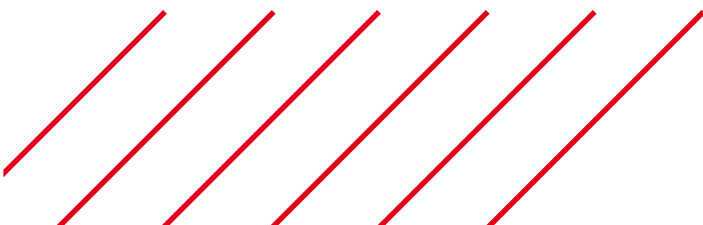


PSOE


ACTOS
PÚBLICOS
360º



ÍNDICE

1 | IDEAS
FUERZA 4

2 | PRODUCCIÓN 5

3 | FASE
PRODUCCIÓN 24

4 | FASE
POST-PRODUCCIÓN 29

5 | PROVEEDORES 31

1

IDEAS FUERZA

El Partido Socialista enfrenta el próximo ciclo electoral con aire renovado, con un nuevo impulso, y por tanto, también con una nueva imagen que será el reflejo de todos esos cambios.

Una nueva forma de hacer política y principalmente una nueva forma de relacionarse con la ciudadanía, un PSOE cercano a la realidad de la gente y próximo a sus problemas.

Por lo cual es fundamental en esta nueva estrategia realizar los actos en espacios públicos donde puedan escucharnos todos sin limitaciones. Para recuperar la calle lo más importante es estar en ella, y compartir con la gente el espacio de convivencia que tenemos.

Queremos reflejar esta imagen actual en el que destaquen la simplicidad de las formas para dar valor al mensaje que queremos transmitir:

Generar asociación de los/as candidatos/as con el PSOE;

Sencillez: alejarnos lo máximo posible de un escenario de televisión ostentoso y frívolo y apostar por espacios públicos;

Cercanía: Acercándonos a la gente saliendo a la calle y celebrando el debate político con las personas;

Transmitir sensación de proximidad: rodeando a los/as candidatos/as de personas siempre que sea posible. “junto los ciudadanos: calle, calle, calle”;

Transparencia y honestidad: reflejado en mensajes claros y contundentes, con predominio de colores blancos; flexibilidad de las estructuras: para que sean manejables y adaptables para cualquier espacio; reflejar sobriedad, seriedad y modernidad; recuperar el espacio ciudadano yendo a la raíz de los problemas de la gente manteniendo un encuentro permanente con ellos en sus espacios de convivencia.

En resumen, la política no es algo que se acerque a los ciudadanos, es algo que forma parte de la sociedad y que por tanto tiene que reflejarse dentro. El objetivo va más allá de parecer cercanos, el objetivo es ser representativos de las necesidades que demanda la gente.

2

PRODUCCIÓN

Un proceso completo de producción se divide en tres grandes fases:

PRE-PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN

POST-PRODUCCIÓN

FASE DE PRE-PRODUCCIÓN:

Probablemente la fase más importante de la producción, sea la pre-producción. En la Pre-producción las ideas básicas y propuestas de producción son desarrolladas y puestas en práctica. El éxito final de una producción depende, en gran medida, de lo que hagamos en esta fase.

Adaptando esta fase al desarrollo de lo que puede ser un acto o una actividad pública en el seno del Partido, podemos señalar que la fase de pre-producción engloba todos aquellos trabajos previos que se realizan hasta el momento de iniciar la ejecución de la actividad.

1. Identificación clara de objetivos.
2. Propuesta de programa, argumentos, contenido, estructura y características generales del acto que se propone.
3. Datos generales del evento.
4. Identificación de recintos y localización
5. Diseño y creatividad.
6. Propuesta del Plan de Producción.
7. Determinación del coste de la Producción / Presupuestos.
8. Planificación de los recursos materiales y humanos.
9. Coordinación con otros departamentos implicados en el desarrollo del evento

En esta fase cobran especial importancia las reuniones de coordinación con todos aquellos Departamentos (Acción Electoral, Actos Públicos, Movilización, Prensa, Seguridad, Voluntarios, Personal de Organización, Colaboradores, etc.) es decir, con todas aquellas personas que van a intervenir en el acto público. Es vital que todo el mundo conozca los objetivos y características del evento, para que, cuando llegue el momento del desarrollo, todas las personas implicadas tengan claro su cometido.

Resaltar que es absolutamente necesario que el área de producción de actos públicos mantenga una estrechísima coordinación con los departamentos de Comunicación y Seguridad. Estos tres departamentos, junto con la movilización, son los responsables de garantizar el éxito de un evento.

A continuación vamos a desarrollar detalladamente cada uno de los pasos de la fase de Pre-Producción.

1. IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS:

Para comprender adecuadamente el trabajo de producción de un acto público, debemos conocer cuáles son los objetivos que pretendemos alcanzar con la realización de un acto concreto.

Cuando se trata de campañas electorales, los objetivos suelen estar muy definidos de antemano, sobre todo, porque hay un objetivo fundamental que es conseguir más votos ciudadanos que el resto para ganar las elecciones.

