



Universidad de
La Sabana

Trabajo de grado - proyecto creativo audiovisual
Video Institucional

Historias en Yo Mayor - Adultos mayores en primer plano

Gabriel Santiago Guzmán Sanabria - 0000092213

Santiago Puentes Viana - 0000079322

Asesor

Dedtmar Alberty Garcés Urrea

Profesor de cátedra

Facultad de Comunicación

Comunicación Social y Periodismo

Chía, 2019

RESUMEN

El documento 'Video Institucional: Historias en Yo Mayor - Adultos mayores en primer plano' acompaña la realización de tres videos institucionales corporativos, desarrollados como parte de la estrategia de comunicación institucional de las Fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 en torno al programa 'Historias en Yo Mayor'. Los vídeos institucionales son productos que brindan visibilidad a las entidades: exponen su filosofía, su forma de proyectarse, por ello permiten su posicionamiento interno y externo. La presente pieza audiovisual pretende potenciar y comunicar la esencia de las fundaciones: posicionando al adulto mayor, recaudando relatos para alimentar la memoria histórica y propiciando, de acuerdo con la perspectiva de la organización, un proceso de sanación entre los participantes del proyecto.

ABSTRACT

The document by the name of "Video Institucional: Historias en Yo Mayor - Adultos mayores en primer plano" supports the realization of three institutional videos about the project 'Historias en Yo Mayor'. These videos are a priceless element into the organizational communication strategy of Fundación Saldarriaga Concha and Fahrenheit 451. The institutional video is a complementary product with several benefits for the company. With it, both companies would get some visibility using the new media, empowering the enterprise and giving a high standard internally and externally. In conclusion, this initiative goes after the optimal communication of the essence of the project: reestablish the social position of the elderly by collecting stories and hilling them in the exercise of sharing their stories.

AGRADECIMIENTOS

Destinado para ser el capítulo más corto, nos encontramos en una posición muy diferente al darnos cuenta de nuestros intereses por agradecer a todas las personas que hicieron parte de nuestra carrera profesional, no solo los que nos acompañaron en esta última etapa.

En primera instancia queremos agradecer a las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 por permitirnos llevar nuestras intenciones comunicativas a buen fin en sus instalaciones y, más importante aún, con sus participantes. También queremos agradecer a todos los adultos mayores que con disposición compartieron un par de palabras con nosotros para que pudiéramos vivir la experiencia de 'Historias en Yo Mayor' a través de ellos. Aprovechamos este espacio para dedicarles este trabajo a esos artistas ocultos que llevan en sus corazones.

Queremos dedicarle un espacio a Javier Osuna, Mauricio Díaz y Sergio Gama que fueron nuestros contactos con las fundaciones y con quienes hicimos equipo para lograr desarrollar este proyecto con estándares de calidad y el amor necesario.

Además, queremos agradecer a la Universidad de La Sabana por brindarnos las herramientas conceptuales y las habilidades prácticas que nos acreditan como profesionales para realizar este y muchos trabajos más. La Universidad y nuestra Facultad de Comunicación fueron nuestra casa para conocer a los mejores maestros de las ciencias sociales de la comunicación y la vida, conocer a nuestros futuros colegas para seguir construyendo colectivamente y conocer a esas personas con las que compartimos y compartiremos momentos memorables, nuestros amigos.

Agradecemos especialmente a todas esas personas que confiaron en nosotros para realizar el trabajo de grado y quienes nos brindaron sus opiniones para hacer de este un trabajo digno de estudiantes del último semestre de Comunicación Social y Periodismo.

También, queremos extender un agradecimiento más a Liliam Chía por aportar desde sus conocimientos en APA a pulir el documento escrito.

Finalmente tenemos que agradecer a varias personas que fueron más que vitales para la realización de este trabajo. En primera instancia queremos agradecer a Dedtmar

Garcés por acompañarnos en este proceso, corregir, proponer y perfeccionar nuestro proceso de aprendizaje.

Y no podía faltar un agradecimiento para las personas más importantes en este proceso de formación: nuestras familias. Agradecemos especialmente a Estela, Ana María, Raúl y Guillermo por ser eje fundamental de nuestras vidas y haber patrocinado nuestra formación profesional. Este trabajo también va dedicado a ellos y representa la profunda gratitud que sentimos por habernos hecho profesionales en Comunicación Social y Periodismo.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
AGRADECIMIENTOS	2
TABLA DE CONTENIDOS	4
INTRODUCCIÓN	5
STORYLINE / TAGLINE	7
OBJETIVOS	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
JUSTIFICACIÓN	9
SOBRE EL VIDEO INSTITUCIONAL	10
DEFINICIÓN	10
UTILIDAD DEL VIDEO INSTITUCIONAL	11
CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL VIDEO INSTITUCIONAL	12
ANÁLISIS DE DOS VIDEOS INSTITUCIONALES	12
REPRESENTACIÓN CONCEPTUAL DE LOS ADULTOS MAYORES EN LOS VIDEOS CORPORATIVOS	13
REPRESENTACIÓN DE CONTENIDO DE LOS VIDEOS INSTITUCIONALES DE LOS ADULTOS MAYORES	17
PRE - PRODUCCIÓN	22
EL GUION	22
PRODUCCIÓN	22
ROLES DENTRO DEL RODAJE DEL VIDEO INSTITUCIONAL	22
PRODUCTOS FINALES	24
Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso	24
Video 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorios de Memoria y Escritura	24
Video 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo	24
REFLEXIONES	25

ANEXOS	26
Anexo 1: Cronograma de Actividades	26
Anexo 2: Presupuesto	27
VALOR TOTAL VIDEO	29
Anexo 3: Guión literario	29
Guión literario Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso	30
Guión literario vídeo 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorio de Memoria y Escritura	36
Guión literario Vídeo 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo	44
Anexo 4: Guión técnico	50
Guión Técnico Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso	50
Guión Técnico Video 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorios de Memoria y Escritura	55
Guión Técnico Video 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo	61

INTRODUCCIÓN

Según Carrascosa (1992), las organizaciones tienen tanta personalidad hoy en día como los seres humanos. Por ello, y citando al mismo referente, cualquier persona construye una identidad que luego se proyecta como una imagen personal, para después dejar a criterio y construcción social la reputación que le precederá por lo que logra captar su alrededor. De igual manera, el autor concluye que para las empresas también es de vital importancia cuidar esta imagen, pues de ella dependen su éxito social y económico.

Dentro del interés de las empresas se destaca uno muy importante: la proyección de una imagen favorable que redunde en una reputación positiva (Galindo, 2004). Para ello, el mismo autor propone que las compañías creen un plan de comunicación donde, a través de muchos recursos, buscan cumplir este objetivo. Una de las herramientas más efectiva para la construcción de esa imagen es el video institucional o video corporativo, un recurso audiovisual que da cuenta de la organización a través de imágenes, testimonios, videos, canciones, narraciones y más, afirma Galindo, posicionando el video institucional como un facilitador muy importante para las empresas desde tempranos años en el nuevo milenio.

Para la realización de un video de este tipo existe una amplia variedad de posibilidades que va desde la contratación de grandes productoras especializadas hasta la producción de videos de modesto presupuesto. Nosotros, aunque disponemos de una posición favorable a nivel de equipos y conocimiento, distamos de considerarnos productores de “alta factura”, sin embargo, nos animamos a realizar un video institucional con estándares de alta calidad conceptual y visual-sonora.

Es por eso que el presente trabajo se realiza para cumplir con el requisito final para obtener nuestro título de comunicadores sociales y periodistas de la Universidad de La Sabana y, además, aportar a una entidad sin ánimo de lucro un insumo que resulte útil para el óptimo desarrollo de su misión y visión. De esta manera, posamos nuestros ojos (y cámaras) en las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 para exponer el concurso Historias en Yo Mayor, una iniciativa que busca transmitir los cuentos, relatos y/o anécdotas de las personas mayores en formatos escritos u orales.

A través de tres videos cargados de testimonios y fragmentos de relatos, realizamos las piezas que definen audiovisualmente el proyecto Historias en Yo Mayor. La iniciativa

busca darle vida, valor y visibilidad a los realtos de los adultos mayores de Colombia. Por ello, y para lograr un buen ejercicio, disponemos en este texto una serie de investigaciones, sustentos teóricos, herramientas prácticas propias del área de la comunicación, fundamentalmente entrevistas, para finalizar con una serie de reflexiones frente a lo vivido durante esta experiencia académica y profesional.

Esperamos que lo disfruten tanto como nosotros.

STORYLINE / TAGLINE

A través de un concurso de cuentos de narración oral y escrita, realizado por las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 cientos de adultos mayores de todo el país se reúnen a compartir las memorias más importantes de su vida. Acompáñanos a conocer Historias en Yo Mayor, sus Laboratorios de Memoria y Escritura y Herencia de mi pueblo, una categoría que se moviliza en distintas comunidades afectadas por la violencia en Colombia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

A través de un video institucional, articulado a una estrategia de comunicación, se pretendía brindar visibilidad al proyecto Historias en Yo Mayor y, asimismo, a las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451, organizadores del proyecto, captando de esta manera el interés de los stakeholders que rodean las organizaciones para invitarlos a conocer y participar de la iniciativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Realizar una pieza audiovisual de calidad, cumpliendo con los estándares de una Facultad de Comunicación.
- b. Dar cuenta, a través de un video institucional, de la esencia del programa Historias en Yo Mayor de las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 de forma que pueda atraer posibles stakeholder.
- c. Consolidar nuestro aprendizaje profesional y suplir de material de calidad a las fundaciones mencionadas.

JUSTIFICACIÓN

La fundación Fahrenheit 451(2007) ha sido, según sus palabras: “una organización sin ánimo de lucro que ha centrado su trabajo en la organización y gestión de proyectos culturales enfocados desde la literatura como una herramienta de cambio social” (sección ‘Quiénes somos’). Además, la Fundación Saldarriaga Concha (2006) también propone en sus valores organizacionales una ideología que busca defender al Adulto Mayor de los estereotipos modernos. Estas, son misiones que nos motivan a aportar, desde nuestra disciplina, algo de nuestro conocimiento en comunicación organizacional.

Asimismo, la naturaleza de las organizaciones son suficiente motivación para querer comunicarlas al mundo. El interés en una población vulnerable se encuentra alineado con nuestros proyectos de vida y, al menos en esta ocasión, también con nuestro desarrollo profesional. En la tarea de querer comunicarla de una manera contundente y profunda, pero a la vez sutil y eficaz, hemos decidido realizar tres videos de uno de los proyectos más emblemáticos de las fundaciones Saldarriaga concha y Fahrenheit 451: Historias en Yo Mayor.

En congruencia con la versatilidad contemporánea de la industria 4.0, una expresión del mundo tecnológico, nos pusimos en la tarea de encontrar la manera más adecuada de comunicar con sutileza y contundencia las realidades de Historias en Yo Mayor. Por ello, consideramos que un video institucional que se conecte con el espectador a través de emociones es nuestra mejor herramienta para lograr los objetivos.

Ahora bien, Fernando Galindo (2004), hablando de la actualización del video institucional, recuerda en su investigación el nacimiento de un nuevo término para tener éxito en las comunicaciones. A pesar de su prematuro nacimiento, es un término que viene a tener aún más sentido cuando se relaciona con la era de la comunicación globalizada, etapa del mundo en donde el internet nos permite llegar tan lejos como podamos. Esta nueva expresión es llamada “video corporativo emocional”:

El vídeo corporativo emocional es un producto audiovisual representativo de la identidad corporativa de la organización, que actúa como catalizador de nuevos mensajes capaces de optimizar la imagen pública de la organización, conceptualizados a partir de las emociones percibidas por el receptor y de las experiencias acumuladas por éste con respecto a la misma, y difundido por medios

de comunicación que propicien una recepción individual, voluntaria y atenta. (Galindo, 2004, p. 670)

Como lo menciona Galindo (2004), el reto está en la convergencia de experiencias ensambladas de manera audiovisual que terminen motivando el consumo del producto comunicativo desde su voluntad y libertad. Ese es el reto que queríamos superar con este trabajo de grado.

SOBRE EL VIDEO INSTITUCIONAL

DEFINICIÓN

De forma precisa, Ariel García (2009) define el video institucional de la siguiente manera:

Siendo concisos en la expresión del significado definiríamos como Video Institucional al realizado para una empresa, institución, corporación, proyecto y cualquier organización dedicada a la producción, prestación de servicios, apoyo o ayuda, cuyos fines se consideren lucrativos o no. (García, 2009, sección Video Institucional Guía y Sugerencias para su realización)

Luego de una definición concreta, también podemos entender el video institucional como una producción audiovisual que permite consolidar la imagen de una compañía o proyecto. Un video institucional trae una amplia serie de beneficios, pero uno de los objetivos más importantes es dar a conocer la empresa, su razón de ser y actividades a públicos que desconocen la misma y que puedan ser stakeholders en el futuro. (García, 2009).

Ahora, una producción de este tipo también puede ser específica sobre un aspecto en particular de la compañía. Así lo afirma Ariel García (2009) comentando que “un Video Institucional puede presentar y promocionar las actividades de una compañía” (sección Video Institucional Guía y Sugerencias para su realización)

Complementando la definición anterior, Maríano Cebrián (1990), citado en Galindo (2004) nos ofrece una definición adicional y más completa del video institucional:

Tiende a presentar visiones de la empresa o institución; suelen ser videos generalistas. Ofrecen un panorama amplio de la entidad y pueden tener un destino para públicos generales y especializados. Es una difusión de imagen apoyada en datos y muestra de la gestión y actividades. Describe cómo es la institución o empresa, sus objetivos, organización y funciones. Suele efectuarse un recorrido por las secciones o departamentos con descripción de

las actividades de cada uno, a veces mediante la presencia de sus correspondientes directivos. (p. 668)

UTILIDAD DEL VIDEO INSTITUCIONAL

Lancetalent (2004), un portal web de artículos de consultoría, destaca cinco razones para hacer un video institucional: “es la forma más dinámica y eficaz de dar a conocer la empresa, proporciona diferenciamiento frente a la competencia, mejora el SEO de la web de la compañía, aumenta las ventas y se puede realizar aprovechando el mejor talento freelance”. (sección ‘Hacer un video corporativo negocio’)

Por otra parte, Miguel Ángel Alcalá (2007) afirma que para la reputación de la empresa es fundamental la convergencia en metodologías comunicativas de forma que la compañía use mecanismo de comunicación institucional. Por lo cual, entendemos que el video institucional tiene una incidencia directa en la reputación, aspecto que Gustavo Manrique (2011), consultor en reputación, considera uno de los activos más importantes de las empresas.

