

## MAVECOL COMUNICACIONES LTDA

### PROPUESTA CONCEPTUAL

#### **GRUPO A**

Contratar los servicios de diseño, preproducción, producción y posproducción de la serie de valores ciudadanos para cada una de las líneas temáticas que se proponen en esta convocatoria, en virtud de la Resolución 0006 de 2018 de la ANTV. GRUPO A.  
“Serie Temática Movilidad. Muévete por Bogotá”

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**PROPUESTA CONCEPTUAL**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**A. FORMULACIÓN DE PROYECTO  
PARA PRESENTAR EN LA PROPUESTA**

#### **4.2.2.2 PROPUESTA CONCEPTUAL.**

##### **A. Formulación de proyecto para presentar en la propuesta (televisiva y transmedia)**

###### **Propuesta conceptual Televisiva**

A medida que las ciudades crecen tienen que ofrecer alternativas de transporte a la población creciente, en nuestro caso Bogotá desarrolló el transmilenio, las ciclovías, la peatonalización de vías importantes en el centro de la ciudad; con el ánimo de desestimular el uso del vehículo en la ciudad y fomentar el uso de los medios de transporte públicos y los alternativos.

Afrontando problemas como la pérdida de la confianza en el servicio de Transmilenio y en las vías de la ciudad, por ende se debe hacer énfasis en los peatones para generar un sentido de pertenencia y cultura cívica para mejorar la Imagen de Bogotá donde los sistemas de transporte masivo sean excelentes medios para educar e invitar a la ciudadanía a asumir no sólo comportamientos seguros y más civilizados en sus desplazamientos por la ciudad, sino a potenciar valores tales como la tolerancia, la confianza y la solidaridad.

Los sistemas integrados de transporte masivo que se están implementando en el país, traen consigo una serie de expectativas respecto a los comportamientos ciudadanos que su uso genera. La organización en la operación y funcionamiento de los sistemas así como el mejoramiento físico del entorno, no solo en el aspecto estético sino en el funcional, son excelentes medios para crear buenos hábitos de uso que luego los ciudadanos puedan aplicar a otros ámbitos de sus rutinas de movilidad por las ciudades.

Es por esto que, **Muévete por Bogotá**, se plantea como un gran proyecto que abarca una parte audiovisual y otra parte de transmedia que pretende la participación activa de la ciudadanía y se conviertan en auto reguladores de las acciones inequívocas y replicadores de los buenos hábitos de cultura y convivencia ciudadana.

###### **B. Idea central**

**Muévete por Bogotá** es una propuesta televisiva y de transmedia que pretende generar una reflexión acerca de la cultura de los bogotanos frente a la movilidad y como la estrecha relación que tienen, - la movilidad y la cultura -, afectan la convivencia entre sus habitantes. Es por esto que, el llamado de acción será **Dale la vuelta** donde invita al cambio, al cambio de pensar la movilidad. Este gran proyecto está compuesto de microrrelatos de ficción, con los que se quiere llevar al espectador a una profunda reflexión personal acerca de su comportamiento y aporte a la sociedad; de spots los cuales se convertirán en una herramienta educativa donde le muestre al ciudadano una mejor manera de movilizarse con el slogan Dale la vuelta; y por último está la propuesta de transmedia y digital donde la población tendrá un espacio de participación activa y positiva al hacer uso constante de las redes sociales y la página web del Canal Capital.

### C. Estructura Narrativa Tipo de la Propuesta

**Muévete por Bogotá**, surge del profundo cuestionamiento de ¿Cómo generar reflexiones en los habitantes de Bogotá frente a su comportamiento en la movilidad?. Como respuesta a este planteamiento se deben analizar los problemas que afronta la ciudad, tales como la pérdida de la confianza en los diferentes medios de transporte, la congestión vehicular en las horas pico y la falta de valores por parte de los usuarios; con lo cual es vital hacer ese **llamado de acción**, ese llamado al cambio para generar un sentido de pertenencia en los habitantes y que este se extienda a través de los diferentes sistemas de transporte masivo, al ser excelentes medios para educar e invitar a la ciudadanía a asumir, no sólo comportamientos seguros y más civilizados en sus desplazamientos, sino a potenciar valores como la tolerancia, la confianza y la solidaridad. Es por esto que hay que **darle la vuelta** a la movilidad para generar un cambio en la cultura. Es el **gancho** para poder convivir en armonía, para reflexionar, para mover a bogotá donde utilizaremos las frases de:

