

EL AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA SOCIAL

García Ortega Diego Nicolás

Hernández Medina Natalia

Toro Cadena Diana Catalina

Tutora

Clara Inés García Valencia

Asesor Principal del Proyecto

María Isabel Cortés Cortés

PROYECTO DE GRADO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE SOCIEDAD, CULTURA Y CREATIVIDAD

PROFESIONAL EN MEDIOS AUDIOVISUALES - ÉNFASIS CINE Y T.V.

BOGOTÁ D.C.

2020

TÍTULO DEL PROYECTO	EL AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA SOCIAL
ÁREA DEL CONOCIMIENTO	ARTE, ARQUITECTURA Y DISEÑO
SUB-ÁREA DEL CONOCIMIENTO	ARTES VISUALES Y DIGITALES
GRUPO DE INVESTIGACIÓN	NARRATIVAS, CREACIÓN Y ESTÉTICAS
PALABRAS CLAVE	Sociedad, Cultura, Cine, Televisión, Desarrollo
MECANISMO DE DIFUSIÓN	- Artículos de divulgación - Página Web - Semillero Critik-ON - Convocatorias, Estímulos, Festivales y Mercados audiovisuales - Redes Sociales
DATOS DE LOS AUTORES	Diana Catalina Toro Cadena Cod. 1710010374 ditoroca@poligran.edu.co cata.toro25@gmail.com 3125252260 Natalia Hernández Medina Cod. 1710010596 nahernandez10@poligran.edu.co nathahm99@gmail.com 316 282 0504 Diego Nicolás García Ortega Cod. 1720010648 digarcia27@poligran.edu.co n.ort@outlook.com 319 424 7971
JURADOS	Rodrigo Francisco Martínez Moreno Daniel Ricardo Ruiz Quintero
CALIFICACIÓN	4.5

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	4
ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA	5
ESTADO DEL ARTE - MARCO REFERENCIAL	6
EL CINE QUE NADIE VE	6
¿QUÉ ES EL CINE SOCIAL?	7
¿CUÁNDO EL CINE SE CONVIERTE EN ALGO SOCIAL?	12
¿QUÉ PROCESOS TENEMOS QUE LLEVAR A CABO NOSOTROS COMO NUEVO TALENTO DE REALIZADORES CINEMATOGRAFICOS PARA GIRAR EN TORNO A LO SOCIAL?	14
¿QUÉ IMPACTOS HA TENIDO EL CINE SOCIAL?	15
¿CUÁLES SON LAS DIFICULTADES QUE ATRAVIESA HOY EL CINE SOCIAL?	17
LA TELEVISIÓN QUE NADIE VE	20
PRÁCTICAS CINEMATOGRAFICAS Y TELEVISIÓN SOCIAL EN COLOMBIA	21
LA TELEVISIÓN Y LO TRANSMEDIA EN COLOMBIA	23
USOS Y GRATIFICACIONES DE LA TELEVISIÓN EN LOS JÓVENES	24
TELEVISIÓN Y LA JUVENTUD COMO REALIZADORES	25
JUSTIFICACIÓN	26
OBJETIVOS	27
GENERAL	27
ESPECÍFICOS	27
METODOLOGÍA	28
CRONOGRAMA	42
CONTENIDO DE PROPUESTA	44
PROPUESTA DE ENTREGABLES COMPLETOS	44
TEASER	44
PARTICIPACIÓN EN CONVOCATORIAS	44
CERTIFICACIONES	44
WEBINAR	44

ESTADO DEL PROYECTO	44
VIDEO CÁPSULAS (5 DE 12)	44
LIBRO DE PRODUCCIÓN Y/O PROPUESTAS DE DOCUMENTAL E IDEA CREATIVA SERIE WEB	45
DOCUMENTAL	45
EQUIPO	45
PROPUESTA DIRECCIÓN DOCUMENTAL	45
SINÓPSIS	45
MOTIVACIÓN	45
FICHAS DE PERSONAJES	46
TRATAMIENTO AUDIOVISUAL	50
TEASER DOCUMENTAL	51
ESCALETA	51
NOTA DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA	53
NOTA DISEÑO DE PRODUCCIÓN	57
IDEA CREATIVA SERIE WEB	61
STORYLINE	61
DISEÑO VISUAL	62
DISEÑO SONORO	64
REFERENTES	64
CONCLUSIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68

RESUMEN

El proyecto hace referencia y se involucra al proceso llevado a cabo por el Semillero “CRITIK-ON: Reflexión sobre el audiovisual”, en los últimos dos años de trabajo, en unión al macroproyecto de la fundación Mil Colores para Mi Pueblo, “En Obra, Cultura en Construcción” y a 2 semilleros más, dedicados al trabajo con la comunidad e instituciones de La Dorada, Caldas. Gracias a esta posibilidad de trabajo directo con la comunidad, las estrechas relaciones de los estudiantes y la disposición extraordinaria para la investigación aplicada a los ejercicios y resultados de cada una de las visitas, se observó desde etapa muy temprana la oportunidad de exponer al audiovisual como una herramienta de uso social, para profundizar conceptualmente. Así nace el proyecto de investigación aplicada paralelo a los servicios y acciones del semillero, llamado “El Audiovisual como Herramienta Social” el cual se derivó para su estudio en dos vertientes según los medios en los que se enmarcan los productos así: CINE y TELEVISIÓN.

El estudio se centra en las dificultades por las que atraviesa en la actualidad los proyectos audiovisuales con fin social, preguntarnos por sus causas y qué se puede proponer como jóvenes realizadores para trabajar en este tipo de productos. Nuestro estudio se monta a partir de las dinámicas de una investigación-aplicada de metodología mixta, que hace uso de la revisión de cifras, entrevistas, y observación directa de algunas actividades propuestas por un equipo conformado por profesionales del medio audiovisual, docentes, estudiantes, gestores culturales y fundaciones, interrogados en entrevistas con apoyo de la bibliografía consultada, que nos ha llevado a consolidar no solo un documento de evidencia del camino sino dos obras producto de los resultados de dicha investigación como lo son 1 documental producto de la vertiente: “El Cine que Nadie Ve” con título tentativo: “El cine que nadie ve” y 1 serie web para Instagram de la vertiente “La Televisión que Nadie Ve” con título tentativo: “*Yo soy social*” que podrán responder la interrogante sobre el uso del audiovisual como herramienta social.

ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA

El siglo XXI es la era de lo digital, el universo audiovisual está presente en todo momento, la sociedad se digitaliza a paso acelerado acortando todo tipo de procesos y permitiendo una accesibilidad mucho mayor; se consumen contenidos de forma masiva y constante que fomenta la inmediatez en la información. Sin embargo, estos avances tecnológicos que han permitido encontrar la información de manera directa e inmediata, como lo muestra el entretenimiento casi sin restricciones ni limitaciones, la comunicación de un extremo del mundo al otro, entre otras cosas, no esconde el hecho de que siguen existiendo diversas situaciones a nivel social que afectan a la sociedad como la pobreza, corrupción, violencia, discriminación, calentamiento global, analfabetismo, etc. Hoy el universo digital y audiovisual ha posibilitado dar mayor visibilidad a dichas problemáticas, pero muchas veces se queda solamente como ventana de exhibición y no sobrepasa o intenta ir más allá de la divulgación.

El audiovisual tiene un poder enorme dentro de la sociedad, la gente tiene pantallas dentro de sus casas (televisores, ordenadores, celulares, proyectores...), utilizan plataformas como Netflix, Youtube, Spotify; al igual que redes sociales como Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter. Según Mintic (2020) en Facebook, Colombia ocupa el lugar número 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios, mientras que Bogotá es la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6.5 millones en esta red social. También asiste mucha gente al cine, solamente para 2019 según Proimágenes Colombia: Fondo cinematográfico (2020) en Colombia asistieron a las salas de proyección alrededor de 73,11 millones de espectadores; en todos estos espacios, virtuales y presenciales, ingresa gente de casi todas las edades a nivel global.

Diversos realizadores del medio audiovisual han intentado mostrar lo que pasa o ha pasado en diferentes contextos sociales, desde una postura de denuncia y de crítica, haciendo uso de estos medios. Sin embargo, muchos de estos contenidos no llegan a ser visibles, es por ello que este proyecto busca responderse la pregunta de: ¿A qué se refiere el “audiovisual social” específicamente en sus dos vertientes principales como lo son el cine y la televisión?, ¿qué repercusiones tiene dentro de la sociedad? y ¿cómo permea los procesos de creación, producción y gestión audiovisual?

EL CINE QUE NADIE VE

La cinematografía se ha entendido como la “captación y proyección sobre una pantalla de imágenes fotográficas en movimiento.” (R.A.E., 2020), fue concebida como un avance y aporte tecnológico para la sociedad, pero ha sido un medio que ha permitido explorar y perdurar narrativas de la historia y la memoria, como un reflejo de la realidad o a través de la ficción. Ha sido un arte que se ha involucrado y ha influido en la sociedad. Se ha permitido, dentro de sus posibilidades, convertirse en una ventana a lo que fue, es y podría ser la sociedad, así mismo, ha sido un instrumento clave dentro del desarrollo de la identidad colectiva, permeando diferentes ámbitos culturales, políticos, pedagógicos y sociales.

El cine como obra de arte, medio y espacio, se convierte en un fenómeno que se debe estudiar por todas las posibilidades que ofrece, no solo desde su proyección y la influencia que ejerce sobre el espectador, sino también desde su realización. Este proyecto está enfocado específicamente en conocer cómo el cine, más allá de lo estético y de lo artístico, funciona como herramienta social transformadora.

¿QUÉ ES EL CINE SOCIAL?

Para entender el concepto de Cine-Social primero se consideró la necesidad de entender ¿Qué es lo social? o al menos una aproximación al concepto, para ello se tomó en cuenta a Campos A.¹ (2008, p. 67) quien desde diferentes entrevistas que realiza, define “lo social” como:

<<procesos de relaciones e interacciones dadas a partir de la comunicación y el lenguaje que se manifiestan en significados compartidos entre sujetos. Todas aquellas relaciones que establecen las personas por su condición de seres sociales que hacen la vida humana. Implica la realidad interrelacional e interaccional entre los hombres y la sociedad en la cotidianidad>>

Asimismo Campos A. (2007, p. 89) expone en una tabla comparativa las diferencias entre “lo social” y “lo no social” a partir de las entrevistas que realizó:

¹ ALBA LUZ CAMPOS ALDANA - Trabajadora social, especialista en Docencia Universitaria y magíster en Desarrollo Educativo y Social.

TABLA 1. LO SOCIAL Y LO NO SOCIAL

Diferencias entre lo social y lo no social

LO SOCIAL	LO NO SOCIAL
● Y lo social son las relaciones que surgen cuando se trabaja con la tecnología y le dan calidad al trabajo mediante las relaciones y la comunicación. ● Establece relaciones dentro de un contexto. ● Lo social es lo que construye la humanidad. ● El sentido de lo humano y del mundo natural. ● Lo social requiere estar en comunicación con otros y de esa manera poder responder a sus necesidades en todo el ciclo de su vida. ● Lo social implica relación con otro	● La tecnología en sí misma. ● Los seres inertes, los que no tienen movimiento. ● Una relación de sometimiento, explotación y marginación o egoísta, interesada o manipulada no puede ser social, porque no busca el desarrollo de la persona, sino el beneficio de quien la establece. ● La guerra, la injusticia, el hambre, la miseria, las pobreza, el egoísmo, el maltrato, la violencia, la destrucción de nuestros recursos... La incapacidad de la gente para dar afecto, para ser tolerante, respetuoso del otro... ● No hay relación con otro, sólo conmigo misma. ● Podría ser todas aquellas cosas que hago conmigo misma y no como respuesta ni relacionada con otros.
Tabla 14. Diferencias entre lo social y lo no social. Recuperado de <i>EL CONCEPTO DE “LO SOCIAL” PARA EL TRABAJO SOCIAL: UNA MIRADA DESDE UN GRUPO DE PROFESIONALES EN EJERCICIO</i>. 2007 por Campos, A.	

La conclusión llega a que lo social no refiere solo a situaciones y exposición de problemáticas, sino que más allá de eso se entiende que lo social debe verse como la posibilidad de crear unas relaciones e intersticios, a través de los cuales la interacción con diferentes contextos (sociales, políticos, culturales, ambientales...) permite dar

testimonios y desarrollar oportunidades para la transformación y la solución a situaciones cotidianas de cada comunidad.

De esta manera se prevé un acercamiento a la definición del “Cine Social” a partir de autores como Paszkiewicz, K.², (2012, p. 237) quien citando a Thibaudeau (2007: 236) dice que:

<<el cine social abarca las películas que “ponen en escena disfuncionamientos sociales debidos a macro-estructuras socioeconómicas y que adoptan el punto de vista de los personajes afectados por ellas” y que además contienen una “denuncia social y una voluntad explícita por parte de los directores de producir una toma de conciencia e impulsar cambios”>>.

O Vereau, R.³, (2020, pp. 26, 58) que define el cine social, citando a San Julián (2010) como:

<<un relato narrado mediante imágenes y sonidos- que se construye escuchando a la sociedad y busca incidir en la misma, una vez terminada. El Cine Social utiliza la tecnología cinematográfica como herramienta de comunicación e intervención social. (...) bebe de la realidad (partiendo de análisis, historias y/o acontecimientos que se dan en la misma) y por lo tanto está al servicio de ella, además se compromete y se posiciona con los oprimidos, porque no es un cine para intelectuales, sino que tiene una vocación popular y además busca la reflexión y la acción del público>>

Con el mismo rigor se realizaron entrevistas a profesionales del medio audiovisual, docentes, gestores culturales y estudiantes, quienes desde su postura personal, campo de acción y experiencia intentaron aportar una definición de lo que es el cine social.

García, C.⁴ (2020) dice que es aquel que tiene preocupaciones por la denuncia de problemas sociales, está asociado a los documentales principalmente y tiene que ver con comunidades y con el quehacer de la sociedad. De hecho resalta que Colombia es un gran hacedor de cine social, pero sin embargo estamos acostumbrados a hacer denuncia social y quedarnos quietos. Se cuestiona si realmente es suficiente una película para movilizar a la gente alrededor de lo social y propone que, para dar solución a las problemáticas de una comunidad, se deberían montar procesos de orden transmedial que puedan además

² KATARZYNA PASZKIEWICZ es profesora de Filología Inglesa en la Universitat de les Illes Balears e investigadora en ADHUC—Centro de Investigación Teoría, Género, Sexualidad (Universitat de Barcelona).

³ REYMI KATERÍN VERAU REYES - Licenciada en trabajo social.

⁴ CLARA INÉS GARCÍA VALENCIA - Docente universitaria, Maestra en Bellas Artes con especialización en Pedagogía, Maestrando en Gestión Cultural y Producción Audiovisual.

de evidenciar, ser usados por la comunidad y darle continuidad a los procesos más allá de la película. Por último hace una anotación sobre el cine argumental y el juego de la ficción, afirmando que puede ser más contundente que la realidad misma, en vista de que la gente ya casi no cree en “realidades reales”.

Ríos, M.⁵ y Cendales, G.⁶ (2020) mencionan que el cine social puede ser una herramienta pedagógica que permite la discusión, compartir sensaciones y posturas críticas frente a temas sociales; nace por, para y desde la gente, encargándose de entregar, transmitir y compartir mensajes, posiciones políticas, sociales y económicas desde una postura más crítica que comercial. También consideran que el cine es una herramienta importante y poderosa que atrae a mucha gente y mencionan los procesos que llevan a cabo con su cine-foro a través del cual tienen espacios de encuentro y conversación con la gente para formar conciencia crítica, social, ambiental, acercar realidades y hacer memoria.