Dichas utilidades serían pieza fundamental de nuestro trabajo al anudar la elaboración del trabajo final. Con un fin claro e intenciones marcadas a raíz de lo propuesto por los autores previamente mencionados, entenderíamos parte de la estructura que debe tener el producto audiovisual para ser realmente útil a la compañía.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL VIDEO INSTITUCIONAL

Ahora, para entender las características de un video institucional y entender de la mejor manera la pieza que buscaríamos construir, vemos que Textel (2013) invita a seis maniobras que aseguran un buen video institucional: no debe durar mucho, debe tener un mensaje claro, definida su audiencia, contar con autenticidad, un buen guión y debe emocionar.

Además, Galvis y Sanabria (2013) afirman que “cuando hablamos de comunicación nos referimos a mostrar la identidad corporativa incluyendo los datos y la infraestructura de la compañía como también las personas y sus rostros”. (p. 10). En fin, la característica

principal del video corporativo se puede definir bajo el concepto de Alzate (2002), citado en Galvis y Sanabria (2013), cuando concluye que “un video institucional tiene por objeto fortalecer los conocimientos previos de la compañía y favorecer la imagen de la institución”. (p. 09)

SOBRE LA REPRESENTACIÓN VISUAL DE LOS ADULTOS MAYORES

El objetivo del presente análisis consiste en rastrear y trazar vectores —líneas que apuntan ciertas direcciones y tendencias— sobre las maneras en que suelen ser representados los adultos mayores en el cine y la publicidad¹. Para ello, lo primero será determinar el concepto de adulto mayor o de persona mayor.

Según el lenguaje institucional, un adulto mayor es “aquella persona que cuenta con sesenta años de edad o más” (Ministerio del Interior de Colombia, 2014, p. 4). De igual manera, este concepto suele estar atado al de ‘tercera edad’, senectud o vejez. Es así como requiere ser abordado con mayor profundidad a la estrictamente cronológica.

De esta forma, Ramos Esquivel (2009) expone que el concepto de vejez debe ser abordado desde tres distintos enfoques: a) biológico: si bien se refiere a la función del patrón de referencia cronológica, también a los cambios morfofuncionales que hacen evolucionar el grado de envejecimiento (García,2003); b) psicológico, propio de los cambios en los procesos psicológicos básicos y psicológicos estructurales, y c) social: que incluye aspectos sociodemográficos como el crecimiento poblacional y sus consecuencias, cuestiones sociopolíticas relacionadas al nivel de participación y de integración social de los mayores y, finalmente, las referidas a la economía política que incluyen el estudio de recursos y condiciones socioeconómicas de las personas en la vejez (Torres y Garcia, 2016).

Tal disquisición arroja diversas perspectivas interrelacionadas que nos resultan provechosas a la hora de entender el concepto de adulto mayor de una forma multidimensional, sin embargo es de suma importancia indagar en la representación de los adultos mayores en el cine, en la televisión y en la publicidad, pues a través de los vehículos de ficciones y sus propios lenguajes se ayuda a construir los imaginarios que cada cultura co-produce, reproduce y configura de la vejez. De alguna manera la cultura se nutre de sus representaciones y al mismo tiempo estas beben de la cultura para edificar cualesquiera que sean sus imaginarios (Genovard y Casulleras, 2005).

¹ Si bien el género audiovisual predilecto por los latinoamericanos es la telenovela, no encontramos un análisis relevante sobre esta que evaluará a profundidad la representación visual de las personas mayores. Esto sería importante, pues, a su vez, de igual forma las telenovelas son el género que más incide sobre la imagen que los latinoamericanos pueden tener sobre sus viejos.

Justamente, Genovard y Casulleras (2005) consideran que en tanto que el contenido que vemos en las pantallas no permite vivir determinadas experiencias, estas experiencias inciden directamente sobre las nuestras, incluso, llegando a edificarlas. Por esta razón afirman:

El cine modifica nuestra configuración de la experiencia diaria porque aumenta nuestra capacidad de tener experiencias en el ámbito de la "virtualidad real". (...) La virtualidad real permite seguir una historia en la que los personajes narren cosas comprensibles, asimilables a nuestras experiencias del mundo conocido, sin dejar de ser, por ello, invención, artefacto. El cine es, pues, una ficción con efectos psicológicos muy reales. (...) Y aunque es cierto que la imagen televisiva y la cinematográfica no son la realidad también lo es que se le parecen lo suficiente. (Genovard y Casulleras, 2005, p. 10)

A su vez, esta virtualidad real amplía y reduce de forma considerable los universos representativos en que se inserta nuestra experiencia, programando una nueva estructura de la misma, ya que tal virtualidad real es un medio educativo generador de modelos de cognición, emoción y comportamiento. (Urpí, 2000).

Es así que en la indagación sobre la imagen-significado de esta virtualidad real, se encuentran diversas instrucciones "pictóricas" (Genovard y Casulleras, 2005), y entender tales disposiciones implica, hasta cierto punto, comprender la naturaleza de la película, anuncio publicitario, telenovela o, en su defecto, video institucional (Barlow et al., 1990); y, por supuesto, desplegar diversas reflexiones, en este caso, entorno a la vejez.

En ese orden de ideas, a partir de las criterios de Genovard y Casulleras, podríamos preguntarnos entonces ¿qué imaginarios configura el cine y la publicidad sobre la vejez?, ¿cómo afectan, por ejemplo, a las maneras de relacionarnos con las personas mayores? y por último, ¿en qué sentido inciden en las representaciones y emociones que éstas tienen de sí mismas? (Genovard y Casulleras, 2005).

Representación de la persona mayor en el cine occidental²:

² Hay motivos que nos hacen pensar que la representación visual de los adultos mayores Oriente es distinta, pues escurriendo en el texto de Genovard y Casulleras (2005) encontramos el siguiente ejemplo: "existen razones de tipo tradicional que han posibilitado que la vejez sea un objeto de representación privilegiado en el cine japonés." (Genovard y Casulleras, 2005, p. 11) De esta manera, y aunque los autores no hacen esta discriminación, nos parece importante restringir el espectro sobre el cual se hace el análisis, ya que la inmensa mayoría de apreciaciones nacen de la observación de películas de Occidente.

Para Genovard y Casulleras (2005) las películas con ancianos como protagonistas (o como carácter secundario) principalmente suelen poseer una naturaleza dramática. Temas como el sumario de la vida vivida, la rememoración ambivalente de las acciones desarrolladas en un tiempo pasado que se preservan en el presente, la angustia por el déficit de capacidades, la enfermedad, la proximidad de la muerte y el abandono. (Genovard y Casulleras, 2005).

Asimismo, Genovard y Casulleras (2005) presentan que el tema central del cine sobre la vejez es la corporeidad en sus diferentes apariciones y que justamente para entender la iconización de la vejez en el mismo cine es necesario un análisis de tal corporeidad con sus respectivas distinciones (corporeidad masculina - corporeidad femenina). (Genovard y Casulleras, 2005).

Genovard y Casulleras (2005) refiriéndose a la representación de la masculinidad en el adulto mayor afirma lo siguiente:

En un contexto de economía capitalista, el sujeto es valorado en tanto que pueda aportar un capital motriz y/o cognitivo a la producción de bienes. El viejo suele estar apartado de este circuito de producción -aunque no del de consumo-. Por tanto, el cuerpo del hombre viejo es visto en comparación con el del hombre joven y siempre en desventaja respecto a éste. Así, el viejo siempre es “menos” que el joven, “menos” ágil, fuerte, rápido o robusto. En la realidad social incluso vemos como se aprecia muy pocas veces el valor que supone el capital cognitivo de las personas mayores. Esto sucede porque se piensa que nuestro entorno cambia a tal velocidad que rápidamente las generaciones quedan obsoletas. Sólo se aprovecha el capital cognitivo de políticos, artistas, intelectuales, escritores y actores que, a menudo, son percibidos como menos viejos, sobretodo si son hombres. (Genovard y Casulleras, 2005, p. 14).

De esta forma, se busca hacer entender la vejez en términos de carencia y, así pues, definirla a través de lo que fueron y ya no son. De allí que Oscar Wilde pensase: "La tragedia de la vejez no es que uno sea viejo, sino que una vez fue joven". (Wilde, 1890, p. 239) Ahora bien, evidentemente esta idea está atada a aquella otra que expone una “vejez ofendida” que viven los adultos mayores, abandonada y marginada por una sociedad mucho más preocupada por “la innovación” y el consumismo ilimitado que por la memoria. (Bobbio, 1997)

Por otra parte, a la hora de indagar sobre cuerpo femenino es importante resaltar que en Occidente éste se ha reproducido sistemáticamente a través de la mirada masculina

(Twigg, 2004). En términos generales, el cine reproduce el modelo de rol femenino clásico como “objeto sumiso y de goce “voyeurista” de la mirada masculina, la cual desea un cuerpo femenino joven, desdeñando al viejo al tener “poco que ofrecerle””. (Genovard y Casulleras, 2005) Así, los cuerpos femeninos viejos tienen una representación ínfima en el cine y, peor aún, la representación de la sexualidad femenina en las mujeres mayores, literalmente, desaparece. El cine se encarga de construir el imaginario que a ciertas edades las mujeres no tienen ni desean vida sexual. (Genovard y Casulleras, 2005)

Justamente, la estética corporal de la ancianidad suele ser poco apreciada y los únicos casos en que se presentan a los viejos como deseables son aquellos en los que han conservado su belleza juvenil. (Genovard y Casulleras, 2005)

De esta forma, Ramos y Carretón (2012) advierten los peligros que supone una representación nociva de los adultos mayores: “una representación inadecuada o insuficiente en la publicidad de los mayores afecta a su autopercepción, a su autoimagen y a la imagen y actitudes sociales que los demás tienen de este grupo edad.” (Ramos y Carretón, 2012)

Por último, a menudo el cine muestra al héroe viejo como un nostálgico del pasado colectivo y personal ya desaparecido, y la mujer mayor es despojada del goce corporal y el intelectual. (Genovard y Casulleras, 2005) Es así como son pocas las representaciones de ancianas mentoras. En cambio, son constantes las imágenes de ancianas que utilizan su intelecto de forma malévola, que se inspiran en la figura mítica, y muy popular, de la bruja. (Genovard y Casulleras, 2005)

Representación de la persona mayor en la publicidad

Ramos y Carretón (2012) en el artículo ‘Presencia y representación de las personas mayores en la publicidad televisiva: el caso español’ analizaron 2.065 spots publicitarios de la televisión de dicho país con el fin de examinar el volumen de presencia de los adultos mayores y las características con las que son mostrados. Es así como del total de spots analizados, solo 47 iban dirigidos a los mayores como público objetivo concreto, es decir, un 2,3%. (Ramos y Carretón, 2012)

Para empezar, la comunicación publicitaria se ha pensado, enfocado y diseñado para un target muy joven pese a que las personas mayores de 65 años son el segmento demográfico que más minutos de televisión consume al día en España³ (Ramos y Carretón, 2012). De igual manera, están subrepresentadas en base a su creciente peso demográfico en todo el mundo. (Ramos y Carretón, 2012). Por ejemplo en Colombia, según el Dane (2018) las personas mayores en 2005 representaban 6,25% de la población y hoy representan 9,23%, es decir, casi 4,5 millones de personas. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018)

Una de las posibles razones de este desinterés por mostrar a los mayores en la publicidad puede ser el freno de muchas empresas a la hora de incluir a los mayores en su estrategia de marketing, por el temor a envejecer la marca y *alejarse a los jóvenes consumidores*⁴. (Ramos y Carretón, 2012). De esta forma las empresas están dejando fuera de sus estrategias de marketing a las personas mayores con la única excepción de aquellos productos que son considerados específicos y que, en la mayor parte de los casos, tienen que ver con problemas de salud o de deterioro físico. (Torres y García, 2015)

Ramos y Carretón (2015) indican que las personas mayores tienden a aparecer en un contexto de retiro y de jubilación en el grueso de comerciales en donde no son el público objetivo al que se dirigen. No obstante la visión que se transmite de los adultos mayores mejora sustancialmente cuando el planteamiento estratégico del spot se hace pensando en ellos como target comercial. Se ofrece en estos casos una imagen mucho más moderna, actual, positiva y relevante, siendo expuestos de forma activa, saludable y con aspecto juvenil. (Ramos y Carretón, 2012)

Sin embargo, Bobbio (1997) advierte que es igualmente importante sostener una mirada crítica ante esta representación como ante la del abuelo inútil, ya que en una sociedad donde todo se compra y se vende, también la vejez se convierte en una mercancía. (Bobbio, 1997) Es así como en ciertos escenarios el adulto mayor es retratado como un hedonista disfrutador sin conflictos serios, forjando demandas de

³ En Colombia hay una encuesta en la que dice que el 45% de los adultos mayores encuestados asegura que la televisión es su principal fuente de entretenimiento mientras que los jóvenes prefieren las redes sociales (Kantar Ibope Media, 2018).

⁴ Por ejemplo Deleyto, (2003) expone que existen argumentos de tipo económico que justifican que los ancianos no deben aparecer mucho en el cine contemporáneo comercial de Hollywood . Esto se debe a que los productores han detectado que los adolescentes consumen demasiado cine y tienen una cierta gerontofobia. (Deleyto, 2003)

consumo y contribuyendo, no tan “pasivamente”, a la ampliación ilimitada del mercado. (Bobbio, 1997)

En el marco de una sociedad que oscila entre ignorar, maltratar y subestimar a los viejos o idealizarlos e infantilizarlos, Ramos y Carretón (2012) presentan que cuando los anuncios no se centran en ningún rango de edad específico, ofrecen o bien una imagen antisocial, autoritaria y/o posesiva de las personas mayores, o bien benévola o virtuosa. De igual forma la publicidad de las asociaciones sin ánimo de lucro se caracteriza por utilizar la imagen de los mayores como personas buenas y bondadosas, pero también enfermas y dependientes. (Ramos y Carretón, 2012)

Por último, comparando la presencia de hombres y mujeres mayores, se observa que es el hombre mayor quien realiza el papel principal en el 71% de los spots analizados, frente al 29% de las mujeres; y observando la raza de las personas mayores en la publicidad los resultados indican que solo se muestran personas “blancas”. (Ramos y Carretón, 2012)

ANTECEDENTES

Difícilmente en el mundo de hoy se encontrará una empresa que no tenga al menos un blog o un perfil en redes sociales. De igual manera, será igualmente improbable encontrar una compañía que a través de estas plataformas no haya compartido un video relacionado con su quehacer diario.

Por ello, para conocer el campo de trabajo y ejemplos acertados de los videos corporativos, nos interesa ver dos tipos de producciones audiovisuales publicadas. Alrededor de estos productos es importante verificar toda la etnografía virtual⁵ que los rodea. Nos interesa parcelar el campo de interés de forma que el producto final supla de manera correcta la necesidades audiovisuales de las empresas y sus respectivos campos de acción.

