

Estrategia de comunicación audiovisual para el posicionamiento de los Grupos de
Voluntariado de la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora-Periodista

Kelly Dahiana Zea Patiño

Asesora
Lina María Rendón López
Magíster en Comunicaciones

Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa Comunicación y Periodismo
Caldas - Antioquia
2017

Contenido

Lista de tablas	¡Error! Marcador no definido.
Resumen	6
Introducción.....	7
Justificación	10
Impacto social y económico	10
Impacto científico y tecnológico.....	12
Objetivos	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos	14
Marco teórico.....	15
Voluntariado.....	15
Producción Audiovisual.....	18
Cápsula Audiovisual.....	24
Posicionamiento.....	25
Organización No Gubernamental - ONG.....	25
Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja.....	27
Nacimiento de la Cruz Roja.....	28
Cruz Roja Colombiana	29
Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia	30
Metodología.....	33
Resultados	34
Grupos de Voluntariado de la Seccional	34

Información Sobre Grupos Seleccionados:.....	36
Estrategia de posicionamiento: cápsulas audiovisuales	37
Aspectos para tener en cuenta.....	38
Apoyo para la Producción de la Estrategia.....	44
Conclusiones	46
Recomendaciones	47
Referencias	49

Lista de tablas

Tabla 1	16
Tabla 2	27
Tabla 3	34
Tabla 4	36
Tabla 5	37

Lista de Figuras

Fig. 1.....	21
Fig. 2.....	39
Fig. 3.....	40

Resumen

Este trabajo presenta los resultados de la práctica empresarial realizada en la Cruz Roja Colombiana. Durante esta práctica profesional se creó una estrategia de comunicación audiovisual con el objetivo de resaltar el trabajo de los Grupos de Voluntariado de la Cruz Roja Colombiana, Seccional Antioquia. Mediante el apoyo de los referentes conceptuales pertinentes y la elaboración de entrevistas a líderes de los Grupos, se entrega a la Cruz Roja una serie de videos que con su respectiva estrategia de comunicación, tienen el potencial de fortalecer la imagen y promover el trabajo de los Grupos de Voluntariado.

Introducción

“Una imagen bien tomada viaja alrededor del mundo contando quienes somos y qué hacemos y eso depende de usted” (Cruz Roja Colombiana, s.f, 17)

El presente trabajo de grado tiene como objetivo crear una estrategia de comunicación audiovisual que permita evidenciar el quehacer de los Grupos de Voluntariado que tiene la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia, el cual han sido indispensables en los 90 años de labor humanitaria que lleva realizando en el departamento de Antioquia.

La Cruz Roja es una institución humanitaria, independiente, privada, sin ánimo de lucro y auto sostenible, autónoma en la construcción del tejido social y humano de acuerdo a su capacidad administrativa, técnica, operativa y humana.

Tal como lo afirma su Misión Institucional de:

Salvar vidas, prevenir y aliviar el sufrimiento humano en todas las circunstancias fortaleciendo las capacidades comunitarias, promoviendo una cultura de paz, la inclusión social, la salud, la gestión del riesgo de desastres, adaptación al cambio climático, la educación, los derechos humanos y el derecho internacional humanitario; con el compromiso y el espíritu humanitario de los voluntarios bajo los Principios y Valores de la Institución. (Cruz Roja Colombiana, s.f.)

La Cruz Roja trabaja a nivel mundial para promover la construcción del tejido social a través de su talento humano y los diferentes Grupos de Voluntariado que forma constantemente para ofrecer a la comunidad apoyo en diferentes aspectos.

Por tal motivo es indispensable mostrar a través de herramientas audiovisuales el trabajo que los voluntarios desarrollan, en este caso, desde la Seccional Antioquia, para que la comunidad pueda evidenciar todo el esfuerzo, amor, pasión y dedicación que ellos entregan día a día por el bienestar de la comunidad para ayudar con el cumplimiento de la Misión de la Institución, y de los principios fundamentales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, el cual guía todo accionar de quienes conforman la Institución desde la XX Conferencia Internacional de la Cruz Roja en Viena, en 1965.

Ser voluntario es entregar cada momento en pro de los demás, es respirar con fuerza para ser la fuerza del otro, es crecer para ayudar en el crecimiento ajeno. Es dar cada paso, respiro y fortaleza para todos aquellos que más lo necesitan.

“Para ser voluntario hay que tener amor, porque ser voluntario es de mucha entrega, es algo muy fuerte que viene desde adentro. Es querer estar con el otro, cerca del otro y por el otro, y en el lugar del otro, y vivenciar sus necesidades para poder ayudarle a mejorar sus condiciones de vida”, afirma Luz Fanny Zuluaga, voluntaria de la CRCSA.

Para la Cruz Roja es una prioridad que en medio del posicionamiento de su imagen se genere contenido efectivo, y que cada una de las áreas, coordinaciones y/o grupos que la integran trabajen conjuntamente teniendo en cuenta la importancia del uso del emblema y lo que este representa.

A pesar de los muchos logros humanitarios de la Cruz Roja, no es raro que el trabajo que realizamos pase desapercibido. Por esta razón, necesitamos ayudar a las personas y concientizarlas acerca

de nuestra presencia y nuestros servicios. Al hacer esto, inspiraremos confianza y lograremos la comprensión, para que la gente que nos necesita no dude en buscar nuestra ayuda. Por eso al posicionar nuestra labor Institucional ante la comunidad y medios de comunicación se encuentra una responsabilidad de contenido sólido, serio y comprometido. **La Credibilidad** es la piedra angular para ganar la confianza de toda la comunidad o área de servicio. (Cruz Roja Colombiana, 2006, p. 39)

Palabras Clave: Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia (CRCSA), grupos de voluntariado, estrategias de comunicación, comunicación audiovisual, cápsulas audiovisuales, labor humanitaria, posicionamiento, labor humanitaria, doctrina y protección, voluntarios, video, guión.

Justificación

Impacto social y económico

La realización de las Cápsulas Audiovisuales con su guía y guión permitirá que cada una de las producciones audiovisuales que se realicen en la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia respete los lineamientos que la Institución posee en medio de la comunicación asertiva que maneja.

Es importante tener presente a la hora de generar material los principios de la Seccional, y también la vulnerabilidad de los posibles temas a tratar. Por la labor social que realiza la organización se debe tener presente unos límites que no afecten a la organización, y a su público que es toda la comunidad.

Las Cápsulas tienen un alcance social alto, ya que a través de los videos o piezas audiovisuales la Seccional puede mostrar de manera dinámica cada una de las actividades que realiza, por esto es importante tener presente que se puede o no mostrar, el cómo y el por qué es relevante centrarse en diferentes tipos de imágenes, respetar en muchos casos identidades, permisos de grabación y utilización de encuadres, enfoques y planos para situaciones determinadas, y así no modificar el lenguaje audiovisual característico de la Seccional.