Por otra parte, Romero, A.⁷ (2020) expone que hay una preocupación por la relación entre las ciencias sociales y el arte que busca ser arqueología de las ciencias humanas, y el cine no es la excepción. Considera que la relación sociedad-arte es vital, dice que “el arte es la historia emocional del mundo” y que eso compromete situaciones sociales de toda índole. Considera indispensable hacer cine social porque “cada ojo explora, analiza y concluye de manera muy diferente y por ello el arte es un ente inagotable de relatos y de acercamientos entre la sociedad y el cine”.

de la Hoz, G.⁸ (2020) argumenta que uno de los puntos más importantes del cine social es “mostrar lo que las cadenas comerciales no muestran”, también afirma que cumple un papel fundamental para la educación, de manera que a los jóvenes se les borre el imaginario de “realidades que no son” y de este modo empezar a comprender el contexto en el que viven. Critica el hecho de que muchas veces las personas no se quieren ver al espejo, quieren negar la realidad y se conforman con otro tipo de contenidos, limitando las funciones del cine que van más allá de solamente entretener. Según él, el cine social está preocupado e interesado por contar “esas realidades sin cambiar nada sin cambiar nada, llegando a fuentes serias, escuchando también varias versiones y con un trabajo profundo de investigación”, además compara que a diferencia de producir para cadenas comerciales, el trabajo del cine documental social permite ciertas libertades de decir lo

⁵ MARIA FERNANDA RÍOS - Estudiante de Sociología (USTA), miembro del Teatro del Sur, Gestora de la casa cultural Casa Raíz.

⁶ GABRIELA CENDALES - Estudiante de Licenciatura en Inglés (UNAL), miembro del Teatro del Sur, Gestora de la casa cultural Casa Raíz.

⁷ ANDRÉS ROMERO BALTODANO - Realizador de cine y televisión, Docente Universitario.

⁸ GUSTAVO DE LA HOZ - Cineasta, Docente Universitario, Trabajador social con indígenas, Director en Ancestra Films.

que queremos decir y de contar esa verdad, sin las presiones del tiempo y los intereses comerciales o políticos de algunas entidades.

Complementando las ideas expuestas anteriormente. Muchas veces el término de cine social se cierra a ser entendido o asociado como producciones de tipo *documental*. Sin embargo, para este proyecto se considera que la *ficción* también puede ser herramienta social, partiendo de lo que cita y dice Rodríguez, V.⁹ (2012, pp. 4, 8) en su artículo:

<<La ficción es ilusión, sí, contiene ilusión pero al mismo tiempo, posee una tremenda solidez, hasta el punto de poder llegar a ser la imitación más verdadera que la realidad. Ambas, realidad y ficción, resultan fascinantes, se explican mutuamente pues son constructoras de hechos. A priori se podría considerar que frente a la historia real, es decir, la auténtica, la natural, se encuentra la ficcionada, la falsa, la parásita (Potter, 1998: 15). Sin embargo, el mismo psicólogo(...) argumenta que no existe tal sólida jerarquía. De ese modo, “la versión impresionista de una calle de París, saturada de impasto, es más auténtica que nuestra versión directa de ella, no transmitida por una mente creativa” (Fernández-Armesto 1999: 185). (...) Asegura el escritor Javier Macías que “la realidad más dura se sobrelleva mejor cuando al menos se empeña en parecer ficticia”.>>

Ya anteriormente García, C. (2020) mencionaba que el juego de la ficción puede ser más contundente que la realidad misma. Lo que permite entrever que este tipo de contenidos también pueden convertirse en instrumentos de denuncia y ventanas hacia posibles realidades y la realidad misma, que podría impulsar o motivar al llamado a la acción de los espectadores una vez abandonan la sala o terminan la película en cualquier dispositivo. No por ser menos directa (o Verité) que un documental, va a dejar de ser menos crítica y social.

Rodríguez, V. (2012, p. 10) cita y dice que:

<<tanto en películas de ficción como en documentales, se parte de una idea propia, de un interés personal, de una intención individual o compartida, es decir, de “la realidad subjetiva de las personas, aquello que nos hace especiales y universales” (Rafa Russo). (...) Es por ello que “una ficción puede ser mucho más verdadera que un documental y un documental puede ser mucho más mentiroso que una ficción” (Carlos F. Heredero) (...) Manuel García, nombre relevante dentro del mundo del documental, se planteaba -recordando las reflexiones hechas por el

⁹ Dra. VIRGINIA RODRÍGUEZ HERRERO - Doctora en Sociología, Licenciada en Antropología Social y Cultural y en Sociología.

escritor Luis Landero- el motivo de que las duras imágenes de las que se nutren los telediarios nos dejen tan indiferentes: “(...) es porque no están ficcionadas, porque no hay una narración; la ficción, la narración, muchas veces sirve para hacer llegar mucho mejor la realidad más dura” (...) es que, inevitablemente, “El cine y la ficción son todo, no hay cine sin ficción” (Jaime Chavarri) y no hay que olvidar que “una ficción es verdad” (Gonzalo Suárez).>>

Entonces, para cerrar este acercamiento al concepto del Cine Social, podemos decir que es aquel que, independientemente de si es ficción o documental, promueve prácticas de denuncia, transformación, crítica y posible solución a temas sociales en diversos contextos (políticos, culturales, ambientales, pedagógicos...) que hacen parte de la sociedad, de hecho nace de ella y a partir de la misma busca involucrarse como un agente activo que promueve prácticas de desarrollo local en las personas, a través de las relaciones consigo mismo, con otros y con su entorno; siempre busca mantener, por más dura que sea la realidad, la dignidad de los principalmente involucrados y no se debe pensar que el cine social solamente es en cuanto a sus contenidos, sino también en sus modelos de producción, gestión e implicaciones con el espectador y las comunidades.

¿CUÁNDO EL CINE SE CONVIERTE EN ALGO SOCIAL?

La naturaleza del cine es social, como lugar es donde confluyen un grupo de personas que se dirigen y comparten un mismo espacio para ver una película; como obra o película podría nacer de la necesidad, el deseo de mostrar la realidad y la posible solución o evolución de problemáticas en diferentes contextos, nace de la crítica y el análisis que respalda a una población o incluso algunas personas particulares. Es un tipo de cine que, sin buscar un beneficio propio y egoísta, intenta dignificar y mostrar las cosas como son. No busca convertirse en un “héroe”, mucho menos mostrarse ajeno a las situaciones, pero si busca aportar “a pesar de todas sus complejidades a nivel de producción, de distribución” (de la Hoz, G., 2020) en la sociedad.

Vereau, R., (2020, p. 27) menciona que el cine social tiene dos componentes que facilitan la intervención del trabajo social, que son: el Cine Foro y la Obra Audiovisual. El cine foro para MIN. CULTURA (2006) es “una herramienta metodológica que facilita y enriquece el diálogo entre el espectador y la obra audiovisual.” y la obra audiovisual para la D.N.D.A.¹⁰ (n.d.) es “Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contiene.” que en

¹⁰ Dirección Nacional de Derechos de Autor

este caso representa a la película (largometraje o cortometraje). Sin embargo, el cine también es espacio, y medio, varios investigadores dicen que <<la experiencia cinematográfica (...) sucede dentro de un contexto socio-cultural determinado y que, en razón de su apelación emotiva, ejerce una gran influencia a la hora de configurar actitudes sociales e individuales.>> (Pardo a.¹¹, 1998, p. 59).

La relación cine-espectador, o cine-sociedad como dice Romero, A. (2020), permite:

<<(…) mirarse en un espejo en el que la gente no se había mirado hasta ese momento, ver a otro al que le pasan cosas parecidas a las que le ocurren a uno (sirve también para desarrollar la empatía), que hace lo que uno podría hacer y no se atreve, nos lleva a preguntarnos sobre el sentido de la propia vida y por las decisiones tomadas. Los sentimientos se activan porque la película está especialmente pensada para ello. A veces un personaje te hace llorar porque te sientes reflejado en él o porque encarna lo que más deseas (Kohan, 2006). El cine como medio de comunicación social constituye un elemento complejo. Para su mejor comprensión y análisis, se realiza un acercamiento dentro de tres grandes apartados; tres aspectos de una misma realidad que nos hacen ver el fenómeno fílmico desde diversos ángulos: como arte, como espectáculo e industria y a través de sus espectadores. (...)

Desde sus inicios, el cine ha estado muy ligado al contexto social en que se produce y consume (...) Además de suponer un mecanismo de evasión de la realidad y de atesorar los intereses de una industria cultural, el cine se ha mostrado como un medio influyente en la sociedad en general y en sus espectadores en particular. Los datos apuntan a que tiene potencial en la manipulación de las percepciones, y este dato tiene importantes consecuencias en cuanto a las repercusiones de los contenidos, diálogos e imágenes que muestra. Los estudiantes universitarios se inclinan a favor de que el cine esté al servicio de la sociedad. (...) Si el cine es divulgador de valores que influyen en los espectadores, refleja una realidad social a veces alejada de la realidad y tiene poder para manipular las percepciones de los espectadores, es un medio de comunicación que tiene un gran potencial.>> (Morales B.¹², 2017, pp. 28-29, 40)

¹¹ Dr. ALEJANDRO PARDO - Doctor en Comunicación Audiovisual. Profesor de Producción de Cine y Televisión en la Universidad de Navarra.

¹² BEATRIZ MORALES ROMO - Doctora en Pedagogía, Máster en Estudios Interdisciplinarios de Género, Docente universitario.

Teniendo en cuenta la influencia que tiene el cine en la sociedad y la importancia del cine social, es de reconocer la gran responsabilidad que se tiene como realizadores audiovisuales. García, C. (2020) afirma que lo social es importante y es necesario que haya gente que tenga esa filiación, y deja en claro que no es algo que deba hacerse por negocio.

¿QUÉ PROCESOS TENEMOS QUE LLEVAR A CABO NOSOTROS COMO NUEVO TALENTO DE REALIZADORES CINEMATOGRAFÍCOS PARA GIRAR EN TORNO A LO SOCIAL?

Principalmente se debería mantener los principios básicos que fundamentan la realización de este tipo de cine, como ya se ha mencionado anteriormente. Cabe resaltar que en este tipo de proyectos “el director y aquellos que lo realizan tienen una preocupación más por el orden social que por el orden artístico o de la industria cinematográfica del orden de lo comercial.” (García, C., 2020) es por eso que como nuevos realizadores, al enfrentarse al terreno de lo social desde la cinematografía, se debe tener un gran compromiso, pues como expone de la Hoz (2020) “no toda la gente que está en el cine o que comienza a hacer el cine tiene ese compromiso” y sugiere que se debe ser consciente de todas las situaciones con las que se va a encontrar, que en muchas ocasiones llegan a ser difíciles, por ejemplo: en términos económicos y de seguridad.

Nunca se debería perder de vista la labor social que se quiere realizar más allá de la película, porque, y lo menciona García C. (2020), si solamente se va a seguir explorando la miseria ajena quizás dicha “exploración” (explotación) ni siquiera valdrá la pena ser vista. Vale la pena mencionar que “En Colombia adquiere la misma importancia que en cualquier territorio, llámese país o célula social, no es más urgente hacerlo en un país subdesarrollado como el nuestro que en Suiza” (Romero, A. 2020) debido a que siempre habrá una fuente inagotable de historias que giran en torno a lo social “la cantidad de problemáticas que tenemos sociales son inmensas, completamente desconocidas por la gente, (...) tenemos una gran responsabilidad y en lo posible, debemos dirigir nuestro cine a ese tipo de descubrimientos, de denuncias...” (de la Hoz, G. 2020) que pueda ser un medio de utilidad para la sociedad.

Como cineastas y comunicadores de ideas se tiene una gran responsabilidad social, que para Puttnam (Pardo A., 1998, p. 78), refiriéndose principalmente a los jóvenes cineastas, dice que se tiene una doble responsabilidad: la de promover y dirigir una industria rentable y la responsabilidad de no perder de vista que jugamos con la mente de las personas. Es por ello que desde esta profesión, desde la formación incluso, se debe tener muy presente las implicaciones que este arte y este medio, tiene con la sociedad, pues somos, como dice Morales, B. (2017, p. 31), “(...) parte integrante del proceso de formación de una primera identidad colectiva con gran poder socializador.”

Más allá de esa responsabilidad, se debe tener en cuenta con claridad con quiénes se está trabajando, principalmente aquellos que son ajenos al equipo técnico y creativo, pues al guiar esta profesión en una dirección hacia “lo social” se <<abarca una amplia y diversa gama de intervenciones con diferentes sujetos y grupos sociales como la familia, jóvenes, tercera edad, personas en situación de desplazamiento y enfermos, entre otros.>> (Campos. A., 2008, p. 59), debemos asegurar la dignidad de las personas, fomentar e impulsar a la toma de acciones que motiven al desarrollo local. Mostrar realidades sí, pero responsablemente.

¿QUÉ IMPACTOS HA TENIDO EL CINE SOCIAL?

Muchas veces, antes de tomar el riesgo de asumir un proyecto de cine social, surge la cuestión de saber si realmente el cine social está dando resultados positivos en la sociedad y en la industria, como se espera al inicio de toda producción audiovisual.

Se debe tener en cuenta que al referirnos al cine social, como se ha mencionado anteriormente, hay que tener en cuenta procesos que incluso van más allá de la película y que podría ayudar a resolver la incertidumbre. Para ello se observan procesos que utilizan el cine como herramienta pedagógica y de discusión. El caso de **CRITIK-AULA**, un espacio gestado por el Semillero CRITIK-ON de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, en el cual se llevan a cabo actividades a modo de Cine-Foros, Talleres/Webinars, Encuentros sincrónicos en torno al audiovisual. En los cine-foros se percibió a través de las proyecciones, como “*Agarrando Pueblo*”¹³ de Mayolo, C. y Ospina, L. (1977), que los asistentes demuestran, a través de sus comentarios, un rechazo a mostrar una realidad mal direccionada y mal intencionada que permean una visión negativa de toda una sociedad, expresan que los cineastas deben ser responsables de lo que muestran y cómo lo muestran, se dan cuenta que hay que ser críticos con lo que vemos, pues no siempre esa “realidad” en la pantalla es la verdadera o la más cercana a la real. También se proyectó “*Faces Places*”¹⁴ de Varda, A. y JR (2017), esta película permitió unas reflexiones sobre la importancia del arte en la sociedad y cómo se involucra para transformarla, estética y socialmente, surgen proposiciones acerca del cine como ente posible para la transformación de la sociedad.

A través del CRITIK-AULA también se implementó un taller en Diseño de Marca y Realización Audiovisual enfocado a empresarios y emprendedores de La Dorada, Caldas,

¹³ AGARRANDO PUEBLO (Mayolo, C. y Ospina, L. 1977) - Falso documental a través del cual se realiza una crítica en torno a los procesos que ejecutan algunos realizadores en algunos contextos, cayendo en pornomiseria, pornocine social como lo llama de la Hoz, G. (2020)

¹⁴ FACES PLACES (Varda. A y JR. 2017) - Documental sobre el viaje que emprenden los dos artistas por Francia encontrando espacios para ser transformados por su arte muralista.

que permitió resaltar la importancia de los recursos audiovisuales y narrativos para el desarrollo local empresarial, así como el interés por parte de las personas por aprender a hacer uso de estas herramientas técnicas y artísticas.

