

**INFORME COMITÉ CONSULTIVO 2022**  
**CARRERA PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN**  
**FACULTAD DE ARTE, DISEÑO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

El día sábado 27 de agosto de 2022 desde las 10h00 hasta las 12h50 aproximadamente se llevó a cabo el Comité Consultivo de Producción para Medios de Comunicación mediante la plataforma virtual Zoom. El tema central del Comité fue la presentación de las competencias generales y específicas de la carrera para obtener una retroalimentación e ideas de mejora.

**CONFORMACIÓN DEL COMITÉ CONSULTIVO**

Con base a los lineamientos de la ESPOL para la conformación de Comités Consultivos de las carreras de grado y programas de posgrados, el Comité de la carrera de Producción para Medios de Comunicación está conformado por profesionales del sector productivo, empleadores, profesionales independientes y autoridades de la facultad, se contó también con la intervención de la coordinadora de acreditación internacional María De Los Ángeles Custoja. Todos los integrantes participaron por segunda ocasión del Comité, la única nueva integrante fue Valentina Suárez. A continuación se detallan los miembros del Comité Consultivo 2022

| <b>Tipo de empresa</b>                 | <b>Cantidad</b> | <b>Empresa</b>  | <b>Nombre del profesional</b> |
|--|-----------------|---|-------------------------------|
| <b>Profesionales independientes</b>    | 2               | Alumni ESPOL  | Lcda. Valentina Suárez        |
|  |                 | Alumni ESPOL  | Tnlgo. Juan Pablo de La Roche |
| <b>Empresa pública/empresa privada</b> | 4               | Docente UTEG e IGAD   | MSc. Carla Cañarte            |
|  |                 | Productor Ejecutivo Gerencia de Comunicación de la ESPOL                      | MSc. José Manuel Ramírez      |
|  |                 | Jefe Departamento de Guionistas ECUAVISA                                      | PhD. Christian Cortés         |
|  |                 | Productor ejecutivo TC Televisión   | Dr. Allen Panchana            |
| <b>Universidad</b>                     | 2               | Decano de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual - FADCOM     | PhD. Marcelo Báez Meza        |
|  |                 | Subdecano de la Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual - FADCOM  | MSc. Luis Rodríguez Vélez     |
|  |                 | Coordinadora de la carrera de Producción para Medios de Comunicación - FADCOM | MSc. Diana Macías Velastegui  |