ANÁLISIS DE DOS VIDEOS INSTITUCIONALES

A continuación, analizaremos dos videos institucionales publicados con el fin de evaluar su forma de abordar “representaciones”, sus aciertos y desaciertos a la hora de comunicar su empresa o proyecto. Es obvio que pondremos especial cuidado en las narrativas empleadas para verificar qué estilo le aporta más al tipo de pieza audiovisual que buscamos desde lo que queremos transmitir en Historias en Yo Mayor.

Es importante cotejar y comparar para reconocer el medio en que nos desenvolvemos. Además, al mismo tiempo podemos encontrar inspiración a nivel audiovisual, o aún formas de producir afectos para la elaboración de nuestra propuesta.

Para este propósito, escogimos dos videos corporativos con objetivos similares, pero con enfoques diferentes.

- Video corporativo de El Bosque de Gredos encontrado en Youtube en la URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zYgL-RivzUg>

⁵ Etnografía Virtual: Es el estudio de las *están* sociedades en la plataformas digitales. “Según Martínez (2006), la cultura, la ciencia y la tecnología se articulan redefiniendo la forma de ser y de estar de los seres humanos, debido a que los avances en las Tecnologías Informáticas Interactivas transformando de forma visible las condiciones sociales a escala global en las que se producen cambios evidentes en los parámetros de la vida humana: tiempo, espacio y corporeidad. (Ruiz & Aguirre, 2015, p XX)

En el video pudimos observar cómo la empresa cumple con los estándares propuestos por Galindo (2004) quien define el video institucional como una forma de dar cuenta de la realidad organizacional de una entidad. Además, también es coherente con lo propuesto por el mismo autor ya que aprovecha las herramientas audiovisuales, los testimonios, canciones, narraciones para mostrar la compañía.

Asimismo, aparentemente se ajustarían a la caracterización elaborada por Carracosa (1992), pues dan a conocer la imagen de la empresa y esta es la que se evalúa tanto de forma como de fondo. Allí podemos encontrar un valor fundamental, pues de la imagen proyectada depende el éxito económico y social.

- Video corporativo de El PIAM (Programa Institucional para la Persona Adulta y Adulta Mayor) en Youtube en la URL:

https://www.youtube.com/watch?v=_GdOZC0MmHM

Para Carracosa (1992) y Galindo (2004), este también sería un video institucional muy bien logrado dentro de los estándares previamente mencionados.

En el análisis, además de entender el proceso de un video institucional, también descubrimos opciones que potenciaría nuestro producto final. Evidenciar la forma y el fondo de los videos y los mensajes ahí encriptados nos llevaron a construir nuestro trabajo con bases conceptuales y de contenido con mucho valor audiovisual y organizacional.

REPRESENTACIÓN CONCEPTUAL DE LOS ADULTOS MAYORES EN LOS VIDEOS CORPORATIVOS

El primer análisis versará sobre las representaciones de los adultos mayores a nivel conceptual. Es decir, evaluaremos toda la estructura narrativa, los planos, los ángulos, los enfoques, el ritmo, las fuentes, los tiempos de testimonios y exposición en cámara según su discriminación de administrativo o beneficiario, número de tomas y demás aspectos audiovisuales que dan cuenta de la vida del adulto mayor en organizaciones que los atiende o presta algún tipo de servicio.

Para ello, recopilamos las cifras más destacadas para evidenciar la importancia conceptual otorgada por cada organización representado los protagonistas de las

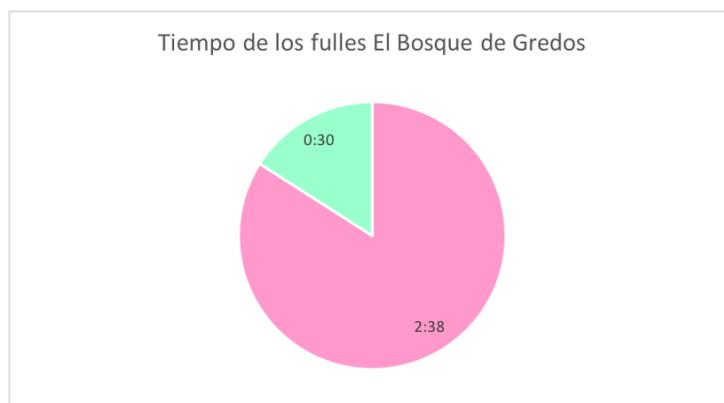
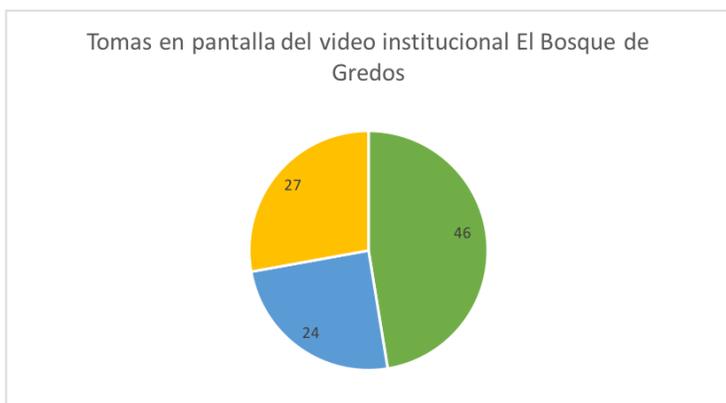
tomas, los tiempos de aparición de los diferentes actores y los testimonios expuestos. Todo esto lo acompañamos del número de apariciones y tiempo en pantalla para determinar los focos y las prioridades de cada compañía.

Figura 1: Cifras Conceptuales del video institucional de El Bosque de Gredos

El Bosque de Gredos	Número de Tomas	Tiempo total en pantalla
Tomas	101	3:32
Tomas en las que los protagonistas son los administrativos de la entidad	46	1:28
Tomas en las que los protagonistas son los adultos mayores de la entidad	24	1:07
Tomas en la que el protagonista es el paisaje o la planta física	27	0:50
Fulles de los Administrativos	7	2:38
Fulles de adultos mayores	5	0:30

Figura 2: tomas en pantalla del video institucional El Bosque de Greda

Figura 3: tiempo en pantalla de los fulles El Bosque de Gredos



Análisis, notas y conclusiones: de acuerdo a las figuras anteriores, y en atención al interés que alienta nuestro proyecto podemos evidenciar las siguientes anotaciones:

- La narrativa es apropiada ya que hace uso de la estructura inicio, nudo y desenlace.
- Como podemos verificar en las figuras 2 y 3, le dan voz a administrativos (2:38) y beneficiarios (0:30) de manera desequilibrada, pues vemos como el tiempo de fulles es visiblemente centralizado.
- Los planos en las entrevistas fueron generalmente planos medios cortos para las entrevistas con los contenidos conceptuales y emocionales.
- La mayoría de los planos fueron generales y planos medios. Fueron muy pocos los insertos y escasas las angulaciones nadir o cenital.
- La mayoría de las tomas incluyeron paneos, algunos usos del zoom y ningún tilt.
- De las figuras 1, 2 y 3 deducimos que la iniciativa El Bosque de Gredos le brinda mayor importancia al enfoque administrativo y, de cierto modo, trivializa a los beneficiarios.
- Como conclusión de la tabla y las gráficas (figuras 1, 2 y 3), también vemos como la forma de construcción del video incide directamente es la percepción y la imagen que proyecta la empresa. En otras palabras, es importante transmitir la esencia de la institución no solo en el fondo, sino también en la forma.
 - Ver como lo administrativo era lo central, nos dejó evidenciar que la organización presentada es altamente asistencial, generando relaciones de codependencia. La manera de transmitir su identidad y la centralización previamente mencionada en la voz e imagen administrativa dejó en evidencia las prioridades de la compañía.

Tabla 4: Cifras Conceptuales del video institucional de El PIAM

El Piam	Número de Tomas	Tiempo total en pantalla
Tomas	139	6:16
Tomas en las que los protagonistas son los administrativos de la entidad	27	1:28
Tomas en las que los protagonistas son los adultos mayores de la entidad	81	2:55
Tomas en la que el protagonista es el paisaje o la planta física	82	0:53
Fulles de los Administrativos	12	1:54
Fulles de adultos mayores	14	2:04

Figura 5: tomas en pantalla del video institucional El PIAM

Figura 6: tiempo en pantalla de los fulles El PIAM



Análisis, notas y conclusiones: de acuerdo a las figuras anteriores, y en atención al interés que alienta nuestro proyecto podemos evidenciar las siguientes anotaciones:

- La narrativa es apropiada ya que hace uso de la estructura inicio, nudo y desenlace.
- Como evidenciamos en la figura 6, le dan voz a administrativos y beneficiarios de manera equilibrada.
- Los planos en las entrevistas fueron generalmente planos medios cortos para las entrevistas con los contenidos conceptuales y primeros planos para los testimonios emocionales.
- La mayoría de los planos fueron generales y planos medios. Fueron muchos los insertos y las angulaciones cenit y ninguna del tipo nadir.
 - De esto deducimos que la variedad de planos y angulaciones es vital para el ritmo del video.
- La mayoría de las tomas incluyeron paneos, algunos usos del zoom y ningún tilt.
 - Los movimientos de cámara le otorgaron dinamismo a la producción.
- De las figuras 4, 5 y 6 deducimos que a El Piam busca el equilibrio entre sus fuentes y testimonios provenientes de beneficiarios y administrativos.
- Sin embargo, en ambas gráficas se percibe como se le da más valor a la voz de los beneficiarios.
 - Esto le da más credibilidad al proyecto ya que son los mismos clientes los que recomiendan la organización. Esto generó empatía.
- Como conclusión de la tabla y las gráficas (figuras 4, 5 y 6), también vemos cómo la forma de construcción del video incide directamente es la percepción y la imagen que proyecta la empresa. En otras palabras, es importante transmitir la esencia de la institución no solo en el fondo, sino también en la forma, pues el producto audiovisual presentado hablará de la empresa desde lo presentado y desde el proceso realizado.
 - Ver el equilibrio de fuentes, fulles y planos nos dejó ver una organización versátil y empoderadora de los adultos mayores.

REPRESENTACIÓN DE CONTENIDO DE LOS VIDEOS INSTITUCIONALES DE LOS ADULTOS MAYORES

Este segundo análisis buscará explorar el valor del contenido a partir del significado de los testimonios consignados en los dos videos institucionales seleccionados.

El Bosque de Gredos

- **Full de Apertura:** “Tenemos nuestro propio equipo médico (...) en esta sala, nuestro fisioterapeuta les recibe las mañanas y en las tardes hacen gimnasia. Les encanta porque ellos mismos perciben como mejora su forma física y su estado de ánimo.” Perla, encargada administrativa (Tipos en Movimiento: 2015).
 - De este full deducimos que lo primordial para abrir el video es hablar de todos los servicios ofrecidos para los beneficiarios, no propiamente los beneficiarios.
- “Soy Perla”, “Soy Claudia”, “Soy Almudena” (Tipos en Movimiento: 2015).
 - Vimos como cada administrativa de la organización se presentó. Sin embargo, en ningún full logramos identificar a alguno de los adultos mayores ni en testimonio ni en banner de identificación.
- “Son 1500 mts. cuadrados de modernas instalaciones para un total de 65 plazas. Como ves, espacio no nos falta.”: Almudena (Tipos en Movimiento: 2015).
 - Nuevamente exploramos cómo lo central del video son los servicios ofrecidos, esta vez desde las instalaciones.
- “Yo algunos días me salgo y me doy un paseo cuando tengo 10 o 20 minutos”: Adulto Mayor sin crédito (Tipos en Movimiento: 2015).
 - A partir de este full vemos que los beneficiarios mantienen ocupados con actividades exclusivamente propuestas por la organización. Entendemos que la naturaleza de la organización es asistencial, tal como se ve en una de sus tomas donde las manos jóvenes son las que asisten a las manos arrugadas concluir un ejercicio de motricidad fina.

Figura 7: manos asistentes y manos asistidas (Tipos en Movimiento: 2015).



- **Full de Cierre:** “Y es que en el Bosque de Gredos nos esforzamos día a día para que nuestros residentes se sientan como en casa”: Perla (Tipos en Movimiento: 2015).
 - El cierre también lo hace un administrativo.

PIAM

- **Full de Apertura:** “Hola”, “Hola”, “Piam es una experiencia extraordinaria” “se siente uno otra vez joven”, “estos ejercicios lo hacen sentirse a uno mejor, es un cambio de vida”, comentan los adultos mayores beneficiarios del programa (Acción Social, 2016).
 - De este full deducimos que lo primordial para abrir el video son los beneficiarios. Los presenta de una manera cordial, saludando y dando apertura, y también de una manera emocional cuando hace que cuenten sus impresiones frente al programa.
- “Es el segundo programa a nivel de latinoamérica que incluye a las personas mayores en una universidad”, Marisol Rapso, coordinadora del Piam (Acción Social, 2016).
 - Esto nos deja ver que es importante el posicionamiento con cifras y declaraciones mayores. Además, entendemos que las voces institucionales no están solo para promocionar, están para arrojar datos que los beneficiarios podrían ignorar.
- “A mí me dio parálisis sever y con natación mi enfermedad ha progresado”: Isabel Díaz, beneficiaria del programa (Acción Social, 2016).
 - Vemos que hasta un video de este tipo puede tener un conflicto y una solución de este. Además, rompemos el miedo a tocar temas tabúes.
- “Yo quería probar que ellos sí pueden hacer taekwondo a pesar de su edad”: Mayra Valverde, profesora de Taekwondo (Acción Social, 2016). “Tenemos muchas capacidades y nosotros mismos nos ponemos los límites”: Maribel Matamoros, profesora de natación (Acción Social, 2016).
 - Este combo de los fulles nos demuestra la idea organizacional de la empresa y su sentido de empoderamiento. Los profesores no asisten, empoderan, por eso son facilitadores. A nivel audiovisual podemos apreciar dos aspectos importantes a partir de las imágenes:

Figura 8: Carlos haciendo taekwondo (Acción Social, 2016)

Figura 9: Gilda con el pelo mojado (Acción Social, 2016)



- A partir de las imágenes vemos evidencia audiovisual de lo relatado por las facilitadoras. Carlos da una patada con vitalidad y a Gilda se le nota el pelo mojado por haber pasado su clase de natación.
- **Full de Cierre:** “Para mí ha sido un despertar para el adulto mayor”, “estas opciones nos permiten hacer amistad y compartir experiencias”, “me motiva venir a campus”, “amo la universidad, cuando estoy en estos pasillos y corredores me siento parte de la universidad”: comentan los adultos mayores para cerrar el video (Acción Social, 2016).
 - El cierre es un claro ejemplo de las prioridades de la organización, los beneficiarios y su experiencia. El cierre deja un alto grado de empatía y sentimiento positivo con la organización.