Otro caso a mencionar es el cine club **Cine Montaña**, ubicado en el barrio Potosí en la localidad de Ciudad Bolívar, dirigido principalmente a niños y jóvenes, que ha generado, según expresa Molina, D. (2020), discusiones y reflexiones sobre el territorio, además ha permitido promover el reconocimiento y apropiación de la identidad en los asistentes, a través de los ciclos que se gestan en el cine club. Molina, D. (2020) menciona que es un camino apropiado para la formación de públicos, lo cual es una de las grandes necesidades que tiene el cine social para su gestión, así mismo resalta el potencial pedagógico, metodológico y transformador que tiene el cine en la sociedad para fomentar, por ejemplo, una conciencia ambiental en las personas de la comunidad.

Un último caso observado es el de la casa cultural **Casa Raíz** del barrio Nueva Granada, en la localidad de Bosa, donde Ríos, M. y Cendales, G. son gestoras, y cuentan el impacto positivo que han obtenido, desde que iniciaron las proyecciones hace aproximadamente un año y medio, como por ejemplo brindar espacios alternos a las pantallas a las que “están conectados todo el tiempo (los jóvenes)” (Cendales G., 2020), que les ha permitido conocer el mundo desde otras perspectivas, reflexionar, formar conciencia crítica, conciencia social y conciencia ambiental.

«Lo que somos y lo que creemos ser, lo que vemos y creemos ver se deduce de los medios. El consenso se establece allí, donde todos confluimos» (Gutiérrez, 2007, p. 67). Puttnam dice que <<el cineasta debe hacer un uso legítimo de la capacidad “modeladora” del medio fílmico para configurar actitudes y mentalidades sociales de acuerdo a unos valores que redunden en bien de la comunidad misma, es decir, puede crear “una sociedad saludable, participativa, preocupada e inquisitiva” o, por el contrario, “una sociedad negativa, apática e ignorante”>> (Pardo, A. 1998, p. 79).

Ya se ha percibido el impacto que puede tener el cine en la sociedad, en el espectador, y especialmente para este proyecto el cine social. Adicionalmente se puede mencionar que también ha sido una herramienta útil en la construcción (o re-construcción) de la historia y la memoria, algo fundamental para la sociedad, como menciona Acosta-Jiménez¹⁵ (2018, p. 52) “el cine y la fotografía tomaron relevancia a la hora de configurarse en textos para la comprensión del pasado y el presente. (...) La cinematografía es una expresión que recoge el “sentido colectivo” de las manifestaciones políticas, sociales, económicas y culturales de un determinado momento del pasado y del presente que se visualiza en las

¹⁵ WILSON ARMANDO ACOSTA-JIMÉNEZ - Magister en Sociología de la Educación, Docente universitario.

imágenes audiovisuales. En la historia de las sociedades se evidencia cómo estas han generado formas de expresión por medio de las cuales se narran, se escuchan y se visibilizan las identidades, los conflictos, las disputas por poder y las transformaciones de los grupos sociales.”

Se podría concluir afirmando hasta este punto que el cine como herramienta social tiene influencia en diversos campos a través de procesos pedagógicos, investigativos, transformadores, históricos y artísticos, que van en pro de la búsqueda por un entorno mejor y la comprensión de las realidades que están o han estado presentes en la sociedad.

¿CUÁLES SON LAS DIFICULTADES QUE ATRAVIESA HOY EL CINE SOCIAL?

A pesar de ser una herramienta útil en procesos sociales, y tener tanta influencia en la sociedad, el cine social atraviesa un panorama dificultoso desde diferentes perspectivas como su realización, consumo y especialmente su distribución.

Se podría empezar revisando el CINE EN CIFRAS de Proimagenes (2020) quienes arrojan los siguientes datos: Durante 2019 se estrenaron 355 películas en salas de cine, de las cuales 48 fueron colombianas (23 dramas, 14 comedias, 8 documentales, 1 thriller, 1 de acción y 1 película de terror. Del total, 19 fueron óperas primas.) que representaron apenas el 14% en comparación con el cine extranjero. De las 48 películas apenas el 16,66% fueron documentales, el 83,34% fueron contenidos de ficción. La asistencia a películas colombianas en 2019 tuvo un aumento del 15,4% respecto a 2018, y representa apenas a 2,52 millones de espectadores en películas colombianas de los 73,11 millones de espectadores en Colombia en 2019.

Estas cifras nos permite inferir que:

1. *La producción nacional que llega a salas de cine es poca:* Esto puede deberse a que no hay una amplia producción cinematográfica en el país, y eso puede deberse a la falta de apoyos y recursos económicos que impulsen la industria cinematográfica nacional. Otro motivo por lo que puede darse este fenómeno es también quizás el difícil acceso a las empresas de distribución y exhibición del país con proyectos nacionales que cumplan con las políticas e intereses comerciales de cada entidad. Ergo, hace falta fortalecer, impulsar, promover y consolidar una industria nacional que logre apoyar estos procesos de creación y vean las alternativas y posibilidades de un cine que está más alejado de producciones como “*El Paseo*” (2010) cuya función es meramente el entretenimiento. <<(…) El medio cinematográfico es tan poderoso e importante que influye decisivamente sobre el modo en que vivimos y sobre el modo en que somos abandonados a la tiranía de las taquillas, o reducidos

al más bajo común denominador del gusto del público. Ese 'gusto' o 'apetito' del público está condicionado por una dieta que con frecuencia produce sólo malnutriciones emocionales.>> (Pardo A., 1998, p.81)

2. *Los contenidos de ficción son preferidos por los espectadores:* Esto a pesar de no ser una problemática directamente para la industria cinematográfica, lo puede ser específicamente para los proyectos documentales y esto se debe a la falta de formación de públicos para este tipo de contenidos, de la Hoz, G. (2020) propone que debería hacerse incluso desde los colegios. Así mismo en este apartado se propone salir del pensamiento de que el cine social es necesariamente documental y se invita a desarrollar contenidos de ficción que también giren en torno a lo social, dice y cita Rodríguez, V. (2012, pp. 9-10) que:

<<La realidad es creada y plasmada en forma de ficción a partir de otra realidad previa, de tal modo que se convierte en "una recreación de lo que uno quiere expresar, pero acudiendo a una gran cantidad de artilugios que dejan una gran libertad al creador" (Carlos Estévez) (...) "En cine, todo es ficción, cualquier cosa que hagas, tal vez encierre verdades esenciales, pero el planteamiento es ficción. Pasa lo mismo en un documental, uno está opinando de muchas maneras porque tiene un determinado acercamiento emocional hacia las cosas que narras, de manera que el mejor cineasta es el que mejor manipula y el mejor documentalista también" (Rodrigo Cortés)>>.

Entrevistados para este proyecto también han expuesto las dificultades que tiene el cine social:

de la Hoz, G. (2020) menciona que la mayor dificultad es la financiación, así como el hecho de que "no produce dinero (...) no es rentable", que como se ha mencionado anteriormente, el cine queda relegado a unos intereses comerciales que evitan que este tipo de producciones tengan una divulgación mayor. También denuncia que mucha gente "no se quiere ver al espejo, (...) quiere negar la realidad y se conforman con lo que ven en televisión, entonces, piensan que el cine lo que tiene que hacer es divertir" y por eso quizás este tipo de contenidos no se convierten en una primera opción para muchos realizadores, pues no tiene un gran público al cual llegarle (para lo cual ya se ha mencionado la necesidad de la formación de públicos) y presenta muchas dificultades a nivel de producción y distribución.

Romero, A. (2020) asegura que las escuelas y realizadores independientes han fortalecido mucho este área (el cine social) en torno a su producción, sin embargo apoya que la

problemática central son los dispositivos de distribución y exhibición. Ríos, M. y Cendales, G. (2020) aportan que a pesar de la escasez en recursos para realizar este tipo de contenidos, hay que apostarle a su calidad narrativa y técnica, porque aunque es verdad que los dispositivos de distribución para estos contenidos están por debajo de otro tipo de producciones más comerciales, se debe fortalecer su producción y la calidad en sus resultados.

Finalmente García, C. (2020) dice que una de las mayores dificultades que tiene el cine es la de movilizar gente alrededor de lo social, pues considera que no es suficiente una película para darle solución a problemáticas, sino que toca tener otros productos que le apunten también a eso, llevando el cine social a instancias transmediales e hipermediales. Sugiere necesario que aquellos que realizan estas producciones sean o tengan gestores culturales en sus equipos, y aconseja que es importante que haya gente con filiación a lo social (no por negocio), que el audiovisual se convierta en una necesidad y sea utilizado para trabajar con comunidades. También (y de la mano con de la Hoz) afirma que desafortunadamente en Colombia muchas veces la denuncia se queda en conmovernos y momentos después olvidar todo lo que vimos.

Por último, y quizás una de las dificultades/defectos más grandes a los que se enfrenta este cine es la pornomiseria, la cual a rasgos generales consiste en que existen directores o realizadores que actúan como unos vampiros sociales, se alimentan de la miseria del otro y se lucran de las problemáticas pero no aportan nada para su solución. Esto “ensucia” el nombre del cine social, deja mal representado a cualquier comunidad o persona y además, hace que se fortalezcan estereotipos y prejuicios que no deberían existir. Se convierte en otro verdadero problema social.

LA TELEVISIÓN QUE NADIE VE

PRÁCTICAS CINEMATográfICAS Y TELEVISIÓN SOCIAL EN COLOMBIA

En la actualidad los sistemas de información digital facilitan el acceso a los contenidos, al generar este primer acercamiento los resultados muestran ponencias, artículos y libros relacionados a la historia de la televisión en Colombia.

Para proceder a la selección se revisaron los abstracts y en caso necesario los artículos completos con el fin de decidir si la información que contenían estaba o no relacionada con nuestro objetivo base. Sin embargo, el enfoque que se le quiere dar a la revisión se hace a partir de los autores: *Jesús Martín-Barbero, Omar Rincón, Germán Rey, Mario Morales, Belén Igarzábal, Eduardo Gutiérrez, Carles Lamero, Germán Ortigón*. Pereira J. 2015 En la primera edición de la Cátedra Unesco de Comunicación Pontificia Universidad Javeriana, Este material toma pequeños segmentos de diferentes programas televisivos con fines exclusivamente investigativos y académicos. Texto en donde se recopila las ponencias de los conferencistas mencionados.

Según Rincón, Ó.¹⁶ (2020) “la televisión social empieza en la televisión que se hace desde el territorio, para el territorio, como una manera de conversaciones y reconocimiento del territorio. También podría decir que la televisión social es la que da cuenta de lo que son los movimientos sociales del mundo contemporáneo”

En la primera gran búsqueda encontramos que las prácticas cinematográficas se desarrollan en torno al cine. En Colombia el concepto de televisión abarca temas desde la economía, pasando por los análisis de audiencias, lo transmedia, la literatura; entre otros.

Ecuaciones	Fecha	# Documentos
All(televisión*Social AND Cinematografía* Colombia)	10/10/2020	362

Figura 1:Ecuaciones de Búsqueda prácticas cinematográficas y televisión social en Colombia

Entre los que se destacan y se mantienen 4 autores: *Jesús Martín-Barbero¹⁷, Omar Rincón, Germán Rey¹⁸, Mario Morales¹⁹*. (Gráfico 2), quienes explican en sus discursos, la televisión como representación de entornos sociales en contextos que develan determinadas

¹⁶ Omar Rincón. Periodista, académico y ensayista en temas de periodismo, medios, cultura, entretenimiento y comunicación política. Es Profesor asociado de la Universidad de los Andes (Colombia), director de la maestría en periodismo de la misma universidad y analista de medios del diario El Tiempo.

prácticas que afectan a la sociedad. Estas investigaciones sugieren a la vez, la selección de metodologías específicas para abordar el corpus de la imagen.

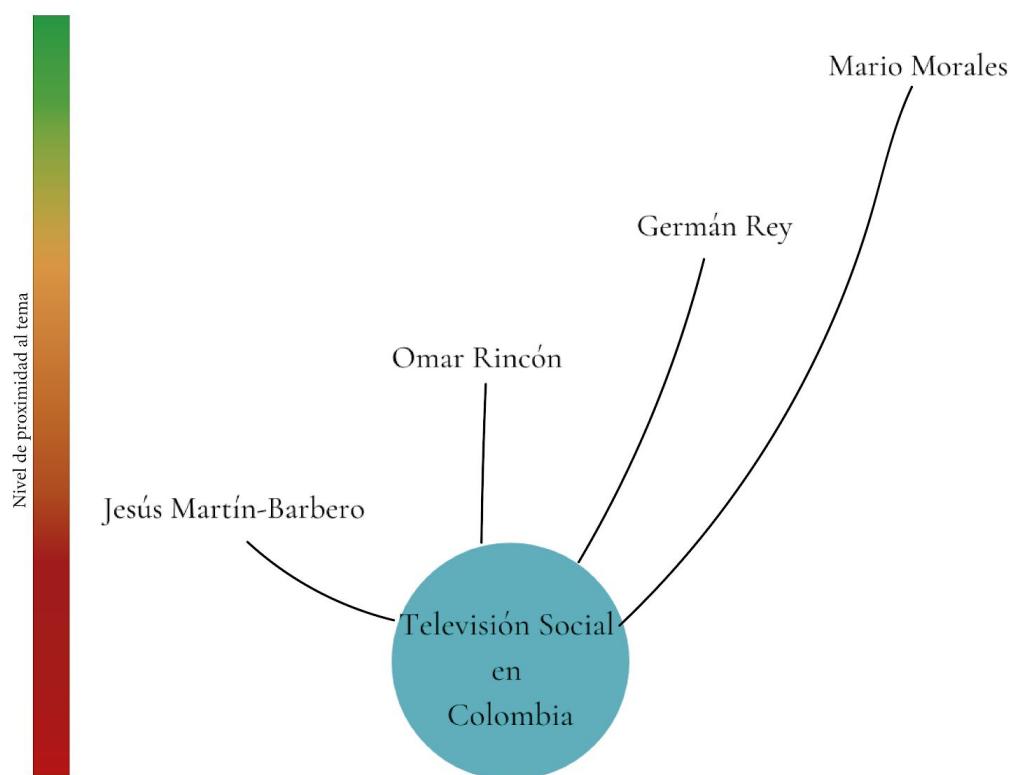


Gráfico 1 Nivel de proximidad al tema. Autoría propia

¹⁷ Jesús Martín Barbero. Estudió Filosofía en el Instituto de Filosofía de Lovaina, Bélgica, donde se doctoró en 1971, e hizo estudios de posdoctorado en Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París.

¹⁸ Germán Rey. Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia con estudios de doctorado en Psicología. Ha sido asesor del Ministerio de Cultura de Colombia en investigaciones relacionadas con las áreas de comunicación y cultura. Participó como ponente en el Primer Encuentro Internacional de Expertos en Cooperación Cultural en Madrid (UNESCO, 2007). Fue defensor del lector y crítico de tv en El Tiempo. En 2006 fue el director Académico del Seminario de Industrias Culturales celebrado en Buenos Aires (Aecid, OEI y ACERCA)

¹⁹ Mario Morales. Profesor Asociado de Tiempo Completo del Departamento de Comunicación. Magíster en Estudios literarios, con estudios en Comunicación Social - Periodismo y Especialización en medios y opinión pública. Ha sido periodista, investigador, columnista y cronista en medios de prensa, radio, tv e internet. Trabaja en la Línea de Investigación sobre Estudios del Periodismo, análisis televisivo y narrativas digitales

LA TELEVISIÓN Y LO TRANSMEDIA EN COLOMBIA

Los formatos transmedia se han convertido en una herramienta indispensable y actual para mejorar la oferta multiplataforma de la mayoría de las empresas televisivas y conectar con las peticiones de la audiencia, en especial niños y jóvenes. Para estas organizaciones la incursión y el desarrollo de este tipo de formatos permite ampliar su número de vistas, converger a la digitalización y crear nuevos contenidos.

