Recomendaciones para Solicitar Servicios del Área de Medios Audiovisuales

Con el propósito de contribuir al posicionamiento institucional ante la comunidad universitaria y la sociedad, mediante la creación de productos audiovisuales que favorezcan la difusión y divulgación de información institucional, se presentan a continuación los productos que pueden elaborarse desde el Área de Medios Audiovisuales.

PRODUCTO: VIDEO VERTICAL (REEL, INSTAGRAM REELS Y TIKTOK)

1. Preproducción (Planificación)

Es un video en formato vertical (16:9) cuya duración depende de la plataforma en la que se publicará:

- **Reel (facebook)** es de 15-60 segundos**.**
- **Reel (instagram)** es hasta de 90 segundos.
- **Tiktok** es hasta 3 minutos**.**

2.- Contenido del Reel de acuerdo con la **plataforma:**

- **Facebook reels**, es ideal para compartir contenido institucional y noticias universitarias.
- **Reel de instagram,** es perfecto para mostrar vida universitaria, eventos y tendencias visuales.
- **Tiktok**, es recomendado para conectar con estudiantes/jóvenes mediante contenido creativo y dinámico.

2.-Requisitos:

a. **Elementos gráficos**:
   - Logo del Unidad Académica en formato PNG (con fondo transparente).

Plan de Grabación

- Cronograma detallado (días, horarios, equipo técnico).
- Asignación de equipos, talentos y locaciones para la producción.
- Posproducción asignada al área correspondiente.

PRODUCTO: VIDEO PARA ACREDITACIÓN

1. Preproducción (Planificación)

Para llevar la grabación, es fundamental asignar un enlace que coordinará a docentes, administrativos y estudiantes que participarán en la grabación, además de facilitar los accesos a las diferentes áreas de la Unidad Académica.

Además, se deberá enviar:

- El escudo o logotipo institucional en formato PNG.
- El cartel promocional con los elementos gráficos separados, también en formato PNG.

---

a. Definición del Objetivo y Público

- ¿Qué mensaje se quiere comunicar? (Ejemplo: presentación de la Unidad Académica, estudiantes, responsabilidad social, logros, etc.).
- ¿A quién va dirigido? (organismos acreditadores, estudiantes, docentes, administrativos, etc.).

b. Guion

- **Texto literario:** Información del área de forma clara y concisa, con una extensión máxima de una cuartilla.

c. Selección de Locaciones

- **Internas:** Oficinas, salas de reunión (asegurar permisos y limpieza del espacio).
  Horario de grabación ideal: 7:00 horas en la locación.
- **Externas:** Sede principal, proyectos destacados (verificar permisos legales y condiciones climáticas).
- El área de comunicación se encargará del scouting para asegurar que:
  - Las instalaciones estén pintadas, limpias e iluminadas.
  - La señalética, el escudo y el lema universitario estén en buen estado. Una vez validado, se agendará la grabación.

d. Casting y Presentadores

- ¿Quién representará a la unidad académica? (Director, Secretaría Académica, docentes, investigadores, estudiantes, etc.).

Código de vestimenta:

- Personal universitario: Uniforme institucional preferentemente.
- Estudiantes: Uniforme o blusa/ camisa lisa (sin logotipos, rayas, puntos, letras, cuadros ni flores).
- La participación debe ser con equidad (máximo 4 personas).
- Si alguna persona habla una lengua originaria, podrá usar el traje típico de su localidad. (con apoyo de traducción).

e. Plan de Grabación

- Cronograma detallado (días, horarios, equipo técnico).
- Asignación de equipos, talentos y locaciones para la producción.
- Posproducción asignada al área correspondiente.

Recomendación: La duración del video terminado deberá ser de 5:00 minutos.

PRODUCTO: VIDEO INSTITUCIONAL

1. Preproducción (Planificación)
Para la planificación de la grabación, es fundamental asignar un enlace que coordine a docentes, administrativos, estudiantes y el equipo de producción, además de gestionar los accesos a las diferentes áreas de la Unidad Académica.