El impacto económico no podría medirlo con exactitud porque no es un producto tangible, sin embargo, la generación de videos contando que hace la Seccional le permite a la organización darse a conocer y compartir con el mundo lo que realiza, esto permite también que diferentes organizaciones que trabajan por la sociedad se interesen en el trabajo que realiza y puede crear diferentes beneficios. Así mismo es

una puerta para que diferentes medios de comunicación se interesen en conocer y compartir sobre las actividades de impacto social que se realizan y generar Free Press.

Estas Cápsulas que permitirán a dar a conocer el trabajo que realiza cada Grupo de Voluntarios permite darlos a conocer frente futuros voluntarios para que se interesen en unirse y formar parte de ellos, y así crecer en sus Grupos Operativos para continuar cumpliendo con la labor Humanitaria que la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia realiza.

El Free Press para la organización es una ganancia económica, el cual es medida mensualmente y expresa que está realizando bien sus funciones y captando la atención de la comunidad. El mostrar a la comunidad de manera asertiva lo que realiza y llegar con el mensaje preciso permite darle el verdadero valor al trabajo comunitario que realiza la organización.

Para este semestre seré responsable de crear las guías y establecer un guión, y dar inicio al proyecto con la generación de cinco Cápsulas de cinco Grupos de Voluntarios, y dejaré el material y lineamientos para que los próximos practicantes, o dado el caso un nuevo Comunicador Audiovisual sea incorporado al Equipo de Comunicaciones puedan realizar el resto de las Cápsulas restantes para que todos los Grupos de Voluntarios tengan su material.

La realización de las Cápsulas generadas por los practicantes se podrá compartir en redes sociales, y evitará que la Seccional deba recurrir a productoras que realizan estos trabajos con altos precios, por lo que generaría un ahorro de dinero que puede utilizarse en el bienestar de la comunidad.

La Seccional atraviesa por un momento de cambio en su lenguaje corporativo dada la necesidad de acomodarse a los cambios audiovisuales y tecnológicos por los que atraviesa la sociedad, para el año 2017 espera contar con mayor contenido de este tipo y salir de lo tradicional.

La Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia ha transformado vidas a través del tiempo, y continúa haciéndolo a cada momento, y es justo allí donde se encuentran miles de historias que se pueden contar.

Impacto científico y tecnológico

Gracias a los conocimientos obtenidos a través de toda la carrera de Comunicación y Periodismo, se tiene las herramientas necesarias para la creación de piezas audiovisuales o videos, y su importancia radica en la importancia de contar con documentos instructivos para la constante producción de contenido audiovisual dentro de una organización.

Es importante reconocer en las organizaciones que estamos en una era tecnológica y audiovisual que exige renovación en la generación de contenido puesto que el público actual es netamente impactado por productos visuales de corto tiempo pero gran impacto.

La Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia, así como cada organización tiene un lenguaje establecido para comunicar sus mensajes, y llega a su público expresando un mensaje puntual, por lo que es importante generar una guía y un guión para la creación de las cápsulas que obedezcan la línea de la Seccional, y que así cada vez que se vaya a generar más cápsulas por diferentes personas se continúa en la misma

línea. Gracia a los conocimientos obtenidos a través de mi carrera y práctica he conocido la importancia de serle fiel y respetar los parámetros que diferencian las organizaciones entre sí, es realmente importante conocer que se puede y no generar desde cada organización, y que esos parámetros se encuentran establecidos en los manuales de identidad de la misma.

Dentro de los conocimientos obtenidos en las materias como Teoría de la Imagen, Fotografía, Televisión, Cine y Producción Audiovisual, está la importancia de la generación de contenido de calidad que permita contar al público de manera objetiva un mensaje que respeta lineamientos y diferentes contextos sociales que abarcan cada una de las Organizaciones según su objetivo social. También conozco sobre la importancia de la generación previa de guiones y escaletas para el desarrollo de cada proyecto audiovisual a desarrollar, y sobre la importancia del respeto en la generación de cada imagen.

Gracias a la investigación bibliográfica y sobre operación y quehacer de diferentes grupos que trabajan para el desarrollo social y el bienestar humanitario, espero aportar al Programa de Comunicación y Periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista, en especial a sus estudiantes, algunas recomendaciones, teorías, autores y herramientas que puedan facilitar y guiar la construcción y elaboración de diferentes productos audiovisuales. Así mismo aportar a la Corporación Universitaria Lasallista una investigación sobre nuevas propuestas audiovisuales que permitirá tener el registro de los avances tecnológicos y las exigencias que los mismos traen.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación audiovisual para posicionar los Grupos de voluntariado de la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia.

Objetivos específicos

- Identificar el quehacer de los grupos de voluntariado de la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia.
- Generar una estrategia de posicionamiento y reconocimiento de las tareas que realizan los Grupos frente diferentes públicos.

Marco teórico

Voluntariado

En primer lugar, cabe señalar la definición adoptada por la Cruz Roja según la cual:

el voluntariado es una actividad que se funda en el libre albedrío de la persona que presta servicios de voluntariado, y no en el deseo de obtener un beneficio material o pecuniario, ni en presiones sociales, económicas o políticas externas; y tiene por objeto ayudar a las personas vulnerables y a sus comunidades. (Cruz Roja Colombiana. s.f.)

Entre las muchas razones que pueden mover a un sujeto, podemos contemplar el prestigio de la institución, la seriedad con que se trabaja, la necesidad de sentir que uno es útil a los demás al margen del trabajo con que se gana la vida, la búsqueda de relaciones humanas no mediatizadas por el rol profesional, más horizontales, o entre quienes se conceden el estatus de igualdad. A todo este conjunto de factores, que probablemente podrían explicar la existencia de los voluntarios en el sector institucional y que practica la acción social de carácter voluntario, le llamamos voluntariado como fenómeno sociológico (Calo, 1990).

Como lo menciona la Comisión de Desarrollo Social de las Naciones Unidas en su informe del 12 de diciembre de 2000 sobre voluntariado:

El voluntariado es tanto un hábito de generosidad como una virtud cívica. Es una acción profundamente arraigada en el espíritu humano, con

repercusiones sociales y culturales de largo alcance. Es escuchar las necesidades de los demás, interesarse por ellas y darles respuesta son actitudes que ponen de manifiesto las más altas motivaciones humanas. Los seres humanos se ayudan unos a otros por amor y por compasión. Sin embargo, en su dimensión espiritual y su significado simbólico más profundos, el voluntariado no es sólo algo que hacemos por los demás. Entran también en juego nuestros propios valores y nuestra calidad de seres humanos: somos lo que damos. (Vallaey, s.f, 2)

Otras definiciones:

Tabla 1.