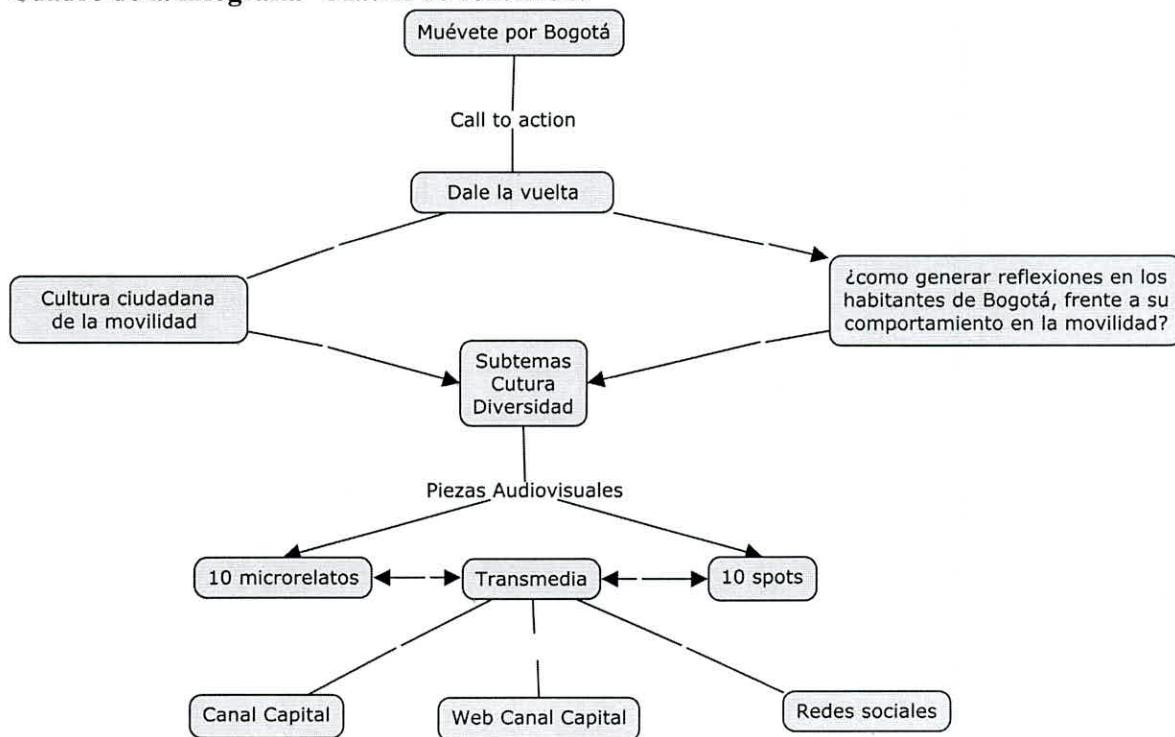
Dale vuelta a la movilidad, no olvides las señales de tránsito

Dale vuelta a la movilidad, deja salir para entrar

Dale vuelta a la movilidad, pon la direccional

A parte a lo anterior, se quiere mostrar la matriz de contenido donde se expone las razones por las cuales se eligen los subtemas de **Diversidad y Cultura** que regirán a la propuesta y el género de drama.

**Cuadro de la infografía - Matriz de contenido.**



**Los microrrelatos** se concibe como un juego de estructuras donde se rompe con la linealidad clásica, inicio, nudo y desenlace; se pretende aprovechar la estructura circular en la que , al inicio el espectador

no comprende lo que sucede pero a medida que se va desarrollando entenderá su estructura. Lo anterior es con el fin de motivar a que el espectador vea el capítulo completo. Al finalizar cada capítulo el espectador deberá quedar con la sensación clara de sorpresa. La sorpresa de haber vivido en un mundo propio con el cual se identificó y esperamos hacer que se cuestione sobre los significados de la cultura vial y la diversidad de su ciudad.