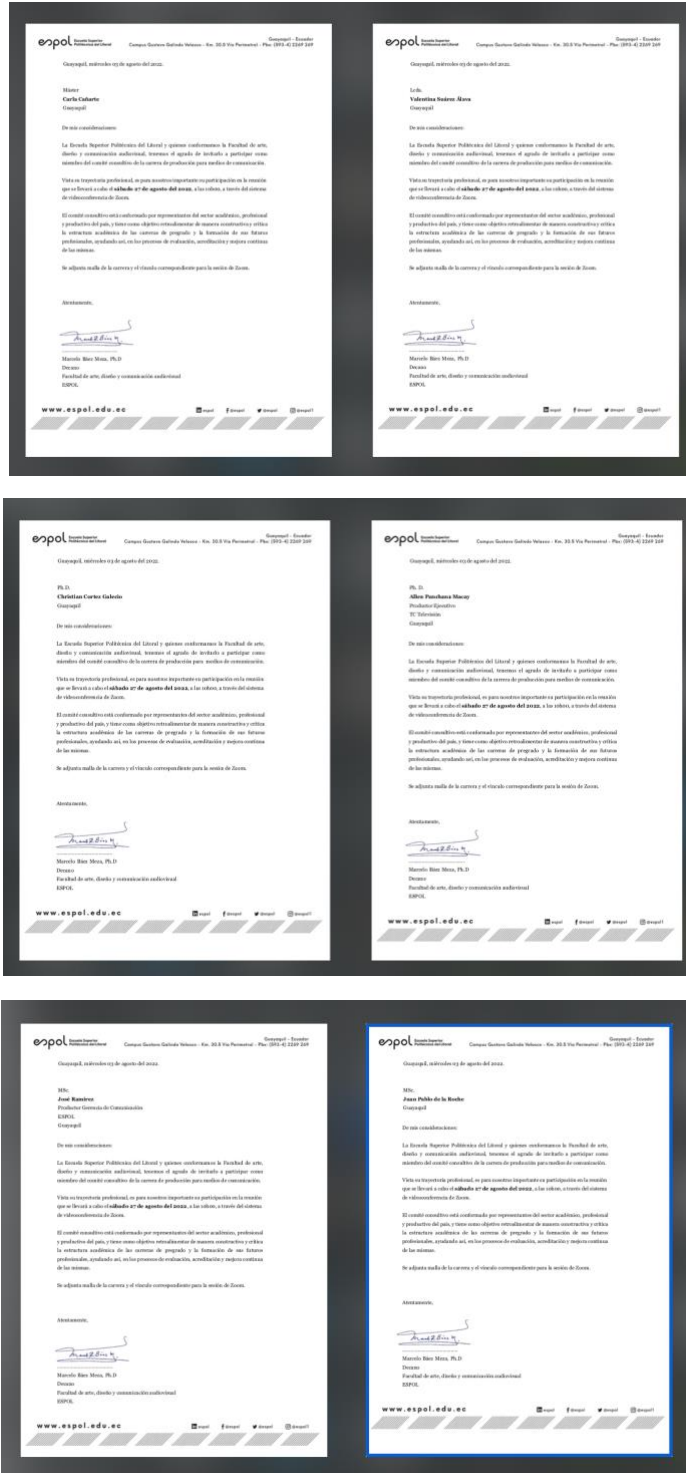
**CONFORMACIÓN DEL COMITÉ CONSULTIVO**

El Comité Consultivo de la carrera de Producción para Medios de Comunicación 2022 fue aprobado por el Decanato de la facultad.



# CONVOCATORIA

Se entregó una invitación formal vía electrónica a cada miembro del Comité para congregarlos en la reunión programada para el sábado 27 de agosto de 2022 a las 10h00.



## REUNIÓN

La sesión inició a las 10h00 y finalizó a las 12h50, se llevó a cabo mediante la plataforma virtual Zoom. Se contó con la asistencia de todos los miembros del Comité. Los puntos a tratar fueron los siguientes:

- 1) Generalidades del Comité Consultivo.
- 2) Malla curricular.
- 3) Acreditación-equivalencia sustancial.
- 4) Competencias.
- 5) Retroalimentación.

### **Generalidades del Comité Consultivo.**

Se presentaron los objetivos, integrantes, funcionamiento y vigencia del Comité.

### **Malla curricular**

Se presentó la malla curricular vigente.

### **Acreditación internacional – equivalencia sustancial**

La MSc. María De Los Ángeles Custoja, coordinadora de acreditación internacional, explicó acerca del proceso de equivalencia sustancial que se espera obtener con NASAD.

### **Competencias**

Se presentaron las siete competencias generales de la FADCOM y las tres específicas de la carrera.