Carles Lamelo²⁰ (2016) señala que las narrativas transmedia son un modelo ineludible de la comunicación y de los medios audiovisuales. la televisión sigue siendo el medio informativo más consumido casi a la par con la internet. al mismo tiempo, uno de los entretenimientos favoritos alrededor del mundo.

Los nuevos dispositivos, ambientes y mediaciones en la digitalización de la vida potencializan la construcción de nuevos discursos desde la recepción y producción y posibilitan generar un diálogo significativo en la sociedad como en la educación. a partir de nuevos modos de uso y apropiación transmedia televisiva en colombia.

el establecimiento de nuevas plataformas como las redes sociales crean y ponen en evidencia diferentes formas de interactividad de los usuarios en donde estos juegan un doble rol: son a la vez productores y consumidores de contenido (toffler, 1981). A esto le apunta las OTTS (over-the-top media services) en donde la producción, distribución y visualización no necesita a los proveedores de servicios televisivos.

ecuaciones	fecha	# documentos
all (televisión*social and transmedia* colombia)	15/10/2020	19

figura 2:ecuaciones de búsqueda la televisión y lo transmedia en colombia



NARRATIVAS TRANSMEDIA

²⁰ Carles Lamelo Varela es un periodista y locutor de radio y televisión español.

USOS Y GRATIFICACIONES DE LA TELEVISIÓN EN LOS JÓVENES

En un mundo globalizado avanza la tecnología, se producen cambios en nuestras formas de trabajo y convivencias que se manifiestan en nuestros hábitos cotidianos. La presencia de los medios de comunicación siempre ha sido de mucha influencia en la sociedad, en particular la televisión; principalmente en los niños y jóvenes. A medida que pasa el tiempo se van desarrollando nuevas historias que se despliegan a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, es aquí donde “las nuevas generaciones desarrollan una serie de competencias (transmediáticas) fundamentales para su vida social fuera de las instituciones educativas” Scolari, C²¹ (2014).

Muchos jóvenes no encuentran su espacio televisivo en la cultura adulta de la TV en Colombia, en ocasiones se desconoce si existe un grupo público joven entre los niños que ven programas infantiles y los adultos que ven noticias y novelas. Omar Rincon señala que la TV en Colombia celebra la juventud, pero no la respeta como audiencia ni responde a sus necesidades y expectativas. También dice que esto es necesario para un joven porque crea nuevas formas de hacer imágenes y construir la sociedad.

Los jóvenes son consumidores masivos del internet, es aquí donde la transmedia televisiva en Colombia genera diálogos creando un acercamiento, la problemática que se identifica es el tipo de contenido que se genera para esta audiencia, es necesario una creación de contenido que ayude a contribuir a la construcción de la sociedad.

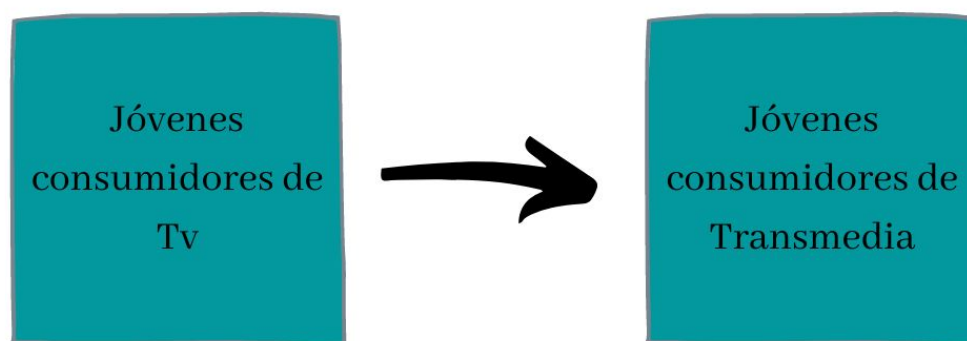


Gráfico 2 Equivalencia de consumo. Autoría propia

²¹ Carlos Alberto Scolari es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina) y Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università Cattolica di Milano (Italia).

Ecuaciones	Fecha	# Documentos
All (Televisión*Social AND Jóvenes* Colombia)	16/10/2020	7

figura 3 :ecuaciones de búsqueda usos y gratificaciones de la televisión en los jóvenes

Lo interesante de indagar sobre este punto, es que se puede llegar a conocer a determinada audiencia, las interacciones que formula a través de la televisión. ¿Qué ven los jóvenes? ¿Antiguos éxitos, series novedosas en plataformas Over-the-top media services.

TELEVISIÓN Y LA JUVENTUD COMO REALIZADORES

La recuperación de información respecto a este tema fue bastante compleja, las investigaciones son pocas, antiguas y extranjeras. A esto sumamos la variabilidad en los gustos, en la cultura, en el contexto, en las tendencias y en la constante en aumento de la inmediatez de la información.

Es válido destacar la investigación que realiza García, Leticia (2004) en contexto español, y donde propone en este artículo un breve análisis sobre la relación que se establece entre los jóvenes y la televisión en cuanto a programación, contenidos y mensajes.

Gracias a la nuevas tecnologías, los jóvenes han logrado abrir nuevos canales de difusión; plataformas como Vimeo, Instagram, Youtube, también se han creado espacios como festivales donde facilitan la visibilidad de los trabajos audiovisuales, los jóvenes se han dedicado y especializado en el entorno audiovisual para dar a conocer sus proyectos y dar el primer paso en su carrera como realizadores audiovisuales. Podemos evidenciar como se ha venido forjando una cultura en donde los nuevos realizadores no dependen de un canal o de una productora para que sus contenidos se muestren al público.

Desde hace varios años han aumentado las escuelas dedicadas a la formación audiovisual en Colombia donde la competencia ha aumentado, la cual genera en los jóvenes una competencia laboral donde buscan la estrategia de contar algo diferente a lo que se ha venido trabajando normalmente.

JUSTIFICACIÓN

La principal motivación para investigar este extenso y maravilloso tema han sido los acercamientos a comunidades que ha tenido el Semillero CRITIK-ON con la Fundación Mil Colores Para Mi Pueblo en diferentes lugares, como Chocó, Vegalarga y actualmente La Dorada (Caldas), donde nos encontramos desarrollando actividades actualmente. Este acercamiento a labores sociales, el contacto con diferentes tipo de personas nos empezó a generar interés para intentar entender cómo a través de nuestro campo de conocimiento podemos aportar al desarrollo local de una comunidad.

Es de este modo que empezamos a indagar sobre el audiovisual como herramienta social, intentando guiar la investigación a demostrar que no debería entenderse como medio exclusivamente para la visibilización de problemáticas, sino como instrumento para su posible solución.

OBJETIVOS

GENERAL

- Evidenciar las posibilidades y repercusiones directas, positivas y negativas del audiovisual en las comunidades, haciendo uso de diferentes medios, recursos y productos audiovisuales.

ESPECÍFICOS

- Cuestionar desde la acción, la definición del **audiovisual social**, con énfasis en **cine social** y **televisión social**, no sólo como medios para la evidencia de las problemáticas, sino como artefacto de solución.
- Aplicar el conocimiento adquirido para, a través de la narración y posterior a la investigación, crear dos piezas audiovisuales: (1) Una obra para cine de género documental. (2) Una serie web para Instagram dirigida principalmente a la población juvenil.
- Interactuar con el audiovisual como herramienta pedagógica en talleres, cineclubes, encuentros sincrónicos de visualización de cine y tv al tiempo que se producen conferencias, que crean lazos fuertes con las comunidades.
- Encontrar soluciones creativas al trabajo de campo con equipos reducidos y condiciones extremas para una realización audiovisual.
- Entender las implicaciones del cine y la televisión social en diferentes contextos.
- Crear una conciencia televisiva en los jóvenes colombianos (teniendo en cuenta que los canales no crean un contenido propiamente juvenil) por medio de la televisión social y demostrar que con ella se pueden divulgar problemáticas que afectan a nuestro país y a los distintos públicos.

METODOLOGÍA

Este proyecto parte de las lógicas de una investigación aplicada (I.A.). Se utiliza la investigación aplicada entendida como “la utilización de los conocimientos en la práctica, para aplicarlos en provecho de los grupos que participan en esos procesos y en la sociedad en general, además del bagaje de nuevos conocimientos que enriquecen la disciplina”. (Vargas, Z. 2009) Nuestra investigación es de carácter mixto (cuantitativo y cualitativo).

Se empieza con una *revisión bibliográfica* para caracterizar el problema de este proyecto, delimitarlo y buscar los antecedentes que se tienen al respecto. De esta manera se empieza a reunir la información necesaria para ampliar el marco referencial, definir conceptos claves del proyecto, se toman cifras, argumentos de autores y se empiezan a gestar otras técnicas para la recolección de datos y la aplicación del conocimiento. El recuento bibliográfico se hace a través de la exploración de artículos, tesis y entrevistas, principalmente con relación a países latinoamericanos o iberoamericanos, y también se contrasta con archivos y libros de diferentes autores.

Posteriormente, se realizan *entrevistas dirigidas* (semiestructuradas) a profesionales del medio audiovisual, docentes, investigadores, estudiantes, gestores culturales, con el fin de obtener información desde la experiencia en diferentes perspectivas en torno al cine social y la televisión social.

La *observación directa* también ha estado presente en las estrategias de investigación, a través de las actividades propuestas (cine-foros, talleres, encuentros sincrónicos para ver t.v.) y los espacios en donde la comunidad ha podido interactuar con el audiovisual, hemos podido recolectar algunos datos que han sido insumo para esta investigación.

El segmento de Televisión, al ser el más joven en la investigación, implementará estrategias como *entrevistas, encuentros sincrónicos para ver y comentar televisión, discusiones programadas, encuentros directos y virtuales para hacer seguimiento a la comunidad y capacitaciones*.

Toda esta recolección de datos posteriormente procede a su *análisis e interpretación* para las necesidades en cuestión planteados por este proyecto.

A continuación, las técnicas de investigación implementadas:

FORMATO PREGUNTAS ENTREVISTAS

PREGUNTAS CINE	PREGUNTAS T.V.
Principales: 1. ¿Cómo es su nombre completo y a qué se dedica? 2. ¿Qué es Cine Social? 3. ¿Cuál es la importancia del Cine Social? 4. ¿Cuál es la importancia del Cine Social en Colombia, en Bogotá y en una localidad como Ciudad Bolívar? 5. ¿Cuáles son las dificultades que atraviesa el Cine Social en Colombia? 6. ¿Por qué se debería seguir haciendo Cine Social? 7. ¿Es indispensable hacer Cine Social? ¿Por qué?	Principales: 1. ¿Por qué es importante la televisión social? Frente a la televisión social: 2. ¿Cuáles han sido los procesos transmedia? 3. ¿Qué es la televisión social?
Alternas: - ¿Cuál es la importancia del Cine Social en Colombia, en Bogotá y en una localidad como Ciudad Bolívar/Bosa? - ¿Qué actividades respecto al cine social conoce? - ¿Cuál es la importancia de esas actividades que desarrolla y porqué lo hacen? - ¿Qué implica hacer cine social y sus dificultades desde la posición de estudiante? - ¿Qué cree que haga falta para que el cine social sea más fructífero de lo que es hoy y cumpla esa función que en muchas definiciones menciona que debería cumplir? - ¿Por qué trabajar con niños y jóvenes y no con otro tipo de población? y ¿Cuál es el impacto	Alternas: N/A

que ha generado Cine Montaña para los niños y jóvenes que asisten al proceso? - ¿Cuál es el impacto que ha generado Cine Montaña en usted como gestora del proceso? - ¿Qué pasaría si cine montaña terminara sus funciones? ¿Por qué es indispensable realizar procesos de cine social?	
---	--

CONSOLIDADO RESUMIDO DE RESPUESTAS EN ENTREVISTAS

#	Fecha entrevista	Entrevistado	Conceptos clave extraídos
1	30/03/2020	García, C. 	¿Qué es? - Tiene preocupaciones por la denuncia, por la denuncia de problemas sociales. - Documentales preocupados sobre lo social. - Que tenga que ver con comunidades y con el que hacer de la sociedad Importancia: - Colombia es un gran hacedor de cine social, es un país de documentalistas - Estamos muy acostumbrados a la denuncia social y al quedarnos quietos. - A veces no es suficiente una película y para lo social nos vamos a una denuncia, mostramos el quehacer, salimos conmovidos y se nos olvida. - Puede ser más contundente que la realidad real, es que ya no nos creemos las realidades reales. Implicaciones/dificultades: - Poder movilizar gente alrededor - Procesos transmedia, precisamente porque toca tener muchos productos de esa problemática. - no es suficiente ya solo una película para poder solucionar, si es lo que se busca. - Lo social es importante, es necesario que haya gente que tenga esa filiación, que además no se hace por negocio

			- Lo político es bien importante pero porque nos permite ser seres que tenemos preocupaciones por todo el resto, por cómo nos gobernamos y cómo nos gestionamos unos a otros, pero no porque nos ganamos unos a otros - Los proyectos sean más del orden de lo transmediático, hipermedial, que tengan varios productos, que puedan al tiempo de evidenciar y usar una comunidad - Muchos de los documentales de uso social son más bien, el uso del problema para poder tener la disculpa de sacar una película que vaya a otros festivales y un logro más del director más allá de la preocupación por esa comunidad. - Creo que sí el director de lo social tiene que ser un gestor, y el productor tiene que ser un gran gestor cultural que sea capaz de dejar una solución luego de que se apaguen las luces y luego de que se termine el último plano. Que se salga de rodaje pero no se salga del problema. Entonces yo creo que sí hay ahí una continuidad y una gran necesidad. - No es indispensable, pero es muy importante tener gente que necesita lo audiovisual y que sabe usarlo para poder trabajar con las comunidades y sacarlas adelante. Es que lo importante en el cine social no es el director, ni los actores, es la problemática que se quiere exponer, entonces creo que desde ahí parten los problemas que se tienen con el cine social y las soluciones. ¿Por qué seguir haciéndolo? - Se debe seguir haciendo con la condición de que el director y aquellos que lo realizan tienen una preocupación más por el orden social que por el orden artístico o de la industria cinematográfica del orden de lo comercial. Porque ahí entonces es donde se mezcla en lo que ha tenido de problemático el cine social y es que se vuelve pornomiseria, ese proceso del evidenciar, desnudar al pobre y hacerlo visible de una manera grotesca y grosera y después salir e irse, y sigue el problema ahí.
	20/04/2020	Romero, A.	¿Qué es? - el análisis de situaciones sociales Importancia - "El arte es la historia emocional del mundo" y eso compromete obviamente las situaciones sociales

			de toda índole y mientras los historiadores analizan, los artistas sentimos y expresamos nuestra opinión de muchas maneras alrededor de nuestra mirada autónoma Importancia nacional - En Colombia adquiere la misma importancia que en cualquier territorio llámese país o célula social, no es más urgente hacerlo en un país subdesarrollado como el nuestro que en Suiza, porque lo que mueve esta relación sociedad-cine, son las miradas de autoras y autores que volviendo a tramos de la historia Implicaciones/Dificultades: - La problemática central para mí es el dispositivo de distribución y exhibición, ya que por producción la aparición de las escuelas han fortificado mucho esta área y si le sumamos realizadores independientes tal vez ese no sería el problema mayor ¿Por qué seguir haciéndolo? - Porque el "arte es la historia emocional del mundo" ¿Es indispensable? - Totalmente indispensable ya que cada ojo explora, analiza y concluye de manera muy diferente y por ello el arte es un ente dinámico inagotable de relatos y de acercamientos entre la sociedad y el cine.
2	22/04/2020	García, D.²² 	¿Qué es? - Representa a las comunidades - Le da una voz al pueblo - Forma de protesta, reflejar las realidades Importancia - El cine para mostrar estas realidades, para hacer una crítica, para reflexionar en torno a las situaciones que viven muchas personas, que vivimos nosotros como colombianos. Implicaciones/ dificultades: - No es visible, porque aquí en Colombia no hay un

