaje Tener contactos con utileros, escenógrafos, tramoya, gentes de staff, planta, alimentación y vaya dependiendo del proyecto tu vas implementando toda esta infraestructura humana a una producción de TV, en rodaje de 16 y 35 mm, video tape. Coordinando todas las necesidades que tiene que rodear una producción.

	<p>La constancia siempre va a existir dependiendo del tipo de proyecto, ejerce el mismo tipo de actividad de estar contratando escenógrafos, utileros, maquillistas, sonido directo.</p> <p>Vigilando que todo se cumpla en tiempos.</p> <p>Cuidar la parte económica (importantísimo)</p>
<p>Jorge Lizárraga Coordinador de producción Ollin estudio (estudio de post producción)</p>	<p>Es un administrador, coordinar recursos, manejar gente, coordinar presupuestos, parte fundamental, interacción con el cliente.</p> <p>Coordinador de recursos Interacción con el cliente</p> <p>Encontrar un productor audiovisual es difícil de encontrarlo, requiere de un perfil específico, porque al manejar dinero, recursos, tienes que ser una persona que tiene administración muy clara de las cosas y tener la experiencia de saber en qué usarlo.</p> <p>Conocimiento que te da la experiencia.</p> <p>Tiene carisma para atender a un cliente</p>
<p>Alberto Escudero Director general Videos Integrales (casa productora)</p>	<p>Coordinación de producción es juntar todos los elementos que coincidan en el momento, la hora; que todo el proyecto esté amarrado sin que falle ninguna cuestión o alguna necesidad de producción (modelo, maquillista, locaciones, todo).</p>
<p>Andrés González Coordinador de producción Hechos fin de semana (noticiero)</p>	<p>Las funciones varían dependiendo de la producción en las que se desempeñe el coordinador de producción.</p> <p>Es aquel que supervisa que todas las necesidades de producción estén en su momento y en su hora.</p> <p>Van a estar determinadas por el tipo de producción en que se encuentra el coordinador de producción no va a hacer lo mismo un coordinador de producción de un noticiero que uno de campo de un programa de espectáculos</p>

	<p>Pregunta 2</p> <p>¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera variable el desempeño de coordinador de producción? ¿Qué factores determinan esa variabilidad?</p>
Gustavo Gutiérrez	<p>De qué manera puedes atender al cliente con un trato correcto, no nada más es sentarte con él y decirle yo te lo tengo tal día sin saber que el tiempo es el suficiente o no.</p> <p>Los factores variables. Lo determina muchas veces el cliente o la empresa que lo contrata.</p>
Marco Antonio García	<p>El proyecto te va dictando el camino hay veces que tienes que moverse a otros puntos.</p> <p>No todos los proyectos son iguales, hay proyectos chicos, medianos, grandes y todos requieren de diferentes cosas.</p> <p>Hay elementos básicos como equipos de filmación, un director, un fotógrafo, un productor. Lo demás quien sabe igual y no necesitas maquillista, post producción esto es lo que hace variable el punto, esto es lo que hace variable el punto.</p> <p>Si el proyecto te pide un equipo más pequeño, tu tienes que realizar funciones a parte de coordinar y todo te tienes que meter en otras funciones, como puedes funcionar como asistentes de dirección, de asistente de post producción.</p>
Julio César López	Tiene variabilidad en cuanto al tipo de proyecto te lo está pidiendo.
Jorge Lizárraga	Las actividades variables son muchas, ya que aparecen como consecuencia de que el productor haga bien su chamba. El productor delega responsabilidades en el coordinador.
Alberto Escudero	Las actividades y los factores varían de acuerdo con el tipo de producción que se encuentre haciendo el coordinador de producción.
Andrés González	Diferentes parámetros dependiendo de la producción y por supuesto del género