Autor	Definición
Vásquez (1997)	Persona que conscientemente y libremente decide incorporar a su vida la dimensión de servicio a los demás y proyección a la comunidad, para lo cual organiza su tiempo y se compromete consigo misma y con una institución determinada, para contribuir con su trabajo calificado y responsable, sumando esfuerzos dentro de un plan, para el cumplimiento de los programas y el logro de los objetivos de esa institución.
Artículo 3, numeral 2, Ley 720 de 2001	Es toda persona natural que libre y responsablemente, sin recibir remuneración de carácter laboral, ofrece tiempo, trabajo y talento para la construcción del bien común en forma individual o colectiva, en organizaciones públicas o privadas o fuera de ellas.
Shin y Kleiner (2003)	Un voluntario es una persona que se ofrece a sí mismo a un servicio sin una expectativa de una compensación monetaria.
Galindo (2004)	"Institución social con capacidad de respuesta a nuevas necesidades y cambios radicalmente plurales que se enraíza dentro de la organización social"

	<p>por derecho humano como fenómeno de la acción humana. El voluntariado está constituido por personas que no sólo trabajan en régimen de donación gratuita, sin interés ni ánimo de lucro, sino que realiza su acción voluntaria sin que esta sea ni exclusiva ni primordialmente en beneficio de quien la desarrolla. Cuando hablamos de voluntariado no nos referimos a personas que de forma individual desarrollan una labor de ayuda social por libre, sino aquellas que lo hacen desde el marco de una organización”.</p>
Tavazza (1995)	<p>El voluntario o voluntaria es quien además de sus propios deberes profesionales y de estatus, de modo continuo, desinteresado y responsable, dedica parte de su tiempo a actividades no en favor de sí mismo ni de los asociados, sino en favor de los demás o de intereses sociales colectivos, según un proyecto que no se agota en la intervención misma, sino que tiende a erradicar o modificar las causas de la necesidad o marginación social.</p>
Martí y Monferrer (1998)	<p>“El voluntariado es la mejor forma de participación ciudadana. Es una manera de dar respuesta a la pregunta ¿qué puedo hacer yo por mi país, por mi ciudad, por el entorno en el que vivo? Todo el mundo necesita darse y enriquecerse humanamente, a la vez, con esta donación... El voluntariado es una actitud que permite descubrir los propios valores”</p>
Bernardo Corral (1996)	<p>“Ejercicio libre, organizado y no remunerado, de la solidaridad ciudadana, formándose y capacitándose adecuadamente. Es un derecho que todo ciudadano tiene de participar en la mejora de la calidad de vida”.</p>
Organización de las Naciones Unidas	<p>Voluntario es el joven o adulto que debido a sus intereses personales y su espíritu cívico, dedica parte de su trabajo sin remuneración alguna, a diversas formas de actividad organizadas o no, de bienestar social u otros campos.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de los autores citados.

Producción Audiovisual

Producción audiovisual, consiste en el desarrollo de todas las actividades que se relacionan con la planificación, organización y todo lo necesario para realizar una producción a diferentes medios de comunicación, en particular al cine y televisión.

El lenguaje audiovisual es un conjunto de normas y símbolos que permiten comunicar por la vía de sonidos e imágenes. Es el resultado de la suma de diversos lenguajes como el sonido, la música, el teatro, la fotografía, las artes visuales y la literatura, entre otros. El “audiovisual” transita entre los sentidos y sensibilidades de quienes crean, los realizadores, y de quienes reciben, los espectadores. El lenguaje audiovisual, ha desarrollado una estructura, gramática y reglas estéticas, definidas en más de 120 años de historia desde que los hermanos Lumiere proyectaron sus primeras películas a un público masivo, a fines del siglo XIX.

Las obras audiovisuales son el producto resultante de la combinación de necesidades industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras ellas hay siempre una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. A esta planificación se la conoce, en la industria cinematográfica y televisiva, con el nombre de producción. (Martínez, 2003, 144).

Seguendo a Martínez (2003) la producción audiovisual es aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del

género (ficción, documental, publicidad, entre otros.) En relación con la creación audiovisual, la producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo.

Para Klimovsky (2012) hay tres elementos esenciales en la producción audiovisual: preproducción, producción y posproducción. Estas tres etapas implican un complejo de actividades y de conocimientos necesarios para llevarlas adelante con cierto grado de éxito.

La preproducción implica entre otras cosas:

- Diseño del plan de rodaje. Lo que significa definir qué se va a hacer, cuándo, dónde, cómo y con quiénes se va a hacer.
- Lectura crítica y modificaciones o ajustes del guion. Implica o requiere conocimientos de dramaturgia.
- Búsqueda de locaciones concretas y/o diseño y construcción de decorados. Implica o requiere de conocimientos de escenografía.
- Casting o selección de actores y/o modelos. Implica trabajo con los actores y el guion y la evaluación de su capacidad actoral. Requiere tener conocimiento de actuación y/o dirección de actores.
- Propuesta provisoria y de modo tentativo de la puesta en escena, o sea de la relación entre la cámara, el espacio (la escenografía) y el movimiento de los actores.

- Anticipo de la puesta en cámara, esto es: saber desde dónde y qué verá la cámara en cada puesta. Esto supone conocimientos específicos de narrativa audiovisual.

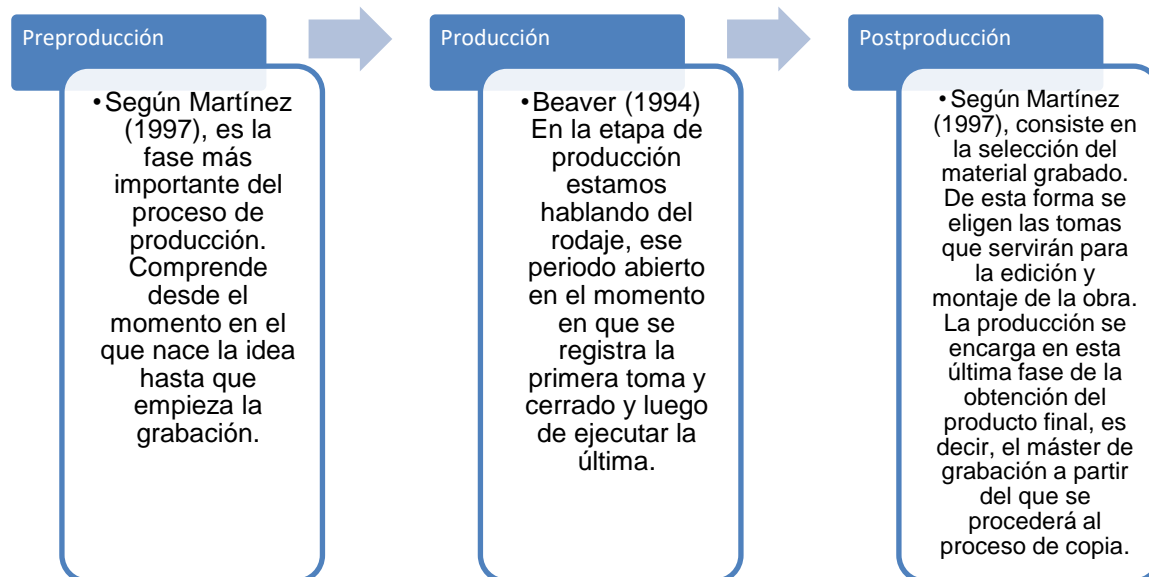
La producción o realización significan concretamente:

- Realización real de los planes anteriores; manejo de actores; decisiones de puesta de cámara. Conocimiento de las operaciones de registro fílmico o videográfico, del manejo de la luz, la fotografía y el registro de sonido.
- Concreción de la puesta en escena y la puesta en cámara (o puesta en cuadro)
 - Dirección de actores, dirección y coordinación de todo el equipo de producción. Necesidad de liderazgo.