²² DIEGO NICOLÁS GARCÍA ORTEGA - Estudiante de Medios Audiovisuales (con énfasis en Cine) y Artes de la Escena.

			modelo de distribución del verdadero cine colombiano, ese de calidad, ese que necesitamos ver, que nos representa en muchos lugares del mundo - No ha logrado ser notado realmente. - En el gremio todo el mundo conoce maravillosas películas de cine social colombiano, pero la gente que debería ver esto, que es el común, no tiene ese acceso tan fácil, porque no hay los medios, no hay el apoyo suficiente a la verdadera industria colombiana, no a la comercial de poca calidad narrativa, sino este cine que necesitamos ver, de hecho. Dificultades como estudiante: - El cine social simplemente es un medio que se hace para darle voz a algo que necesita ser escuchado, ya sea por medio del documental, ficción, etc. - Las implicaciones que tiene al nosotros ser estudiantes es primero, tener una investigación muy rigurosa, porque de todas formas tocar ese tipo de temas es delicado - Es muy delicado hablar desde una mirada ajena a las realidades de otras personas. - Llegar a personas y lograr que quieran dar su voz y quieran hacerse escuchar a través del cine. ¿Cómo lograr una mayor visibilidad? - Más apoyo, más conciencia, más creación de públicos hacia este contenido. Más mercados que compren este tipo de producto. - El cine social lo que necesitas es hacerse ver, y para hacerse ver necesita el apoyo, y para conseguir ese apoyo necesitamos concientizar a la gente de la existencia de este cine, de la necesidad de implementarlo en la sociedad, de la necesidad de mostrarlo al mundo y eso. ¿Por qué seguir haciéndolo? - Esto le da una voz a algo que necesita ser escuchado, porque esto es una forma de protesta, porque esto es una forma de mostrar una realidad y porque el cine social de todas formas implica la necesidad de un cambio en la sociedad. ¿Es indispensable? - Es necesario simplemente porque es social, y lo social nos concierne a todo el mundo, lo social nos
--	--	--	---

			muestra realidades, nos da voz, cambia, transforma, critica, revoluciona incluso, entonces es necesario por eso.
3	27/04/2020	Ríos, M 	¿Qué es? - Cine por, para y desde la gente, que se encarga de entregar, de transmitir, de compartir mensajes, posiciones políticas, sociales, económicas - Más crítico, menos comercial. Importancia - El arte es posibilidades de transformar y de entender nuestra realidad, nuestra propia realidad y la que nos toca de maneras muy distintas, hay cosas muy dolorosas que pasan en el mundo que si se nos cuentan un poco más artísticas, no es que dejen de doler, no es que ya no las sintamos, sino que nos construimos a nosotros otras posibilidades para resolverlas, para entenderlas, para discutirlos, para compartirlas y para encontrar en el otro esa posibilidad de apoyarnos, de darnos la mano, de solidarizarnos. - A formar conciencia crítica, a formar conciencia social, a formar conciencia ambiental y para hacer eso nos pegamos del arte - Transformar esa realidad que nos toca y nos va a seguir tocando unos cuantos años más - El cine social tiene que ser una posibilidad de acercar realidades, de acercarnos las realidades de otros... Somos un país de realidades muy difíciles pero sin memoria y eso es muy difícil... - El cine es la posibilidad de recordar esa realidad que nos pasa - El cine está grabado para que podamos repetirlo luego Dificultades - No debe ser tan fácil encontrar recursos para que ese cine social se cree, se grabe y se sostenga se difunda - El cine social también tiene que apostarle a eso, aunque haya menos recursos económicos, no debe ser de mala calidad, no debe ser de mal contenido, no debe estar mal grabado. ¿Por qué seguir haciéndolo? - A mí me parece que el arte permita hacer, decir y

			transformar cosas, es una razón obvia para que siga haciéndose
	27/04/2020	Cendales, G. 	¿Qué es? - Una herramienta pedagógica - Permite la discusión, compartir, sensaciones - Cine foro con la gente, con los vecinos, con la comunidad y con los niños Importancia - es un acercador de realidades - esta herramienta del cine nos da las diferentes posibilidades de mostrar las culturas y realidades, situaciones y lugares que jamás han visto, también los ayuda a entender cómo funciona el mundo desde otras perspectivas - crear un poco de conciencia crítica y conciencia social, estar consciente de que el mundo no es solamente uno, yo diría que el cine social es muy importante sobretodo en este país - nos ayudan a acercarnos un poco a esa memoria que es tan importante, - para llegar a ese utópico sentir de memoria o ese sentir social, en donde nosotros nos sentimos un poco menos egoístas y menos individualistas y pensemos un poco más en el resto, entonces yo sé que ese es el objetivo de ese cine y por eso es importante en ese país, en esta localidad Implicaciones/dificultades: - La distribución. También es la competencia, el cine social se le queda en pañales al cine comercial ¿Por qué seguir haciéndolo? - Yo diría que el cine social se debería seguir haciendo porque es una herramienta muy importante para seguir creando cosas como redes, conexiones dentro de una comunidad, es una herramienta bastante poderosa, sobretodo porque atrae mucha gente, entonces el cine social debería continuar. ¿Es indispensable? - Me parece que es una de las herramientas mejor vistas y más efectivas, por eso me parece importante seguirlo haciendo y que se haga, pero

			indispensable, no. - Igual sí me parece importante seguirlo haciendo y aprovechar todo eso que está ahí a nuestro alcance, en nuestro momento y a nuestro alcance para ser compartido además.
4	24/05/2020	Molina, D. 	¿Qué es? - El cine social es un escenario, una forma de hacer socialmente y políticamente, que funciona para poner discusiones, para movilizar a la gente, para aprender, para enseñar. Es una herramienta pedagógica fundamental desde el hacer, desde el verlo, desde el disfrutarlo - Puede promover colectividad Importancia - nos mostraron, como que nos dimos cuenta de varias problemáticas, de varias cosas que eran importante tratar. - los niños y las niñas pudieran tener un proceso de identificación colectiva, una construcción de criterio que es importante en contextos difíciles, en términos de tener la capacidad crítica, de ver la realidad, de aportar para la transformación, todas estas cosas que estaban transversalizadas. - Pusimos una peli que creíamos que era buena, que muchos niños y niñas no se han visto y que permitía unas discusiones distintas y más a fondo. - A partir de ahí nace la motivación de continuar de manera constante con el cine club y empezamos a organizarnos por ciclos. Agrupar en un ciclo las diferentes pelis de acuerdo a un tema grande que nos permita hablar de temas específicos, para que no sea solo las preguntas alrededor de la peli, sino que se direcciona hacia un tema. Gestiones por Cine Montaña - pero en la medida de esos ritmos nos hemos venido reuniendo, también en medio de la posibilidad de todo esto de la virtualidad, revisando las sistematizaciones, construyendo metodologías que nos puedan ayudar a volver a tomar el ritmo. Lo último que hizo cine montaña fue a principio de año, lo que estábamos haciendo era recordar las pelis que habíamos visto, estábamos en el ciclo de los sueños, volver hablar volver a reconocernos Dificultades:

			- Muchas veces la falta de equipos, estamos sin extensión y eso ha sido muchas veces lo que ha hecho que no podamos hacer cine club. - Nosotras proyectamos en la calle, no tenemos un espacio cerrado, entonces cuando hace mucho frío, cuando llueve y además la cantidad de polvo por el viento es también muy alta, entonces es también un fallo. ¿Por qué trabajar con niños? y ¿Cuál es el impacto que ha generado Cine Montaña? - Queremos trabajar con los niños y las niñas en un espacio que sea propio, en el que sean escuchados, en el que puedan hacer, proponer, y que puedan hacer y que los demás hagamos lo que ellos proponen es muy importante y fundamental, en términos de la construcción de identidad, en construcción de identidades colectivas que aporten a la transformación - Creemos, y además de que son sujetos que tienen una receptividad, con una voluntad de trabajo maravillosa, que también enriquece el proceso y también por lo que decía de que no tienen lugares activos en la sociedad, pues también están en un lugar de vulnerabilidad altos - Entonces ha sido un espacio de construcción y apropiación en el que los niños son felices, los niños y las niñas se sienten bien, se sienten escuchados. Creo que genera un impacto positivo, sobre todo porque hemos procurado que las metodologías que desarrollemos, los temas que tratemos sean muy cercanos a ellos y ellas Impacto como gestora - Un proceso que me enamora un montón, que me ha acercado a algo que conocía y hacía desde un lugar muy general, como el tema de proyectar pelis, hacer cine foros y demás, sino que me ha enseñado a ver películas, a buscar películas, a analizar películas, a ver otras cosas mucho más allá del argumento de los productos audiovisuales, sino de ver muchas cosas más allá, de la música, de los diálogos, de los personajes, ¿Por qué seguir haciéndolo? - Porque nos dimos cuenta que era importante ese procesos de reconocimiento propio, de que los niños y las niñas se dieran cuenta de que están en un tiempo de construcción de identidad, de identificarse con los demás, y así mismo a partir de los temas, de las pelis, de las cosas que nosotras hiciéramos, que los niños y las niñas
--	--	--	--

			podrían tener un proceso de identificación colectiva, una construcción de criterio que es importante en contextos difíciles, en términos de tener la capacidad crítica, de ver la realidad, de aportar para la transformación ¿Qué pasa si Cine Montaña acaba? - Te imaginarás lo que te he venido contando del proceso que está un poco quieto, nos ha embargado un poquito de manera - Se perdería mucho de lo trabajado si Cine Montaña dejara de funcionar, perderíamos nosotras en términos de lo aprendido, de lo planeado, sería un escenario muy triste.
5	13/11/2020	de la Hoz, G. 	¿Qué es? - El cine social es fundamental para la educación, para la divulgación y para aclararles la mente a muchas personas que viven confundidas, en unas realidades que no son - Me parece importantísimo que sea una propuesta de la gente joven y me parece también importantísimo porque esto es un compromiso que uno debe adquirir de hacer un seguimiento y acompañamiento al proceso que sigue porque eso va a quedar como un patrimonio Importancia: - Compromiso del arte con la realidad nacional - en todas las manifestaciones artísticas, - han estado siempre muy comprometidos con la realidad que está viviendo y con la historia del país, mucha gente no está de acuerdo con eso, - La gente piensa que es amargarse la vida si le contamos una historia verdadera esto tenemos que seguir haciéndolo - Soluciones a través de estas películas Dificultades - La financiación que es complicado - Lastimosamente no produce dinero ¿Cómo lograr una mayor visibilidad? - Hay que buscar alianzas - No es trabajo de una sola persona, eso es trabajo de mucha gente.

			- Formación de públicos desde los colegios - Y claro obviamente aprovechando los espacios en los barrios, los festivales, utilizando los salones culturales siempre va a encontrar espacios. - Cómo financiar un proyecto. ¿Por qué seguir haciéndolo? - Los colombianos sufrimos de pereza mental - No hay que desfallecer, hay que continuar insistiendo y si una película no funciona hay que hacer la otra ¿Es indispensable? - Cine tenía que tener una responsabilidad grande, que uno como cineasta manejaba un poder inmenso y que teníamos una gran responsabilidad frente a nuestro país, a nuestra gente, - Hay historias infinitas en este país que no se han contado - La cantidad de problemáticas que tenemos sociales, son inmensas completamente desconocidas por la gente, - Sí, tenemos una gran responsabilidad y en lo posible, debemos dirigir nuestro cine a ese tipo de descubrimientos, de denuncias y que sirvan de verdad para algo. - El cine es un vicio delicioso donde uno no puede parar de estar haciendo historias - Es una necesidad también muy personal que sentimos, de contar, de buscar, de indagar, de investigar y de divulgar.
6	26/10/2020	Rey, G.	¿Por qué es importante la televisión social? -La televisión progresivamente también mostraba lo que era Colombia, eso no había ocurrido antes. -La importancia de la TV está en la música, por los deportes, por mostrar las diversas regiones que componen este país. Mostrando desde el año 50 hasta nuestros días, a través de la información y el entretenimiento como era este país, que pasaba y visibilizar problemas y sectores sociales de los que no se hablaba.

			Frente a la televisión social ¿Cuáles han sido los procesos transmedia? - La relación entre lo social y lo transmedia, la TV era una especie de medio autónomo, era ella en su poder. pero cuando apareció la tecnología (Pc, internet, celulares, plataformas todo un ecosistema digital) los lenguajes ya no son tan autónomos, tan aislados sino los lenguajes son más en convergencia, es decir lenguajes transmediales, hoy en día se puede hacer una producción de Tv y a la vez un web comic, un podcast y a la vez un performance. - la articulación en lenguajes tan diversos es una de las posibilidades que hoy tenemos, cada vez más el lenguaje se vuelve transmedia, es decir, será una propuesta que articula. ¿Qué es la televisión social? -La TV cualquiera que sea su orientación es social Incluso, teleseries que se ven ahora tiene contenidos sobre problemas sociales muy complicados y muy interesantes ese es el primer planteamiento. -Hay televisión específicamente social que tiene unos propósitos, una naturaleza, unas estrategias y unos objetivos sociales.
7	29/10/2020	Rincón, O	¿Por qué es importante la televisión social? -la televisión social tiene como prioridad o como principio definitorio la sociedad en la que se encuentra la construcción de culturas ciudadanas y culturas comunes más que el solo hecho de entretener -Que la gente sea capaz de hacer otra televisión para ver si está de acuerdo. Pero que no es por qué este la otra mala sino que es para que además de eso amplíe su consumo cultural. ¿Cuáles han sido los procesos transmedia? -No hay forma de no hacer transmedia -diversidad de lugares de enunciación del mensaje

			¿Qué es la televisión social? -La televisión social empieza en la televisión que se hace desde el territorio, para el territorio, como una manera de conversaciones y reconocimiento del territorio. -la televisión social es la que da cuenta de lo que son los movimientos sociales del mundo contemporáneo Frente a la televisión social. - “televisión es un relato audiovisual basado en las estéticas del reconocimiento de estética de repetición y que se hace para el goce en la vida cotidiana” - Social: entiendo como social aquella televisión que se inscribe a un movimiento público social o sea que por una agenda para promover en lo que es la ambiental la que sea. -Aquello que es una televisión que está hecha para el encuentro de los ciudadanos en su territorio con sus historias y sus estéticas narrativas para construir espejos audiovisuales de lo que son.
Podrá acceder a las transcripciones de las entrevistas completas a través del siguiente enlace: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1t2z8S8m-gXC83ahJlIzFC-flhxpLREVB-d7PODpnIR4/edit?usp=sharing			

CRONOGRAMA

2020

No.	PRODUCTO	MES	8				9				10				11			
		SEM	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	VIDEO-CÁPSULAS	* 4 DE 12																
2	DOCUMENTAL	DES. & PRE												*				
3	SERIE-WEB								* DES. & PRE									
4	TALLERES	ESTRUCTURACIÓN												*				
5	ARTÍCULO DE CINE	INVESTIGACIÓN												*				
	ARTÍCULO DE TV	INVESTIGACIÓN												*				
	ARTÍCULO DE AUDIOVISUAL	INVESTIGACIÓN																