Además, se deberá enviar:

- El escudo o logotipo institucional en formato PNG.
- El cartel promocional con los elementos gráficos separados, también en formato PNG.

a. Definición del Objetivo y Público

- **Mensaje institucional:** ¿Qué se quiere comunicar? (Ej: presentación de la Unidad Académica, logros, responsabilidad social, perfil estudiantil, etc.).
- **Audiencia:** ¿A quién va dirigido? (Organismos acreditadores, estudiantes, docentes, personal administrativo, sociedad en general, evento específico, etc.).

b. Guion

- **Guion literario:** Texto de la Unidad Académica, de forma clara y concisa (máximo una cuartilla), evitando tecnicismos si el público es general.

c. Selección de Locaciones

- **Internas:** Oficinas, talleres, salones de clase, salas de reunión (coordinar permisos y limpieza). *Horario de grabación ideal: 7:00 horas en la locación.*
- **Externas:** Sede principal, proyectos destacados (verificar permisos legales y condiciones climáticas).
- El área de comunicación se encargará del scouting para asegurar que:
    - Las instalaciones estén pintadas, limpias e iluminadas.
    - La señalética, el escudo y el lema universitario estén en buen estado. Una vez validado, se agendará la grabación.

d. Casting y Presentadores

- ¿Quién representará a la unidad académica? (Director, Secretaría Académica, docentes, investigadores, estudiantes, etc.).

    - Personal universitario: Uniforme institucional preferentemente.
    - Estudiantes: Uniforme o blusa/ camisa neutra (sin logotipos, rayas, puntos, letras, cuadros ni flores).
    - La participación debe ser con equidad (máximo 4 personas).
    - Si alguna persona habla una lengua originaria, podrá usar el traje típico de su localidad. (con apoyo de traducción)

e. Plan de Grabación

- Cronograma detallado (días, horarios, equipo técnico).
- Posproducción asignada al área correspondiente.

Recomendación: La duración del video terminado será de **3:00 minutos maximo**.

PRODUCTO: PROMOCIONAL

1. Preproducción (Planificación)

Para llevar la grabación, es esencial asignar a una persona responsable que coordine la participación de docentes, administrativos y/o estudiantes. Esta persona también facilitará el acceso a las distintas áreas de la Unidad Académica.

Además, se deberá enviar:

- El escudo o logotipo institucional en formato PNG.
- El cartel promocional con los elementos gráficos separados, también en formato PNG.

---

f. Definición del Objetivo y Público

- ¿Qué mensaje institucional se desea comunicar? *(Ejemplo: oferta educativa, invitación a un evento, taller, logros académicos, etc.)*
- ¿A quién está dirigido? *(Estudiantes de preparatoria, sociedad en general, organismos acreditadores, estudiantes universitarios, docentes, personal administrativo, etc.)*

---

b. Guion

- **Texto literario:** Debe ser claro, breve y accesible. Se recomienda evitar el uso de lenguaje técnico si el público es general. *(Se solicita una propuesta de guion de aproximadamente media cuartilla).*
- **Guion técnico:** Detallar los planos, locaciones y recursos necesarios. El área de comunicación se encargará del scouting para asegurar que:
  - Las instalaciones estén pintadas, limpias e iluminadas.
  - La señalética, el escudo y el lema universitario estén en buen estado. Una vez validado, se agendará la grabación.

---

c. Selección de Locaciones

- **Internas:** Oficinas, salas de reunión, entre otras. Se deben gestionar permisos y garantizar la limpieza del espacio. ***Horario ideal de grabación: 7:00 a. m.***
- **Externas:** Sede principal o lugares representativos de proyectos destacados. Se debe verificar el cumplimiento de permisos legales y considerar las condiciones climáticas.

---

d. Casting y Presentadores

- ¿Quién representará a la unidad académica? *(Estudiantes, docentes, directivos, coordinadores, investigadores, etc.)*

  - La participación debe ser con equidad (máximo 4 personas).