Al margen de las campañas electorales, es decir en periodos donde no hay elecciones, el Partido continúa realizando actividades públicas, y cada una de ellas tiene sus propios objetivos. Por decirlo de alguna manera **¿Para qué?**

La mayor parte de los actos, lo que pretenden, es informar y explicar a los ciudadanos las políticas que el partido está desarrollando en los diferentes ámbitos (políticas sociales, de igualdad, de economía, de empleo, de educación, de juventud, de mayores, de medio ambiente, etc.) o las propuestas que quiere presentar ante la ciudadanía. **¿Para quién?**

En este punto, además de conocer el objetivo principal (¿Para qué? y ¿Para quién?), debemos también tener claras las prioridades territoriales, es decir, **¿Dónde?**

2. ¿QUÉ TIPOS DE ACTOS VAMOS A CELEBRAR?

Como reflejo claro de esta nueva etapa, es necesario adecuar los cambios que se han producido para que la imagen del PSOE sea un fiel reflejo de todo ello. Por tanto es fundamental renovar los soportes a través de los que se comunica apostando por las nuevas tecnologías, ajustando el presupuesto y aprovechando al máximo nuestros recursos personales y materiales desarrollando nuestra propia capacidad.

Dicho de otra manera, acercarnos a los ciudadanos con una nueva imagen que sea reflejo de todo lo demás, innovando en lo económico, reutilizando materiales, reduciendo el uso de arquitectura efímera e incrementando el uso tecnológico.

ACTO TIPO ASAMBLEA ABIERTA

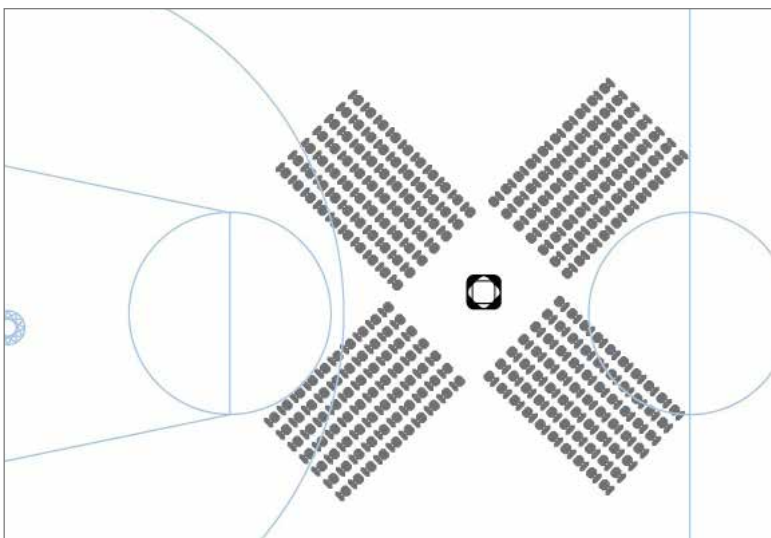
Nuestra prioridad es la actividad en la calle. Elaboraremos nuevos elementos de encuentro con la gente, difusión de campañas y/o puntos de información. Éstos serán fáciles de transportar, económicos y prácticos. Para ello hemos puesto en marcha la

celebración de estas asambleas abiertas con las que queremos generar una nueva imagen que sea el reflejo de la cercanía y la frescura de este nuevo tiempo.

- Materiales de poco peso, sencillos y aplicar fondos y texturas orientados hacia las tonalidades blancas (el color blanco).
- Disposición circular.
- La temática es general.
- Los intervinientes estarán a la misma altura que el resto de participantes y en el mismo tipo de sillas.
- El/la moderador/a no puede tener cargos orgánicos en el partido. Se apuesta por un militante de base.
- No hay protocolo (sólo para el moderador e intervinientes en la asamblea).
- Intervenciones con micrófono de mano.
- Realizar en espacios diáfanos (no espacios con butacas) donde poder disponer del espacio según nuestras necesidades.

- No hacer en sedes, hoteles.
- No usar pantallas y tecnología.
- Aforo de unas 300/500 personas.
- Abierto a medios de comunicación.