Los personajes que conoceremos a lo largo de la serie serán Brayan, Camila, Pablo, entre otros, que nos hablarán de sus vidas, sus quehaceres, sus vicisitudes, su entorno, su visión acerca de la movilidad y su lucha diaria por la sobrevivencia, y es precisamente a partir de estas historias cargadas de vida, que queremos generar recordación en el televidente joven de la capital. Tendrá muchas voces y rostros, con el fin de tener una gran cobertura y un amplio espectro de puntos de vista y aportes acerca del tema, para que el televidente sienta que a través de estos testimonios está descubriendo y se le está revelando la cultura de los capitalinos.

De manera transversal a los microrrelatos se encuentran los **Spots** que son piezas cortas las cuales serán ejemplos claros y puntuales de los diferentes comportamientos que afectan a la movilidad acompañados de un cambio actitud de los personajes. De igual manera **la estrategia de Transmedia y la estrategia digital** será un espacio de participación ciudadana donde los habitantes dispondrán de herramientas tecnológicas que le permitan estar en continuo contacto con Muévete por Bogotá



La Gráfica anterior resume la sinergia que se genera entre las piezas audiovisuales y las estrategias de transmedia y digital donde una depende de la otra y se complementan al desarrollarse de manera paralela.

#### D. Enfoque

**La reflexión**, será el objetivo principal de cada pieza de **Muévete por Bogotá**, ya que nos da la posibilidad de cuestionar nuestras propias actitudes, - ¿Por qué me comporto de esta manera?; a partir de esta conciencia individual se puede potenciar una mejor convivencia donde se deje de lado la indiferencia y la falta de valores que parece ser algo normal en el diario vivir de los capitalinos. Es por esto que queremos enfocarnos en llevar el mensaje de que una mejor movilidad la hacemos todos; y para esto se debe partir desde la reflexión individual que genere un cambio colectivo; **Dale la vuelta**.

#### E. Investigación de contenidos

El fondo de prevención vial viene trabajando en el desarrollo de campañas a nivel nacional para mejorar la cultura de la movilidad con unos resultados medianamente aceptables, sin embargo, en una ciudad como bogotá que a pesar de los innumerables esfuerzos de las diferentes administraciones para mejorar la cultura de la movilidad sigue aún con unos niveles muy bajos de aceptación y apropiación por parte de sus ciudadanos.

Es necesario concentrar esfuerzos educativos para elevar el nivel de tolerancia, paciencia y solidaridad para mejorar los niveles de cultura de la movilidad.

Con las piezas audiovisuales, esperamos impactar positivamente en la audiencia, generando una reflexión que permita un autoexamen de sus comportamientos sociales.

Con los Spots, estamos enviando un mensaje positivo, que claramente complementa los microrelatos, y aunque lleva un mensaje y una estructura diferente son complementarios.

La transmedia es un componente muy importante de la estrategia total, porque nos permite tener retroalimentación en las redes y poder medir claramente el impacto real en redes de las piezas.

#### **F. Marco Conceptual General**

Bogotá es una ciudad de casi diez millones de habitantes con un gran porcentaje de personas de distintas ciudades del país, donde diariamente circulan más de 700 mil vehículos, haciendo que la congestión vehicular se vea en la mayoría de las calles de la capital. Por otro lado los articulados de Transmilenio transportan aproximadamente 2'600.000 pasajeros al día, y otra cantidad emplea la bicicleta con lo cual movilizarse se convierte en una actividad tediosa y difícil.

Por esta razón, Bogotá se convierte en un escenario excepcional para hablar de convivencia, solidaridad, y sobre todo, de cultura ciudadana, -que es casi nula-. Con el pasar del tiempo parece que vivir sin cultura es algo normal, cotidiano y habitual; acostumbrándonos cada día a esta práctica la cual ocasiona que la sociedad bogotana involucione y busque en los antivalores y la indiferencia el camino predilecto para sobrevivir o escapar. Visibilizar esta problemática ante los ojos de la sociedad es indispensable para generar un cambio en la idiosincrasia del individuo y su desenvolvimiento en la sociedad.