	<p>Pregunta 3</p> <p>¿Cuál es la importancia del coordinador de producción a partir de su valor / percepción en el campo de trabajo? ¿Cuáles son los factores del contexto laboral que determinan el ejercicio de coordinador de producción?</p>
Gustavo Gutiérrez	<p>Si el no existiera hay un eslabón vacío. Yo como cliente podría pedir un trabajo "x" que pudiera coordinarlo, pero eso no quiere decir que me salga bien que pudiera obtener lo mejores resultados. El coordinador está especializado en eso, tiene una base de datos específica, completa de todos los proveedores que tienen, que contratan y que sabe como pueden definir a quien contrata y a quien no, quien me va dar el mejor servicio. Si yo quito a ese coordinador se me viene el mundo encima, puedo caer en un error.</p> <p>Es el punto intermedio entre la solicitud de trabajo y la elaboración del mismo.</p>
Marco Antonio García	<p>Tiene toda la responsabilidad del proyecto porque todo el tiempo depende que esté bien coordinado.</p> <p>Producción siempre es organización un coordinador de producción tiene que tenerlo todo con él van a recurrir todos los elementos necesarios en la filmación, desde el que hace la limpieza en el set hasta el director, tiene que estar al tanto de ellos.</p>
Julio César López	<p>Es un rol difícil</p> <p>Es como el que tiene que vigilar que las actividades se cumplan de acuerdo a los requerimientos del director, a los requerimientos de las condiciones, por ejemplo rentar casas, locaciones, foros.</p> <p>Hay un valor que nunca se le da</p> <p>Son gentes que tienen descanso hasta que termina el proyecto, desde que inician las juntas de pre producción hasta el proyecto final.</p> <p>Tienen que entregar todo.</p> <p>Son los héroes anónimos dentro de una producción.</p>
Jorge Lizárraga	<p>La importancia es fundamental no hay producción sino hay un coordinador de producción, es uno de los pilares y súper importante.</p>
Alberto Escudero	<p>La importancia de un coordinador de producción es tanta o más que el actor principal de un comercial ya que si falta la coordinación, todo el equipo</p>

	armado sin esa función no se podía llevar a cabo.
Andrés González	La importancia del coordinador de producción es igual a la importancia que todas las personas que intervienen en toda la producción Importancia en todo, todo es importante.

	Pregunta 4 ¿Qué conocimientos (formales - abstractos, empíricos e intuitivos), se requieren para ejercitar de manera pertinente la profesión de coordinador de producción?
Gustavo Gutiérrez	Una licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Marco Antonio García	Conocimientos básicos es el sentido común para poder llevar paso a paso la producción Cultura general Conocimientos acerca del gremio (proveedores) Saber cuáles son las especialidades de las personas Educación licenciatura como mínimo de ahí para arriba.
Julio César López	En cuanto a los conocimientos empíricos, tal vez no tienes una formación teórica pero tienes la herencia de la experiencia, no se te da en forma profesional. "Yo soy empírico intuitivo, siguiendo con interés lo que he ido aprendiendo a través de 25 años de experiencia en el medio" Con la experiencia te abres un poco más fácil el camino Las personas egresadas de una carrera universitaria tienen una gran cultura, pero en el desempeño de sus labores están verdes, por la inexperiencia
Jorge Lizárraga	Formales es una parte administrativa No hay una carrera de producción, hay carreras de Ciencias de la Comunicación, lo que realmente te enseña es la práctica y eso es fundamental. Ya con ello sabes como manejar gente, dineros, todos los recursos Debe tener un gran sentido de trabajo en equipo

	Colaborar, escuchar a la gente
Alberto Escudero	La prepa como mínimo, pero es básico una carrera
Andrés González	Todo lo relacionado con el medio

	<p>Pregunta 5</p> <p>¿Qué habilidades se deben poseer para desempeñarse eficaz y eficientemente en la actividad de coordinador de producción y por qué?</p>
Gustavo Gutiérrez	<p>Sentir el proyecto</p> <p>Tu como coordinador tienes la necesidad de que desarrolles es intuición a parte de que lo que estudies y te prepares.</p>
Marco Antonio García	<p>Perseguir todo, no dejar ningún cabo suelto, confirmar hasta el último momento, hasta que tengas todos los elementos.</p> <p>Ser amistoso, así la gente se comunicará más rápido contigo y te echará la mano.</p> <p>Poder de negociación.</p>
Julio César López	<p>Tener paso adelante siempre dentro de las actividades que involucra una producción.</p> <p>Debes ser demasiado intuitivo</p> <p>No tienes que esperar a que te ordenen lo que tienes que hacer</p> <p>Debes tener una solución a la mano para todo (importante)</p> <p>Tienen que cuidar, ser muy escrupulosos</p> <p>La parte profesional de esa gente, son gente que no abandonan el barco y siempre va a proteger los intereses de cada uno de los proyectos.</p>
Jorge Lizárraga	<p>Tratar con gente</p> <p>Lo principal es que debe ser una persona organizada y con personalidad para poder manejar gente.</p> <p>Saber y tener apertura para tratar con la gente (don de mando)</p> <p>Administración</p>
Alberto Escudero	<p>Persona muy activa, con mucho carácter para resolver problemas, sin importar horarios, cuestiones personales, que</p> <p>Relaciones públicas</p>