asamblea abierta



asamblea abierta



ACTO TIPO MITIN

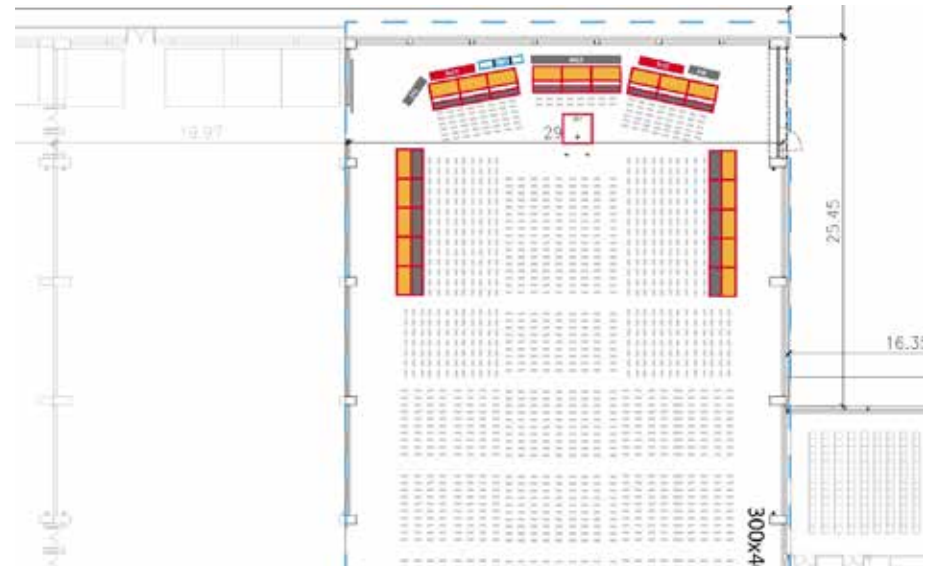
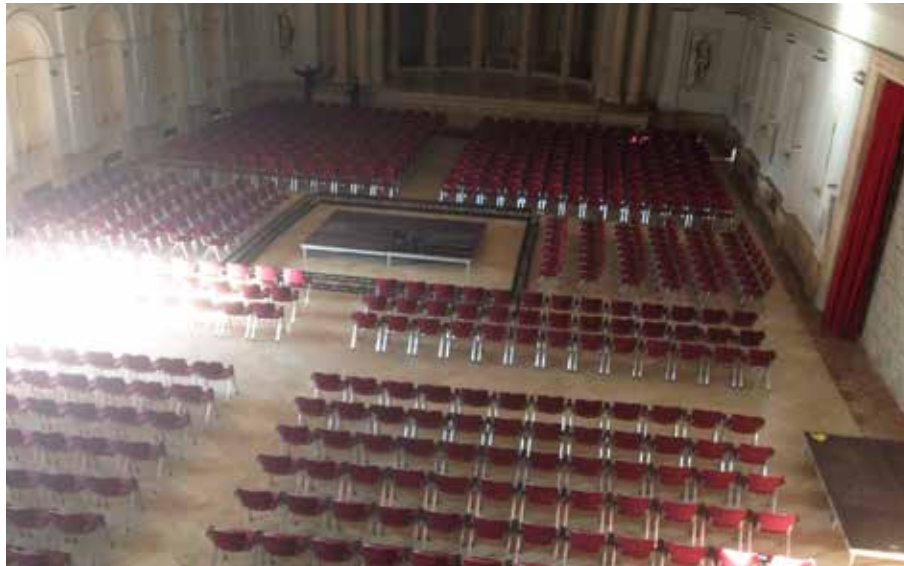
Para la celebración de mítines que habitualmente se han venido realizando, en esta nueva etapa se apostará por espacios vanguardistas, con una imagen moderna y actual alejados de los tradicionales espacios donde se venían celebrando. Queremos que la nueva imagen del PSOE se refleje también en nuevos espacios.

- Materiales de poco peso, sencillos y aplicar fondos y texturas hacia el color blanco.
- Acercar público al interviniente rodeando por laterales, haciendo gradas, o rodeado de manera circular.
- Intervenciones en atril (sencillo).
- No se realizarán grandes protocolos.
- No hacer en hoteles.
- Evitar pantallas y tecnología.
- Evitar sillones butacones en los escenarios.
- Aforos variables según movilización.
- Abierto a medios de comunicación.

acto mitin



acto mitin



acto mitin



acto mitin

ACTO
SIMULACIÓN ALZADO

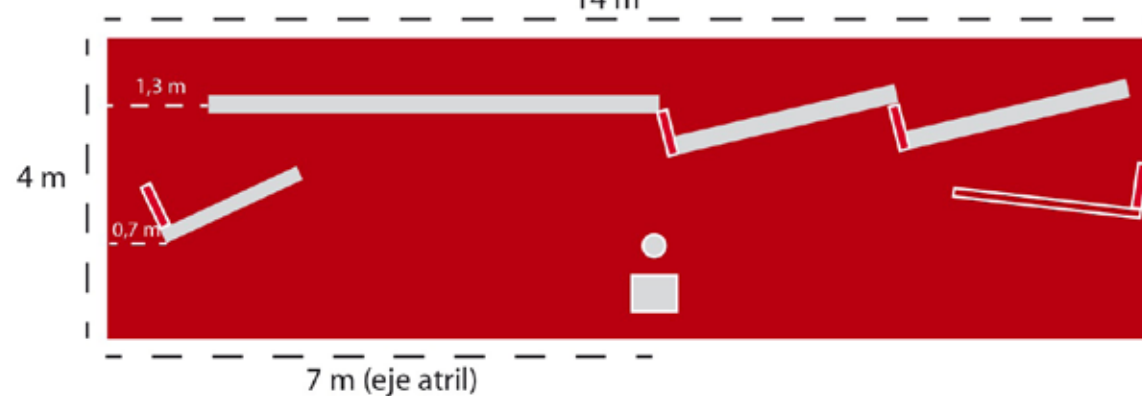


LACIÓN PLANTA

14 m

SIMULACIÓN PLANTA

14 m



ACTO TIPO FORO CIUDADANO

Una nueva forma de hacer política y principalmente una nueva forma de relacionarse con la ciudadanía, un PSOE cercano a la realidad de la gente y próximo a sus problemas.