Conclusiones generales del análisis de los videos institucionales:

- Por más que cada video cumple el objetivo específico de cada organización, nos interesa inspirarnos más en el estilo de El Piam ya que encontramos más similitud con Historias en Yo Mayor.
- Queremos evitar a toda costa el asistencialismo que implícitamente evoca la pieza audiovisual de El Bosque de Gredos.
- Nos interesa mantener un equilibrio entre las fuentes testimoniales de administrativos y beneficiarios.
 - En la medida de lo posible, intentaremos darle más voz a los beneficiarios —adultos mayores— y que sean ellos quienes amplíen, a través de su experiencia, el alcance y beneficios que brinda la iniciativa y la organización.
- Aprovecharemos los insertos para mostrar detalles: las manos, los dedos, pero siempre como extremidades ser sujetos activos y ágiles, y los primeros planos para mostrar las emociones en los rostros, buscando empatía con el espectador.
- Es importante abrir con los logos de la organización

Figura 10: logo de apertura de El Bosque de Gredos (Tipos en Movimiento, 2015)

Figura 11: logo de apertura de El PIAM (Acción Social, 2016)



- Nos apoyaremos también en planos medios, generales, abiertos y americanos para mostrar situaciones, infraestructura y demás.
- Emplearemos el uso de zooms y paneos; si la ocasión lo amerita, haremos un tilt.
- También buscaremos planos cenit para evidenciar cómo la escritura es un ámbito fundamental de producción de saber, desde una postura más cercana a aquel agente que ejecuta la acción.
- De igual manera, es importante mantener una línea gráfica acorde a la organización en banners y créditos.
- Por último, nos gustaría ver el valor del aprendizaje en adultos mayores. El video de El Piam nos permite ver cómo la educación es una herramienta transversal a la vida y no necesariamente para adquirir una destreza con cierta productividad, genera también un espacio social.
 - Ejemplo de esto fue que los adultos mayores beneficiarios del programa aprendían destrezas como taekwondo, cuando escasamente se tendrían que enfrentar a alguien. O aprendieron japonés sabiendo que esto no es un requisito laboral o una ayuda dado el caso que las opciones de viajar a Japón no serán las más relevantes en sus listas de deseos.

VALOR DE LA IMAGEN VIDEO INSTITUCIONAL HISTORIAS EN YO MAYOR

Para empezar, consideramos importante hacer nuestro video en tres distintas piezas, pues cada una debía exponer y desarrollar un eje autónomo del concurso, aunque estos estén estrechamente interrelacionados. De igual forma, por razones de tiempo era conveniente tal fragmentación, ya que si juntásemos las tres piezas duraría el vídeo aproximadamente 16 minutos. En ese sentido, cada pieza debía tener su propia introducción y su propia trama, pero cuidando una línea estética transversal a todo el video institucional.

De igual manera, este vídeo institucional se realizó con el propósito de hacer un homenaje a la vejez y conseguir fondos para la siguiente edición de Historias en Yo Mayor. Cabe señalar que la fundación y el concurso operan y se llevan a cabo a partir de donaciones, así que consideramos que al exponer la riqueza del concurso mediante este formato, el flujo de donantes podría incrementar y ser mucho más significativo.

Los tres vídeos comienzan con el sonido “rocoso” de un televisor viejo sintonizando algún canal, los logos de las dos fundaciones que desarrollan el proyecto haciendo un zoom in y, mientras tanto, la voz de Hernán Orjuela diciendo en voz en off: “Hay un tema interesante, Moni, para compartir con los televidentes, y es acerca de las historias y sobre todo las historias plasmadas en artistas -porque así son-, Historias en Yo Mayor.”

Para nosotros era importante comenzar con este sonido, es un recurso sonoro que desde un primer momento induce una sensación: en breve volverá a aparecer el viejo televisor y cambia este de canal, completando así su sentido junto a la imagen estática. Al mismo tiempo, y justamente por lo que denota (cambio de canal), sirve como un motivo recurrente que se va a hacer presente cada vez que veamos en el televisor una nueva historia de los participantes.

Por otro lado, escogimos que tanto los logos de las fundaciones como, más adelante, el de la iniciativa Historias en Yo Mayor tendrían que aparecer en zoom in. Desde estos gestos queríamos mostrar que las fundaciones y el concurso se acercan a la gente, para luego mostrar con imágenes cómo son y cómo llegan a las comunidades, a las bibliotecas a realizar talleres con los habitantes del sector, hasta el Chocó o Leticia a

desarrollar Herencia de Mi Pueblo o a cualquier región del país a grabar y recoger profesionalmente las historias ganadoras del premio de narración oral.

Asimismo, resolvimos recoger la voz del presentador Hernán Orjuela pues, a través de un programa de televisión (transmitido en las mañanas), habló de este concurso:

1) Es un personaje que por muchos años estuvo presentado el programa de televisión Sábados Felices, el cual es uno de los programas familiares más conocidos y recordados por los colombianos de todas las edades, también condujo el programa Bravísimo de Citytv, así que su voz también puede ser reconocida y sentida como familiar.

2) Al ser recordado principalmente por conducir tantos años Sábados Felices y al ser este programa tan antiguo (47 años), se podía relacionar inconscientemente con la vejez del televisor y la vejez de los adultos a los cuales se dirige el concurso.

3) Hace una breve introducción del concurso que se ajusta perfecto al tiempo en el que empieza en el televisor la primera historia, en los videos Historias en 'Yo Mayor, El concurso' (vídeo 1) e Historias en 'Yo Mayor, Herencia de Mi Pueblo' (video 3). De esta manera, justo cuando termina de decir el nombre del concurso, cambiamos de canal, permitiéndonos introducirnos no solo al primer testimonio que viene sino también todos los siguientes.

4) Cuando él dice "hay un tema para compartir con los televidentes" nos está diciendo por un lado que el audio del que se extrae la voz es de un programa de televisión y que se está dirigiendo a su público, pero también que nos está hablando a nosotros directamente como televidentes, pues pese a que el vídeo institucional seguramente está siendo visto desde un computador, en unos instantes en el primer y tercer video literalmente veremos televisión y nos sumergimos en el ritual de ser televidentes. Todo ello ayuda a construir la atmósfera y el microuniverso del video.

5) Hace énfasis en que las historias son de artistas no refiriéndose a que es un concurso de artistas profesionales, sino de personas mayores que entienden que nunca es tarde para dedicarse a lo que les gusta y que en ese proceso se descubren artistas. Eso es algo que todo vídeo se encargará de reforzar y repetir.

6) Hernán Orjuela nos revela que la iniciativa lleva mucho más tiempo que el mismísimo vídeo institucional que estamos viendo.

En los videos 'Historias en Yo Mayor, El concurso' (vídeo 1) e 'Historias en Yo Mayor, Herencia de Mi Pueblo' (video 3) al terminar de presentar los logos de las fundaciones, mientras Hernán Orjuela dice "artistas" desde un fundido negro aparece un televisor viejo de madera apagado en medio de una habitación en la que se alcanza a divisar una ventana que permite entrever ligeramente los colores diurnos de la vegetación. Este fundido aparecerá de forma recurrente en los tres vídeos cada vez que se cambia de escena como un dispositivo de puntuación visual. Asimismo, aquella ventanita que parece presentarnos el patio de la casa donde está el televisor, nos parecía que podía ayudar a introducirnos de una manera sumamente sutil a gran parte de las historias que veríamos durante el video, ya que muchas son grabadas en el patio de la casa del concursante.

Justamente, en los vídeos 1 y 3 una vez Hernán Orjuela termina de decir "Historias en Yo Mayor", al mismo tiempo que escuchamos por segunda vez aquel sonido "rocoso" sintonizando la señal de un canal, vemos la estática colorida en el televisor y escuchamos un punteo de guitarra acústica de solo cuatro notas ascendentes que dibujan una apertura en una tonalidad de La Menor en una escala diatónica que hace parte de la sonata compuesta por nosotros para el video institucional y que realiza la introducción del tema musical del mismo.

Al finalizar toda esta imagen conjunta, en los vídeos 1 y 3 se presenta en el televisor la primera historia (el primer rostro), que tiene como característica que en ambos videos vemos a los ganadores presentándose a sí mismos y presentado la historia que van a contar, e inmediatamente, cuando van a empezar, se vuelve a cambiar de canal junto con la estática visual y el sonido propio de este proceso. Los segundos fragmentos de historias tienen un tono dramático y las terceras uno mucho más cómico con el fin de mostrar el espectro de tintes narrativos con el que el público se puede encontrar. Al acabar el tercer fragmento, nuevamente aparece la estática visual y el sonido rocoso que al concluir, nos presenta en cámara lenta el primerísimo primer plano del rostro de uno de los participantes sonriendo espontáneamente a la cámara. Este plano, además de contar con una belleza suma, suscita algo vital para el video y para la identidad del concurso: las personas mayores están felices de contar sus historias. Mientras esto ocurre, se escucha un punteo de guitarra acústica en la misma escala de La menor en

escala diatónica que asciende y desciende, que se eleva y se recoge en diez notas de tal forma que logra generar una sensación de conclusión y apertura como si se dejase una puerta entreabierta, o como si con la cerrada de una ventana se abriese otra del mismo edificio.

Nos interesaba con la música generar esa sensación para invitar al público a continuar viendo los otros videos, a seguir buscando acerca de Historias en Yo Mayor, para que observen y lean las narraciones completas y, sobre todo, para que inviten a sus padres o abuelos a participar. De igual forma queríamos construir un sonido artesanal dulce, pues esa es la sensación que atraviesa todo el video, a las condiciones en las que se produjeron las imágenes y el concurso mismo. La música solo se escucha en la introducción y en el final de los videos, pues no queríamos incidir “bruscamente” sobre los testimonios de los participantes, de los organizadores y en las emociones que estos pudieran generar.

‘Historias en Yo Mayor, Laboratorios de Memoria y Escritura’ (vídeo 2) tiene una introducción sustancialmente diferente a los otros dos vídeos. Una vez se presentan los logos de las fundaciones y Hernán Orjuela continúa con su conocido texto, aparece una mano arrugada escribiendo sobre una hoja, un par de planos medios de personas mayores, una en su patio mirando a la cámara, otra delante del tablero de una biblioteca hablando al público y a continuación un montaje visual compaginado al ritmo de un rasgueo de guitarra que avanza con ímpetu desarrollando el tema musical del vídeo, donde se observan fundamentalmente planos de los adultos mayores que participan en los laboratorios hablando, riendo, escuchando, leyendo y escribiendo, todo eso, en grupo. En esta parte también tienen un lugar sobresaliente los textos que ellos escriben y que son mostrados en primeros planos. Estos textos aparecen siendo escritos a mano, que es como ellos escriben. Asimismo, usamos ciertas voces en off de los mismos asistentes a los talleres en los que nos abren los brazos para entrar y también nos agradecen como público, y un fragmento del director de Fahrenheit 451 en una premiación del concurso, dando un discurso sumamente breve entorno a este proyecto, tratando revalidar su importancia.

Para esta introducción no queríamos que las historias fuesen directamente las protagonistas sino las dinámicas y la unión que se crea en estos talleres. Precisamente, por eso pensamos en un montaje y un ritmo muy dinámico en la misma escala de La menor en escala diatónica, que expusiese junto a las imágenes la vitalidad de los adultos mayores, que concluyese con el mismo punteo de diez notas hasta encontrarse nuevamente con un primerísimo primer plano de un participante sonriendo

ante la cámara. Una vez esto ocurre aparece un zoom in del Logo de Historias en Yo Mayor junto al nombre del respectivo capítulo.

Al finalizar la introducción, en todos los videos vemos a algún empleado de las dos fundaciones gestoras exponiendo el proyecto, lo cual aporta información textual y visual de cómo se organiza el concurso. En el vídeo 1 vemos al director de la Fundación Fahrenheit 451, institución que se encarga sobre todo la parte creativa y de contenido de Historias en Yo Mayor y el lugar donde presenta el concurso ante la cámara es en un parque. Cada vez que vuelve a intervenir en el video se ve cómo es registrado desde otros puntos del parque. Aquello para insinuar movimiento, pues queríamos empezar mostrando que el concurso está afuera de las paredes de la fundación, (para los siguientes videos, y en tanto que “las imágenes de apoyo” y los diversos testimonios ya han reforzado la idea, él aparece dentro de la casa donde trabaja la fundación) y que la fundación y el concurso *no suceden en una oficina sino en un espacio social: en la minucia de las relaciones que se dan entre los participantes.*

No obstante, cuando vemos a Norma Sánchez, gerente de operaciones de la Fundación Saldarriaga Concha, fundación que se encarga sobre todo de la parte operativa y administrativa del concurso, apreciamos como fondo un mural con dibujos infantiles y a unas oficinas que no se alcanzan a divisar al fondo, pero ni ella, ni el mural, ni las oficinas, ni la cámara cambian de lugar en algún punto de los tres videos. De esa manera queríamos decir que *si bien el concurso se desarrolla de forma itinerante, su centro de operaciones económicas y administrativas es fijo.*

Los demás lugares donde se construye el concurso son las bibliotecas de las distintas localidades, los salones comunales de los diferentes pueblos, las casas y los patios donde fueron grabados los ganadores de la categoría de narración oral, y los ríos y las selvas de Herencia de Mi pueblo. Sin embargo, las instalaciones nunca se constituyen como protagonistas, pero sí son claves para dar cuenta de la diversidad de contextos que participan en el desarrollo del concurso.

Cabe aclarar que la mayoría de imágenes son filmadas por nosotros, incluidas las de Leticia, pero muchas otras no, debido a que el concurso lleva 6 ediciones y aquellas imágenes de archivo y documentos visuales históricos de ediciones anteriores nos eran tremendamente provechosas para mostrar el proyecto en toda su dimensión. Por fortuna contamos con los permisos de uso de los videos previamente mencionados que

nos otorga Mauricio Díaz Calderón, coordinador de Historias en Yo Mayor y miembro de la Fundación Fahrenheit 451.

Además, como el concurso se desarrolla a nivel nacional, por costos, los ganadores de narración oral de cada edición son grabados por realizadores que se encuentren o residan cerca del participante, lo cual expone una diversidad de texturas de la imagen al ser tomadas con diferentes cámaras, distintos encuadres y maneras de filmar. Todo ello nos dice que el concurso se hace entre mucha gente y con diversos recursos.

Asimismo, el trabajo se hizo gracias al diálogo permanente con los miembros de las dos fundaciones gestoras de Historias en Yo Mayor, sobre todo con Fahrenheit 451. Pues, en tanto que el video institucional es un retrato de la identidad de las fundaciones, era indispensable generar un intercambio de opiniones y de puntos de vista entre ellos mismos, con ellos mismos, finalmente, sobre ellos mismos. De esta forma hubo un proceso de acompañamiento en cada una de las etapas en donde siempre trabajamos de la mano.