Código de vestimenta:

- Participantes internos: Preferentemente deben portar el uniforme de la universidad.
- Estudiantes: Uniforme o, en su defecto, blusa/camisa lisa sin logotipos, rayas, puntos, letras, etc.
- Participantes externos: **Blusa o camisa neutra y sin elementos gráficos**. Si alguna persona habla una lengua originaria, podrá usar la vestimenta tradicional de su localidad.

---

e. Plan de Grabación

- Elaborar un cronograma detallado: fechas, horarios, equipos técnicos.
- Asignación de recursos: equipos, talentos y locaciones.

---

f. Posproducción

- Asignación y coordinación del proceso de posproducción por parte del equipo correspondiente.

Recomendación:
La duración del video promocional debe ser de **20 a 30 segundos como máximo**.

PRODUCTO: COBERTURA DE ACTIVIDADES

1. Preproducción (Planificación)

- La cobertura se activa mediante **solicitud formal**, la cual debe incluir los **datos de contacto del responsable**.
- Se recomienda **coordinar entrevistas con 30 minutos de anticipación** al evento.

a. Requisitos: Envíar la **Ficha Técnica y Programa de Actividades.**

Datos obligatorios:

- Información básica del evento: **nombre, fecha, lugar y horarios**.
- Para la cobertura de los congresos:
  - Programa detallado.
  - Indicación de **conferencias clave** (esta oficina evaluará su relevancia para determinar la cobertura).

c. Asignación de Recursos

- **Equipo de cobertura:**
  - Definición de personal técnico, operativo y administrativo requerido.

f. Edición y Posproducción

- Asignación y coordinación del proceso de posproducción por parte del equipo correspondiente.

PRODUCTO: REPORTAJE

Este tipo de producción requiere varias sesiones de trabajo o varias horas continuas, así como una investigación profunda.

a. Definición del Objetivo y Público

- ¿Qué mensaje se desea comunicar?
- ¿A quién va dirigido? (Estudiantes de preparatoria, sociedad en general, organismos acreditadores, estudiantes, docentes, administrativos, etc.)

b. Guion

- **Texto literario:** Debe ser claro y conciso (evitar lenguaje técnico si está dirigido al público general).
- **Guion técnico:** Incluye el desglose las locaciones y recursos necesarios.

c. Selección de Locaciones

- **Internas:** Oficinas, salas de reunión (asegurar permisos y limpieza del espacio). *Horario ideal de grabación: 7:00 horas en la locación.*
- **Externas:** Sede principal, proyectos destacados (verificar permisos legales y condiciones climáticas).

d. Casting y Presentadores

- ¿Quién participará en el reportaje? (Estudiantes, director, docentes, coordinadores, investigadores, etc.)

Código de vestimenta:

- Participantes internos: Preferentemente deben portar el uniforme de la universidad.
- Estudiantes: Uniforme o, en su defecto, blusa/camisa lisa sin logotipos, rayas, puntos, letras, etc.
- Participantes externos: **Blusa o camisa neutra y sin elementos gráficos**. Si alguna persona habla una lengua originaria, podrá usar la vestimenta tradicional de su localidad.

e. Plan de Grabación

- Cronograma detallado: días, horarios, equipo técnico.
- Asignación de equipos, talentos y locaciones.

f. Posproducción

- Asignación de tareas al área correspondiente.

Recomendación: La duración del reportaje terminado deberá ser de **máximo 3 minutos**.

PRODUCTO: CÁPSULA

Para realizar una cápsula informativa, es necesario definir tres etapas:

- **Introducción:** Define el tema y el contexto.
- **Desarrollo:** Presenta los puntos clave de un tema específico.
- **Conclusión:** Resume el contenido y plantea un llamado a la acción o una reflexión.

---

a. Definición del Objetivo y Público

- ¿Qué mensaje se comunicará?
- ¿A quién va dirigido? (Estudiantes de preparatoria, sociedad en general, organismos acreditadores, estudiantes, docentes, administrativos, etc.)

---

b. Guion

- **Texto literario:** Debe ser claro y conciso (evitar lenguaje técnico si está dirigido al público general).
- **Guion técnico:** Desglose de locaciones y recursos necesarios.