Los socialistas vamos a trabajar con propuestas reales y cercanas que generen la confianza de la gente y nos permitan afrontar los problemas y retos que hoy se nos presentan con nuevas y diferentes respuestas. Para ello no hay mejor forma que debatir con expertos en materias sectoriales, con asociaciones y entidades que nos permitan profundizar en las preguntas que la calle nos hace para poder darles respuesta.

- Materiales de poco peso, sencillos y aplicar fondos y texturas hacia el color blanco.
- Disposición circular.
- Pequeño escenario en el centro del círculo.
- Debate abierto junto a expertos en la materia y con la ciudadanía.
- Temáticas sectoriales.

- Evitar grandes protocolos garantizando la buena disposición de los expertos invitados.
- Realizar en espacios diáfanos (no espacios con butacas) donde poder disponer del espacio según nuestras necesidades.
- No hacer en sedes, hoteles.
- No usar pantallas y tecnología.
- Aforo de unas 300/500 personas.
- Abierto a medios de comunicación.

acto foro ciudadano



ENCUENTROS CON CIUDADANÍA

No hay mejor forma de trasladar nuestro compromiso que mostrándolo y estando al lado de quienes más sufren. Por ello queremos vernos de frente con la sociedad y sus problemas. Para eso vamos a realizar encuentros para conocer de primera mano las necesidades de la gente.

- Intentar acudir a la sede de los colectivos con los que nos reunimos siempre que sea posible.
- No hacer en sedes del partido ni hoteles.
- Reducir al mínimo la presencia de la imagen corporativa del PSOE.
- Se realizaran declaraciones antes, durante o después del encuentro. Parte del acto es público y parte de carácter privado. Pueden tomarse imágenes de la celebración.
- Son reuniones de no más de 20 personas.

acto encuentro ciudadanía



acto encuentro ciudadanía



CONDICIONES A LA HORA DE SELECCIONAR O CONTRATAR UN RECINTO:

A la hora de seleccionar o contratar un recinto es absolutamente necesario que se haga con la disponibilidad de tiempo suficiente para realizar el montaje técnico del evento y el posterior desarrollo de la actividad.

Dependiendo del formato y tamaño del acto se necesitará, más o menos tiempo para el montaje técnico. Si es un acto mediano/grande se necesitará contar, al menos, con 24 ó 36 horas antes del comienzo del acto para el montaje, y si es un acto pequeño se necesitaran, como mínimo, ocho/diez horas antes del comienzo del acto para el montaje técnico.

A la hora de seleccionar y contratar un recinto, además de la disponibilidad de tiempo para el montaje, hay que tener en cuenta otros aspectos:

Disponibilidad de salas complementarias; sobre todo, sala de espera para intervinientes y/o invitados especiales y sala de prensa.

Accesos de material carga/descarga; en este caso, para facilitar la descarga de material (suele ser pesado) debemos contar con una zona accesible para camiones o furgonetas grandes,

y un paso al interior del recinto sin obstáculos (escaleras...etc)

Acceso de público; La entrada de público ha de producirse de forma directa, ágil y segura.

Otros accesos; En la medida de lo posible hay que habilitar accesos para la Prensa y, si hiciera falta, un acceso diferenciado para los intervinientes y/o invitados especiales.

Zona de aparcamientos; Hay que establecer una zona de aparcamiento, intentando que ésta sea mínima y que tome cierta distancia con el acceso del público. Es importante que la gente no se encuentre a su llegada al acto con un despliegue de camiones y coches oficiales, la gente a su llegada sólo tiene que ver más gente. En este hay que solicitar, con la antelación suficiente, los permisos necesarios para la ocupación de espacios y de vía pública.

Otros datos del recinto: del local que se ha seleccionado debemos tener una información precisa de otros aspectos como:

- Denominación o nombre con el que se conoce el recinto.
- Tipología de recinto (Polideportivo, Palacio Congresos, Casa Cultura,...etc).
- Nombre y capacidad de las salas a utilizar.
- Propiedad del recinto.
- Personal técnico de contacto o responsable del local.
- Dirección y Teléfonos del recinto.

DISEÑO Y CREATIVIDAD:

Una vez conocida la propuesta del programa, es decir el contenido con sus argumentos y objetivos. Establecido el espacio desde dónde vamos a comunicar por un lado con el público inmediato, asistentes y participantes directos del acto y por otro lado con las personas que a través de los medios de comunicación van a poder

leer, escuchar o visualizar los mensajes emitidos en el acto.

Esto es por tanto, una parte fundamental de la fase de Pre-Producción.

La mayor parte de aspectos que configuran una producción han de ser previamente diseñados con ideas, es decir, han de ser creados bajo los siguientes aspectos fundamentales:

Diseño del formato del acto.

Diseño de la gráfica principal y de los afores.

Diseño de la escenografía y planteamiento de su disposición final en el espacio escénico.

Si fuese preciso, disposición de medios audiovisuales y gestión de los mismos (pantallas, cortinas de led, plasmas, Infynitis, Skrool... etc).

En su caso, diseño creativo del contenido audiovisual (vídeos, animaciones, cabeceras... etc).