Andrés González	Organización Disciplina
-----------------	----------------------------

	Pregunta 6 ¿Con qué hábitos se debe contar para una adaptación mas adecuada y para un ejercicio, también adecuado de la actividad de coordinador de producción?
Gustavo Gutiérrez	No tienes vida privada No tienes hora de entrada ni de salida Responsabilidad y puntualidad,
Marco Antonio García	Disciplina estricta, no puedes decir " ya son las 6:00 p.m., me voy a mi casa a descansar y mañana lo termino....." No tienes horario Tienes que estar al pendiente, la tenacidad es básica, hay problemas que no se te van a resolver en 8 horas de trabajo. Tienes que dejar tu vida personal de lado.
Julio César López	Te exoneras de tu vida privada, Ávidos, muy movidos, fachuditos No tienes horarios No duermes, mal comes A veces llegas a odiar tu trabajo porque no te retribuye como quisieras, porque ganas más como free lance Deambulas mucho No tienes vida personal
Jorge Lizárraga	Vivaces Movidos con mucha energía En México tienes que corretear a la gente (factor cultural) Parte organizativa, tienes que saber organizarte sino te hundes.
Alberto Escudero	Ser responsable Sacrifica muchas cuestiones personales Puntualidad Poco sueldo

	Disciplina Organización
Andrés González	Puntualidad Disciplina Organización Disposición
	Pregunta 7 ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo deben manejarse para desempeñar de manera actualizada la actividad de coordinador de producción?
Gustavo Gutiérrez	Base de datos es el instrumento primordial, computadora, softwares , diseño, cotizaciones, precios, tarifarios.
Marco Antonio García	Herramientas como el fax, Internet, teléfono, saber usar los medios de comunicación. Saber navegar en Internet porque muchas veces necesitas sacar información de la red, contactarte, etc.
Julio César López	Computadora, e mail, videos, castings, reproductor de discos, un vehículo (básico), teléfono y un súper directorio (punto medular) de tus producciones, proveedores, esas gentes que puedan rodear tu producción de la manera más cómoda.
Jorge Lizárraga	Sistema de cómputo Formatos específicos para presupuestos, tarifarios, listas de precios Súper directorio
Alberto Escudero	Buena agenda Celular Relaciones públicas
Andrés González	Buena agenda, teléfono, muchos contactos

	<p>Pregunta 8</p> <p>¿A que problemas (institucionales, económicos, gremiales, profesionales, personales y/o motivacionales) se enfrenta quien realiza la actividad de coordinador de producción?</p>
Gustavo Gutiérrez	Rango de sueldo, algunos gana bien otros mal, por eso muchos deciden emplearse como free lance.
Marco Antonio García	<p>Todo depende de la producción que hagas, por ejemplo si trabajas en cine te enfrentas a sindicatos, que son gruesísimos, muy difícil de trabajar con ellos.</p> <p>Si trabajas comerciales es disponibilidad de la gente, disponibilidad de la gente, disponibilidad de tiempo, renta de equipo, de salas post producción.</p> <p>Económicos, todo los problemas se derivan del presupuesto si es, o no limitado.</p> <p>Tienes que poner en juego tu creatividad para ahorrar y resolver.</p> <p>Debes de estar siempre en contacto con tu productor, director, etc.</p>
Julio César López	<p>Te tienes que imponer a que se cumplan esas fechas y tiempos</p> <p>Si eres coordinador de agencia o de casa productora, percibes un sueldo fijo (que por lo regular es muy bajo) sin importar el número de proyectos que saques y mucho menos los presupuestos que manejes; es por eso que las personas prefieren emplearse como free lance, bajo este rubro ganas más y por cada uno de los proyectos.</p> <p>Los predicamentos por conseguir las cosas o necesidades.</p>
Jorge Lizárraga	<p>Los limitantes son principalmente los presupuestos, tiempos y recursos</p> <p>Estar soportando a la agencia de publicidad y a los clientes en sí</p> <p>Personales es que no tienes horarios para trabajar</p> <p>El estrés</p> <p>De los problemas motivacionales es que no se tiene una vida personal, creo que eso es determinante por eso algunos llegan a motivarse químicamente.</p>
Alberto Escudero	<p>El coordinador de producción siempre es "el patito feo", el que tiene que solucionar todo con 3 pesos, "nunca quedas bien con nadie"</p> <p>Tienes que ahorrar dinero para la realización de la producción</p>
Andrés González	Tienes que resolver todo tipo de problemas