### **Retroalimentación y comentarios sobre las competencias:**

- Respecto a la competencia 1, se comentó que en la práctica debería estar también relacionada a la habilidad de conceptualizar un proyecto audiovisual, en definir ideas, en cómo estructurar un proyecto, cómo sustentarlo.
- En la práctica profesional un productor audiovisual en Ecuador es más conocido por su perfil de negociante, establecer presupuestos, la poca habilidad de contar una historia resulta ser una falencia general.
- La comunicación es transversal, consideran que se está perdiendo la capacidad de defender las ideas, muchos estudiantes no saben cómo comunicar sus ideas, es importante saber cómo contar historias.
- Las tendencias han cambiado, ya no se centra solo en trabajar en grandes agencias o canales de televisión si no de trabajar de manera independiente, pero para eso es necesario saber cómo formar equipos, cómo contar historias y cómo venderlas.
- Surgió la propuesta de realizar una feria audiovisual para presentar, promocionar los trabajos de los estudiantes, ellos podrían tener la oportunidad de exponer sus trabajos, pero sobre todo poner en práctica estrategias de cómo venderlo a empresas reales como por ejemplo a las plataformas CholoFlix o Pop up Cinema.
- Recomiendan que se deberían hacer ejercicios de pitch en varias materias, no solo al final, también es importante tener en cuenta que hay distintos enfoques de pitch por ejemplo es muy diferente hacer un pitch de un guion que un pitch para un programa de televisión o para un proyecto publicitario, pero todos siempre tienen el mismo objetivo de cómo vender la historia, cómo lo van a hacer.
- Fomentar en los estudiantes un perfil negociador (tener habilidades de gestión, comunicación, resolución de problemas).

- Se recomienda que además de aprender la teoría, técnicas propias de las materias, se debería adaptar la forma de comunicar de una manera más sintetizada, concisa, puesto que la forma de consumo audiovisual es más acelerada. Lo que antes se presentaba en 20 minutos ahora es en 10 minutos o menos. Se debería considerar cómo hacer para que el público vea este contenido generando intriga, curiosidad, expectativa, ver maneras en cómo atraerlo, este aspecto se lo realiza muchas veces de manera intuitiva, pero si se podría considerar hacerlo de una forma estratégica. En otros países hay por ejemplo festivales en donde premian historias cortas en Tik Tok con el formato vertical.
- Reforzar estrategias para vender los productos audiovisuales, ver maneras de rentabilizar los contenidos, cómo monetizar en diferentes plataformas.
- Falta mayor posicionamiento de la carrera, para muchos es desconocida.
- Actualizar contenidos de las materias, no se sugiere sacar materias si no adaptar lo que ya funciona en términos actuales.
- La competencia 3 relacionada a la propuesta de valor no quedó clara al principio debido a que no se tiene una sola definición acerca de este término, pero los comentarios fueron enfocados a responder cuál sería el valor que destacaría en la carrera. ¿Cómo es el aporte de valor desde la producción audiovisual? Para los integrantes del comité, la propuesta de valor de la carrera se relacionaría a:
  - Aplicar estrategias para monetizar los trabajos.
  - Analizar cómo favorecer a las problemáticas actuales como la responsabilidad social que se tiene en aspectos sobre identidades, diversidad, hacer contenido con discursos no discriminatorios.
  - Abarcar criterios técnicos y estéticos muy amplios que se pueden adaptar a diferentes áreas (publicidad, televisión, plataformas digitales).
  - Entender las audiencias (se sugiere enfatizar este tema en Investigación audiovisual y Legislación audiovisual).
  - Asociarse con otras empresas para lograr mejores producciones.
  - Adaptarse a las nuevas tecnologías, a los cambios más acelerados, a realizar contenido audiovisual con criterios técnicos, estéticos.
  - La forma en que el profesional pueda producir un buen guion, estructura, personajes, un dossier o analizar un audiovisual, que sepa negociar, vender.
  - El contenido en sí, que además de estar bien contada la historia, tenga elementos que puedan servir como aspectos relacionados a la igualdad de género, discapacidades, a evitar estereotipos que suelen repetirse en los medios audiovisuales o en redes sociales como la cosificación de la mujer, crónica roja o melodramas que salen en revistas familiares, muchas veces con el fin de manipular a la audiencia o creer que son fórmulas que siempre venden y funcionan, pero las plataformas digitales han demostrado que no es así, que hay diversas audiencias por lo que se crean varios tipos de productos. El profesional de producción para medios de comunicación debe tener consciencia social (esto relacionado también a la competencia 5 sobre promover responsabilidades éticas).
  - La propuesta de valor desde la academia sería orientar a que el contenido generado sea ético, que aporte a la humanidad, que no sea contenido basura.
- Sobre la competencia 4 acerca del uso de metodologías, se debería reforzar la manera en cómo sustentar un proyecto, responder si es bueno o no, si está bien construido un personaje o no, mediante parámetros de análisis.