2020-2021

No.	PRODUCTO	MES	12				1				2				3				
		SEM	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	VIDEO-CÁPSULAS		*	** 8 DE 12															
2	DOCUMENTAL		* PRODUCCIÓN								** POSTPRODUCCIÓN								
3	SERIE-WEB		*	PRODUCCIÓN												**			
4	TALLERES		* IMPLEMENTACIÓN																
5	ARTÍCULO DE CINE		*	**															
	ARTÍCULO DE TV		*	**															
	ARTÍCULO DE AUDIOVISUAL		* REDACCIÓN																

2021

No.	PRODUCTO	MES	4				5				6				7			
		SEM	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	VIDEO-CÁPSULAS	**	12 DE 12															
2	DOCUMENTAL	**	GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN															
3	SERIE-WEB	** POST-PRODUCCIÓN										GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN						
4	TALLERES	*IMPLEMENTACIÓN										INFORMES Y RESULTADOS						
5	ARTÍCULO DE CINE																	
	ARTÍCULO DE TV																	
	ARTÍCULO DE AUDIOVISUAL	*REDACCIÓN										**CORRECCIONES Y PUBLICACIÓN						

RECEPCIÓN TRABAJO DE GRADO: **11 DE DICIEMBRE DE 2020**

SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO: **18 DE DICIEMBRE DE 2020**

ENTREGA FINAL PROYECTO COMPLETO EN DIGITAL: **PRIMERA SEMANA DE AGOSTO DE 2021**

CONTENIDO DE PROPUESTA

PROPUESTA DE ENTREGABLES COMPLETOS

TEASER

- EL CINE QUE NADIE VE (DOCUMENTAL)
- TELEVISIÓN SOCIAL Y JÓVENES (SERIE WEB PARA INSTAGRAM TV)

PARTICIPACIÓN EN CONVOCATORIAS

- CONVOCATORIA DE INICIACIÓN CIENTÍFICA (I.U.P.G.) - Cofinanciación de proyectos de semillero 2020 - Código del Proyecto IC2020-FSCC-NCE-58 / Acta No. IC-CIGV-2020-58
- BECA DE APOYO A LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS AGENTES DE LAS ARTES, EL PATRIMONIO Y/O LA GESTIÓN CULTURAL (S.C.R.D.):
<https://drive.google.com/file/d/1L1kei9lnS2MYiuk5JWk1INDWGPwzVv6w/view?usp=sharing>

CERTIFICACIONES

- CURSOS REALIZADOS EN LA PLATAFORMA “FORMA” DE LA S.C.R.D EN GESTIÓN CULTURAL:
https://drive.google.com/drive/folders/1vgufwHghml1i4-_M1XTERPB0ZnZ85lv7?usp=sharing

WEBINAR

- VIDEO RESUMEN - PRIMER WEBINAR REALIZADO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA DORADA ENFOCADO A EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES, CONTENIDOS EN DISEÑO DE MARCA Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL ENFOCADO A PRODUCTO.

ESTADO DEL PROYECTO

VIDEO CÁPSULAS (5 DE 12)

- | | |
|----------------|-------------|
| ● EXPECTATIVAS | ● FACTOS |
| ● EN OBRA | ● CRITIK-ON |
| ● FORMALETA | |

LIBRO DE PRODUCCIÓN Y/O PROPUESTAS DE DOCUMENTAL E IDEA CREATIVA SERIE WEB

DOCUMENTAL

Nombre tentativo: *El Cine que Nadie Ve*

EQUIPO

Nicolás García - *Productor General*

Richard Serna y Natalia Hernández - *Dirección y Montaje*

Catalina Toro - *Producción de Campo*

Jeisson Novoa - *Diseño de producción*

Juan Pablo Castillo - *Dir. de Fotografía*

PROPUESTA DIRECCIÓN DOCUMENTAL

Como estudiantes de medios audiovisuales tenemos la conciencia del potencial transformador de la cinematografía (def. rae) en la sociedad, por lo que la preocupación de una Colombia de consumidores y realizadores que no entienden la sala de proyección y el producto más allá de un entretenimiento; nos lleva a la investigación sobre la cinematografía social, convencidos de que esta exploración crítica y el desarrollo de un producto puede abrir espacios para el CINE QUE NADIE VE.

SINÓPSIS

Un grupo de estudiantes de medios audiovisuales nos cuenta cómo en su deseo por hacer cine y participar en el trabajo social desde su semillero de investigación, redescubren las capacidades de la cinematografía para contribuir a la sociedad actual

MOTIVACIÓN

La principal motivación es contribuir socialmente, este proyecto nos permitirá crear un producto audiovisual que tiene el objetivo de demostrar y visibilizar que Colombia ha sido precursor y cuna del cine documental y, dentro de este, del cine social. Tenemos como propósito adentrarnos e involucrarnos en procesos que nos ayuden a evidenciar de dónde proviene la importancia del cine social para Colombia, por ello incluimos preguntas que nos llevarán a cumplir este propósito. Además, se pretende, con estas mismas, conocer cuáles son los frutos que el cine social ha dejado en los distintos ámbitos de la sociedad.

Decidimos investigar la cinematografía social, convencidos del cambio que puede generar la crítica y la construcción de una nueva visión de la cinematografía.

Adicionalmente, nuestro objetivo apunta a dejar clara la importancia que cobra el cine social más allá de lo estético y de lo artístico. Un cine que no solamente se muestre si no que se muestra para transformar. Finalmente, resaltar que el director no solo tiene que preocuparse por vender o por la estética cinematográfica, sino por que ese cine social genere un cambio a la problemática que está retratando.

FICHAS DE PERSONAJES

CLARA INÉS GARCÍA <i>Docente Maestrando en Gestión y Producción Cultural y Audiovisual, Gestora del Proyecto EN OBRA: CULTURA EN CONSTRUCCIÓN, Líder del Semillero CRITIK-ON</i>	
Desde su papel como docente líder del Semillero CRITIK-ON, el testimonio de Clara Inés será el hilo conductor del documental (guía documental). Dándole un claro inicio, nudo y desenlace guiado al mensaje que se quiere transmitir.	

MATEO IZQUIERDO <i>Egresado de Medios Audiovisuales con énfasis en Cine, miembro Senior/Fundador del semillero.</i>	
Desde su posición como egresado, profesional y como miembro fundador del Semillero CRITIK-ON, Mateo aportará al documental la manera en que nació este espacio. Además, expondrá las vivencias y experiencias que ha dejado el trabajo del semillero.	

EDWIN RODRÍGUEZ

Creador y Director/Fundador de la Fundación Mil Colores Para Mi Pueblo

Como miembro de Mil Colores Edwin se encargará de contar para el documental cuál es el trabajo de su fundación, el interés que posee por el trabajo social y cómo se desarrollaron las alianzas entre los semilleros Formaleta, Factos y Critik-on para crear el proyecto En Obra. Es el personaje gestor social que por su oficio conoce la Colombia Profunda y el significado de lo social.



RICHARD SERNA

Co-director, estudiante de Medios Audiovisuales, miembro Senior del semillero

Desde su posición como estudiante y siendo quien planteó la propuesta de realizar un documental, Richard hablará de los cuestionamientos que los estudiantes se plantearon acerca de su interés por el trabajo social y la razón de estar trabajando en un proyecto como En Obra.



NATALIA HERNÁNDEZ

Co-directora, estudiante de Medios Audiovisuales, miembro del semillero

Como estudiante, Natalia ha abordado la investigación sobre el cine como herramienta social. Su aporte hablará sobre la experiencia de investigación dentro del semillero y para la realización del documental.

**NICOLÁS GARCÍA**

Productor, Estudiante de Medios Audiovisuales, miembro líder del semillero

Nicolás aportará a la narrativa desde las posibilidades que se han presentado al proyecto para seguir avanzando, las convocatorias públicas que se han ganado para poder materializar el documental y seguir trabajando en La Dorada. Además contará sobre los avances de producción y lo que se ha logrado con el trabajo del semillero.



COMUNIDAD DEL BARRIO EL CONEJO <i>HABITANTES DE LA DORADA - CALDAS</i>	
Como parte vital del documental, los habitantes de La Dorada con quienes ha trabajado el proyecto En Obra hablarán, desde su punto de vista, sobre la importancia del cine y el trabajo social en su barrio. Además narrarán los cambios que se han efectuado en su comunidad con el trabajo de los semilleros y el proyecto.	

TRATAMIENTO AUDIOVISUAL

REFERENTES:

- THE REFUGE PROJECT - Making of: <https://vimeo.com/190395419>
- Our Life as Refugee Children in Europe: <https://vimeo.com/289242755>
- Colombia: A short history of television (Min. 4:45 - 5:40):
<https://vimeo.com/271521339>

Cine Documental - Cine Argumental

- Es emotivo, narrador voz en off desde la experiencia. Búsqueda del videoarte -NO cine experimental-. Esa voz en off será el hilo conductor (enlace) entre cada entrevista que nos ayudará a trenzar el documental.
- Entrevistas en directo; para los personajes que relatan la historia, se opta por una fotografía de tono documental, con luz natural, fondos de contexto del territorio, planos medios, primeros planos, los planos generales se usarán en su mayoría como apoyo y de paisaje, el sonido es directo, los ambientes y música original serán indicadores de corte conservando el ritmo.
- Entrevistas vía Zoom, interior, luz artificial. La puesta en escena reviste una estética cotidiana, se trata de no intervenir el entorno real de cada situación registrada, en este caso, dejar la naturalidad de estilo único de cada casa de cada personaje entrevistado.
- Registro filmográfico de los viajes, tomas de apoyo, registro sobre el desarrollo de las actividades hechas, planos generales, apoyo.
- La fotografía va en función de los formatos del material realizado según las indicaciones de las entrevistas, en directo y vía online, los ambientes y tomas de apoyo a luz natural, evitando los contrastes altos, hay viveza y realismo en los colores, las sombras son tenues y el color se mimetiza según la hora del día.
- El montaje es ágil y dinámico, pasando de un ambiente a otro con cortes a sonido ambiente de las tomas de apoyo, y voz en off de los personajes. Los saltos de un periodo de tiempo a otro deben no tener dificultad o marcas de imagen, excepto en los flashback de apoyo que se debe mencionar con etiquetas, las fechas de los sucesos.
- Las transiciones entre los distintos momentos serán resueltas por corte, privilegiando los ritmos y respetando las atmósferas.

- Sonido directo, música en los silencios y como ambiente en las voces en off o entrevistas, las voces son las protagonistas.

TEASER DOCUMENTAL



ESCALETA

ESCALETA				
No.	Secuencia	Personajes	Contenido	Sonido/Diálogo
1	Inicial (PRIMERA PROYECCIÓN)	N/A	Planos generales de la casa museo y planos del vieje y la proyeccion.	Voz Off: Narrador cuenta como el semillero hace su primer viaje y proyeccion en la Dorada Caldas.
1	Presentacion	MATEO	Entrevista PM, cuenta como nacio el semillero y su experiencia en vegalarga	Historia: ¿Cómo nació el semillero?
1	APOYO 1	N/A	Planos de apoyo del trabajo en vegalarga, material de semillero en sus inicios.	Voz Off: data primer viaje al semillero
2	Presentacion	EDUWIN	Entrevista: Desde su punto de vista cómo fue ver a los estudiantes del semillero involucrarse con el trabajo social. Planos de apoyo de fundacion mil colores y los estudiantes del semillero en ese mismo proceso.	
2	Presentacion	CLARA	Entrevista PM, EN OBRA y como se involucraron los semilleros	Entrevista: EN OBRA y como se involucraron los semilleros
3	DORADA	N/A	Contexto de la dorada, preparacion de viajes, hablar de como fue pensar en la Dorada	
3	APOYO 2	EN OBRA	Imagenes de EN OBRA, accion social. Actividad de reciclaje	

4	INVESTIGACIÓN	Natalia	Cómo inició el interés por el cine como herramienta social	Cómo inició el interés por El Cine como Herramienta Social
4		Richard	Preguntarse por el cine como herramienta social	Voz Off: Narrador cuenta
4		CLARA	Proceso de entender el semillero, la importancia de lo social	Voz Off: Narrador cuenta
4		Nicolás	Proyecto consolidado de cine como herramienta social y la pregunta de investigación	
5	APOYO	SEMILLERO	Actividades, nosotros, reuniones, videollamadas	
5		Nicolás	REPLANTAR EL SEMILLERO Y PLANIFICACION EL TRABAJO CON COMUNIDAD	
5		Richard	NACIMIENTO DE UN DOCUMENTAL	
6	El Conejo (SEGUNDA PROYECCIÓN)	CAMILO	Entrevistas: Hablan de la importancia de la presencia del cine en el barrio, y el trabajo social. Experiencias de las vivencias en Dorada como comunidad.	
6		MI CHOCITA		
6		HABITANTES EL CONEJO		
7		FORMALET A	Su experiencia	
7		MATEO	Entrevista PM, cuenta su experiencia en LA DORADA	Experiencia EN LA DORADA
7		ISMAEL	Entrevista PM, cuenta su experiencia en LA DORADA	Experiencia EN LA DORADA
7		NICO	Experiencia de ir a la dorada	
8	INVESTIGACIÓN	DATOS	Aterrizar, pruebas reales de investigación	Voz Off
8		NATA - NICO	inicio de la investigación	
8		SEMILLERO	datarse, y revisar las encuestas y los referentes	
8		SEMILLERO	Desarrollo de la investigación. COMO NOS ORGANIZAMOS Y QUE SE ESTABA HACIENDO.	
8	ENTRETENIMIENTO	NATA SEMILLERO	entrenamiento, pornomiseria	
8		MARIA ISABEL	MIRADA DIFERENTE DE LA INVESTIGACION	
8		SEMILLERO	DESCUBRISTE EL CINEMATOGRAFIA social	
8		SEMILLERO	QUE ES CINE SOCIAL	
9		CARRI	Perspectiva, opinión sobre la investigación y sus saberes (personales) del tema	
9		CATA	TV SOCIAL, y descubro el semillero y el proceso que tienen.	
10	PADEMIA (NO HAY PROYECCIÓN)	NICO	Acciones tomamos, talleres planes de accion, reunion online, webbinars	
10	INVESTIGACION	NATA	capsulas, entrevistas	
10		FACTOS	entrevistas hechos y su experiencia	
10	TALLERES	NICO	Que se busca con los talleres, social y cine	
10		SEMILLERO	Actividades, nosotros, reuniones, videollamadas	
11	EXPERIENCIAS CONCLUSIONES	JEISSON JPABLO CATALINA	Qué está el semillero actualmente	

11	Conclusion	CLARA	Entrevista PM, EN OBRA y semillero	El rumbo, especie de comparación (principio y actualidad)
11	CIERRE	-	-	-

NOTA DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

(DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA Juan Pablo Castillo)

Los colores que predominan en esta serie serán claros, una de las principales ideas es que se logre crear un look cálido, fortaleciendo la identidad de la Dorada. La idea es que cada persona tenga un esquema de iluminación diferente pero sin perder la parte estética.

Se aprovechará de las personas que tienen conocimiento en el medio, para poder lograr un esquema de iluminación más trabajado. Se tomaron algunos referentes propuestos por los directores otros son propuestos con el fin de complementar la idea principal del director.