Es relevante señalar que la forma como se produce el video es la misma forma como opera la fundación. Es así como a partir de las imágenes se presenta a la organización como un ensamblaje que ocurre a diario entre las personas mayores y los agentes de la fundación. Asimismo, como un ente en el que cierta mugre y ruido tienen cabida, pues la espontaneidad es angular en la forma como se erigen. De esta forma, el sonido presenta una cualidad de documento en el que una suerte de fragor se adhiere a su superficie con naturalidad, como si la organización fuese *una señora que sale a la calle vestida con un abrigo con algunos pelos de gato*, pues lejos de sentirse en desagrado, expone con orgullo la presencia de un minino.

Igualmente, decidimos grabar solo con nuestros propios equipos de video (Canon Xa10 y una reflex Canon T5), ya que consideramos que eran suficientes para contar lo que teníamos en mente, y que alquilar y sacar otros de más alto formato resultaban siendo un capricho innecesario que nos generaban mayores gastos. Sin embargo esta elección ayudó a resaltar el tono de naturalidad austera y poca sobreproducción estética.

Durante el video observamos por un lado que los participantes viven los talleres desde un suerte de inmanencia en la que se expone la vitalidad presente del adulto mayor y por otro lado algunos de los testimonios suscitan una fuerte carga de nostalgia, de recuerdos y de eventos en el pasado que aún siguen cosechando heridas. Esto se

debe a que el contexto sociopolítico colombiano está atravesado por unos problemas de violencia coyunturales no resueltos en nuestras sociedades.

A su vez, a lo largo de los tres videos se observan cerca de cien rostros distintos de adultos mayores que han participado de alguno de los beneficios que brinda el concurso. Igualmente, aparecen tres testimonios institucionales frente a diecinueve de personas mayores, de los cuales diez son de hombres mayores y nueve de mujeres mayores, evidenciando un importante equilibrio respecto al género.

Por otra parte, y en tanto la representación del adulto mayor en el sistema capitalista se mueve entre la idea del abuelo inútil que resulta una carga para su familia y el Estado y el abuelo entusiasta que puede continuar desempeñando un papel de consumidor y productor activo en la rueda capitalista (como se muestra en el capítulo Sobre la representación visual de los adultos mayores en el cine y la publicidad), buscábamos que este video institucional no cayera en ninguno de los anteriores moldes, pues los personajes que conocimos durante esta experiencia no son precisamente figuras “pasivas” o “inútiles”, todo lo contrario: socializan, se agremian, no necesitan encarnar una forma de consumo, ni exponer el emprendimiento de la industria del éxito mercantilista, pues las labores que desempeñan terminan siendo incluso sumamente revolucionarias ante tal maquinaria, ya que estos ejercicios y encuentros se realizan por un gusto simple, por el placer que ello supone, no por la satisfacción que pueden tener sus “productos” como mercancías. Asimismo el vídeo no pretende seducir para la adquisición de un artículo, busca que quienes lo observen inviten a sus abuelos o a sus padres a participar.

En ese sentido, lo que buscaba nuestro vídeo era representar la autonomía de los participantes que asisten a los talleres y concursan por su propia voluntad, sugiere implícitamente que no requieren prótesis para desplazarse, movilizarse y desenvolverse en su vida diaria, tampoco las que supone este artefacto encarnado en los hijos o en la enfermera que suple la misma función de una caminadora o una silla con rodachines. De igual forma, que tampoco necesitan de las prótesis pedagógicas que puede encarnar la figura del docente que le enseñe al adulto lo que nunca aprendió en sus años mozos, ni del fisioerapeuta que le ayude a recuperar la memoria o la movilidad perdida. Por el contrario aquí los adultos mayores son representados con suficiente capacidad de valerse por sí mismos, pero que también encuentran en sus prójimos unos excelentes compañeros para compartir y disfrutar esa independencia. De esta forma los talleristas no son entes colonizadores del conocimiento sino guías a los que pueden acudir, mediadores entre su creatividad e imaginación con sus propias

historias. Es así como durante los talleres se ve a los adultos mayores activos, participando con una presencia grande de primeros planos, mientras que los capacitadores o talleristas nunca son encuadrados con este valor de plano. De igual manera, durante los talleres el tiempo de exposición de las personas mayores en comparación con los capacitadores es exponencialmente, también, mayor.

Asimismo, se ve una gran exposición de personas de raza negra, “mestizos blancos” y de indígenas que hablan, incluso, en sus propias lenguas ancestrales, hecho que expone la presencia del concurso en muchas regiones del país. También, a partir del contexto que suscitan los distintos escenarios donde grabamos y las diversas vestimentas que aparecen en cuadro, podemos ver cómo hay participantes de todas las clases socioeconómicas de nuestra sociedad. Ambas cuestiones juntas apuntan a una idea sustancial: al igual que no ha una edad para ser artistas, tampoco hay un color de piel, ni estrato social, ni una lengua para entregarse a al pensamiento y a la sensibilidad.

PRE - PRODUCCIÓN

Es el conjunto de actividades preparativas que se llevan a cabo desde la idea inicial hasta la disposición de los recursos que intervendrán en la siguiente fase. Eso incluye definir la idea inicial, establecer acuerdos sobre calidad y coste, y desarrollar el guión técnico, los desgloses, las localizaciones, el plan de trabajo, el presupuesto y la asignación de recursos. (Ortiz, 2018)

EL GUION

El guión de video es un documento que se utiliza para la realización de un audiovisual, también se puede decir que funge como una guía en la que aparece descrito todo lo que después saldrá en la pantalla con aspectos narrativos y técnicos.

PRODUCCIÓN

Periodo de rodaje de la la pieza audiovisual que procura llevar a cabo el plan desarrollado en el proceso de preproducción y previo a la postproducción.

ROLES DENTRO DEL RODAJE DEL VIDEO INSTITUCIONAL

Director: este rol es fundamental para direccionar la labor. Se presume que es el más relevante y, según Aldana (2010) “es la cabeza artística del proyecto. Su trabajo consiste en elegir al equipo artístico, proponer gente del equipo técnico, hacer los ensayos con los actores y la puesta en escena, así como la supervisión del montaje. Durante la fase de preparación ayuda a hacer el desglose de guión, en la planificación del proyecto y trabaja directamente con el ayudante de dirección quien hará el trabajo de supervisión dejando al director más tiempo para concentrarse en los elementos artísticos del film sin tener que preocuparse por los aspectos técnicos.” (p. 3)

En esta producción Gabriel tomará el rol de director. Bajo su directriz estarán las decisiones audiovisuales de mayor envergadura. A él se le confiará toda la línea gráfica. Darle vida al guion cumpliendo con las expectativas iniciales es el objetivo.

Por su parte, Santiago participará como asistente de dirección con licencias dentro de la toma de decisiones. Asesorar, criticar y sugerir son sus principales funciones.

Productor: “Es quien se ocupa de cómo, dónde, en qué tiempo se consigue el dinero, cómo se debe gastar y cómo lo va a devolver. (...) Hace un análisis del guión, propone ideas o cambios y estima si realmente la película es factible y rentable.” (Aldana, 2010, p. 4).

En este caso, la producción ejecutiva, a cargo de Santiago, se encargó de las cuestiones logísticas en términos de equipos, locaciones, transporte y demás aspectos relacionados con el manejo de las fuentes, la participación de las mismas, los permisos de grabación y otros aspectos del ‘detrás de cámaras’ del video institucional.

Camarógrafo: “Es la persona que maneja la cámara. Trabaja bajo la supervisión del director, organizando estéticamente el encuadre según la decoración, prepara los travellings y movimientos de cámara con el maquinista”, afirma Aldana (2010) dando a entender la capacidad adquisitiva de la realizadora. (p. 8)

La operación de cámara estará en manos de Gabriel y Santiago. Sin dejar de lado lo propuesto por Aldana, entendemos que refiriéndose a un equipo tan chico estaremos operando la cámara entre los dos primando el criterio de Gabriel.

Sonidista: Es aquel responsable de que todo salga en óptimas condiciones a nivel sonoro. Se encarga de cuidar la estética de los diálogos, la música, los volúmenes y demás aspectos auditivos. (Sierra, 2013).

Este rol lo asumirá Gabriel por su fino oído. Además, el estudiante se encargará de componer piezas musicales que entonen con armonía en la pieza audiovisual.

Editor: La edición, el proceso en que se recopila los productos en bruto del rodaje y se ensamblan siguiendo la narrativa establecida en el guion, está a cargo de Gabriel y Santiago. (Sierra, 2013).

PRODUCTOS FINALES

Anexo en una USB se podrán disfrutar tres videos institucionales de Historias en Yo Mayor de las fundaciones Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451 acompañado del soundtrack del proyecto compuesto por el estudiante Gabriel Santiago Guzmán.

Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso

En este video de apertura exploramos el concurso, su esencia y sus principales características. Se define qué es el concurso, cómo participar, el alcance del mismo y se exponen testimonios de los ganadores.

Video 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorios de Memoria y Escritura

En la secuela se exponen los lugares alrededor de Colombia a donde Historias en Yo Mayor ha llegado a generar espacios de lectura y escritura que dan vida a los textos que hacen las comunidades. Esto se traduce en un lugar de unión y comunidad en torno a la lectura con pautas y guías para que puedan hacer sus piezas literarias. Entre ellos se enriquecen los textos y encuentras lugares comunes para compartir.

Video 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo

Es una categoría paralela al concurso que se mueve por las principales regiones del país que han sido afectadas por la violencia. Cada año se escoge un lugar para llevar el proyecto y hacer un trabajo con la comunidad en donde se les empodere y puedan construir textos que enriquezcan la memoria histórica y les brinde un proceso de sanación con respecto a su pasado.

REFLEXIONES

Por nuestras capacidades e intereses, un vídeo institucional se acomodaba mejor para ser nuestra opción de grado. Resultó ser un ejercicio muy valioso para consolidar lo aprendido durante la carrera, sin embargo, el posicionamiento de los adultos mayores dentro de una sociedad líquida, fue, para nosotros, lo más valioso del trabajo.

En una sociedad que menosprecia a sus adultos mayores y que realiza incontables esfuerzos por mantenerse (o aparentar estar) joven, la importancia de proyectos como Historias en Yo Mayor se torna vital para el estilo de vida de los abuelos colombianos y la memoria histórica de nuestro país. Por ello, encriptar la identidad del proyecto no solo fue un servicio prestado dentro de una estrategia de comunicación institucional, sino también una forma de visibilizar una realidad importante para romper paradigmas alrededor de los adultos mayores.

Por eso, el aporte realizado nos llena de júbilo para afrontar la vida profesional. Pero también nos llena de conocimiento a profundidad sobre una de las herramientas comunicativas más importantes de las organizaciones: el vídeo corporativo.

Entendemos que el vídeo institucional es una representación audiovisual de la empresa que busca plasmar su identidad en imágenes y testimonios. De esta manera, es importante resaltar la armonía y la ventaja competitiva que aporta a la organización. Por ello, el vídeo corporativo es un insumo clave en cualquier estrategia de comunicación organizacional. (Galvis, Sanabria, 2013)

En términos del proceso de elaboración del producto, lo más retador fue la edición de todo el material recopilado. Fueron muchos los testimonios, las tomas de apoyo y las imágenes que valía la pena mostrar al público. Por ello, la curaduría fue extensa y los testimonios incluidos son los mejores para mantener una línea narrativa lógica y coherente. Además, de esta parte de la postproducción nos llevamos reflexiones muy importantes con respecto al valor de los detalles.

Siguiendo por la línea del proceso, un factor a resaltar fue la optimización del tiempo para cumplir con el requisito con calidad y prontitud. La eficiencia es un valor fundamental hoy en día y los equipos que utilizamos fueron minuciosamente escogidos

para lograr nuestras metas comunicativas con calidad, comodidad y optimizando los recursos a disposición.

En trabajo escrito o la sección teórica del trabajo también resultó ser un reto importante. Un reto que consideramos superado con éxito debido al alto contenido teórico, reflexivo y la versatilidad de herramientas (guión, comparación, marco teórico, etc.) utilizadas para llegar a conclusiones escritas que potencien, mejoren y estructuren el trabajo creativo.

Todo fue una labor muy bien lograda, pero lo que nos da la satisfacción de la labor cumplida es la visibilidad que le otorgamos al proyecto, a las fundaciones y, sobre todo, a los beneficiarios. Lo más importante fue mostrar a la persona detrás de la organización.

REFERENCIAS

Aldana, H. (2010). Roles en un equipo de Filmación. Taller de Cine. I.P.EACE. México. Recuperado el 12 de enero de 2019 en:

<https://tallerdecineeace.files.wordpress.com/2010/09/la-produccion-11.pdf>

Barlow, H. et al. (1990): Images and understanding: thoughts about images, ideas about understanding. *Cambridge University Press*. Cambridge.

Bobbio, N. (1997). De Senectute. Editorial Taurus. Madrid

Carrascosa, J. L. (1992): Comunicación. Una comunicación eficaz para el éxito en los negocios. *Ciencias de la dirección*. Madrid.

Cebrián, M. (1990) El video institucional y empresarial en España. *Ed. Ciencia y Distribución*. Madrid.

Freixas, D. (2013) El video institucional. *Página oficial de la Universidad de Palermo, Open Course*. Recuperado el 6 de junio de 2013 de http://www.palermo.edu/dyc/opencdc/opencdc2010_2/apuntes/EI%20video%20institucional069.pdf

Galindo, F. (2004). Comunicación audiovisual corporativa: Un modelo de producción. En F. Galindo. (Eds.), *Comunicación audiovisual corporativa cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones Imagen de portada del libro Comunicación audiovisual corporativa*. España: Publicaciones Universidad Pontificia.

Galvis J. y Sanabria M. (2013). Video institucional: Materia de Tibitó. Trabajo creativo Audiovisual. Chía. Disponible en:

<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/10786/JUANITA%20PAOLA%20GALVIS%20%28T%29%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, A. (2009) Guía del video institucional. Recuperado el 6 de junio de 2012 de <http://www.videoedicion.org/foro/index.php?topic=61140.0>

García, J. C. (2003). La vejez: el grito de los olvidados. *Plaza y Valdéz*. México.

Genovard, C. & Casulleras, D. (2005). La imagen de la vejez en el cine. *Iconografía virtual e interpretación psicológica*. Boletín de Psicología, No. 83, Marzo 2005, p. 7-20

Kantar, I. (2018) El adulto mayor colombiano y el consumo de medios. *Asociación Colombiana de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública*. Bogotá.

Lancetalent (abril 2004). Cinco razones para hacer un video corporativo. *Lancetalent Sección Blog* Recuperado el 23 de enero de 2019 en <https://www.lancetalent.com/blog/hacer-un-video-corporativo-negocio/>

Manrique, G. (2011) La Reputación en Cifras. Recuperado el 23 de enero de 2019 de <https://competitividadresponsable.wordpress.com/2011/06/21/la-reputacion-en-cifras/>

Martínez, B. (2006). Homo Digitalis: Etnografía de la Cibercultura, Colombia: *Ediciones Uniandes*. P. 75-82.