- Considerar formatos de exportación para diferentes plataformas, tener en cuenta los aspectos técnicos, ritmo, lenguaje, enfocados al soporte en el que se presentarán, adaptar las formas de elaborar proyectos audiovisuales.
- Los estudiantes deberían realizar estudios especializados como parte del trabajo autónomo.
- Los graduados en general consideran que lo que vieron durante la carrera fue general y esto les sirvió para luego decidir en qué especializarse.
- Dar la oportunidad para que los estudiantes puedan realizar proyectos reales, que directamente se los lleve a “saltar a la cancha”.
- Tener en cuenta trabajos enfocados en las competencias y destinados a plataformas de streaming.
- Reforzar el marketing.
- Considerar los tiempos de expresión audiovisual para los proyectos en escenarios más mediáticos.
- Respecto a la competencias profesionales los docentes deben conocer las estrategias de comunicación que involucra cada plataforma digital.
- El nombre de la carrera les parece obsoleto, Allen Panchana comentó que esto puede ser una limitación ya que según el imaginario colectivo, se cree que está enfocado a los medios tradicionales y un poco a lo digital. Muchas empresas empiezan a generar su propio contenido, sea para promocionar sus productos o para hacer sus propias series, el mercado de medios como se lo conocía hace años está dejando de existir y se está reduciendo. En la actualidad hay nuevos mercados donde se cuentan historias, donde se necesita contar un relato. El nombre de la carrera debería estar más relacionado a las nuevas formas de hacer contenido audiovisual, agregó como ejemplo a la Pontificia Universidad Católica de Chile que tiene la carrera de Dirección audiovisual, por lo que propuso ese nombre.
- Hay una incongruencia entre el nombre de la carrera y lo que se oferta en relación a la equivalencia sustancial, se sugiere replantear el nombre. El “para medios” puede que resulte menos atractivo porque se piensa que está más encasillado a algo tradicional (medios tradicionales), la palabra “digital” agregada en parte del nombre podría resultar más atractivo.
- Los medios de comunicación como tal, resultan obsoletos, en otras universidades hay nombres de carreras o materias en inglés, se podría revisar la forma de redefinir los nombres.
- Los futuros graduados de Producción para medios de comunicación deben adaptarse a los cambios, a las nuevas tendencias y estar en constante aprendizaje siempre, ser autodidactas en función a los cambios tecnológicos o problemas que se den, deben seguir adquiriendo conocimientos (comentario relacionado a la competencia 2).
- Los estudiantes deben tener una visión para resolver problemas mediante estrategias. Sobre la competencia 6 acerca del liderazgo y trabajo en equipo, comentaron que los futuros graduados deben ser quienes armen un equipo integral de producción audiovisual, que conozcan las necesidades, acotaron también que no debería limitarse solo a “productor” si no a director, esto estaría relacionado al nombre de la carrera.
- Más allá de un productor, se necesita a alguien director que sepa manejar un equipo, comunicar de manera eficiente, que sustente la historia a contar con criterio estratégico y estético, ese sería el punto diferenciador de un graduado de la FADCOM en relación a graduados de otras universidades.
- Empoderar al estudiante para fundamentar su evolución, dar visión e identidad al politécnico.