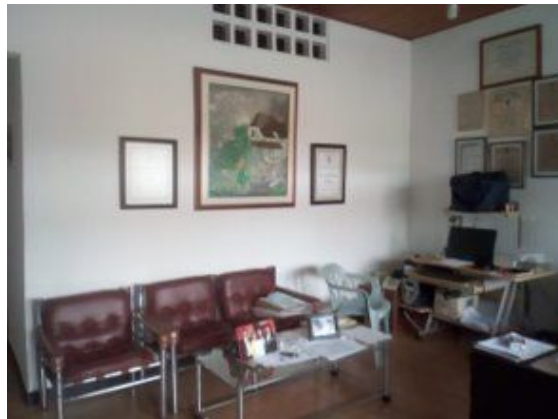
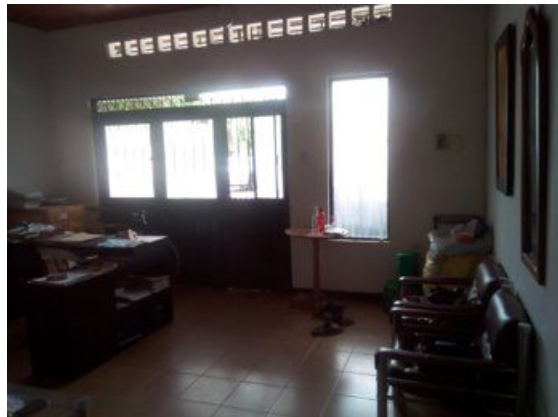
PROFUNDIDAD DE CAMPO

Queremos manejar poca profundidad de campo para concentrar el foco en las acciones y los diálogos de los personajes a entrevistar, donde se concentra toda la información

Con la luz natural, lograr tener la iluminación necesaria para los entrevistados de La Dorada, creando una atmósfera totalmente acogedora en donde se encuentran ubicados.



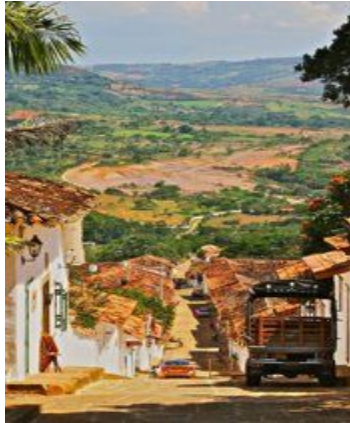
Locación habitante de la Dorada



Para la realización de entrevistas, se implementaran unos esquemas de iluminación donde se genere un ratio de contraste diferente en cada uno de los personajes, al igual que el cambio de los encuadres y la ley de tercios, esto con el fin de consolidar una identidad a las personas del medio. La variación de plano se aplicará una vez la persona entrevistada hable de temas más íntimos y motivadores, generando cercanía entre el entrevistado y el público.



Para la realización de planos en el exterior, lo que se busca es que los colores cálidos sean los protagonistas, para resaltar más la Dorada. El calor, las personas y el río son las cosas que lo complementan y lo vuelven un municipio completamente cálido en todos los sentidos.



Referente 1	Referente 2
	

Requerimientos Técnicos

- Black Magic Mini-Ursa combo
- Black Magic Pocket combo
- Exposímetro
- Luz Arri 150 - 300 - 650 - 1000
- Luz Arri HMI 575
- Trípode Avenger
- Trípode High Combo
- Equipo grip
- Filtros CTB - CTO
- Difusores
- Banderas

NOTA DISEÑO DE PRODUCCIÓN

(DISEÑADOR DE PRODUCCIÓN Jeisson Sneider Novoa Ramirez)

IDENTIDAD GRÁFICA

La propuesta de arte del documental “El Cine que Nadie Ve” se basa en la idea naturalista y realista del proceso de interacción con la comunidad de la Dorada, Caldas. Desde la parte visual se busca retratar la cultura local y los ambientes conjunta a la identidad del documental. La identidad gráfica del documental “El cine que nadie ve” se construye bajo la idea de representar y connotar con el conjunto de herramientas visuales la identidad de La Dorada, Caldas. Desde su compilación de color, línea y uso del espacio en cuadro, se desea resaltar lo documentado y mantener una idea sobria y poco interpretativa, acercándonos así a la idea del cine directo.

Por otro lado se quiere respetar la esencia de los semilleros de investigación que participan en el documental, asignando dentro de esta macro identidad códigos que identifiquen la intervención de cada uno de ellos.

COLOR



El campeón de la Piragua - Thomas Eakins

COLOR

El uso del color se relaciona con los tonos perceptibles en la naturaleza, la ciudad y alrededores resaltando la naturalidad y realismo de las actividades y participación de las comunidades. Desde ese punto de vista se presenta una paleta cálida en tonos azules y amarillos. Atmósferas que buscan exponer la cultura de la comunidad. Tonos que acuden a la representación del representativo río y claros cielos, como a la calidez y transparencia de las personas que construyen el proyecto.



AMBIENTACIÓN

La ambientación respetará y resaltará los contextos y lógicas culturales de la relación de las personas locales con el espacio. Por otra parte se buscará exponer y capturar los paisajes y ambientes representativos de la ciudad y de su naturalidad.



LOCACIONES

La ambientación respetará y resaltará los contextos y lógicas culturales de la relación de las personas locales con el espacio. Por otra parte se buscará exponer y capturar los paisajes y ambientes representativos de la ciudad y de su naturalidad.



TIPOGRAFÍA

“El cine que nadie ve”

Fuente: Oswald

Esta fuente basada en la identidad gráfica que se propone muestra cualidades de claridad, poco interpretativa, mínimo de obstrucción visual y connota frescura y sobriedad.

LOWERS

El propósito de los lowers es dar identidad y señalar la participación de cada semillero de investigación que hace parte del proyecto, para esto por medio de códigos de color se asigna una identidad generica para el proyecto y otro sub color para identificar el semillero segun sus respectivas identidades.

“El cine que nadie ve”

El tono beige será el identificador del documental y el código principal de los lowers.

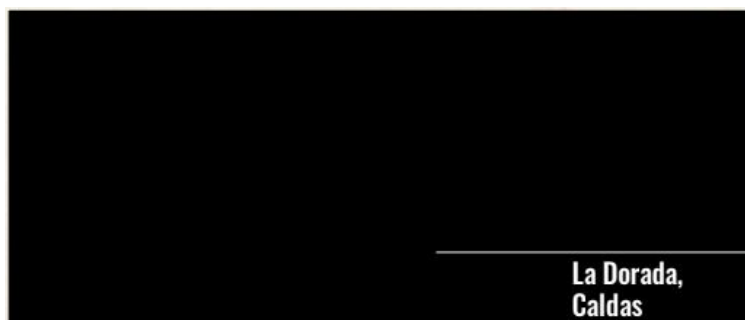


Cada lower cuenta con un identificador que representará a la participación de los diferentes semilleros en el proyecto En Obra

SUBTÍTULOS Y SOBREIMPRESIONES



Uso de un 10% del frame, sobre imagen o color sólido resaltando el cambio. Las sobreimpresiones tendrán el papel de ubicar espaciotemporalmente al espectador en cada uno de los saltos de tiempo



Uso de un 5% del frame en una esquina para no obstruir y seguir con las acciones siguientes. Cuando nos referimos únicamente a un cambio de espacio la sobreimpresión no tendrá tanto protagonismo más allá de solo aclarar el cambio.



Los subtítulos en español y traducidos se usarán en todo el documental con el propósito de ser apoyo para entender y seguir sin interrupción todo el documental.



Apropiación del 80% del frame desde negro fade a imágenes fijas de paisajes y contexto. Basado en un diseño minimalista y sobrio mantener la atención del espectador y prepararlo y despedirlo con un momento reflexivo sobre el documental. Créditos Iniciales y Finales.

IDEA CREATIVA SERIE WEB

SERIE DOCUMENTAL PARA INSTAGRAM TV SOBRE TELEVISIÓN SOCIAL EN LOS JÓVENES

Este es un primer acercamiento a la propuesta creativa del desarrollo de una serie web documental para instagram TV, con nombre tentativo ***Yo soy social*** creada por jóvenes y para jóvenes, en donde se utilizan las narrativas transmedia teniendo en cuenta que a partir de la investigación evidenciamos el público al que vamos a dirigirnos. Este público de internet es diferente al de los medios tradicionales, estos están acostumbrados a funcionar multitarea, por otro lado las webseries son un laboratorio de innovación de la televisión del futuro.

Las televisión tradicional es cada vez menos favorable a probar nuevos formatos, aquí las webseries se muestran como una disciplina ideal para testear, afinar y lanzar a los nuevos formatos de la televisión del futuro. Se documentará el proceso de enseñanza de Critik-On sobre realización audiovisual a determinados jóvenes en una comunidad, se contara con personas expertas en el tema de la televisión, llegaremos a la definición de la televisión social en donde se pondrá en práctica para lograr que los jóvenes de una comunidad logren contar diferentes historias en varios formatos(Ficción o no ficción) sobre un tema determinado que apoye la idea de lo social.

STORYLINE

Esta serie busca que los jóvenes de comunidades evidencian sus preocupaciones culturales a partir de la realización audiovisual, junto a estudiantes realizadores que reivindican sus posiciones frente a la televisión social.

Proyección: 12 capítulos

Frecuencia: 2 veces por semana

Relación de aspecto: 9:16 (1080 x 1920)

Género: Documental

Duración: entre 3 a 5 minutos cada uno

Presentación: IGTV

DISEÑO VISUAL

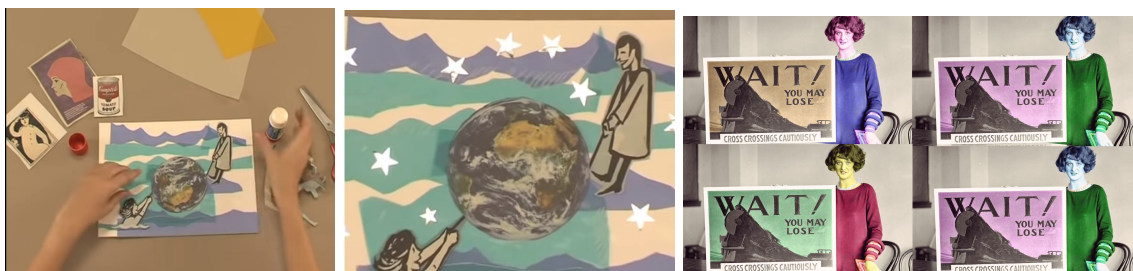
ANIMACIÓN:

La creación de uno o dos personajes que manejan el hilo conductor de la serie en donde se mezcla la realidad y los personajes animados

Collage: Para recrear lugares o situaciones. Por ejemplo: La Dorada, Caldas.

<https://www.youtube.com/watch?v=tpHQDKLvCl4>

<https://www.youtube.com/watch?v=sG6NWSOZXdM>



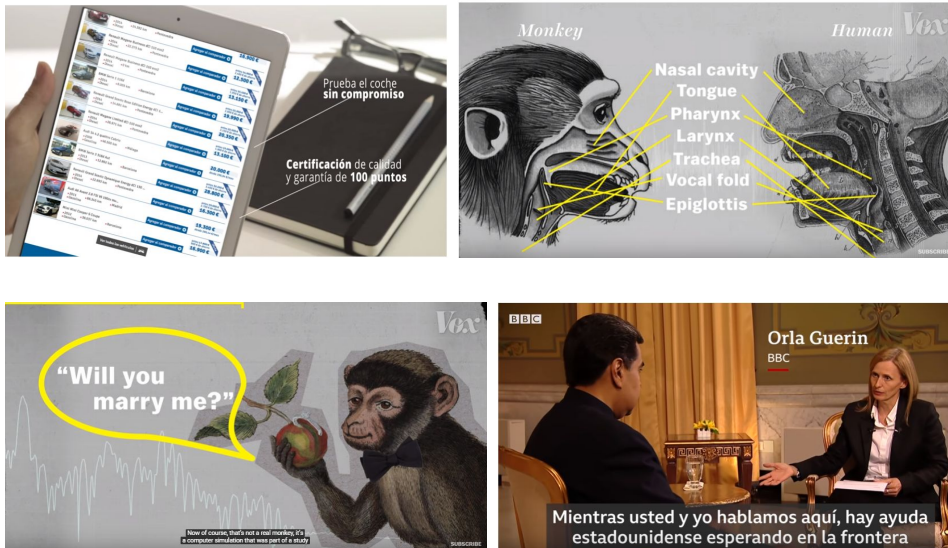
Para las entrevistas se utilizarán planos medios, primeros planos y detalles.

Presentación de los lugares con paneos y planos generales.



<https://youtu.be/itpLU7OzNV8>

Graficaciones: El uso de este elemento dentro de la serie será para exponer datos como: Nombres, cargos, años, señala un elemento dentro de la imagen, con el fin de dar veracidad a la información.



TRES TIPOS DE PERSONAJES: Tenemos expertos, mientras que escuchamos a expertos vemos imágenes orgánicas de jóvenes interactuando en la televisión, pasando por uno de nuestros mayores recursos que es la animación y por último utilizando datos importantes donde los incorporamos por medio de collages u otras estrategias gráficas.

PERSONAJES ANIMADOS:

Saldrán en las esquinas inferiores de la imagen. perfil: hombre y mujer 23 y 22 años, características: extrovertidos, apasionados, eficientes, atrevidos.

PERSONAJES EXPERTOS:

Expertos en el ámbito televisivo colombiano. Omar Rincón, Germán Rey, Mario Morales. Base teórica EN Jesús Martín-Barbero

PERSONAJES EXPERIENCIALES:

Jóvenes de una comunidad, entre las edades de 18 a 28 años.

Jóvenes realizadores audiovisuales entre las edades de 18 a 28 años

LABORATORIOS JUVENILES:

Aplicación de talleres desarrollo de habilidades técnicas de creación de contenidos audiovisuales

DISEÑO SONORO

MÚSICA Y NARRADORES:

Creación de piezas musicales con ritmos contemporáneos y en tendencia que vaya acorde al tema. Una narración que va hilada a los personajes animados y las voces de las personas que serán entrevistadas. En donde se fusiona el pop, el folk, jazz, música electrónica, el rock, el reggae y la marimba.

AUDIO: <https://artlist.io/song/2974/cafe-mallorca>

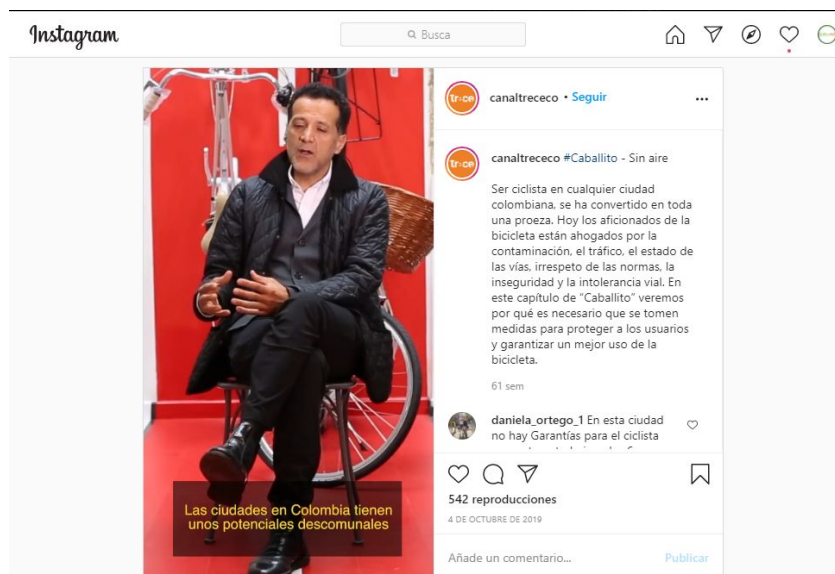
<https://www.youtube.com/watch?v=cUaKBGnn2DQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=THBP1tq49wk>

REFERENTES

VISUALES:

<https://www.instagram.com/p/B3NCRFoguGh/> “CABALLITO”: La primera serie web transmedia producida por la televisión pública. @canaltrececo



<https://www.instagram.com/p/CIJaWXfBQyx/> CRUSH ON: De la cuenta @FREEDA_ES



freeda_es • Seguir



freeda_es • Crush On: @mjllergo

La joven María José Llergo trata de romper los prejuicios y estereotipos que hay en torno a la mujer gitana a golpe de canción. La cordobesa nació en una familia humilde y sus abuelos son ese ejemplo que lleva con ella para luchar por cumplir sus sueños: "De repente llegó una carta a mi casa que decía que tenía una pequeña beca para estudiar. Para mi familia eso fue una ilusión enorme y para mí todavía más".