Ministerio de Interior (marzo 2013). Enfoque diferencial para personas mayores. *Personas Mayores*. Recuperado de https://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/7._enfoque_diferencial_para_personas_mayores.pdf

Ortiz, M. J. (2018) Producción y realización en medios audiovisuales. *RUA Universidad de Alicante*. Alicante. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73827/1/2018_Ortiz_Produccion-y-realizacion-en-medios-audiovisuales.pdf

Ramos, J. et al. (octubre - diciembre 2009). "Aportes para una conceptualización de vejez". *Revista de educación y desarrollo, sección Desarrollo*.

Ramos, I. & Carretón, M. C. (2012). Presencia y representación de las personas mayores en la publicidad televisiva: el caso español. *Revista Española de Geriatría y Gerontología*. Vol. 47. Núm. Páginas 45-9

Revista Dinero (Septiembre 2018). Colombia envejece: ¿los venezolanos ayudarán a resolver el lío? *Revista Dinero, Sección Tendencias*. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/cuantos-colombianos-estan-en-la-tercera-edad-segun-el-censo/261611>

Ruiz, M. & Aguirre, G. (2015). Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 21 (41), 67-96.

Sierra, G. (2013) Producción audiovisual. Colección fascículos digitales: Competencias en TIC, 6, 1-9. Recuperado el 10 de junio de 2013, de https://www.educ.ar/recursos/125400/competencias-en-ticpdf/produccion_audiovisual_3.pdf

Texel (agosto 2013). Videos corporativos: consejos para su realización. *Productora de videos corporativos y audiovisuales, Texel Filmmaking*. Recuperado el 6 de junio de 2013, de <http://www.texel.es/tecnico/videos-corporativos-consejos-para-su-realizacion/>

Twigg, J. (2004): The body, gender and age: Feminist insights in social gerontology en *Journal of aging studies*, 18, 59-73.

Urpí, C. (2000): La virtualidad educativa del cine a partir de la teoría fílmica de Jean Mitry, *Eunsa 1904-1988*. Pamplona.

Wild, O. (1890). *The Picture of Dorian Gray*. Dublín: *Planet PDF*.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de Actividades

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Actividad														
Investigación	X	X	X											
Construcción del Guion			X											
Aprobación				X										
Preproducción					X									
Rodaje						X	X	X						
Edición									X	X	X			
Análisis												X	X	
Reflexiones													X	
Presentación														X

Anexo 2: Presupuesto

Cotización para la producción de un video institucional.

Cliente	Fundación Fahrenheit 451 y Fundación Saldarriaga Concha
Tipo de producto	Video institucional
Objetivo principal	Exponer el proyecto Historias en Yo Mayor y asimismo a las fundaciones Fahrenheit 451 y Saldarriaga Concha, organizadores del proyecto, captando el interés de los <i>stakeholders</i> que rodean las organizaciones e invitarlos a conocer y participar del mismo.

Duración	16 minutos y 5 segundos
Cotización en pesos	7'520.000
Entrega de producto (fecha establecida)	Semana 13

Cotización Pre - Producción

	VALOR TENTATIVO	VALOR REAL
Investigación previa	\$240.000	\$100.000
Libreto	\$600.000	\$100.000
Dirección	\$2'800.000	\$600.000
Actores (si es necesario)	N/A	N/A
Vestuario (incluye maquillaje y peinado)	N/A	\$0
Alimentación	\$200.000	\$130.000
Transporte	\$80.000	\$80.000
Alojamientos	\$0	\$0
Gastos de producción	\$170.000	\$350.000
Otros	N/A	N/A
Equipos precio por hora	100.000 por 8 horas	\$0
1. Cámaras	(1'800.000)	
2. Luces	N/A	
3. Sonido	N/A	
Total en pesos	\$5'890.000	\$1'360.000

Cotización Producción.

	VALOR TENTATIVO	VALOR REAL
Valor hora de edición	\$40.000	
Locución	N/A	N/A
Tiempo aproximado	35 horas	35 horas
Otros	N/A	N/A
Total en pesos	\$1'400.000	\$570.000

Cotización Post – Producción

	VALOR TENTATIVO	VALOR REAL
Locaciones	\$0	\$0
Libreto	\$80.000	\$0
Material de grabación	\$100.000	\$0
Transporte	\$50.000	\$70.000
Otros	N/A	N/A
Total en pesos	\$230.000	\$70.000

VALOR TOTAL VIDEO

	VALOR TENTATIVO	VALOR REAL
Valor final	7'520.000	1'800.000

Anexo 3: Guión literario

Guión literario Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso

ESCENA 1

Sonido de cambio de canal en televisor viejo.

Animación en 'zoom in' de logo Fundación Saldarriaga Concha y enseguida logo Fundación Fahrenheit 451.

Voz en off Hernan Orjuela en programa mañanero de televisión.

Hay un tema interesante, Moni, para compartir con los televidentes, y es acerca de las historias y sobre todo las historias plasmadas en artistas -porque así son-, Historias en Yo Mayor.

ESCENA 2

INT- DÍA-TELEVISOR ANTIGUO

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor. A continuación se observa un televisor que lentamente se va encendiendo y sintonizando un canal en el que aparece un adulto mayor contando un fragmento de su historia.

Simón Muñoz Núñez (2do Lugar Historias en Yo Mayor 5).

Me llamo Simón Muñoz Núñez. Nací en Huicán en 1925 y voy a contarles un poema que compuso mi abuelo de lo que a él le sucedió en la Guerra de los Mil Días. Que dice así:

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

María Olga Perlaza (1er Lugar Historias en Yo Mayor 5)

Arrecuéstate en mi brazo. Te voy a arrullar con una canción con tu sonaja.

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

Manuel Esteban Anaya (Mención de Honor Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 4)

Esta canción la grabé de mi propia inspiración. Se llama 'La Chigunguña', esa enfermedad que está acabando, ese virus, con todos nosotros en el mundo.

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

ESCENA 3

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

En un primer plano se observa a uno de los concursantes sonriendo ante la cámara

ESCENA 4

Aún sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

Animación en 'zoom in' de logo Historias en Yo Mayor.

ESCENA 5

EXT- DÍA-PARQUE MARCONE, PRÓXIMO A LA FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

El proyecto Historias en Yo Mayor es un concurso de cuento y narración oral organizado por la Fundación Fahrenheit 451 y la Fundación Saldarriaga Concha. Este proyecto pretende visibilizar el talento de las personas mayores de 60 años de todo el territorio colombiano y exponer sus virtudes a la hora de contar historias bien sea de manera escrita u oral.

Después de presentar al director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara exponiendo el proyecto, se observan imágenes de “apoyo” de uno de los adultos mayores recibiendo un premio de concurso, una señora participante de los talleres de Memoria y Escritura hablando ante un auditorio, el primer plano de uno de los participantes de Leticia en medio de la premiación y una señora participante de los de talleres de Memoria y Escritura en medio de un encuentro entre niños y los adultos mayores, repartiendo obsequios a los pequeños. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 6

INT-DÍA-FUNDACIÓN SALDARRIAGA CONCHA.

Norma Sánchez (Gerente de Operaciones Fundación Saldarriaga Concha)

Historias en Yo Mayor es el resultado de un sueño conjunto y del trabajo de muchas personas, no solamente de las dos instituciones gestoras de la Fundación Saldarriaga Concha y la Fundación Fahrenheit 451, sino de todas las personas mayores en lo local, de los promotores de lectura, las bibliotecas.

Después de presentar a la Gerente de Operaciones de la Fundación Saldarriaga Concha delante de la cámara exponiendo el proyecto, se observan imágenes de “apoyo” de los talleristas, un grupo de adultos mayores de Leticia escuchando, un señor beneficiario de los talleres de Chocó participando ante el auditorio, un par de adultos mayores conversando entre ellos en medio de un taller en Bogotá, otra adulta mayor participando ante el auditorio, una promotora de lectura, y la imagen de la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo en la cual se han llevado a cabo varios talleres de Memoria y Escritura. Todo eso mientras ella habla.

ESCENA 7

EXT- DÍA-PARQUE MARCONE, PRÓXIMO A LA FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Una de las categorías más antiguas del concurso Historias en Yo Mayor es la categoría de cuento escrito. Las personas mayores pueden participar subiendo sus narraciones a una plataforma web que es WWW.HISTORIASENYOMAYOR.COM o deportando su cuento en las urnas de las bibliotecas públicas y casas de atención a personas mayores en el territorio colombiano.

Después de presentar al director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara exponiendo la categoría de cuento escrito y cómo participar en ella, mientras él habla se observan imágenes de “apoyo” de adultos mayores posando con su cheque ganadores del concurso y miembros de la fundación en medio de la ceremonia otorgando los reconocimientos. Tras presentar la animación correspondiente a la página web mientras la imagen de Javier Osuna vuelve a aparecer en pantalla, vemos diversas imágenes de primeros planos de adultos mayores con sus cuentos en la mano. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 8

INT-DÍA-SALA DE BIBLIOTECA LOCAL

Adela Franco (Ganadora cuento escrito).

Yo no esperaba que ganara, de pura verdad no esperaba. Ahí cómo les dije, para desahogarme un poquito escribí eso, pero para mí fue una sorpresa muy agradable. Yo no me las creía.

ESCENA 9

EXT-DÍA-BIBLIOTECA VIRGILIO BARCO.

José Orlando Ramírez (Ganador cuento escrito).

La experiencia del concurso de cuento fue el cuento en sí mismo, y que hubo un momento en que ya el cuento tomó posesión de mí, de un cuento que de un momento de inspiración, o ¡qué sé yo!, escribí hace varios años y después, gracias a este concurso, puede desempolvar, pulirlo y dejarme llevar por el mismo cuento.

ESCENA 10

INT-DÍA-BIBLIOTECA VIRGILIO BARCO.

Tomas de apoyo de los productos de los participantes

ESCENA 11

EXT- DÍA-PARQUE MARCONE, PRÓXIMO A LA FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

La categoría de narración oral pretende premiar el talento de las personas mayores para contar historias. Quienes quieren participar pueden hacerlo subiendo a la página WWW.HISTORIASENYOMAYOR.COM un vídeo que pueden grabar con una cámara inteligente de su celular o con una webcam de baja resolución. Esos vídeos son evaluados por un jurado y finalmente los vídeos seleccionados vuelven a ser grabados en formato profesional. Adicionalmente, aquellos vídeos que han sido consignados en la página de internet pueden ser votados por el público y se entrega un premio al vídeo más votado.

Después de presentar al director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara exponiendo la categoría de narración y cómo participar en ella , se observan imágenes de “apoyo” de un vídeo de un adulto mayor contando su historia ante una cámara de poca resolución en contraste con otros vídeos de adultos mayores grabados profesionalmente. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 12

INT-DÍA-SALA DE BIBLIOTECA LOCAL

Oliva Marmolejo (Ganadora narración oral)

El día que yo gané el primer concurso de narrativa yo creo que ha sido el día más feliz de mi vida, porque cuando yo me vi en esa pantalla allá en el teatro, no podía creerlo, lloré de la alegría de saber que yo con esa historia que me había cargado tanto pesimismo, tanta culpabilidad en mi vida y verme yo en esa pantalla, para mí fue lo más grande que me haya sucedido.

ESCENA 13

EXT- DÍA-PARQUE MARCONE, PRÓXIMO A LA FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Como resultado del concurso podemos afirmar que más de seis mil personas mayores han participado en las seis versiones del concurso Historias en Yo Mayor. Los ganadores y finalistas son compendiados en un libro de distribución gratuita que el mismo concurso elabora y distribuye en las redes de bibliotecas públicas aliadas del proyecto. Adicionalmente, las diferentes categorías del concurso entregan premios al primero, segundo, tercer lugar y cinco menciones de honor con premios en efectivo que van hasta los dos millones de pesos

Después de presentar al director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara exponiendo los resultados de los seis años del concurso, se observan imágenes de los adultos mayores en grupos grandes en distintas ciudades. Cuando menciona “ganadores y finalistas” se presenta a uno de ellos siendo registrado delante de otra cámara que lo filma, y cuando anuncia el libro del proyecto, este libro se ve en primer plano en un par de escenarios interactuando con las personas que habitan estos espacios. De esta manera, cuando habla de los premios, se presenta a los ganadores de Herencia de Mi pueblo en Leticia y a los ganadores de cuento escrito en la ceremonia en Bogotá, recibiendo sus cheques y posando ante otras cámaras. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 14

EXT- DÍA-JARDÍN DE UNA CASA EN ZULIA, NORTE DE SANTANDER

Fructuoso Velasco (Mención de Honor, Narración Oral Historias en Yo Mayor 6)

Fragmento final de su relato grabado profesionalmente.

Las almas buenas, por mal devuelven favores. No hablaba pero en su nefasta madrugada novembrina, nuestro legendario personaje lanzó a los cuatro vientos su único y último grito como despidiéndose de quienes le quisimos o le hicimos mucho daño

ESCENA 15

EXT- DÍA-CAMINO DE VEGETACIÓN EN ZULIA, NORTE DE SANTANDER

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

Se ve en una de imágenes de apoyo realizadas en el vídeo del relato de Fructuoso Velasco a él en un plano general alejándose de la cámara por ese camino hasta que la imagen se funde a negro.

Guión literario vídeo 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorio de Memoria y Escritura

ESCENA 1

Animación en 'zoom in' de logo Fundación Saldarriaga Concha y enseguida logo Fundación Fahrenheit 451.

Voz en off Hernan Orjuela en programa mañanero de televisión.

Hay un tema interesante, Moni, para compartir con los televidentes, y es acerca de las historias y sobre todo las historias plasmadas en artistas -porque así son-, Historias en Yo Mayor.

ESCENA 2

INT/EXT- DÍA INTRODUCCIÓN

Sonata de guitarra acústica compuesta para Historias en Yo Mayor con acordes completos y punteo. Mientras tanto, al ritmo de la sonata se presentan con mucho dinamismo una serie de imágenes de los participantes en las diversas regiones en las que ha llegado Historias en Yo Mayor. Asimismo, primeros planos de los rostros de los participantes y planos generales en los cuales se observan a estos en grupo. De igual forma, se observan ciertos cuadros de los adultos mayores interactuando con el libro del concurso.

Voz en off de adulto mayor. Fragmento de intervención en taller de Memoria y Escritura.

Les tendemos nuestros brazos, nuestros, y los del alma para todos.

Voz en off Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451). Fragmento premiación concurso Historias en Yo Mayor.

Cada vez yo veo una Colombia chiquita más grande en este concurso

Voz en off de adulto mayor. Fragmento de intervención en taller de Memoria y Escritura.

¿Qué haríamos nosotros sin ustedes?

ESCENA 3

Fin de la Sonata con punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.
En un primer plano se observa a uno de los concursantes sonriendo ante la cámara

ESCENA 4

Aún sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.
Animación en 'zoom in' de logo Historias en Yo Mayor Laboratorios de Memoria y Escritura.