	<p>Pregunta 9</p> <p>¿Qué aspectos inherentes al desempeño profesional deben mejorarse, cómo y por qué?</p>
Gustavo Gutiérrez	Los sueldos
Marco Antonio García	En México somos bastantes profesionales pero no toda la gente lo es, entonces para mejorarse deberían establecerse contratos antes de trabajar, para ser responsables.
Julio César López	Económico que estuviera bien remunerado, porque es tan valioso la parte del coordinador y que a su vez tuviera un valor de reconocimiento. Darle más valor, de apapachar a la gente hacerlos exitosos en el lugar que se encuentren.
Jorge Lizárraga	Problema cultural, de que deben entender que el coordinador de producción hace su chamba y necesitas dejarlo hacerla bien. Cada quien debe acatar sus las funciones.
Alberto Escudero	No contestó
Andrés González	Disciplina

	<p>Pregunta 10</p> <p>¿Que alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos problemas del coordinador de producción? ¿Por qué deben considerarse o llevarse a cabo? ¿Cómo se pueden implementar?</p>
Gustavo Gutiérrez	Tomando cursos de actualización en general, de todas las maquinas, tecnología. Además cada proyecto te regala cosas distintas y que te sirven para aprender lo que no sabías en el anterior. <i>Control de calidad.</i>
Marco Antonio García	Hay cursos de actualización de todo, desde qué nuevas cámaras existen en el mercado, equipos de iluminación. Curso de relaciones públicas para desarrollarse mejor profesionalmente.

Julio César López	Educación hay muy poco dentro de las escuelas que te pueden ayudar o te den una capacitación, sería conveniente que ejercieran una como mini agencia de publicidad o dar una especie de especialización en la parte de producción, fotografía. Pero también las clases las tendrían que dar gente con preparación ya que en la mayoría de las ocasiones las dan advenedizos que no tienen ni la más remota idea de lo que están hablando.
Jorge Lizárraga	No hay una institución que haga o forme directores, productores, si se puede lograr una administración enfocada a producción de televisión o cine Alternativas sería un diplomado, posgrado.
Alberto Escudero	Si tú no sabes inglés estás fuera de la jugada Tener conocimientos básicos de materiales, de equipos de edición, tipos de cámara, equipo de iluminación. Conocer el mercado, estar al día
Andrés González	Conocer todo lo que se requiere en una producción

	Pregunta 11 ¿Qué estrategias debe seguir quien intente dedicarse a ser coordinador de producción, para insertarse adecuadamente en el campo laboral?
Gustavo Gutiérrez	Ser muy terco y perseguir todo lo que te propones
Marco Antonio García	Ser tenaz, para que te den oportunidad de ser coordinador de producción tienes que demostrarte como asistente, todo ese tipo de cosas, tu profesionalismo, tu tenacidad, conocimiento en general, tus relaciones públicas. Este negocio es así, que si tu no eres cuate de alguien no te dan la chamba, pero si el otro tiene menos experiencia y tiene el contacto se la dan.
Julio César López	No tener novia (o) No tener vida personal Que tengas mucha hambre e interés por conocer esa área, tienes esa preciosa oportunidad para viajar, conocer gente es una gama maravillosa.

Jorge Lizárraga	Tienes que pasar por un viacrucis, puedes ser una persona con una preparación excelente, pero sino tienes un contacto que te recomiende no puedes entrar (una vez más el factor cultural) es un gran problema. Se debe iniciar de alguna manera en el medio, aprende, conoce, vete posicionando, hazte de contactos para que puedan ayudarte a mover.
Alberto Escudero	Un coordinador debe empezar desde abajo y subir poco a poco
Andrés González	Un coordinador de producción debe empezar desde asistente de producción, subir a asistente de edición, y así sucesivamente, porque así va a tener más tablas para poder desempeñar su función, pedir y saber lo que está pidiendo