•
•
•

#freeda #mariajosellergo #prejuicios



306.062 reproducciones

28 DE NOVIEMBRE

Añade un comentario...

Publicar

CONCLUSIONES

El Cine Social es aquel que, independientemente de si es ficción o documental, promueve prácticas de denuncia, transformación, crítica y posible solución a temas sociales en diversos contextos (políticos, culturales, ambientales, pedagógicos...) que hacen parte de la sociedad, de hecho nace de ella y a partir de la misma busca involucrarse como un agente activo que promueve prácticas de desarrollo local en las personas, a través de las relaciones consigo mismo, con otros y con su entorno; siempre busca mantener, por más dura que sea la realidad, la dignidad de los principalmente involucrados y no se debe pensar que el cine social solamente es en cuanto a sus contenidos, sino también en sus modelos de producción, gestión e implicaciones con el espectador y las comunidades. Es un cine que más allá de sus ventas o su estética cinematográfica se preocupa por generar cambios a las problemáticas que retrata, e impacta constructiva y positivamente en las comunidades.

La naturaleza del cine es social, ejerce gran influencia sobre la sociedad y debe ser analizado desde tres perspectivas diferentes: como arte, como espectáculo e industria y a través sus espectadores. Es evidente la capacidad transformadora del cine, más allá de lo estético y lo artístico. El cine como herramienta social puede cumplir labores pedagógicas, investigativas, históricas y transformadoras en la sociedad, pero para solucionar problemáticas debe ir más allá de la película. Algunas dinámicas aplicadas además de la obra audiovisual pueden ser los cine clubes o cine-foros.

La influencia que tiene este medio es de gran magnitud, especialmente en la formación de las primeras identidades colectivas, como cineastas tenemos la responsabilidad y el deber de promover contenidos y prácticas que vayan en pro de una sociedad mucho mejor, y se debe evitar a toda costa caer en la pornomiseria o pornocine social.

La televisión tuvo unas audiencias muy amplias que se entusiasmaron con ella, y que prácticamente definen sus rutinas diarias a partir de ver televisión. Hoy en día no es así, los jóvenes no dependen de un horario para ver la televisión, acuden a las tablets y los celulares, pero, por lo menos durante los últimos 50 años, la televisión creció en audiencias que eran fieles y que esperaban la programación, audiencias que empezaron a conformar su mundo mental de representaciones e imaginarios a partir de lo que veían en televisión, aunque no solamente de lo que veían en allí, las personas hacen sus representaciones a través de muchos medios, pero la televisión ocupa un papel muy importante.

Con el paso del tiempo ha sido difícil identificar las preferencias de los jóvenes, porque así como existentes otros tipos de comunicación los cuales no exigen horario en específico, la

televisión estándar que se conoce de canales no satisface los gustos en cuanto al público juvenil, puesto que estos jóvenes pueden estar haciendo distintas actividades al mismo tiempo y los categorizamos como “multitasking”.

Existe una televisión que se dedica a crear un contenido social, donde su principal propósito es tener una naturaleza, unas estrategias y unos objetivos sociales. Es decir, que de manera intencional se busca proponer temas sociales para sus programas y contenidos.

Lo ideal es que la televisión social logre tener una programación donde empiece a crear un contacto en la sociedad y se empiece a generar un planteamiento de problemas a la audiencia, se puede crear nuevos diálogos en la sociedad, donde se generen debates de diferentes puntos de vista, por medio de programas de entretenimiento a esto se le puede caracterizar como una de las formas de hacer televisión social.

Otro tipo de televisión social es la que plantea o hace énfasis en una problemática en la sociedad. Por ejemplo, los problemas de género o programas de televisión que enfatiza en problemáticas del medio ambiente, programación de televisión que busca mostrar los conflictos que viven los países, programas de televisión que es de investigación para denunciar la corrupción, todos estos contenidos ya tienen una base en procesos sociales muy importantes.

En Colombia se identifica que existe este tipo de televisión, pero lo ideal es que pueda distinguir entre la televisión como un fenómeno social, una de las orientaciones de la televisión es el concepto “social”. Es bueno indagar entre las personas para saber que tipo de programa consumen las personas, de estos hallazgos se puede empezar a identificar si hay un gusto o interés por los temas sociales y de qué tipo.

Si se realizara una búsqueda y las respuestas indicarán resultados de tipo: “a mi de lo social lo que me interesa son los temas políticos relacionados con las implicaciones sociales” es aquí, cuando se empieza a evidenciar que se está empezando a crear una lectura crítica en las personas, ese ha sido uno de los temas más persistentes en los estudios de televisión y comunicación donde se mostraba pasiva frente a los contenidos que reciben a la televisión o que simplemente era manipulable. Otros pensaban lo contrario, que un programa de televisión junto a la audiencia que ve la televisión hace un pacto, una negociación muy activa.

Por último, la relación entre lo social y lo transmedia; la televisión era una especie de medio autónomo, cuando apareció la tecnología computadores, internet, celulares, plataformas, aplicaciones, todo un ecosistema digital, los lenguajes ya no son autónomos,

sino convergentes. Es decir, lenguajes transmediales. Hoy en día se puede hacer una producción de televisión y a la vez un web comic, un podcast y performance.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta-Jiménez, W. A. (2018). El cine como objeto de estudio de la historia: apuestas conceptuales y metodológicas. [PDF] Folios, 47, 51-68. Disponible en: <<http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n47/0123-4870-folios-47-00050.pdf>>

Acosta Salazar, N., Sánchez Villa, L. M. (2018, 4 diciembre). Caracterización de Narrativas Transmedia de uso social en el contexto social latinoamericano. Repositorio Institucional UAO: Recuperado de <http://red.uao.edu.co>

ALONSO LÓPEZ, N. (2018, 10 mayo). OT, estrategias transmedia para atraer público joven. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/operacion-triunfo-2017-estrategias-transmedia/>

Arango, G. (2008). Fragmentación de audiencias en una sociedad multicanal. Gustos y preferencias de adolescentes en Bogotá. Revista Palabra Clave, 1 (11), pp. 11-28.

Arango-Forero, Germán, González-Bernal, Manuel Ignacio. (2009). Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. Palabra Clave, 12(2), 215-234. Retrieved November 01, 2020, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852009000200004&lng=en&tlng=es

Ardila Barbosa, K. L. (2016, 19 octubre). Repositorio Institucional Universidad Distrital - RIUD: Estrategias de recepción en la televisión colombiana. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/3966>

Arias, Ó., Uribe, E., & Miller, T. (2018, 19 diciembre). Colombia y el dilema clásico del apoyo cinematográfico | Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD). Recuperado de <https://revistas.usc.es/index.php/ricd/article/view/5570>

Campos, A., (2007). El concepto de “lo social” para el trabajo social: Una mirada desde un grupo de profesionales en ejercicio. [PDF] Bogotá D.C.: Universidad Pedagógica Nacional (UPN). Disponible en: <https://repository.cinde.org.co/bitstream/handle/20.500.11907/1876/CamposAldana_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Campos, A., (2008). Una Aproximación Al Concepto De “Lo Social” Desde Trabajo Social. [PDF] San José: Revista Tendencias & Retos Nº 13, pp.55-70. Disponible en: <<http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/revistas/co/rev-co-tendencias-0013-05.pdf>> .

Dialnet.unirioja. (2020). Televisión Colombia - 1. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querryDismax.DOCUMENTAL_TODO=Televisi%C3%B3n+Colombia

D.N.D.A. n.d. Audiovisual - Derecho De Autor. [online] Dirección Nacional de Derecho de Autor: Min. Interior. Disponible en: <http://derechodeautor.gov.co:8080/audiovisual> .

França Rocha, M. (2001). La Contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia: análisis del contenido y de la recepción de la serie "Compañeros" (Antena 3). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona

Galeano López, N. A. (2016, 19 octubre). Recepción activa e interactiva de las audiencias en la ficción televisiva : una experiencia educativa de producción transmedia. Repositorio Institucional Universidad Distrital - RIUD. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co>

Gallego, F. (2013). Social TV Analytics: Nuevas métricas para una nueva forma de ver televisión. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>

García Reina, Leticia (2004). Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: Aproximación estructural a la programación y los mensajes. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, (12),115-129.[fecha de Consulta 2 de Noviembre de 2020]. ISSN: 1139-1979. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=168/16801205>

González Gómez, O. (2018, 5 noviembre). Análisis de la narrativa audiovisual de los youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos. UMA Editoria. Recuperado de <https://riuma.uma.es>

González-Neira, A., Gonzales, N., & Quintas, F. (2016, 2 febrero). Revisión del concepto de televisión social y sus audiencias. Universidad da Coruña. Recuperado de <https://ruc.udc.es>

Gordillo Molina, E. (2019). ¡Te tengo que contar! Una propuesta transmedia para los jóvenes bogotanos. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co>

Goyeneche-Gómez, E., (2012). Las relaciones entre cine, cultura e historia: una perspectiva de investigación audiovisual. [PDF] Palabra Clave 15 (3), 387-414. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v15n3/v15n3a03.pdf>

Lamelo, C. (2016). Televisión social y transmedia Nuevos paradigmas de producción y consumo televisivo (Editorial UOC ed.). Recuperado de <https://www.carleslamelo.com/>

Larrondo Ureta, A., Peña Fernández, S., & Agirreazkuenaga Onaindia, I. (2020, 7 septiembre). Hacia una mayor participación de la audiencia: experiencias transmedia para jóvenes. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/47610>

Loaiza Parra, D. M. (2016, 21 octubre). Repositorio Institucional Universidad Distrital - RIUD: Revisión del estado del arte y el debate teórico sobre ficción televisiva y recepción transmedia en Colombia. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/4029>

López Segura., M. R. (2019). La televisión pública regional en Colombia como servicio público esencial. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co>

Martín Barbero, J. (1992). Televisión y melodrama Géneros y lecturas de la televisión en Colombia. Bogotá: Tercer mundo.

Martín Barbero, J.; Rey, G. (1999). Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa.

Martín Barbero, J. (2001). CLAVES DE DEBATE: TELEVISIÓN PÚBLICA, TELEVISIÓN CULTURAL: ENTRE LA RENOVACIÓN Y LA INVENCION. CLAVES DE DEBATE/ TELEVISIÓN PÚBLICA, TELEVISIÓN CULTURAL: ENTRE LA RENOVACIÓN Y LA INVENCION. Recuperado de <https://library.fes.de>

Mestman, M., & Varela, M. (2013). Masas, pueblo, multitud en cine y televisión. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Min. Cultura, (2006). El Cine Foro. [online] Mincultura.gov.co. Disponible en: https://mincultura.gov.co/areas/cinematografia/noticias/Paginas/2006-03-01_7417.aspx#:~:text=El%20cine%20foro%20es%20una,las%20expectativas%20propias%20del%20p%C3%BAblico.> .

Morales, B. (2017). El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde la perspectiva de género. [PDF] Fonseca, Journal of Communication, 15(15), 27-42. Disponible en: <https://doi.org/10.14201/fjc2017152742>>

Pardo, A., (1998). Cine Y Sociedad En David Puttnam. [PDF] Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Comunicación y Sociedad. 1998, Vol XI, Nº2 pp. 53-90. Disponible en:

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8821/1/Cine%20y%20sociedad%20en%20Putt%20nam%20%28CyS_Pardo%29.pdf> .

Paszkievicz, K., (2012), “Del cine épico al cine social: el universo metafílmico en También la lluvia (2010) de Icíar Bollaín”, [PDF] Lectora, 18: 227-240. ISSN: 1136-5781 e-ISSN: 2013-9470 D.O.I.: 10.2436/20.8020.01.47. Disponible en: <<https://revistes.ub.edu/index.php/lectora/article/view/7264/9168>>

Pereira, J. M. (2015). Televisión y construcción de lo público. Bogotá D.C: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Pinto, Arboleda, M. C., & Ríos Hernández, N. (2018, 1 julio). La narrativa transmedia como herramienta de empoderamiento y cambio social en Colombia: caso Alianza BioCuenca. Universidad de Caldas. Recuperado de <https://go.gale.com>

PROIMAGENES (2020). “Newsletter CINE EN CIFRAS”. [PDF] Ed. 19 (Marzo 2020). Disponible en: <https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_cifras_listado.php>

Pulecio, E., (2008). El Cine: Análisis Y Estética. [PDF] Colombia: República de Colombia: Ministerio de Cultura. Disponible en: <<https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/El%20Cine%20An%C3%A1lisis%20y%20Est%C3%A9tica.pdf>>

Quintero Guerrero, B. A. (2018, 16 abril). Repositorio Institucional Universidad Distrital - RIUD: Estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia 2014-2015. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/7968>

Quiroz, Teresa.(2012) ¿Es posible hablar de una recepción crítica de televisión Logros y dificultades en la experiencia de recepción crítica con escolares y maestros peruanos. En Diálogos de la comunicación.

R.A.E. (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA): Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>>

Rey, G. (2016). «En Colombia se cree que la cultura es un lujo y no un derecho» : Germán Rey. Recuperado de <https://www.semana.com/cultura/articulo/german-rey-cultura-es-derecho-y-no-lujo/475542/>

Rodríguez, V., (2012). [PDF] Cine, sociología y antropología. La construcción social de la ficción cinematográfica. En: Gazeta de Antropología, Nº 28 /1, 2012, Artículo 13. Disponible en: <<http://hdl.handle.net/10481/20643>>

Sedeño, A., (2012). Cine Social Y Autoría Colectiva: Prácticas De Cine Sin Autor En España. [PDF] México: Razón y Palabra. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/11_Sedeno_M80.pdf>

Segado, F., Grandío, M.-D.-M., & Fernández-Gómez, E. (2015). Medios sociales y televisión: revisión bibliográfica a partir de la Web of Science. El Profesional de la Información, 24(3), 227.

Toffler, A. (1981). The Third Wave. Source. New York: Bantam books. Retrieved from <http://calculamus.org/lect/07pol-gosp/arch/proby-dawne/materialy/waves.htm>

Vereau, R., (2020). El Cine Social: Estrategia De Intervención Del Trabajo Social En La Formación De Actores De Desarrollo Local. [PDF] Trujillo; Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Disponible en: <<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4032/VEREAU%20REYES%20REYMI%20KATER%c3%8dN%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> .

Villanueva, S., (2015). Cine Y Cambio Social: Análisis Y Caracterización Del Video Participativo Como Objeto Documental.. [PDF] Madrid: Universitat de Barcelona. Disponible en: <<http://hdl.handle.net/10803/297830>>