En el año de 1998 bajo la administración de Peñalosa se crea el sistema de transporte masivo Transmilenio ayudando a que se pudieran movilizar un mayor número de personas las cuales veían como único medio de transporte el bus urbano pero con la creciente población se ha generado una mayor demanda de todos los sistemas de transporte; -en la actualidad la ciudad está solucionando este tema de implementar vías y nuevos sistemas como el metro-, pero mientras esto ocurre debemos acatar de manera voluntaria los códigos de convivencia donde movilizarse sea una actividad cómoda y tranquila.

Es por esto que, desde el año 1995 se han venido desarrollando campañas por las diferentes administraciones para fortalecer la cultura de la movilidad, donde se implementaron dinámicas como:

- Mimos
- Tarjetas ciudadanas
- Caballeros de la cebra
- Cruces escolares
- Mejoramiento de la calidad del transporte público

- Uso obligatorio del casco y chaleco reflector
- Observatorio de la cultura urbana
- Observatorio de la movilidad

En la actual administración de Peñalosa, también se han impulsado campañas como, #bogotáesnuestracasa, dirigida a fortalecer los diez valores fundamentales; respeto, paciencia, prudencia, igualdad, gratitud, empatía, responsabilidad, honradez, tolerancia, y solidaridad.

Estas campañas han servido indudablemente para mejorar la cultura de la movilidad en la ciudad pero no es suficiente; ya que la sociedad actual con la revolución tecnológica ha cambiado la manera de comunicarse y relacionarse donde el internet y las redes sociales se han convertido en el pilar fundamental para llegar de manera directa e inmediata al inconsciente colectivo de la nueva generación, - Millennials-; así mismo se debe pensar en las futuras generaciones que tendrán la tarea de transmitir los valores y el legado cultural que nos diferencia del resto del mundo. Por ende, se debe fortalecer la promoción de la cultura y el adecuado uso de los medios de transporte; para ello es necesario impulsar campañas innovadoras y contundentes donde el ciudadano vea reflejado su comportamiento en la movilidad y así generar profundas reflexiones para que se convierta en un multiplicador de los buenos comportamientos ciudadanos en su entorno.

Con **Muévete por Bogotá**, se pretende descubrir cómo es la movilidad en Bogotá desde el imaginario de los habitantes urbanos que son originarios de la capital y de otras regiones, en donde se muestre a Bogotá como un espacio en el que confluyen simultáneamente las regiones caribe, andina, amazónica, pacífica e insular y no solamente ellos, sino las personas en situación de discapacidad, adultos mayores y la población infantil. Por ende, para el diseño del proyecto se tomaron como punto de partida los dos subtemas de: **Diversidad y Cultura**.

**La Cultura** entendida como el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias; de acuerdo a lo anterior nos habla de nuestra relación con el mundo, - en este caso la ciudad de Bogotá -, y con nosotros mismos.

**La Diversidad** Nos muestra qué tenemos de común, pero a la vez nos habla de nuestras diversas formas de ser y de pensar. Esto, lo convierte en un poderoso objeto de estudio para comprender la compleja trama de nuestra diversidad que muy amplia y nos exige aprender a convivir unos con otros. En el proyecto el enfoque de estos dos ejes temáticos está dado desde lo popular y cotidiano donde la cultura está vista como lo vivido en la “diaridad”, y como aquello que constituye nuestro escenario más próximo y real, nuestro referente más cercano, y el que mejor conocemos y manejamos todos, individual y colectivamente.

De acuerdo a estos conceptos, **Muévete por Bogotá** pretende ser un documento visual que de cuenta de cómo se conforma y se reconfigura nuestra cultura de la movilidad en medio de las particularidades de cada individuo, develándonos sus puntos de encuentro y de mejoría. Un documento, que abra espacios de valoración, aprendizaje y reflexión acerca de nuestro comportamiento individual y global para hacer de la movilidad un ejercicio tranquilo donde impere el civismo y los valores. También que este proyecto logre ser un referente que recuerden los ciudadanos de la capital como lo fue y lo sigue

siendo El **Manual de urbanidad y buenas maneras** o Manual de Carreño que contiene "lecciones y consejos" sobre cómo deben comportarse las personas en lugares públicos y privados tales como el hogar, la familia, la escuela y el trabajo.