ESCENA 5

INT-DÍA-FUNDACIÓN SALDARRIAGA CONCHA.

Norma Sánchez (Gerente de Operaciones Fundación Saldarriaga Concha).

Cuando pensamos en las personas mayores, decimos y reconocemos que son portadores de historia, de tradición e identidad de muchas comunidades, pero no

podemos asociarlos al pasado. Las personas mayores están presentes también hoy y son constructores de futuro, de sueños.

Después de presentar a Norma Sánchez delante de la cámara exponiendo el proyecto, se observan imágenes de “apoyo” de una de las adultos mayores dirigiéndose a unos niños de colegio en medio de un taller en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo, una señora participante de los talleres de Memoria y Escritura hablando ante un auditorio, el primer plano de otros participantes de ese taller, la misma señora que se dirigía a los pequeños recibiendo el reconocimiento de otro adulto mayor y un grupo de adultos mayores del taller riéndose entre ellos. Todo eso mientras ella habla.

ESCENA 6

INT-DÍA-FUNDACIÓN FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Los Laboratorios de Memoria y Escritura nacieron porque, como parte de la promoción del concurso, pensamos que era mejor focalizar los espacios de socialización del concurso para que la gente se relacionara con las bases, pero también para ofrecerles un acompañamiento quizás mucho más cercano de esas historias que venían elaborando o con las que querían participar.

Después de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara presentando los Laboratorios de Memoria y Escritura, se observan imágenes de “apoyo” de uno del grupo de adultos mayores del barrio Pablo Sexto en Bogotá, un tallerista entregándole el micrófono a una participante en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo para que ella intervenga, el primer plano de otro adulto mayor participando en Pablo Sexto y un tallerista escribiendo en el tablero. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 7

INT-DÍA-ESTUDIO DE FOTOGRAFÍA.

María Rojas (Asistente Laboratorio Bogotá)

Para mí es muy bueno porque me siento entre compañeras; Podemos dialogar. Como que cambia uno de estar en la casa en medio de las paredes y le va dando a uno como vida, como energía. Eso es muy sagrado.

ESCENA 8

EXT-DÍA-PARQUE PABLO SEXTO.

Carlos Gardner (Asistente Laboratorio Bogotá).

Cada uno cuenta la historia como la ha vivido, no contada la historia desde los libros de historia. Cuál ha sido la experiencia de cada uno en cada momento de la historia de Colombia, o de su vida o de sus episodios cotidianos, de ciudad donde ha vivido o pueblo donde ha vivido.

ESCENA 9

INT-DÍA- FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Son lugares de creación donde se tejen narrativas, pero también donde los participantes editan, comparten y socializan las historias que quieren compartir. Es como una especie de taller permanente pero también, como dicen algunos ganadores y quienes participan en estos laboratorios, como un motivador, un movilizador de neuronas.

Después de presentar al Director Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara continuando con la presentación de los Laboratorios de Memoria y Escritura, mientras él habla se observan imágenes de “apoyo” de una de las participantes de Bogotá leyendo su cuento a sus compañeros, otra participante en San Basilio del Palenque hablando, otra asistente de Bogotá con un niño de colegio delante de sus compañeros y, finalmente, otra participante de los talleres en Medellín leyendo su relato. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 10

INT-DÍA-LABORATORIO MEDELLÍN

Mercedes Arango (Asistente laboratorio Medellín)

Nos hacen entender que los viejos no estamos muertos, que los viejos no nos acabamos; que mientras nos podamos mover, pues trasladar de un sitio a otro sin ayuda, podemos usar el cerebro tanto o mejor que una persona joven. Entonces aquí nos dan alas, nos despiertan los sueños, nos reviven las ilusiones.

Después de unos segundos de compartir su experiencia en los laboratorios delante de la cámara, se observan imágenes de “apoyo” de los laboratorios de participantes de San Basilio del Palenque, un grupo de Bogotá en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo sonriendo, un participante de Pablo sexto escuchando atentamente y otra participante de Pablo sexto riendo con sus compañeros. Todo eso mientras ella habla.

ESCENA 11

INT-DÍA-FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Mauricio Díaz (coordinador Historias en Yo Mayor)

Los talleres son los que han permitido que muchas personas comprendan cuáles son los modos ideales para contar historias. Los saberes ellos ya los tienen, pero quizás necesitaban una serie de pautas que les permitieran contar adecuadamente esas historias.

Después de presentar al coordinador Historias en Yo Mayor delante de la cámara presentando los Laboratorios de Memoria y Escritura, se observan imágenes de “apoyo” de una participante de los talleres en Bogotá delante de su cuaderno y esfero, el primer plano de un portaminas en uno de los talleres rodeado de cuadernos, y otra participante sosteniendo una hoja que titula con colores “Queridos abuelitos”. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 12

INT- DÍA-SALÓN SAN BASILIO DEL PALENQUE

Participante laboratorio San Basilio del Palenque ante el auditorio.

Todos sabemos que ha sido una pareja esencial y una pareja de ejemplo.
Entonces quién tiene algo más que recordar

ESCENA 13

INT-DÍA-SALÓN COMUNAL PABLO SEXTO

Participante de los laboratorios de Pablo Sexto, Bogotá

Fragmento de uno de sus relatos.

El hombre demente duerme en el portal de un convento y durante el día deambula por el barrio. Ayer lo encontré sentado en el andén revisando un pantalón que alguien le regaló. Pensé: “¡qué bueno, pobre loco! Ahora puede cambiar su raído pantalón.” En unos minutos retorné por el lugar y ¡Oh, sorpresa! El indigente había cortado del pantalón recibido retazos para parchar el suyo.

Después de presentar a la asistente a los talleres en Pablo Sexto delante de la cámara leyendo el fragmento de su cuento, se observan imágenes de “apoyo” de un grupo de participantes en los talleres en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo, otras dos participantes de Pablo Sexto escuchando en un primer plano y un plano medio de un grupo de tres asistentes de los talleres en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo escuchando y tomando nota., Asimismo, tres asistentes de Pablo Sexto escuchando en primer plano y, finalmente, otras imágenes de grupo en algún salón de la biblioteca desempeñando esta misma actividad. Todo eso mientras ella lee en voz alta.

ESCENA 14

INT-DÍA- FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Habitualmente las personas mayores en nuestro país tienden a alejarse de sus amigos, a pertenecer alejadas, resguardadas en instituciones o en el seno de su familia, en casas; o víctimas del abandono. De alguna manera los Laboratorios de Memoria y Escritura construyen unos lazos que trascienden la institucionalidad y les pertenecen a las personas, y son ellas quienes eligen

reunirse para compartir sus saberes. Es un lugar donde se abren a la escucha, pero también donde entienden que su decir es importante. Se vuelven narradores de su propia vida.

Después de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara continuando con la presentación de los Laboratorios de Memoria y Escritura, se observan imágenes de “apoyo” de una señora riéndose con sus compañeros en un taller de la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo, el primer plano de un participante en Pablo Sexto leyendo su cuento y el plano medio de una señora levantando la mano en un taller en la biblioteca. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 15

INT-DÍA-FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Mauricio Díaz (coordinador Historias en Yo Mayor)

Hemos desarrollado Talleres de Memoria y Escritura en Bogotá, en Medellín, en Cali, San Basilio del Palenque, en el municipio de Andagolla, Chocó, en Versalles, Valle del Cauca; y digamos que estamos con la idea de seguir creando estos laboratorios.

Después de presentar al coordinador Historias en Yo Mayor delante de la cámara enunciando los lugares donde se desarrollan los Laboratorios de Memoria y Escritura, se observan imágenes de “apoyo” de un grupo en Pablo sexto reunido y de participantes de los talleres en la Biblioteca Julio Mario Santo Domingo. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 16

INT-DÍA- FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Estos laboratorios de memoria se hacen importantes en la medida que hoy en día los sostiene la misma comunidad. Las personas mayores son las que eligen cuáles son las temáticas que quieren tratar. Nosotros hemos hecho un proceso de acompañamiento y estamos orgullosos de ver ese proceso latir.

Después de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara comentando la importancia de los Laboratorios de Memoria y Escritura, mientras él habla se observan imágenes de “apoyo” de un grupo de participantes de los talleres en La biblioteca Julio Mario Santo Domingo entregando unos pequeños obsequios y uno de los talleristas en Pablo Sexto hablando al grupo de asistentes. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 17

INT-DÍA-SALÓN BIBLIOTECA JULIO MARIO SANTO DOMINGO

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor y sonido de aplausos.

Paneo de señora participante de los talleres en La biblioteca Julio Mario Santo Domingo al frente del auditorio abriendo sus brazos. El auditorio la aplaude hasta que la imagen se funde a negro.

Guión literario Vídeo 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo

ESCENA 1

Sonido de cambio de canal en televisor viejo.

Animación en ‘zoom in’ de logo Fundación Saldarriaga Concha y enseguida logo Fundación Fahrenheit 451.

Voz en off Hernan Orjuela en programa mañanero de televisión.

Hay un tema interesante, Moni, para compartir con los televidentes, y es acerca de las historias y sobre todo las historias plasmadas en artistas -porque así son-, Historias en Yo Mayor.

ESCENA 2

INT- DÍA-TELEVISOR ANTIGUO

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor. A continuación se observa un televisor que lentamente se va encendiendo y sintonizando un canal en el que aparece un adulto mayor contando un fragmento de su historia.

Albina Jaba (2do Lugar Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 6).

Yo me llamo Albina Jaba. Tengo 71 años y yo les quiero contar unos cuentos que pasaron en la vida real. El cuento se llama 'Una anaconda asesina'.

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

Rafael Cassiani (1er Lugar Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 4)

Los mayores advertían no meterse por el centro porque "allá está profundo y ustedes se pueden ahogar". Los jóvenes no saben obedecer.

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

Joaquín Murallari (Mención de Honor Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 6)

Y verdaderamente, "Uuuuuuuuu ayau mi pierna", decía. "Uy", está más cerquita, más cerca venía, más cerca "Uuuuuuu."

Sonido e imagen de televisor viejo cambiando de canal.

ESCENA 3

Sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

En un primer plano se observa a uno de los ganadores de Herencia de MI Pueblo sonriendo ante la cámara.

ESCENA 4

Aún sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

Animación en 'zoom in' de logo Historias en Yo Mayor Herencia de Mi Pueblo.

ESCENA 5

INT-DÍA-FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Mauricio Díaz (coordinador Historias en Yo Mayor)

La categoría Herencia de Mi Pueblo es un componente que nace más adelante -no está desde el inicio del proyecto-, en la que en esa necesidad de visibilizar historias que generalmente están perdidas, invisibilizadas, decidimos construir una categoría itinerante; una categoría que se pudiera mover alrededor del país, pero principalmente en lugares donde quizás confluyeron unas situaciones de violencia que de una u otra manera escondieron historias tradicionales o prácticas culturales de estas comunidades.

Después de presentar al coordinador Historias en Yo Mayor delante de la cámara exponiendo la categoría Herencia de Mi Pueblo, se observan imágenes de “apoyo” de Joaquín Murallari (participante de esta categoría) vestido de manera tradicional entre la selva. También se ve una imagen de cómo construye su vestido, otra imagen de él movilizándose a través de los árboles y, de igual forma, otra de él ante la cámara preparándose para empezar su relato. Asimismo, imágenes de otro ganador de Chocó contando su historia y, por último, imágenes de la ganadora Santa Farias en el Amazonas preparando el almuerzo. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 6

INT-DÍA-FUNDACIÓN FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Es importante decirle a quienes ven este vídeo que una de las primeras cosas que arrebató la guerra es la confianza. Herencia de Mi Pueblo trata un poco de restituir esa confianza para que la gente, más allá del miedo, se atreva a contar en regiones que están asediadas por la violencia aquellos saberes que les gustaría transmitir a otros, que les gustaría transmitir con el país.

Después de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara presentando Herencia de Mi Pueblo, se observan imágenes de “apoyo” en la

premiación en Leticia. En una de ellas se observa a uno de los ganadores de la selección contando su experiencia, asistentes riéndose, uno de los jurados hablando con un micrófono y los organizadores escuchando atentamente. De igual forma, se observa la imagen de uno de los ganadores de una edición pasada exponiendo su relato. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 7

INT-DÍA-CENTRO DE EVENTOS LETICIA

Antonio Bolívar (Jurado Herencia de Mi Pueblo)

Si no hacemos esto, estamos perdiendo nuestra cultura, nuestro valor, nuestra identidad. Es que mostrando nuestra cultura, nuestras historias, los sitios y manteniendo estos encuentros es una maravilla para todos, es un orgullo para todos.

ESCENA 8

INT-DÍA-CENTRO DE EVENTOS LETICIA

Joaquín Murallari (Mención de Honor Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 6)

Lo importante es que los jóvenes nos escuchen para que ellos algún día cuenten a sus hijos.

ESCENA 9

INT-DÍA-CENTRO DE EVENTOS LETICIA

Albina Jaba (2do Lugar Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 6).

Uno tiene que contarle a ellos para que ellos algún día quieran con esa experiencia decir: “mis abuelos me contaron esto aquí, pues yo también voy a aprenderlo”.

ESCENA 10

INT-DÍA-FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Mauricio Díaz (coordinador Historias en Yo Mayor)

En ese sentido estuvimos en la región de Montes de María, de San Jacinto, San Onofre, San Basilio del Palenque. Posteriormente, en otra versión estuvimos en el departamento del Chocó, en varios municipios que son aledaños al río San Juan. Nos pudimos reunir con personas afrocolombianas y con comunidades indígenas como los embera bonan, y también en nuestra tercera versión de Herencia de Mi Pueblo estuvimos en la ciudad de Leticia y en todas sus comunidades aledañas como comunidades tikuna, witoto.

Después de presentar al coordinador Historias en Yo Mayor delante de la cámara exponiendo los lugares dónde ha estado la categoría Herencia de Mi Pueblo, se observan imágenes de “apoyo” de los vídeos de los participantes ganadores. Entre ellos están algunos participantes de San Basilio del Palenque, otros participantes del Chocó y de comunidades indígenas. Por último se observan imágenes del video del ganador de Leticia.

ESCENA 11

INT-DÍA-CASA SANTA FARIAS, LETICIA, AMAZONAS

Santa Farías (Segundo lugar Herencia de mi pueblo, Historias en Yo Mayor 6)

En idioma ticuna: La Guaymitiera le dijo a los niños: “Ustedes van a meter los dedos en este huequito para yo saber si ustedes están gordos, pero ellos eran muy inteligentes y utilizaron las colas del mico y el ratón para disimular el grosor del dedo.

ESCENA 12

INT-DÍA-FUNDACIÓN FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

La esencia de Herencia de Mi pueblo tiene que ver con, yo diría que, transgredir los límites de la guerra y ver más allá de la guerra, para rescatar esos saberes

que son importantes: los verseros, los alabaos, lo gualíes en una cultura tan diversa como la nuestra.