En todo caso, la imagen se debe aplicar a los grandes eventos y a los más sencillos, a los organizados por la CEF y la Federación, y a los de las agrupaciones municipales y de distrito.

PLAN DE PRODUCCIÓN DEL EVENTO:

Una vez aceptada la propuesta del programa general, la propuesta de recinto y la propuesta de diseño creativo, hay que ordenar y armonizar en un solo documento todos los aspectos que configuran el proceso total de producción de un evento. A esto lo llamaremos **“Plan de Producción”**.

En este sentido, el Plan de Producción debe recoger los siguientes apartados:

Información general del evento:

Denominación del acto.

Localidad donde se celebra.

Fecha de celebración.

Hora de convocatoria.

Hora de inicio.

Punto de encuentro.

Programa definitivo:

Descripción de los objetivos del acto.

Características del formato del evento.

Cronograma del desarrollo de la actividad.

Intervenciones / tiempos de intervención.

Elementos complementarios del acto, como actuaciones, videos ... etc.

Información general del recinto y salas complementarias:

Denominación del recinto.

Tipología del recinto.

Dirección exacta del recinto.

Características de las salas (plenario, prensa, etc.)

Cronograma de montaje y desmontaje.

Accesos de material, del público, Prensa y Vip.

Personas de contacto y teléfonos del local.

Elementos escenográficos y técnicos para el montaje del evento:

Planimetría de espacios.

Imágenes de decorados (3D).

Estructuras de escenario, gradas, tarimas.

Material gráfico para escenografía (lonas, foam, vinilos...etc.).

Estructuras y soportes para escenografía (truss, bastidores,etc.).

Material de afore (Telones, rafia, pendones, etc.).

Moqueta (escenario, gradas, suelo,etc.).

Atril.

Mobiliario (mesas presidencia, sillas, sillones set,etc.).

Pantallas y soportes para audiovisuales.

Iluminación regulada.

Sonido / Distribución.

Otros elementos como: Grupo electrógeno, cuadros de acometidas, vallas, mesas catering, bases multienchufe, torres, elevadores genies, etc.

Señal Realizada de TV:

Unidad Móvil con número de cámaras.

DSNG para lanzar a satélite / Horario de satélite.

Distribución audio y vídeo y monitores para Sala Prensa.

Señal a pantallas / gestión de pantallas.

Audiovisuales (vídeos, animaciones... etc.).

Material publicitario:

Banderas.

Pancartas.

Otro material publicitario (cartulinas, despleables... etc.)

Medios de Comunicación:

Espacios de trabajo.

Dotación de mobiliario.

Puntos de luz y red.

Líneas telefónicas.

Distribución de señales.

Documentación.

Aspectos de la Seguridad:

Descripción de accesos y recorridos.

Acreditaciones (Organización, Prensa, Servicios Técnicos, Seguridad, parking...etc.).

Descripción de zonas de aparcamiento.

Otros:

Espacios infantiles.

Tu Tienda PSOE, otros (Ongs, Colaboradores, etc.)

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN:

El Presupuesto debe presentarse desglosado por conceptos, y dentro de ellos, por apartados específicos. Veamos:

Costes de Pre-Producción:

Gastos de reuniones preparatorias (desplazamientos, etc.).

Gastos de localización (viajes, dietas personal, etc.).

Abastecimiento de material (gráfico, audiovisual, etc.).

Costes de alquiler de Espacios:

Costes de Producción escenográfica y montaje:

Diseño y Producción gráfica para escenografía (lonas, foam, vinilos, etc.).

Construcción de estructuras para set (escenario, gradas...etc.).

Montaje y desmontaje de escenografías /

Mobiliario /Moqueta.

Iluminación.

Sonido.

Pantallas.

Costes de contratación de otros servicios y material técnico:

Traducción, equipos informáticos, material de reprografía, servicios de catering,etc.

Costes de Señal Realizada institucional:

Unidad Móvil, cámaras, DSNG, segmento espacial de satélite,etc.Costes de personal de producción:

Transporte, alojamiento, dietas, etc.

Costes de publicidad y propaganda:

Costes de movilización:

Gastos varios e imprevistos (2%).

PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES:

Una vez elegido el personal principal de producción que se va a hacer cargo del proyecto de acto, hay que evaluar las necesidades del resto de personas que van a trabajar o colaborar en la actividad.

Aspectos como la seguridad, accesos, protocolo, atención a medios de comunicación, conductores, personal técnico...etc, deben ser cubiertos por personal colaborador.

También hay que tener en cuenta los medios materiales que vamos a necesitar, tales como: vehículos, soportes informáticos, fotocopadoras, material de oficina,etc.

3

FASE DE PRODUCCIÓN

La fase de Producción es donde todos los elementos se vinculan entre sí, del buen resultado de esta relación dependerá el grado de éxito de nuestro acto.

Se inicia con el desplazamiento del personal de producción y personal de montaje al espacio donde va a tener lugar el evento (Normalmente 24 h. antes del día D).

Los apartados que se irán abordando en esta fase son los siguientes:

Plan de viaje para el personal de producción y técnicos:

Hay que elaborar un plan de viaje en el que se soliciten los desplazamientos y hoteles del personal que asista al evento.