Por otro lado, para lograr lo que se ha mencionado a lo largo de este puntos se hará uso de los recursos tecnológicos, - nos referimos a la campaña de transmedia y digital-, que serán una herramienta indispensable que apoyarán a las piezas audiovisuales, -microrrelatos y spots- para transmitir el mensaje pero sobre todo, será un gran aporte a la esencia de este proyecto que está enfocada a la reflexión individual y colectiva que se verá ejemplificada en los microrrelatos y spots en los cuales, los personajes reflexionan por sí solos, sin necesidad de tener a un policía o autoridad que los obligue a hacerlo, sino ellos mismos llegan a conclusiones contundentes.

#### **G. Metodología y Fuentes.**

La investigación se realiza en tres etapas: La primera etapa consiste en **recolección de la información** principalmente de tres fuentes: las vivencias y la experiencia directa del equipo de trabajo con expertos en movilidad así como antropólogos, la recopilación de artículos de prensa, libros, revistas y la información bajada de Internet.

La segunda etapa, **la Tabulación** que consiste en una mesa de redacción en la que participan investigador, experto en movilidad y equipo realizador, en donde se seleccionan y ordenan las experiencias más significativas, que ayuden a cumplir fielmente con los objetivos del proyecto.

La tercera etapa, **la Guionización** donde se escriben los guiones de rodaje.

Las principales fuentes consultadas han sido:

- <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd63/diagnostico.pdf>
- <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/muertes-en-accidentes-de-transito-en-bogota-disminuyeron-38-articulo-744444>
- <http://www.movilidadbogota.gov.co/web/search/node/estad%C3%ADsticas%20accidentes>
- <http://internacional.secretariageneral.gov.co/proyectos-estrategicos/gerencia-la-bici>
- artículos, <http://www.scielo.org.co/pdf/papel/v16n2/v16n2a07.pdf>  
<http://www.umng.edu.co/documents/63968/72398/11.DerAlaMovilidad.pdf>
- ACERO, Velásquez Hugo. Ciudad y políticas públicas de seguridad y convivencia. En: <http://www.suivid.gov.co/> (consulta 20 abril 2007).
- BORJA, Jordi. Ciudadanía y espacio público. Publicado en VVAA, Ciutat real, ciutat ideal. Significat i funció a l'espai urbà modern, "Urbanitats" núm. 7, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, Barcelona 1998
- BORJA, Jordi. Manuel Castells. "Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información". Tauros. Madrid – España. 1997.
- MOCKUS, Antanas y CORZO, Jimmy. Cumplir para convivir. Factores de convivencia y su relación con normas y acuerdos. Instituto de estudios políticos y relaciones internacionales. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.C. 2003. MOCKUS, Antanas. Ponencia: Camino a la igualdad, avances en Cultura Ciudadana y en la Construcción de lo Público. Primer Seminario Internacional de Transporte Urbano, Bogotá, 14 de noviembre de 2001.

## H. Cubrimiento Temático.

**Diversidad y Cultura** son los subtemas que hemos elegido porque estamos seguros de que vamos a encontrar el potencial para el cambio en la diversidad la cual se manifiesta en las diferentes formas de pensamiento, de costumbres, de razas y de percepciones que se deben unir y convivir en la cultura e ir reemplazando ese imaginario equivocado que aqueja a los habitantes de la capital donde las necesidades individuales están por encima de las colectivas. Estamos seguros de que se debe llevar al ciudadano, sin diferencias de estrato o creencias políticas o religiosas a reflexionar sobre sus comportamientos cotidianos impáctará y hará un cambio en la cultura de la sociedad.