La post-producción supone, entre otras cosas:

- La concreción del montaje o edición audiovisual. Implica conocimientos de narrativa audiovisual y de la operación de los equipamientos correspondientes para poder ejecutarla.

Fig. 1



Fuente: elaboración propia a partir de la definición de Martínez (1998). : Kelly Dahiana Zea, información obtenida de Martínez (2003).

José Martínez Abadía (2003) plantea tres grandes grupos de producciones:

- Reportaje: es el tipo de programa donde el realizador no puede influir sobre el desarrollo del acontecimiento. Únicamente decide sobre temas técnicos como el encuadre de la toma, el momento de realizarlas, etc. Es un testigo objetivo de los hechos. Generalmente este formato de producción se da en los informativos de televisión: noticieros, programas de reportajes, etc.
- Documentales: son programas que parten de hechos reales, pero en los cuales existe una manipulación creativa en cuanto a la manera de presentar las acciones y hechos. No se espera a que las cosas sucedan, el realizador es quien provoca y decide el comienzo de las acciones reales para captarlas de la

mejor manera. En este grupo se encuentran los documentales científicos, didácticos e industriales.

- De argumento: todos los programas de ficción en los que se desarrolla una historia inventada o creada por un guionista se encuentran dentro de este grupo. “Se trata de un trabajo de autor que implica un alto grado de fantasía creativa y de aplicación de las leyes de la narrativa y del drama.” (p..145) En esta clasificación es requerido llevar a cabo una producción más extensa y compleja, ya que allí hay una gran cantidad de personas inmersas en la realización.

Para Fernández y Martínez (1994), el guionista es la persona encargada de confeccionar el guion, ya sea una historia original, una adaptación de un guion precedente o de otra obra literaria. Muchos escritores se han convertido en guionistas de sus propias obras literarias. Dentro del guion cinematográfico se distinguen el guion literario o cinematográfico, que narra la película en términos de imagen (descripciones) y sonido (efectos y diálogo), y está dividido en actos y escenas. Es necesario distinguir el guion literario del guion técnico, que agrega al anterior una serie de indicaciones técnicas que sirven al equipo técnico en su labor y que, a diferencia del guion literario, suele elaborarlo el director, no el guionista. También pueden colaborar con el guionista otros escritores (coguionistas) o contar con dialoguistas que están especializados en escribir diálogos.

Según Fernández y Martínez (1994) dentro del lenguaje audiovisual hay unidades que permiten separar una acción de otra y así ordenarlas para elaborar un guion y organizar las grabaciones:

- La secuencia: es una unidad narrativa del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática. Por ejemplo, en una película una persecución puede constituir una secuencia. Esta se inicia cuando uno de los personajes comienza a arrancar del otro y termina cuando este logra escaparse o ser atrapado. Es decir, vemos resuelto este núcleo de acción que va a dar paso a otro nudo; es decir, a otra secuencia. La secuencia puede desarrollarse en un único escenario e incluir una o más escenas, o en diversos escenarios. Puede desarrollarse de manera ininterrumpida de principio a fin, o bien fragmentarse en partes mezclándose con otras escenas o secuencias.
- La escena: es una parte del relato que se desarrolla en un solo escenario. No constituye necesariamente una unidad dramática. Generalmente varias escenas conforman una secuencia.
- Una toma: es el lapso de tiempo entre que se comienza y termina de grabar. En una grabación existen muchas tomas y se pueden realizar la cantidad de necesaria hasta que un plano salga bien. El tipo de toma depende del encuadre inicial, de los movimientos de cámara, personajes y del encuadre final.

Estos mismos autores afirman que hay dos vertientes fundamentales del guion.

Son las siguientes:

- Guion literario: es aquel que describe aquello que se mostrará y escuchará en nuestro vídeo. Involucra división por escenas, acciones de personajes o eventos, diálogo entre personajes, así como breves descripciones del entorno. Un buen guion literario tiene que transmitir la información suficiente para que, quien lo lea,

visualice la película: cómo transcurre el diálogo, cómo actúan los personajes y con qué objetos interactúan, aunque sin especificar todavía los por menores de la producción. Una vez finalizado se pasa al guion técnico, que describirá con detalle cómo la cámara va a captar toda esa información. El guion literario de ficción nos indica los cambios de escena, si la acción se desarrolla en interiores, exteriores, de día o de noche, y separa el diálogo de los personajes del resto de la acción. El guion literario de documental no suele ser tan preciso como el de ficción.

- El guion técnico es un guion elaborado por la directora o el realizador del vídeo después de un estudio y análisis minucioso del guion literario. En el guion técnico, el realizador puede suprimir, incorporar o cambiar pasajes de la acción o diálogos. El guion técnico ofrece todas las indicaciones necesarias para poder realizar el proyecto. Al guion técnico le sigue un bloque que contiene la descripción de la acción, de las actrices y los actores, sus diálogos, efectos, músicas, ambiente y las características para la toma de sonido.

Cápsula Audiovisual

Son herramientas de comunicación que transmiten mensajes a partir de imágenes y sonidos con poca duración en el cual se busca delimitar lo que se quiere dar a conocer con pocas palabras o frases para generar recordación en el público, y se realiza con fin promocional o de presentación de un tema en específico.

Para su elaboración es importante tener en cuenta que aunque es una producción de poco tiempo, es indispensable tener presente un guión. Puede recurrirse a la regla

del éxito para elaboración de guiones, el cual parte de la palabra “SUCCESS” que traducida del inglés al español significa éxito:

S: Simple

U: Unexpected- Inesperado o sorprendente

C: Concreto

C: Creible

E: Emocional

S: Story- Con una historia que lo sustente

S: Smile- Que provoque una sonrisa

Posicionamiento

Es el conjunto de percepciones que se generan en la mente de los consumidores o públicos respecto a una marca, el cual causa una diferencia respecto a otras marcas u organizaciones. Es una estrategia que pretende generar recordación en los públicos a quienes van dirigidos los mensajes.