	Pregunta 12 ¿Qué tipo de conocimientos pueden y deben proporcionar las instituciones de educación superior para ayudar a mejorar la actividad de coordinador de producción y como lo pueden hacer?
Gustavo Gutiérrez	Yo creo que muchas universidades a veces no dicen la verdad, pintan el panorama como si fuera maravilloso, "vas a trabajar 8 horas al día", es una utopía como te pintan la mecánica. Jamás te explican como debes responder ante una situación de extrema presión, entonces muchos no aguantan.
Marco Antonio García	A mi me parece que Espacio 2000 que organiza Televisa es válido porque las instituciones deben acercarse a la AMFI, AMAP, para darles bolsa de trabajo o proporcionarles lugares donde puedan hacer prácticas profesionales y vayan conociendo el medio y de esa manera vayan complementando su aprendizaje y que no salgan con los ojos cerrados; porque la teoría es muy bonita e interesante pero no es lo mismo la práctica que hacen entre ellos mismos que la que realizarían con otra gente extraña, enfrentarte a presiones a un jefe gritón si no tienes integración te va a costar trabajo.
Julio César López	Una especialidad área por área, porque cuando los quieres integrar a la gente dentro de algún departamento no tienen ni la más remota idea. Se deben tener ejercicios en el que se implementen talleres en los que se practique como si fuera una agencia de publicidad o una casa productora.

Jorge Lizárraga	Practicar desde la universidad Arriesgarse, las instituciones debe motivarse para sacar a los chavos preparados y la manera de que tengas esa preparación es la práctica
Alberto Escudero	Salir a trabajar crear una fuente de trabajo desde que estas estudiando, para que cuando salgas te topes con un problema de que trabajas en ocasiones 18 horas diarias. Tienes que estar consciente del tipo de trabajo que es esto, no se detiene nunca. Talleres, seminarios, Espacio 2000 de Televisa es buenísimo.
Andrés González	Que hubiera gente que realmente tuviera experiencia en el medio quien se dedicara a impartir los conocimientos, nadie puede enseñar algo de producción porque no hay libros que hablen de ello.

	Pregunta 13 ¿Cómo debe ser en el corto, mediano y largo plazos el desarrollo de la actividad de coordinador de producción?
Gustavo Gutiérrez	Te puedes especializar en algo, pero la obligación del coordinador es saber de todo. Locaciones, casting, animaciones, maquinas para edición lineales, no lineales, audio, cine, música de todo. Prepararte a futuro, participar creativamente.
Marco Antonio García	No contestó
Julio César López	Debe encontrar los medios para "eficientar" el trabajo.
Jorge Lizárraga	El hecho de que se modifique la actividad, de un coordinador, de un productor, va a depender de cómo se modifique la industria. Si seguimos haciendo cine y televisión seguirán existiendo los coordinadores de producción. Como se desarrolle la industria, la cinematografía, los medios de comunicación en general, se modificarán las actividades de coordinar dinero y gentes.
Alberto Escudero	Superación constante
Andrés González	Mejorar día con día

	<p>Pregunta 14</p> <p>¿Cuáles son sus perspectivas profesionales, económicas, intelectuales, motivacionales y sociales?</p>
Gustavo Gutiérrez	<p>Prepararte a futuro, participar creativamente, se vislumbra una gran apertura de los medios, abriendo nuevas puertas para expresar mejor lo que es la publicidad de diferentes maneras.</p> <p>Todo depende de las ganas que le pongas porque de tras de ti, vienen otros empujando y depende de ti si quieres dejar una generación nueva preparada, y que tienes que enseñar o capacitar.</p>
Marco Antonio García	<p>Es un puesto clave, es un eslabón fundamental en el proceso de producción.</p>
Julio César López	<p>El privilegio de ser coordinador de producción o productor es que estas metido en todo, es un trabajo maravilloso, fascinante, alucinante, frustrante.</p> <p>El coordinador de producción obtiene una gran satisfacción ya que sin su apoyo profesional no pudiera realizarse ese trabajo.</p> <p>Profesionalmente un coordinador de producción tiene que existir, porque tiene la manera y todos los instrumentos.</p> <p>Tanto en agencia de publicidad como en casas productoras, no puede ni debe desaparecer porque es el medio motor para que sucedan las cosas.</p>
Jorge Lizárraga	<p>En el ámbito profesional tiende a una especialización en un rango superior, tanto a nivel intelectual, empresarial, de toda índole.</p>
Alberto Escudero	<p>Este cargo nunca va a desaparecer porque el puesto es clave.</p>
Andrés González	<p>Ese cargo nunca va a desaparecer porque es el vínculo entre el productor y gente de la producción; a parte es el vínculo de comunicación entre el cliente y el productor</p> <p>Es un puesto clave e importantísimo.</p>