Elaboración del cronograma de montaje y desmontaje:

Para controlar eficazmente la producción del acto, es necesario contar con una información precisa de los horarios y tiempos de ejecución del montaje y desmontaje de toda la parte técnica del acto.

Reunión de coordinación del acto “in situ”:

Lo primero que hay que hacer nada más llegar al recinto donde se vaya a celebrar la actividad, es convocar una reunión de coordinación con todas aquellas personas que estén implicadas en la organización, producción y ejecución del acto, para realizar una puesta en común y un repaso final de los detalles de la organización y desarrollo del mismo.

Verificación de espacios, recorridos, aparcamientos y permisos:

Tras la reunión mantenida con todo el personal que va a trabajar en el acto, los responsables de Actos Públicos, Seguridad, Prensa, verificarán, in situ, las distintas salas que se van a utilizar, las salidas de emergencia y evacuación, los recorridos exteriores e interiores de los invitados e intervinientes, la disponibilidad del aparcamiento necesario para las Unidades Móviles y vehículos técnicos, vehículos oficiales, vehículos de organización... etc, siempre a una distancia prudencial del acceso de público.

Descarga del material técnico necesario para el montaje:

Este apartado, aunque a veces no le demos importancia, tiene bastante importancia. Una buena coordinación en la descarga del material técnico nos va a ahorrar tiempo y esfuerzos innecesarios. De ahí la importancia que hay que dar a los accesos de carga/descarga cuando se localice el recinto.

Montaje de espacios escenográficos, audiovisuales, iluminación, sonido:

La combinación técnica y artística de todos los elementos que determinan la puesta en escena, va a hacer posible la creación de un instrumento de comunicación que nos ayude transmitir nuestros mensajes y propuestas al mundo exterior como también al propio Partido.

La imagen del acto, por lo tanto la imagen del Partido y sus líderes en ese momento, viene dada, fundamentalmente, por la disposición de los escenarios, decoración, mensajes audiovisuales, iluminación, sonido y, en general, por todos aquellos elementos que configuran la puesta en escena del acto.

Posición de cámaras y verificación de planos:

Pueden darse dos modalidades:

Acto con señal realizada institucional propia:

El Coordinador del acto, junto con el realizador, han de buscar la mejor posición de cámaras posible para garantizar los planos que nos interesen.

Generalmente, cuando existe señal realizada, las cámaras de las distintas cadenas de TV toman recursos de entrada y, posteriormente, cogen la señal de la distribución que se les proporciona.

Acto abierto a los Medios, sin señal propia:

Cuando se de este caso, que es la mayoría de las veces, hay que proporcionar a las TV en la sala donde se desarrolle el acto, un espacio desde el cual puedan operar a gusto y, a la vez, proporcione los mejores planos posibles.

Ensayo general:

Siempre que sea posible, hay que establecer un espacio de tiempo para hacer un ensayo general. Hay que tener muy en cuenta que nuestros actos son siempre en directo y con presencia de los Medios de Comunicación, por lo tanto, el ensayo es muy importante para que todo el mundo sepa lo que tiene que hacer, y corregir posibles fallos.

Verificación de las propuestas de protocolo y colocación de los asistentes.

Como criterio general, el espacio reservado para protocolo e invitados debe ser el mínimo necesario. En la primera fila se situarán los oradores que participen en el acto.

Igualmente, si al acto han sido invitados y han confirmado su asistencia colectivos o personalidades sociales destacadas, habrá que priorizar su presencia en las primeras filas.

Para ubicar a las personas que deberán ocupar la zona reservada de protocolo, se designará un equipo de organización para gestionar el espacio reservado para tal fin, sabiendo que es muy importante que las personas encargadas de este trabajo deben conocer y, por consiguiente, identificar a los invitados que deben situar en los reservados.

Apertura de puertas al público:

Como criterio general, las puertas del recinto serán abiertas al público unos 45 minutos antes de la hora fijada en la convocatoria del acto. La indicación para la apertura de las puertas del recinto, la dará siempre el Coordinador de Producción. Él sabe perfectamente cuando los trabajos están finalizados y todo está listo para comenzar.

En todo caso, si concurrieran circunstancias especiales, el Coordinador de Producción podrá anticipar o retrasar la apertura de puertas.

En el momento de la apertura de puertas, todo el personal de servicios técnicos, de organización y de seguridad, deberán estar en sus respectivos puestos.

Desarrollo del acto (Directo):

El desarrollo del acto estará coordinado por el responsable de producción del acto. A él/ella le corresponde aplicar los criterios que se hayan decidido en el ámbito político (Secretaría de Organización, Departamento de Acción Electoral o, en su caso, Comités Electorales)

El desarrollo del acto se realiza siempre en directo, con presencia, generalmente, de los medios de comunicación. Es, por decirlo de alguna manera, el punto más elevado, el culmen de nuestro trabajo, y donde nada puede fallar.

Es, en este momento, cuando se visualiza la imagen y el mensaje que queremos comunicar. Es preciso trabajar con rigor en la ejecución de todos y cada uno de los pasos que forman parte de la puesta en escena del acto.