Organización No Gubernamental - ONG

“Según las Naciones Unidas las ONG son cualquier organización cívica voluntaria sin fines de lucro”. Aceptación amplia donde caben organizaciones de base (juntas de acción comunal, asociaciones de padres de familia, grupos juveniles, grupos de madres comunitarias, sindicatos, etc.), así como los movimientos populares, cívicos, de derechos humanos y ecológicos” (Salas, 2007, s.p.).

De acuerdo con la anterior definición, en Colombia existen aproximadamente 70 mil organizaciones cívicas voluntarias. Este tipo de organizaciones son no gubernamentales, con personería jurídica, sin ánimo de lucro, beneficio de utilidad o utilidad común, de cambio humano, prestan servicios o realizan actividades de utilidad pública, surgen por iniciativas particulares o de participación mixta y promueven procesos de organización, participación y autogestión, sin intentar suplantar al Estado y la comunidad.

(...) una diferencia sustancial entre las empresas privadas y las entidades sin ánimo de lucro, es que mientras el desempeño de las primeras se mide básicamente sobre la base de sus resultados financieros, el de las segundas, se relaciona con el cumplimiento de sus misiones sociales. Las empresas privadas con ánimo de lucro producen bienes y servicios para cumplir su objetivo de maximizar ganancias para los accionistas de las empresas. Las entidades sin ánimo de lucro, proveen servicios o sirven de vehículo de expresión ciudadana para cumplir la misión social y desarrollar las causas que establecieron sus fundadores o sus asociados. (Salas, 2007, s.p).

Para complementar lo anterior es necesario acudir a otras definiciones de autores e investigadores que refuercen el conocimiento y descripción de lo que es una ONG:

Tabla 2

Autor	Definición
Fernández Torres (2004: 134)	“Asociaciones que manifiestan la inquietudes y pensamientos de los individuos de una sociedad, presentándose como expresión de la comunidad civil a través de agrupaciones que defienden un ideal, un pensamiento común a una serie de personas”. A esto, la experta añade que “están imbricadas por una cooperación intersubjetiva que integra a una serie de individuos que participan, en su mayoría sin contraprestaciones económicas, en la estructura interna y en las actuaciones de la asociación”.
Marcuello (1996: 107)	“organizaciones que tienen su origen en la sociedad civil, que tienen trascendencia en la acción internacional y que ocupan un puesto distinto al de los gobiernos”.
(Marcuello Servós, 2007: 17)	“Organizaciones de carácter social, independientes y autónomas, jurídicamente fundadas y que actúan sin finalidad de lucro. Su acción se orienta hacia la Cooperación al Desarrollo y hacia la búsqueda de acuerdos de ayudas entre gobiernos con el objetivo de provocar la solidaridad y promover el desarrollo en los pueblos y sociedades del Tercer Mundo”.
Granda y Lutz (1988:13)	“Organizaciones autónomas e independientes del ámbito de los gobiernos (aunque pueden realizar actividades conjuntas e incluso recibir de ellos parte de sus recursos), no tienen fines de lucro y sus recursos se destinan a financiar los proyectos en el ámbito de la cooperación al desarrollo”.

Fuente: elaboración propia a partir de los autores citados.

Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja

La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja define al Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja como:

“El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja es la red humanitaria más grande del mundo. Neutral e imparcial, el Movimiento brinda protección y asistencia a personas afectadas por desastres y conflictos armados”.
(IFRC)

El Movimiento, que cuenta con unos 97 millones de voluntarios, colaboradores y personal empleado en 190 países, está compuesto por:

- el Comité Internacional de la Cruz Roja,
- la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, y
- las 190 Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja

En calidad de asociados, los componentes del Movimiento apoyan a las comunidades, para que sean más fuertes y seguras, a través de diversos proyectos de desarrollo y actividades humanitarias. Además, el Movimiento colabora con gobiernos, donantes y otras organizaciones de ayuda para prestar asistencia a las personas vulnerables en todo el mundo.

Nacimiento de la Cruz Roja

Desde la página oficial de la Cruz Roja Colombiana, y la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia, se informa que:

Henry Dunant, mientras estaba dedicado a sus negocios, viajó al norte de Italia muy cerca de Solferino, el mismo día en que allí se enfrentaban los ejércitos austriaco,

francés y piamontés. Al anochecer, sobre el escenario de la Batalla de Solferino, el 24 de junio de 1859, yacían 40.000 hombres prácticamente abandonados a su suerte.

Dunant vio cómo morían los heridos sin asistencia y, ayudado por gente de los pueblos cercanos, se dedicó a socorrerlos: convenció a la población local para que atendiese a los heridos, sin fijarse en qué bando del conflicto estaban, usando el lema "*Tutti fratelli*" (Todos hermanos) Impresionado, el recuerdo le llevó a concebir formas de paliar situaciones parecidas, y tres años después publicó sus reflexiones. En un libro llamado "Recuerdo de Solferino", Dunant plantea la idea de crear un organismo de socorro que atendiera a las víctimas de los conflictos; idea que se materializó a lo que hoy conocemos a nivel mundial como la Cruz Roja.

Con el fin de conservar la confianza de todos, el Movimiento se abstiene de tomar parte en las hostilidades y, en todo tiempo, en las controversias de orden político, racial, religioso e ideológico.

Cruz Roja Colombiana

En Colombia, La historia de la Cruz Roja nos remota a la Guerra de los Mil Días, cuando un grupo de médicos con unas improvisadas ambulancias haladas por dos caballos cada una y en sus costados pintados dos cuadrados sobre fondo blanco y en cada uno una cruz roja con cinco cuadrados en señal de protección, abrazaron la misión de asistir a los cientos de heridos que quedaban a lo largo del campo de batalla, sin importar su afiliación política.

Posteriormente impulsada la idea por los Doctores Adriano Perdomo e Hipólito Machado nació oficialmente el 30 de julio de 1915 en el Teatro Colón de Bogotá, bajo el postulado de que “todos somos seres humanos” y la afirmación de que en nuestra patria también es necesaria la existencia de una organización dedicada a “prevenir y aliviar los horrores de la guerra”. (Cruz Roja Colombiana, s,f).

Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia

En 1915 durante la Primera Guerra Mundial se celebró en Medellín un festival para recoger auxilios para las víctimas en Europa y fue donde algunas ilustres damas de Medellín vistieron por primera vez un uniforme especial, dando origen a lo que después serían las Damas Grises de la Institución.

El ex presidente de la República Carlos E. Restrepo con la señora María Angulo de Restrepo, gestores de este evento, acudieron al doctor Gustavo Uribe Escobar, para que fuera el director de esta obra y así trabajar por la infancia, los desvalidos, los pobres, los heridos y los enfermos.