**Muévete por Bogotá** es un recorrido por las creencias, los comportamientos, los valores ciudadanos, la cultura, la idiosincrasia, los personajes, las diferentes prácticas en la movilidad, los medios de transporte, la diversidad, y la imaginería popular que definen a esta urbe; sin lugar a dudas son temas que conviven en la capital colombiana ya que aquí habitan personas de todos los rincones de nuestro país, es un pequeño universo lleno de diferentes colores que se deben combinar para encontrar una armonía, por ende, el cubrimiento temático será muy amplio porque dependiendo de la educación, lugar de nacimiento, la generación a la que pertenece y a la mentalidad de las personas construyen lo que conocemos como cultura.

Los temas propuestos son los siguientes:

- 1- La indiferencia capitalina
- 2- Los colados en Transmilenio
- 3- La movilidad para las personas en situación de discapacidad
- 4- La movilidad en Bicicleta y medios alternativos
- 5- La cultura de la movilidad en la capital colombiana
- 6- La diversidad capitalina
- 7- La movilidad en los vehículos de la capital
- 8- La idiosincrasia Bogotana con las señales de tránsito
- 9- La solidaridad, la empatía y el respeto en las calles y vías de la ciudad
- 10- La conciencia individual como un acto de voluntad en los habitantes de la capital
11. - La movilidad en los adultos mayores
12. - La movilidad en la población infantil
13. - El uso adecuado de los medios de transporte
14. - La convivencia en la ciudad
- 15 - Los valores como una herramienta de comunicación vial
- 16 - El Conocimiento de las señales de tránsito
- 17- El uso adecuado de las diferentes vías de la capital

- 18 - La reflexión individual como medicina
- 19- Somos diferentes pero somos Colombianos
- 20.-Los trancones en la capital
21. - El equivocado imaginario colectivo
22. - Los rituales de la movilidad en los peatones de la ciudad.

## **I. Cubrimiento Poblacional**

La capital colombiana cuenta con diversos grupos poblacionales y sociales que están conformados por las Mujeres, la Población LGBTI, las personas en situación de discapacidad, las Comunidades rurales y campesinas, y sumado a ellos están los universitarios, las personas de las diferentes regiones de Colombia, los extranjeros, la población infantil, los adultos mayores, las cuales se rigen, en algunos casos, por los estratos sociales.

Todo lo anterior hace de Bogotá un microcosmo, un nicho de diversidad cultural; y es aquí a dónde queremos llegar a las diferentes poblaciones pero sobre todo queremos apuntar al público joven que son la clave para el desarrollo y la evolución de la sociedad. Si logramos llegar a esta población, ellos se convertirán en un gran motor de cambio y se serán los replicadores de este nuevo conocimiento a las futuras generaciones las cuales vivirán en las mismas localidades, harán usos de los mismos medios de transporte y vías pero con otra visión; entonces de manera general queremos cubrir a toda la población colombiana que habita en la ciudad y de manera específica a los jóvenes que son la semilla de la esperanza y del cambio.

La imágenes de **Muévete por Bogotá** serán generadas desde los lugares en donde se origina los conceptos equivocados de cultura de la movilidad, en búsqueda de una riqueza visual y sonora, generando así, capítulos con distintas visualidades, estéticas, ritmos y músicas que serán grabados en las diferentes localidades de la ciudad,

### **4.2.2. 1 Descripción audiovisual de los microrrelatos**

#### **A. Story Line**

##### **Capítulo 1.**

Brayan pone en riesgo la vida de su hermano al intentar colarse en el Transmilenio.

##### **Capítulo 2.**

Camila en condición de discapacidad vive en un mundo imaginario donde ve a una Bogotá mejor.

### **Capítulo 3.**

Pablo pasa un mal día y toma malas decisiones de movilidad con su auto.

### **Capítulo 4.**

Santiago por hacer mal uso de la tecnología termina tras las rejas.

### **Capítulo 5.**

Diana por no acatar las normas de tránsito en su bicicleta ocasiona un accidente que no olvidará.

## **B. Tratamiento Audiovisual**

Los microrrelatos de **Muévete por Bogotá**, serán relatos breves ya que se disponen de dos minutos de duración tiempo durante el cual se pretende mostrar las historias de los personajes de una manera concisa, bien estructurada y pensada.