De su correcta definición dependerá que podamos alcanzar los objetivos que nos hemos trazado. Todo debe funcionar a la perfección y coordinadamente: las entradas de los líderes, la música, la iluminación, el sonido, las cámaras, los tiempos...etc.

La herramienta para ir controlando todos los pasos en la ejecución del acto, es la escaleta. En ella figuraran ordenadamente por orden de ejecución: los tiempos, las acciones, los protagonistas de las acciones y los efectos técnicos y audiovisuales.

La escaleta debe ser conocida por todas las personas que participan en la organización y producción del acto, pero, es esencial, que la manejen: el productor o coordinador del acto, el realizador, los técnicos de iluminación, pantallas y sonido. Además, en el caso de que lo haya, el presentador/a y el regidor/a.

Indicaciones generales de interés para el desarrollo de un acto público:

Establecer claramente el punto de encuentro para los líderes y oradores, para lo cual deberá habilitarse una sala de espera en el propio recinto del acto.

En el espacio reservado como sala de espera deberán acceder solamente aquellas personas que se haya determinado previamente, oradores y poco más. Hay que evitar que se convierta en un lugar de estancia de los cargos públicos y orgánicos del Partido.

El número de oradores no excederá de cuatro, lo ideal son tres oradores.

El bloque de intervenciones no deberá superar, en ningún caso, los 70 minutos; lo ideal esta entre 45 y 60 minutos. Cuando la duración de los discursos es demasiado larga, se dispersa el mensaje y no llega con nitidez. En este sentido, los oradores deben respetar escrupulosamente el tiempo asignado para sus intervenciones.

Procurar, en todo momento, que en las intervenciones haya una representación paritaria.

Establecer un protocolo de las primeras filas acorde con los intereses del Partido en cada momento y, a ser posible, no demasiado extenso.

La entrada de los oradores a la sala donde se celebra el evento , debe ser “limpia”, es decir, donde solo aparezcan ellos saludando a la gente, con el objeto de que los recursos de TV y gráficos puedan captar y ofrecer la mejor imagen posible.

4

FASE POST-PRODUCCIÓN

Aunque en esta fase la mayoría del personal de producción ya habrá terminado su trabajo, todavía hay cosas importantes que hacer:

Verificar el desmontaje técnico:

Este apartado es importante realizarlo una vez acabado el desarrollo del acto, al objeto de garantizar dos cosas fundamentalmente:

El estado en el que se debe dejar y almacenar el material que es susceptible de ser reutilizado en otra producción (Lonas, mobiliario, gráficas, vinilos... etc.)

El estado en el que se deja el recinto que hemos utilizado para el acto. Imprescindible dejar el recinto tal y como estaba al comienzo del montaje del acto. Es muy posible que, en alguna otra ocasión, tengamos que volver a él para otra producción.

Clasificación y archivo del material audiovisual:

Recoger el material audiovisual, tanto el utilizado para dar contenido a las pantallas (vídeos, animaciones, etc) como, en el caso de tener señal institucional, las cintas y DVD que contienen la grabación del acto.

Seguimiento de la repercusión en medios de comunicación:

El seguimiento de cómo han recogido los medios de comunicación (prensa, radio y, sobretodo, TV) el acto, nos permitirá evaluar si se han conseguido los objetivos trazados inicialmente.

Evaluación de los resultados / autocrítica:

Al día siguiente del evento, hay que sentarse a evaluar si se han conseguido los objetivos fijados, tanto desde el punto de vista de la comunicación, como desde la óptica de la producción y puesta en escena.

Todos los actos, absolutamente todos, pueden mejorarse, eso implica que hay que hacer, necesariamente, un ejercicio de autocrítica. Esto nos permitirá corregir errores, que siempre los hay, y afrontar el próximo evento con el firme propósito de mejorarlo.

Seguimiento de la liquidación del gasto presupuestado:

Como parte final de una producción, hay que garantizar que los proveedores y colaboradores, han sido pagados con arreglo a los presupuestos presentados. Cuidar a los proveedores habituales, nos va a permitir elevar el grado de exigencia cuando sea necesario.

PERFIL DE UN EQUIPO DE PRODUCCIÓN PROFESIONAL:

Productor/a Ejecutivo: Es el máximo responsable. Él o ella definen el concepto general de un proyecto, calcula el presupuesto de producción y toma las decisiones mayores sobre la misma. Decide y nombra al equipo de producción.

Director/a de producción: Es la persona encargada de ejecutar las decisiones del productor ejecutivo, revisar los detalles de preproducción, coordinar las actividades del staff y supervisar los trabajos de producción y postproducción.

Productor/a asociado/a o director/a técnico: Es la persona responsable de coordinar todos los aspectos técnicos de la producción. Trabaja codo con codo con el director de producción en los trabajos de preproducción y postproducción.

Ayudante de producción: Asiste al director/a de producción y al director/a técnico en las labores de producción.

En aquellos casos en los que hay realización con cámaras, se une al equipo el Realizador.

Digamos que este sería el equipo principal de producción, al que hay que añadir, bien directamente, o bien a través de contratación exterior, personal de escenografía, personal técnico de iluminación, personal técnico de sonido, personal técnico de realización y otros.