Se solicitó posteriormente a la Cruz Roja Nacional en Bogotá que se reconociera al departamento de Antioquia una Cruz Roja local y es así como el 7 de junio de 1926 se conformó el primer Comité Departamental de la Cruz Roja de Antioquia; sus integrantes fueron:

- Gustavo Uribe Escobar, Presidente
- Guillermo Greiffenstein, Vicepresidente
- Samuel Arturo Mesa, Secretario
- Jorge Cock Quevedo, Tesorero

- Alberto Gómez Arango, Rafael Mejía Uribe, Adolfo Restrepo, Francisco Villa López y Germán Echevarría, Vocales

El 22 de septiembre de 1930, según la resolución del poder ejecutivo colombiano se le reconoció la personería jurídica a la Cruz Roja de Antioquia.

La primera acción efectiva fue el 18 de junio de 1927, cuando un desprendimiento de la montaña cubrió la fábrica de Rosellón en el municipio de Envigado, con varios muertos y muchísimos heridos, la gran mayoría de humilde clase obrera.

La Institución coordinó el socorro a las víctimas e igualmente lideró una colecta, siendo un muy importante donante, la recién constituida Cruz Roja de Manizales, quien entregó mil pesos oro, permitiendo en forma efectiva ayudar a las víctimas de este evento.

A partir de esa fecha la Institución ha estado presente en los más importantes eventos que han afectado la geografía del Departamento, en especial durante las inundaciones, avalanchas, derrumbes, incendios y actos terroristas con bombas de alto poder destructivo e innumerables heridos y víctimas de estos atentados.

Actualmente la Institución cuenta con 11 Grupos de Apoyo y 5 Unidades Municipales, y un importante número de voluntarios, repartidos en las agrupaciones Damas Grises, Socorrismo, Juventud, y los profesionales de apoyo.

Ha participado activamente en todos los eventos de carácter nacional con el envío de sus voluntarios, quienes gracias a su preparación y amplios conocimientos han podido liderar muchísimas de estas acciones.

Mediante programas y proyectos llevados a cabo en forma particular o mediante alianzas, proyecta su labor humanitaria cada vez más hacia la prevención como una alternativa de preparación y respuesta de las comunidades ante las distintas contingencias.

La labor de la Cruz Roja Colombina Seccional Antioquia se ha hecho presente en todos los rincones del departamento de Antioquia en cumplimiento de su misión de prevenir y aliviar el sufrimiento humano, transformando la vida de miles de personas.

Metodología

Este proyecto se abordó con un enfoque cualitativo el cual busca adquirir información en profundidad para comprender el comportamiento humano, y se valió de una metodología de interacción social ya que se desarrolló a través de la interacción entre una persona (realizador de cápsulas) con los diferentes grupos del voluntariado de la Cruz Roja (relación persona- grupo), donde se dio una relación de *conformidad* donde una persona realizadora del video recibió influencia del grupo, y de *liderazgo*, puesto que también hubo una influencia como realizadora sobre el grupo.

En la etapa investigativa y descriptiva se realizaron entrevistas semiestructuradas y se recurrió a la técnica de la observación participante pues gran parte de la información recolectada, proviene de la interacción con los diferentes grupos del voluntariado con el fin de poder comunicar por medio de la elaboración de cápsulas o videos cortos las actividades que realizan para dar el cumplimiento de la Misión Institucional.

Se recurrió al uso de las entrevistas semiestructuradas como herramienta de recolección, también la documentación, y la realización de videos como estrategia de posicionamiento de los grupos del voluntariado.

Resultados

Para evidenciar el qué hacer de los Grupos de Voluntariado de la CRCSA fue necesario investigar sobre la historia de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, continuar con la función de los Grupos de Voluntariado, y luego conocer sobre el accionar de cada Grupo.

Grupos de Voluntariado de la Seccional

Tras la investigación realizada sobre el accionar de los grupos de Voluntariado de la CRCSA se encontró que actualmente tiene veinticinco grupos, dividido en tres *maneras diferentes de acción*:

Tabla 3

		Programa
Gestión Social y Comunitaria		Asistencia Paliativa
		Brigadas Educativas
		Contaminación por Armas
		Educadoras Comunitarias
		Infantiles y Prejuveniles
		Paz Acción y Convivencia
		Programa Al Aire Libre
		Recreación
		Salud Sexual y Reproductiva
		Medios de vida
Doctrina y Protección		Doctrina
		Protección

	Restablecimiento de contactos Familiares
	Instructores
	Mision Medica
Socorro	Agua y Saneamiento
	Atención de Eventos Masivos
	Grupo de Apoyo Psicosocial-GAPS
	K-SAR
	Salud
	SAR
	SAR Acuático
	Seguridad Vial
	Telemática

Fuente: Área de voluntariado, Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia.

De los cuales se decidió iniciar con la producción de las cápsulas de los grupos de K-SAR, Brigadas Educativas, e Infantiles y Pre Juveniles, para presentar un ejemplo del trabajo que puede realizarse para contar a la comunidad sobre las actividades que todos los grupos desarrollan de manera concisa en 30 segundos.

Para el desarrollo de las cápsulas se desarrolló un guión para mostrar con una misma narrativa diferentes accionares de los grupos.

Información Sobre Grupos Seleccionados:

Tabla 4

<p>Nombre del Grupo: K-SAR</p>	<p>Definición: Equipos de búsqueda y rescate conformado por un guía y su canino, entrenados para la búsqueda, localización y señalamiento de personas que estén perdidas o sepultadas.</p>
<p>Facilitadora: Ligia Johana Uribe Melendez</p>	<p>Persona encargada de Coordinar todas las actividades, desde el entrenamiento, hasta los momentos reales de búsqueda y rescate.</p>
<p>Nombre del Grupo: Brigadas Educativas</p>	<p>Definición: Es un grupo encargado de llevar a las aulas de las Instituciones Educativas mensajes para promover la Sana Convivencia, y las acciones de prevención y acción en caso de emergencias.</p>
<p>Facilitador: Uber Albeiro Atehortua</p>	<p>Persona encargada de Coordinar todas las actividades, los planes de trabajo en todas las Instituciones Educativas, Coordinar a los líderes encargados de cada Institución, acompañamiento de la formación, evaluación y certificación del proceso.</p>
<p>Nombre del Grupo: Grupo Infantiles y Prejuveniles</p>	<p>Definición: Grupo encargado de formar a niños y jóvenes</p>
<p>Facilitador: Uber Albeiro Atehortua</p>	<p>Persona encargada de Coordinar todas las actividades, los planes de trabajo en todas las Instituciones Educativas, Coordinar a los líderes encargados de cada Institución, acompañamiento de la formación, evaluación y certificación del proceso.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de entrevistas con facilitadores.