- Antes había un fuerte enfoque en el manejo tecnológico, ahora la aplicación de estrategias es lo que diferenciaría en gran parte una tecnología de la licenciatura.
- Apuntar a que sean directores, que se encarguen de gestionar, dirigir “no es para hacerlos camarógrafos, si no para que busquen al mejor camarógrafo en el mercado”, la misión debería apuntar a profesionales que dirijan.
- No graduar subalternos, sino líderes.
- Respecto a los institutos tecnológicos, se debe cambiar la visión de tratar de competir con ellos, por eso se debería enfocar en cómo aplicar estrategias, criterios técnicos y estéticos en las producciones que realicen.
- La imagen del politécnico se relaciona todavía con alguien operario. La descripción de los perfiles siguen siendo muy operativos.
- Al ingresar a CEPROEM hay pocas solicitudes laborales para los graduados.
- Respecto a los salarios de los productores audiovisuales comentaron que no son competitivos, muchos siguen en una franja de salarios básicos porque usualmente realizan trabajos operativos.
- El politécnico es más conocido por las ingenierías, pero no por las carreras de la FADCOM.
- Se debería tener un enfoque para que los graduados sean capaces de crear su propia empresa, hay que darle una visión e identidad al politécnico, técnicamente son muy buenos, pero falta prepararlos para que tengan una visión empresarial.
- Los trabajos operativos tienen costos más baratos.
- Analizar qué sucede con la visión que tiene la gente respecto a la carrera, a diferencia de otras universidades e incluso institutos, la ESPOL no es reconocida por la oferta de la carrera, la gente no la conoce.
- El estudiante debe conocer qué hay más allá de lo que ve en la universidad, parte de esto es buscar oportunidades por su cuenta, no solo en la televisión o industria publicitaria, hay más espacios, pero son desconocidos. Existen empresas que seleccionan proveedores de diferentes áreas como directores, productores, fotógrafos, hay más áreas en las que pueden aportar como productores audiovisuales, por ejemplo hay empresas que reclutan productores audiovisuales para realizar proyectos documentales de National Geographic.

### **Propuestas de mejora**

A partir de la retroalimentación obtenida del Comité Consultivo de la carrera, se sugieren las siguientes propuestas:

- Realizar reuniones con los docentes de Producción para medios de comunicación para definir estrategias que favorezcan el desarrollo de diferentes habilidades de los estudiantes.
- Seleccionar asignaturas de diferentes niveles de la malla para establecer proyectos integrales.
- Realizar ferias o festivales en la FADCOM para que los estudiantes puedan presentar sus proyectos e incluso venderlos a empresas o plataformas de servicio de streaming nacionales.
- Gestionar visitas de campo a productoras o canales de televisión para que los estudiantes tengan la oportunidad de conocer el ambiente laboral real.
- Planificar charlas de expertos sobre temas referentes a cómo vender obras audiovisuales para que los estudiantes puedan resolver inquietudes.
- Incentivar a los estudiantes a participar en concursos.



- Planificar talleres de oratoria para los estudiantes.
- Hacer un análisis sobre la inclusión de marketing digital y gestión empresarial en algunas materias.
- Vincular los proyectos que se realizan en varias asignaturas con empresas, productoras, agencias y demás instituciones dedicadas al arte audiovisual.
- Editar la redacción de los perfiles de egreso y de las prácticas profesionales para que no parezcan muy operativos.
- Realizar prácticas en las que realicen videos de corto tiempo adaptados a plataformas en tendencia manteniendo criterios técnicos y estéticos.
- Proponer como tema de integradora una campaña para posicionar la carrera de Diseño de productos en la que participen Diseño gráfico y Producción para medios de comunicación.
- Se sugiere revisar el cambio de nombre de la carrera según sea pertinente.

MSc. Diana Macías Velastegui  
Coordinadora de Producción para medios de comunicación

Anexo:

Tnlgo. Juan Pablo de la Roche

<https://www.linkedin.com/in/juan-pablo-de-la-roche-guam%C3%A1n-903653213/>

M.Sc. José Manuel Ramirez

<https://www.linkedin.com/in/josemao/>

Lcda. Valentina Suárez Álava

<https://www.linkedin.com/in/valentina-su%C3%A1rez-%C3%A1lava/>

M.Sc. Carla Cañarte

<https://www.linkedin.com/in/carla-ca%C3%B1arte-a38376120/>

Ph.D. Christian Cortez Galecio

<https://www.linkedin.com/in/cristian-cortez-ph-d-bab28316a/>

Dr. Allen Panchana Macay

<https://www.linkedin.com/in/allen-javier-panchana-macay-0039b865/>