Al cabo de unos segundos de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara hablando de la esencia de Herencia de Mi Pueblo, mientras él habla se observan imágenes de “apoyo” de los vídeos de los participantes ganadores de Leticia y del río San Juan. Todo eso mientras él habla.

ESCENA 13

EXT-DÍA-PATIO FRANCISCO MÁRQUEZ, MONTES DE MARÍA

Francisco Márquez (Segundo lugar Herencia de Mi Pueblo, Historias en Yo Mayor 4)

Ahora viene la del desplazamiento -que esa la dije ese día-. Desplazamiento... que salimos desplazados porque estaban mal, estaban matando a la gente. Entonces nos fuimos y entonces me dijeron que compusiera esa composición, una composicioncita y yo la saqué. Dice así -como nos quemaron las casas-, dice así: salí yo de mi casa bonita en busca de la comida, con mi buen corazón. Cuando regresé la encontré prendida, se volvió ceniza y carbón. Eso yo lo he pensado y todo el mundo lo piensa, que fuimos desplazados por la maldita violencia.

ESCENA 14

INT-DÍA-FUNDACIÓN SALDARRIAGA CONCHA.

Norma Sánchez (Gerente de Operaciones Fundación Saldarriaga Concha).

Las historias, la cultura, la narración oral logran romper diferencias de edades -de ideologías muchas veces- y logran encontrar ser un espacio que una, reuna y convoque a distintas personas. Son valiosos esos momentos de encuentro, reconocerlos y recuperarlos para que no se pierdan.

Después de presentar a Norma Sánchez delante de la cámara exponiendo el proyecto, mientras ella habla se observan imágenes de “apoyo” de la premiación del concurso en Bogotá, de uno de los adultos mayores asistentes a la premiación de Historias en Yo Mayor en Leticia y a una de las ganadoras pasando a recoger su reconocimiento. Por

último, se observa a una de las participantes de los talleres en la biblioteca Julio Mario Santo Domingo. Todo eso mientras ella habla.

ESCENA 15

INT-DÍA-FUNDACIÓN FUNDACIÓN FAHRENHEIT 451.

Javier Osuna (Director Fundación Fahrenheit 451)

Este concurso le apuesta al talento de las personas mayores porque está convencido que no existe una edad para ser artista, que no existe una fecha de caducidad para la creatividad. Nosotros hacemos este concurso junto con la Fundación Saldarriaga Concha y la Fundación Fahrenheit 451 porque estamos convencidos del talento de las personas mayores; y una vez esto se expone, suele romper con unos estereotipos que aprendemos socialmente de forma errada desde nuestra infancia. Creo que este es principal logro de este concurso: reválida el valor de la persona mayor, pero le permite a los jóvenes relacionarse de una manera distinta con ese saber, genera una manera distinta de relacionarse con las personas mayores que los rodean.

Después de presentar al Director de la Fundación Fahrenheit 451 delante de la cámara hablando de la esencia de Herencia de Mi Pueblo, se observan imágenes de “apoyo” de un grupo de adultos mayores escuchando un taller y a una persona mayor hablando en una ceremonia de premiación del concurso. Acto seguido la imagen de Javier Osuna vuelve a la pantalla y continúa con su discurso. Cuando dice “revalida”, aparecen una serie de primerísimos primeros planos en cámara lenta de ganadores del concurso en distintas versiones mirando directamente a la cámara. Todo eso mientras él habla.

Al terminar Javier Osuna su discurso, se observa la última imagen de esta serie y se escucha el sonido de punteo de guitarra representativo de Historias en Yo Mayor.

Anexo 4: Guion técnico

Guion Técnico Video 1: Historias en Yo Mayor - El Concurso

Número de Plano	Descripción	Valoración	Audio	Número de escena
1	Logos de la Fundación Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451	Zoom In	Televisor con estática - Voz Hernán Orjuela	1
2	Televisor antiguo con fulles de los ganadores del concurso	Primer plano	Fulles protagonistas	2
3	Concursante expresivo	Primer plano	Punteo de guitarra propio del estudiante	3
4	Logotipo del Historias en Yo Mayor	Zoom In	Punteo de guitarra representativo propio del estudiante	4
5	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Medio Corto	Voz Javier Osuna	5
6	Imagen de apoyo del evento de premiación	Plano Medio		
7	Imagen de apoyo del evento de premiación	Plano Medio		

8	Imagen de apoyo de participantes de la fundación	Primer Plano		
9	Imagen de apoyo del evento de premiación	Plano Medio		
10	Full - Norma Sánchez, gerente de operaciones Fundación Saldarriaga Concha	Plano Medio Corto	Voz Norma Sánchez	6
11	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
12	Imagen de apoyo evento de premiación	Primer Plano		
13	Imagen del apoyo evento realizado en Chocó	Primer Plano		
14	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
15	Imagen de apoyo evento de premiación	Primer Plano		
16	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Americano		
17	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio Corto		
18	Imagen de apoyo biblioteca	Plano General		
19	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit	Plano Medio Corto		

	451			
20	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
21	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
22	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Detalle		
23	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Medio Corto		
24	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano General		
25	Imagen de apoyo de los participantes en la biblioteca	Plano Detalle		
26	Imagen de apoyo evento de explicación del concurso	Plano General		
27	Imagen de apoyo evento de premiación	Primer Plano		
28	Imagen de apoyo evento de explicación del concurso	Plano Detalle		
29	Full - Adiel Franco, concursante	Plano Medio Corto		
30	Cuento Escrito	Plano Detalle	Voz Adiel Franco	8
31	Full - Adiel Franco, concursante	Plano Medio Corto		

32	Full - José Orlando Ramírez, concursante	Plano Medio Corto	Voz Orlando Ramírez	9
33	Imagen de apoyo de los productos de los participantes	Plano Detalle	-	10
34	Imagen de apoyo de los productos de los participantes	Plano Detalle	-	
35	Imagen de apoyo de los productos de los participantes	Plano Detalle	-	
36	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Medio Corto	Voz Javier Osuna	11
37	Imagen de apoyo manos de adulto mayor y dispositivo de grabación	Plano Detalle		
38	Imagen de apoyo participantes del concurso	Plano Medio		
39	Imagen de apoyo toma de videos	Plano Medio		
40	Imagen de apoyo participantes declamando	Plano Medio		
41	Imagen de apoyo participantes del concurso	Plano Medio	Voz Olivia Marmolejo	12
42	Full - Olivia Marmolejo, participante del concurso	Primer Plano		

43	Full - Olivia Marmolejo, participante del concurso	Primerísimo Primer Plano		
44	Full - Olivia Marmolejo, participante del concurso	Primer Plano		
45	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Medio Corto	Voz Javier Osuna	13
46	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
47	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
48	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano General		
49	Imagen de apoyo entrevistas realizadas a los participantes	Plano Medio Corto		
50	Imagen de apoyo del libro Historias en Yo Mayor	Plano detalle		
51	Imagen de apoyo del libro Historias en Yo Mayor	Plano detalle		
52	Imagen de apoyo reuniones de lectura	Plano General		
53	Imagen de apoyo reuniones de lectura	Primer Plano		

54	Imagen de apoyo evento de premiación	Zoom In		
55	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
56	Full - Fructuoso Velasco, participante del concurso	Primer Plano	Voz Fructuoso Velasco	14
57	Toma de cierre de un participación	Plano General	Punteo de guitarra propio del estudiante	15

Guion Técnico Video 2: Historias en Yo Mayor - Laboratorios de Memoria y Escritura

Número de Plano	Descripción	Valoración	Audio	Número de escena
1	Intro: Logos de la Fundación Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451	Zoom In	Voz Hernán Orjuela - Punteo de guitarra representativo autoría del estudiante	1
2	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
3	Imagen de apoyo concurso	Plano Medio		
4	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
5	Imagen de apoyo de la audiencia	Plano Medio		

6	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
7	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano Medio Corto	Punteo representativo en guitarra compuesto por el estudiante	2
8	Imagen de apoyo premiación del concurso	Primer Plano		
9	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
10	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
11	Imagen de apoyo declamación del cuento	Primer Plano		
12	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
13	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
14	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
15	Imagen de apoyo declamación del cuento	Plano Medio		
16	Imagen de apoyo biblioteca y club de lectura	Plano General		
17	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano Medio Corto		
18	Imagen de apoyo premiación del concurso	Primer Plano		
19	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		

20	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
21	Imagen de apoyo declamación del cuento	Primer Plano		
22	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
23	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
24	Imagen de apoyo escritura de cuento	Plano Detalle		
25	Imagen de apoyo declamación del cuento	Plano Medio		
26	Imagen de apoyo biblioteca y club de lectura	Plano General		
27	Imagen de apoyo de un participante expresivo	Primerísimo Primer Plano	Punteo de guitarra representativo propio del estudiante	3
28	Logotipo del Historias en Yo Mayor	Zoom In	Punteo de guitarra representativo propio del estudiante	4
29	Full - Norma Sánchez, gerente de operaciones Fundación Saldarriaga Concha	Plano Medio Corto		
30	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio	Voz Norma Sánchez	5

31	Imagen de apoyo evento de premiación	Primer Plano		
32	Imagen del apoyo evento realizado en Chocó	Primer Plano		
33	Imagen de apoyo evento de premiación	Plano Medio		
34	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	6
35	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Medio Corto		
36	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Medio		
37	Imagen de apoyo clase de escritura	Primer Plano		
38	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Americano		
39	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano		
40	Full - María Rojas, asistente al Laboratorio de Bogotá	Primerísimo Primer Plano	Voz María Rojas	7
41	Full - Carlos Gärtner, Asistente Laboratorio de Bogotá	Primer Plano	Voz Carlos Gärtner	8
42	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	9
43	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Medio		

44	Imagen de apoyo clase de escritura	Primer Plano		
45	Imagen de apoyo explicación del concurso	Plano General		
46	Full - Mercedes Arango, Asistente Laboratorio Medellín	Primer Plano	Voz Mercedes Arango	10
47	Imagen de apoyo evento de explicación del concurso	Plano Medio		
48	Imagen de apoyo evento de premiación	Primer Plano		
49	Imagen de apoyo de los participantes poniendo atención	Primer Plano		
50	Imagen de apoyo de interacciones entre los participantes	Primer Plano		
51	Full - Mercedes Arango, Asistente Laboratorio Medellín	Primer Plano		
52	Full - Mauricio Díaz, coordinador Historias en Yo Mayor	Plano Medio Corto	Voz Mauricio Díaz	11
53	Imagen de apoyo de los participantes poniendo atención	Primer Plano		
54	Imagen de apoyo de interacciones entre los participantes	Primer Plano		
55	Full - Mauricio Díaz, coordinador Historias en Yo Mayor	Plano Medio Corto		
56	Imágenes de una sesión de aprendizaje en San Basilio del Palenque	Plano Americano	Clase	12

57	Imagen de apoyo de los relatos	Primer Plano	Voz de la declamación	13
58	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Primer Plano		
59	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Primerísimo Primer Plano		
60	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Plano Medio		
61	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Primer Plano		
62	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Primerísimo Primer Plano		
63	Imagen de apoyo de los asistentes escuchando atentamente	Primerísimo Primer Plano		
64	Imagen de apoyo de los relatos	Primer Plano		
65	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	14
66	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Medio		
67	Imagen de apoyo clase de escritura	Primer Plano		
68	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano		
69	Full - Mauricio Díaz, coordinador Historias en Yo Mayor	Plano Medio Corto	Voz Mauricio Díaz	15

70	Imagen de apoyo exposición del concurso	Plano General		
71	Imagen de apoyo participante poniendo atención	Plano Medio		
72	Full - Mauricio Díaz, coordinado Historias en Yo Mayor	Plano Medio Corto		
73	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	16
74	Imagen de apoyo clase de escritura	Plano Medio		
75	Imagen de apoyo del final de alguno de los cuentos	Plano General	Aplausos	17

Guion Técnico Video 3: Historias en Yo Mayor - Herencia de mi Pueblo

Número de Plano	Descripción	Valoración	Audio	Número de escena
1	Logos de la Fundación Saldarriaga Concha y Fahrenheit 451	Zoom In	Televisor con estática - Voz Hernán Orjuela	1
2	Televisor antiguo con fulles de los ganadores del concurso	Primer Plano	Fulles protagonistas	2
3	Concursante expresivo	Primer Plano	Punteo de guitarra propio del	3

			estudiante	
4	Logotipo de Historias en Yo Mayor	Zoom In	Punteo de guitarra representativo propio del estudiante	4
5	Full - Mauricio Díaz, coordinador Historias en Yo Mayor	Plano Medio	Voz Mauricio Díaz	5
6	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Americano Angulación Nadir		
7	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Detalle		
8	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
9	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
10	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
11	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Americano		
12	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
13	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	6
14	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Primer Plano		

15	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Primer Plano		
16	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Plano Medio		
17	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Primer Medio Corto		
18	Full - Antonio Bolívar, participante del proyecto	Primer Medio Corto	Voz Antonio Bolívar	7
19	Full - Joaquín Murallari, participante del proyecto	Primer Medio Corto	Voz Joaquín Mullari	8
20	Full - Albina Jaba, participante del proyecto	Primer Medio Corto	Voz Albina Jaba	9
21	Full - Mauricio Díaz, coordinador Historias en Yo Mayor	Plano Medio		
22	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Primer Plano		
23	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio Corto		
24	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio	voz Mauricio Díaz	10
25	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio Corto		
26	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
27	Imagen de apoyo de contexto y actores	Plano Medio		

	sociales			
28	Full - Santa Farías, Indígena de la región	Plano General	Voz Santa Farías	11
29	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	12
30	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Detalle		
31	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
32	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano Medio		
33	Imagen de apoyo de contexto y actores sociales	Plano General		
34	Full - Francisco Márquez, participante del proyecto	Primer Plano	Voz Francisco Márquez	13
35	Full - Norma Sánchez, gerente de operaciones Fundación Saldarriaga Concha	Plano Medio Corto	Voz Norma Sánchez	14
36	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Plano Medio		
37	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Plano Americano		
38	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Primer Plano		
39	Full - Norma Sánchez, gerente de operaciones Fundación Saldarriaga	Plano Medio Corto		

	Concha			
40	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451	Plano Americano	Voz Javier Osuna	15
41	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Plano Medio Corto		
42	Imágenes de apoyo de los participantes en los talleres	Plano Americano		
43	Full - Javier Osuna, Director de la Fundación Fahrenheit 451			
44	Imágenes de apoyo de los participantes	Primerísimo Primer Plano		
45	Imágenes de apoyo de los participantes	Primerísimo Primer Plano		
46	Imágenes de apoyo de los participantes	Primerísimo Primer Plano	Punteo representati vo en guitarra autoría del estudiante	
47	Imágenes de apoyo de los participantes	Primerísimo Primer Plano		
48	Imágenes de apoyo de los participantes	Primerísimo Primer Plano		