Tabla 5

	GUIÓN	
1. Entrada	Entrevista a Lider o Facilitador del Grupo:	Nombre del Grupo. Accionar del Grupo
2. Imágenes de apoyo – Voz en Off	Imágenes de apoyo	Objetivo del Grupo Participación en eventos
3. Imágenes con sonido	Tomas de actividades	
4. Cierre	Logo Grupo Voluntariado Logo CRCSA	

Fuente: elaboración propia.

Estrategia de posicionamiento: cápsulas audiovisuales

Es importante desarrollar una estrategia de posicionamiento de los Grupos de Voluntariado para dar a conocer de manera concisa el accionar de los diferentes grupos, se optó por producir unas cápsulas audiovisuales donde de manera rápida y concreta se muestre que realiza cada grupo por la comunidad. Cada uno tendrá una duración de 30 segundos para los cuales se estableció el siguiente Guión, es importante generar contenido que pueda publicarse en el canal de youtube y redes sociales de la Cruz Roja Colombiana Seccional Antioquia teniendo en cuenta los

parámetros establecidos por la Dirección General de Doctrina y Protección el cual vela por uso del emblema y la generación de todo el contenido que compromete al Movimiento, respetando sus parámetros y principio.

Aspectos para tener en cuenta

- Para la producción de cada Cápsula se debe respetar el guión como base de cada producción, para el cual es necesario conocer previamente sobre el accionar de cada grupo para definir el tipo de tomas y apoyo de imágenes.
- Es importante tener en cuenta que cada estrategia de comunicación tiene un público objetivo, sin embargo todo el contenido que se genera en la Cruz Roja tiene como público a toda la comunidad en general, por eso debe tener en cuenta que el contenido que se genera en cada cápsula audiovisual debe respetar los principios del Movimiento, y tener presente que dentro de su público, por la labor humanitaria que realiza se encuentran una gran número de mujeres, minorías, juventud, miembros de la Cruz Roja, Medios de Comunicación, Voluntarios actuales y potenciales, Usuarios, Donantes actuales y Potenciales, Gobiernos Nacionales e Internacionales, y otras Organizaciones Humanitarias.
- Se debe realizar comunicación previa con el Facilitador (Líder) de cada grupo previamente para organizar los días y momentos de grabación. El Facilitador es la persona encargada de coordinar las acciones de los grupos por eso es importante que ellos sean los encargados de establecer y manejar la información del grupo. Por tal motivo se recomienda que el personaje principal o

entrevistado para cada cápsula sea el Facilitador (a) o Co- Facilitador (a) del mismo para que la información sea verídica.

Pasos:

Fig. 2



Fig. 3



Fuente: elaboración propia.

- “A la hora de mostrar el Emblema de la Institución, se debe tener en cuenta que siempre debe estar sobre fondo blanco puesto que es la manifestación visible de la protección que confiere el Derecho Internacional Humanitario a los servicios de sanidad de las Fuerzas Militares y a los integrantes de la Cruz Roja Nacional e Internacional”, Manual Básico de Doctrina y Protección de la Cruz Roja Colombiana.

- En la Cartilla de Comunicaciones en Emergencia de la Cruz Roja Colombiana generada por la Dirección General de Doctrina y Protección, donde se dan las pautas para el manejo de la información, el contacto con medios de comunicación, y la producción de material audiovisual y comunicativo para la difusión de proyectos, se expresa que:

Las imágenes se deben centrar en la gente. Es por la gente que existimos.

- No olvide obtener la autorización de las personas para capturarlos ya sea en video o fotografías, hacer uso del formato de autorización o consentimiento informado.
- Centrarse en voluntarios o personal de la Cruz Roja ayudando a los demás.
- Recuerde que las imágenes capturas de los voluntarios de la Cruz Roja debe estar con el uniforme adecuado.
- Permita que siempre se vea el emblema, pues se está mostrando las acciones que desarrollamos.
- Cuando se muestra como interviene la Cruz Roja para aliviar el sufrimiento, si es posible, mostrar la secuencia del proceso de asistencias desde su llegada hasta su distribución.
- La toma de rostros con expresiones de alegría y esperanza son importantes puesto que muestra el amor, la pasión y la esperanza de la labor humanitaria que realizamos. Capture rostros de voluntarios en acción y de los beneficiarios de nuestras acciones.

- Evita capturar imágenes de personas estáticas o en tiempo muerto en su quehacer, centrarse siempre en las acciones.
- Cuando capture momentos en los que haya gran multitud, trate de que las personas de la Cruz Roja sea de fácil reconocimiento.
- Evitar el uso de contraluz, en caso de ser intencional procure que cumpla un objetivo.
- Se recomienda que se exporte el material de cada grabación a un computador o disco como soporte periódicamente, teniendo en cuenta la importancia de fechas, escenarios, acciones, entre otros, para evitar algún tipo de inconveniente.
- Capture imágenes de calidad; cerciorarse que el foco esté óptimo, el encuadre y la iluminación sea lo más adecuado antes de empezar la captura, recuerde que está construyendo cápsulas de 30 segundos, y a veces no hay posibilidad de repetir tomas.
- Al momento de mostrar el recurso logístico, transporte, equipos o ayudas, debe acompañarlos siempre de nuestro personal trabajando con ellos, pues solos no cuentan nada.
- Recuerde que el logro de cada uno de los ítems antes mencionados garantiza una buena captura y esta habla de y por la institución.

Es importante conocer los lineamientos establecidos para los voluntarios con el uso adecuado del emblema y el uniforme, la persona encargada de elaborar las

cápsulas es la encargada de velar por esto mientras que los voluntarios y personal de la Cruz Roja permite evidenciarlos de manera adecuada, cada publicación que se realice en medios juega un papel importante en la difusión de los principios del Movimiento. La guía de estilos gráficos para los comunicadores de la Cruz Roja plantea unos ítems sobre el uso adecuado del emblema y el uniforme por parte de los voluntarios, los cuales son:

- Cuando los voluntarios estén uniformados, deben llevar el emblema acompañado con el nombre de la Cruz Roja Colombiana, el cual puede figurar en el pecho, la espalda, el hombro, o bien sobre la gorra, en dimensiones que permitan identificarlo a larga distancia.
- En los overoles sólo se deben utilizar insignias en tela.
- Por seguridad del personal de la Institución, se recomienda utilizar el casco blanco con cinco cruces en sitios de alto riesgo. En campañas y otros eventos se utiliza la gorra.
- Con el uso del peto, se recomienda utilizarlo como emblema indicativo en situaciones de desastre, de orden público y campañas.
- El uso de brazaletes está prohibido para todo el personal de la Sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, solamente puede ser usado por el personal del servicio sanitario conforme a los artículos 39, 40 y 41 vigentes en el I Convenio de Ginebra de 1949 y la limitación expresa en el artículo 44 del mismo Convenio.

- La presentación de los voluntarios debe ser siempre impecable, pues son la imagen de la Cruz Roja.