---

c. Selección de Locaciones

- **Internas:** Oficinas, salas de reunión (asegurar permisos y limpieza del espacio). *Horario de grabación ideal: 7:00 horas en la locación.*
- **Externas:** Sede principal, proyectos destacados (verificar permisos legales y condiciones climáticas).

---

d. Casting y Presentadores

- ¿Quién participará en la cápsula? (Estudiantes, director o directora, docentes, coordinadores, investigadores, etc.)

Código de vestimenta:

- Participantes internos: Preferentemente deben portar el uniforme de la universidad.
- Estudiantes: Uniforme o, en su defecto, blusa/camisa lisa sin logotipos, rayas, puntos, letras, etc.
- Participantes externos: **Blusa o camisa neutra y sin elementos gráficos**. Si alguna persona habla una lengua originaria, podrá usar la vestimenta tradicional de su localidad.

---

e. Plan de Grabación

- Cronograma detallado (días, horarios, equipo técnico).
- Asignación de equipos, talentos y locaciones.

---

f. Posproducción

- Asignación del proceso de posproducción al área correspondiente.

Recomendación: La duración de la cápsula será de **3 minutos maximo**.

PRODUCTO: DOCUMENTAL

1. Estructura General

Para la realización de un documental, es fundamental estructurarlo en tres etapas clave:

- **Introducción:** Presenta el tema y su contexto.
- **Desarrollo:** Expone los puntos clave de forma detallada y ordenada.
- **Conclusión:** Cierra con un resumen, reflexión final o llamado a la acción.

---

a. Definición del Objetivo y Público

- **¿Qué mensaje se desea comunicar?**
  (Ejemplo: historia institucional, impacto social de un proyecto, experiencia académica, etc.)
- **¿A quién está dirigido?**
  (Estudiantes de preparatoria, sociedad en general, organismos acreditadores, comunidad universitaria, docentes, administrativos, etc.)

---

b. Guion

- **Guion literario:** Redactar un texto claro, conciso y accesible. Si el documental está destinado al público general, se recomienda evitar lenguaje técnico.
- **Guion técnico:** Detallar los planos, locaciones y recursos necesarios para la grabación. El área de comunicación se encargará del scouting para verificar que:
  - Las instalaciones estén limpias, pintadas e iluminadas.
  - La señalética esté en buenas condiciones y sean visibles el escudo y el lema universitario.
    Una vez validadas las condiciones, se programará la grabación.

---

c. Selección de Locaciones

- **Locaciones internas:** Oficinas, salas de reunión u otras áreas relevantes. Se deben tramitar los permisos correspondientes y asegurar la limpieza del espacio. *Horario ideal de grabación: 7:00 a. m.*
- **Locaciones externas:** Sede principal o espacios vinculados a proyectos destacados. Se deben revisar permisos legales y considerar las condiciones climáticas.

---

d. Casting y Presentadores

- **¿Quiénes participarán en el documental?**
  (Estudiantes, docentes, directivos, coordinadores, investigadores, egresados, etc.)

Código de vestimenta:

- Participantes internos: Preferentemente usar el uniforme institucional o camisa/blusa lisa.
- Participantes externos: Usar ropa sin logotipos, rayas, puntos, letras u otros elementos distractores.
- Personas hablantes de lenguas originarias: Pueden portar vestimenta tradicional representativa de su localidad, si así lo desean.

---

e. Plan de Grabación

Elaborar un cronograma detallado que incluya:

- Días y horarios de grabación.
- Asignación de equipos técnicos, talentos y locaciones.

---

f. Posproducción

Asignar los recursos y responsables.

Recomendación:
La duración total del documental deberá ser de **máximo 20 minutos producidos, 30 minutos aire**.

PRODUCTO: PROGRAMA DE RADIO

La participación en los distintos programas de radio se agenda de acuerdo con la temática correspondiente y el perfil de los invitados e invitadas. Cada programa está diseñado para abordar contenidos específicos y requiere perfiles adecuados para garantizar una experiencia enriquecedora para la audiencia.