Como es fácil de ver, estos perfiles no son, exactamente, los que habitualmente desarrollan el trabajo de actos públicos en el Partido, a nivel general. Sin embargo, se puede buscar una equivalencia que, junto a una buena formación, nos acerque un poco a este grado de profesionalización.

5

PROVEEDORES

Para poder acceder a mejores servicios y precios en los proveedores, el conjunto del partido dispondrá de los tarifarios pactados por la CEF, especialmente en montaje de iluminación y sonido, así como de producción audiovisual, en todo caso corresponderá a cada ámbito territorial del partido concluir los pormenores del acceso al bien o servicio.

APROXIMACIÓN AL PERFIL DE UN COORDINADOR / A DE PRODUCCIÓN DE ACTOS PÚBLICOS

CAPACIDAD TÉCNICA / FORMATIVA DESEABLE:

CONOCIMIENTOS EN COMUNICACIÓN
(IMAGEN Y SONIDO, PERIODISMO, PUBLICIDAD...)

CONOCIMIENTOS DE LOS PROGRAMAS DE DISEÑO MÁS HABITUALES PARA RESOLVER NECESIDADES QUE SURGEN EN LA PRODUCCIÓN DE LOS ACTOS (FREEHAND, ILLUSTRATOR O PHOTOSHOP)

CONOCIMIENTO Y MANEJO DE LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS HABITUALES Y LAS COMUNICACIONES A TRAVÉS DE INTERNET.

CONOCIMIENTOS, O AL MENOS, INTERÉS ESPECIAL POR LOS ASPECTOS TÉCNICOS RELACIONADOS CON LA PRODUCCIÓN (ILUMINACIÓN, SONIDO, AUDIOVISUALES...)

CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS DE INGLÉS.

ALGUNA EXPERIENCIA ANTERIOR EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS O TRABAJOS DONDE LA LOGÍSTICA JUEGUE UN PAPEL IMPORTANTE

CONOCIMIENTO DE LA ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL PARTIDO



CUALIDADES PERSONALES

DISPONIBILIDAD ABSOLUTA TANTO EN HORARIOS COMO EN MOVILIDAD.

DOTES ORGANIZATIVAS Y CAPACIDAD PARA TRABAJAR EN EQUIPO.

CAPACIDAD PARA ANTEPONER EL ÉXITO DEL PROYECTO GLOBAL A LOS INTERESES PERSONALES.

DISCIPLINADO/A EN CUANTO A LA EJECUCIÓN DE DECISIONES TOMADAS POR LA/LAS PERSONAS QUE TIENEN LA ÚLTIMA RESPONSABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN.

PERSONA COMUNICATIVA Y DINÁMICA

INTERÉS POR CUIDAR LOS DETALLES Y CAPACIDAD PARA ESTAR ATENTO/A A LOS MÚLTIPLES ASPECTOS QUE FORMAN PARTE DE UNA PRODUCCIÓN.

PERSONA METICULOSA, CREATIVA Y CON SENSIBILIDAD ESTÉTICA, CON MUCHA CURIOSIDAD Y UN ALTO INTERÉS POR APRENDER

CAPAZ DE ENTENDER EL CONCEPTO "AUDIOVISUAL", Y CON ALTO INTERÉS POR LAS NUEVAS TENDENCIAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN Y, EN CONCRETO, LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.



EL PAPEL DE LOS RESPONSABLES Y/O COORDINADORES DE PRODUCCIÓN DE ACTOS PÚBLICOS:

LOCALIZAR, PROPONER Y VALORAR LOS RECINTOS Y ESPACIOS PARA LA CELEBRACIÓN DE LOS ACTOS.

DISEÑAR Y ADAPTAR LA PROPUESTA ESCENOGRÁFICA, LA IMAGEN Y EL DESARROLLO DEL ACTO A LOS OBJETIVOS DEL EVENTO Y AL RECINTO ELEGIDO.

DEFINIR Y PLANIFICAR LA INFRAESTRUCTURA Y LOS RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.

DIRIGIR EL ACTO, SU EJECUCIÓN Y DESARROLLO, DESDE EL COMIENZO DEL MONTAJE HASTA SU FINALIZACIÓN.

COORDINAR LA SEÑAL INSTITUCIONAL Y LA REALIZACIÓN AUDIOVISUAL DEL ACTO.

REALIZAR LA VALORACIÓN ECONÓMICA Y PRESUPUESTARIA DE LA ACTIVIDAD, Y REALIZAR LA CORRESPONDIENTE PROPUESTA DE GASTO.

COORDINAR AL CONJUNTO DE PERSONAS Y DEPARTAMENTOS QUE PARTICIPAN DIRECTA O INDIRECTAMENTE, EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LOS ACTOS. ESPECIALMENTE HA DE HABER UNA IMPLICACIÓN MUY ESTRECHA CON LOS DEPARTAMENTOS DE PRENSA Y SEGURIDAD.

COORDINARÁ A TODOS AQUELLOS PROVEEDORES O EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN EL MONTAJE Y EJECUCIÓN DEL EVENTO.



PSOE

hācer