Apoyo para la Producción de la Estrategia

Para MSTUDIO, Productora Audiovisual se debe tener en cuenta seis puntos claves que permitan desarrollar toda clase de proyecto audiovisual, de los cuales se puede apoyar el desarrollo de las cápsulas audiovisuales sin importar su pequeña duración, puesto que en realidad su importancia radica en su contenido, y no en su duración. Es precisamente la restricción de tiempo lo que le exige poseer un contenido llamativo que atraiga la atención e informe. MSTUDIO plantea entonces que es importante:

- **Tener unos objetivos claros:** hay que definir claramente qué es lo que queremos comunicar, a quién y qué objetivos queremos lograr. Sin estas premisas claras, puede que se realice un video atractivo, pero no se conseguirán los objetivos. Y eso es lo más importante para la empresa.
- **Generar un buen Guion:** Cómo contamos las cosas es esencial. El orden en el que se exponen los conceptos, las palabras y términos utilizados y la forma de contarlos, todo contribuye a captar la atención, interés, credibilidad y motivación del espectador. Este es el objetivo último del video.
- **Poseer una buena planificación:** Uno de los conceptos más importantes de un presupuesto de Producción de un Video de Empresa es el tiempo de rodaje. Una correcta planificación de las localizaciones y recursos

garantiza una buena producción, a la vez que se optimizan los costes, evitando tener que volver a rodar por falta de planos debido a una mala planificación.

- **Claridad en la Duración del video:** Está comprobado por numerosos estudios que mantener la atención y motivación del espectador sigue un patrón exponencial inverso con la duración del mismo. Esto quiere decir que a medida que aumenta la duración del video, se hace cada vez más difícil mantener el interés del espectador. Por ello la correcta duración del audiovisual es muy importante para lograr los objetivos marcados. Para un video de Presentación de Empresa o Producto, la duración recomendable suele estar entre 2 y 5 minutos. No obstante, es el guion que dictará la duración total. Por eso es tan importante su redacción y estructura.
- **Generar encuadres y Movimientos de Cámara definidos:** Un Video son fotografías en movimiento. Por eso el encuadre y el movimiento de cámara son tan importantes a la hora de presentar una empresa o producto: es lo que es capaz de atraer la atención del espectador, de despertar su interés y de generar la motivación de compra.
- **Realizar una buena edición:** Las imágenes del video son el apoyo visual de lo que la locución en off está narrando. Decidir qué planos describen cada frase locutada y en qué secuencia es la clave de una buena edición.

La acertada combinación de ambas es la que producirá el efecto deseado: captar la atención e interés del espectador.

Conclusiones

- A la hora de elaborar una cápsula audiovisual, aunque sea una herramienta de comunicación audiovisual de corto tiempo, es indispensable la realización un guión, conocer sobre las normas de imagen, doctrina y protección que identifican a todas las organizaciones para no cometer faltas que pueden alterar la imagen de la organización.
- En las etapas de pre-producción, producción y pos- producción es relevante contar con unas buenas herramientas que permitan elaborar contenido de calidad.
- La elaboración de cronogramas de actividades es indispensable en toda la realización de las piezas audiovisuales, pues guían cada paso y evitar la pérdida de tiempo.
- Las organizaciones que ya son reconocidas en la mente de la comunidad, tienen gran cuidado de afectar la imagen que han formado en la mente de los públicos, a la hora de generar contenidos evita que generen cambios negativos en el ideal de sus públicos.
- La Cruz Roja es una organización humanitaria reconocida a nivel mundial, por esto es importante conocer sobre la responsabilidad del mensaje que transmite cada una de las imágenes que son capturadas, y serán reproducidas para dar muestra de su labor.
- Es necesario contar con manuales institucionales que contengan parámetros para la producción de herramientas de comunicación.

Recomendaciones

La elaboración de este trabajo de grado permitirá a los siguientes practicantes, o realizadores audiovisuales que trabajen para la Cruz Roja, tener una guía o base para la realización de todos los productos audiovisuales sobre el trabajo humanitario y voluntario de la Institución, por eso se recomienda que:

- Se lea con cuidado cada una de las recomendaciones que se brindaron a través del trabajo desarrollado pues resume las normas de la Coordinación de Doctrina y Protección que rige a la Cruz Roja Colombiana.
- Antes de elaborar una cápsula audiovisual es indispensable investigar sobre cada grupo para conocer los valores diferenciadores a resaltar.
- Generar una buena comunicación con los diferentes grupos del voluntariado, sus facilitadores y cofacilitadores es indispensable para generar los espacios de grabación y todos los momentos de pre, pos y producción.
- Nunca olvidar contar con las herramientas necesarias como cámaras de buena calidad cargadas con espacio suficiente en la memoria, o contar con memorias extras para evitar tener problemas en las grabaciones; hacer uso de trípodes, micrófonos e iluminación, ayudan a realizar mejores tomas y evita la repetición de grabaciones.
- Guardar todo el material enumerado y nombrado por fechas y diferentes grupos ayudará al momento de la edición.
- Es importante hacer buena selección y definición de las actividades y momentos claves con cada grupo, ya que el tiempo de cada cápsula es muy reducido y ha

de ser importante cada palabra, imagen y sonido que lo componen. El éxito de las cápsulas audiovisuales está en la definición de cada captura.

- Contar con un guión y una estructura definida para cada entrevista permitirá que aunque cada cápsula audiovisual sea diferente, se guarde, mantenga y respete una misma línea narrativa.

Referencias

Abadía, J. M. (1993). *Introducción a la Tecnología Audiovisual, Televisión, Video y Radio*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Calo, J. R. (1990). ¿Qué es ser voluntario? *Cuadernos de la Plataforma*, (2), 1-82.

Cruz Roja Colombiana. (S.F.). *Cartilla de Comunicación en Emergencias*. Dirección General de Doctrina y Protección. Bogotá.

Cruz Roja Colombiana. (S.F.). Sitio web oficial. Recuperado de: <http://www.cruzrojacolombiana.org>.

Cruz Roja Colombiana. (2006). *Manual de Comunicador*. Bogotá: Macarena Press.

Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. (s.f). Sitio web oficial. Recuperado de: <http://www.ifrc.org/es>.

Fernández, F. y Martínez, J. (1994). *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.

Klimovsky, P. (2012). La producción audiovisual: entre el “arte y la industria”. ¿Qué podemos enseñar cuando enseñamos a realizar?. *Revista TOMA UNO* (1), 223-230.

Martínez, J. (2003). *Introducción a la tecnología audiovisual*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Salas, L. (2007). *En el mundo de las ONG*. Medellín: Fundación Bienestar Humano.

Vallaeys, F. (s.f.). El voluntariado solidario: ventajas y peligros. Recuperado de:
<http://durs.cayetano.edu.pe/images/Biblio/MarcoConceptual/ComunidadesAprendizajeDesarrollo/elvoluntariadosolidario.pdf>