La Unacheada

Requisitos para quienes conduzcan o participen como invitadas/os.

- Estudiantes o egresados de la UNACH con enfoque crítico sobre temas de actualidad.
- Participación activa en temas sociales, culturales, o educativos relevantes.
- Capacidad para tratar temas diversos y actuales de manera dinámica y juvenil.
- Interacción y conexión con la audiencia joven de la universidad.

Música en Contexto

Requisitos para personas invitadas:

- Conocedores y entusiastas en el mundo de la música en general.
- Capacidad para aportar una visión crítica y contextualizada sobre canciones, artistas y movimientos musicales.
- Disponibilidad para colaborar en el análisis de música dentro de un marco cultural e histórico.

El Consultorio Universitario

Requisitos para quienes conduzcan o participen como invitadas/os:

- Especialistas en psicología, personas terapeutas o profesionales en salud mental (preferentemente con enfoque en juventudes y personas estudiantes).
- Experiencia trabajando en temas de estrés universitario, bullying, ansiedad, o autocuidado.
- Compromiso con el bienestar emocional de los estudiantes y apertura para tratar temas delicados con respeto.
- Empatía y habilidades comunicativas para explicar temas complejos de manera accesible.

Punto de Encuentro

Requisitos para personas invitadas:

- Personas estudiantes o académicas destacadas en cualquier área del conocimiento. Logros significativos a nivel nacional o internacional (premios, investigaciones, proyectos, entre otros).
- Disposición para compartir sus historias de vida y reflexionar sobre su experiencia en el ámbito universitario.
- Compromiso con la motivación y la promoción de referentes positivos para toda la comunidad universitaria.

Cuadro de Honor

Requisitos para personas invitadas:

- Personas estudiantes o académicos destacados en cualquier área académica.
- Logros significativos a nivel nacional o internacional (premios, investigaciones, proyectos).
- Disposición para compartir su historia de vida y reflexionar sobre su experiencia universitaria.
- Compromiso con la motivación y el ejemplo positivo para la comunidad universitaria.

El Rincón del Sísifo

Requisitos para personas invitadas:

- Personas con formación en filosofía, sociología, derecho o pensamiento crítico, con enfoque en ética, justicia y problemáticas sociales contemporáneas.
- Conocimiento profundo sobre temas trascendentales como la vida, la muerte, la inteligencia artificial y las ideologías.
- Habilidad para el debate y la reflexión filosófica en torno a las problemáticas actuales.
- Disposición para abordar temas complejos de manera profunda y comprensible para diversas audiencias.

#EntreFacultades

Requisitos para personas invitadas:

- Estudiantes de las facultades, con interés en promover la vida universitaria.
- Participación en eventos deportivos, culturales, o científicos dentro de la UNACH.
- Capacidad para reflejar la dinámica de la universidad desde el punto de vista estudiantil.
- Actitud positiva y disposición para compartir eventos, actividades y logros de sus facultades.

Radar Universitario

Requisitos para personas conductoras e invitadas:

- Personal administrativo o académico con conocimiento de los eventos institucionales y las actividades oficiales de la universidad.
- Capacidad para ofrecer un resumen claro y accesible de las noticias relevantes de la semana.
- Conocimiento actualizado sobre la agenda del rectorado y de la universidad.
- Compromiso y responsabilidad para comunicar de forma veraz y respetuosa la información institucional.

Cinema Decibel

Requisitos para personas invitadas:

- Personas entusiastas y conocedoras de temas relacionados con el cine.
- Conocimiento sobre directoras, directores, intérpretes y el impacto cultural del cine.
- Disposición para compartir opiniones sobre estrenos, clásicos cinematográficos y la creación musical para cine.

Investigación con sello UNACH

Requisitos para personas invitadas:

- Personas docentes o investigadoras con experiencia en áreas académicas o científicas.
- Trayectoria destacada en su campo, respaldada por publicaciones, proyectos u otras contribuciones relevantes.
- Experiencia en investigación aplicada o en temas de innovación y desarrollo científico.
- Disponibilidad para participar en entrevistas y dialogar con diversas audiencias.