Por otro lado las historias tienen una fuerte conexión con el título Muévete por Bogotá ya que los personajes siempre están en movimiento por la capital de la ciudad donde desplazarse de un lugar a otro es todo una odisea para los personajes. También porque queremos que con esta serie web o dramatizado Bogotá se mueva, cambie de conciencia, de costumbres y cultura de la movilidad, con lo cual el nombre tiene una estrecha relación.

Los microrrelatos tendrán una simpleza sintáctica y visual ya que pretendemos generar composiciones limpias, sencillas donde se apliquen correctamente la ley de los tercios de una manera armónica y equilibrada virada hacia lo cinematográfico sin dejar de lado lo televisivo y así retratar el mundo de los personajes.

Al tener dos minutos de duración cada uno de los microrrelatos, entendemos la importancia de la inmediatez de lo narrado ya que es un recurso que nos permite de alguna manera ahorrar tiempo, es por esto que los personajes ya tienen un conflicto claro, no hay que construirlo, ya están construido, solamente a través de acciones, comportamientos sintetizamos el discurso de una manera efectiva.

El discurso será tan intenso desde la historia, los personajes, la atmósfera y el montaje que generará una provocación de tensión lectora por parte del espectador, el cual se verá motivado a ver todo el capítulo hasta el final donde las historias tendrán un efecto emotivo y reflexivo único para que el espectador se identifique y comprenda a los personajes y su entorno.

Con los microrrelatos queremos utilizar una estructura circular - la cual rompe el discurso lineal -, y algunos flashback para narrar las historias de estos personajes capitalinos creemos un universo único, un microcosmos de la movilidad donde debemos aprender a convivir, donde recordemos que los valores son la opción de un mundo mejor y así romper con las convencionalidades.

## **C. Géneros**

Los géneros principales de los microrrelatos serán Serie web y el dramatizado. Consideramos que este es el género que se adapta perfectamente a nuestra propuesta, pues es a través sus recursos narrativos y conceptuales que podremos transmitir el espíritu y la esencia de los microrrelatos. Por

otro lado se mezclará con un poco de drama, acción y leves tintes de humor con el fin de hacer un relato entretenido, real, dinámico y sobre todo orgánico.

#### D. Diseño audiovisual

**Muévete por Bogotá** tendrá personajes como **Brayan**, un joven chocoano de 19 años de edad que vela por el bienestar emocional y económico de su familia conformada por su madre y hermano David, a los que ama profundamente, tanto así que está dispuesto hacer cualquier cosa por devolver a su madre a su tierra natal, quibdó, ya que cada día ella vive en los recuerdos y en el sentimiento de añoranza. Brayan vive en el sur de la ciudad de bogotá y cuando su padre los abandonó él asumió un rol de un adulto cuando no era el momento pero esta experiencia le ha dado la fortaleza para salir adelante y ser un hombre trabajador, alegre, entrador, valeroso. Hace unos meses obtuvo un trabajo de repartidor pero la empresa tuvo que recortar personal y fue despedido quedando en el limbo. Brayan no cuenta su situación a su familia y empieza a tomar medidas de ahorro como colarse en las estaciones de transmilenio, con el tiempo toma la suficiente confianza para hacer esta práctica diariamente sin medir las consecuencias, tanto así que involucra a su hermano hasta que una noche intentan colarsen poniendo en riesgo la vida de ambos; esta situación lleva a Brayan a un cambio de mentalidad.

**Camilia** es una mujer trabajadora en silla de ruedas que tiene un defecto visual agudo que aun utilizando gafas ve un poco borroso y debe esforzarse pero es una persona amigable, ingenua con un espíritu muy positivo; tanto así que cuenta con un mundo imaginario que nadie conoce, solamente ella donde imagina una bogotá diferente donde las personas son solidarias, comprensivas y amables con su discapacidad; también tiene la ilusión de volver a ver por medio de una operación que posiblemente le pueden realizar pero obtiene una respuesta negativa pero su mundo imaginario es la salida de escape.

**Pablo**, un hombre de familia que tiene una vida llena de ocupaciones y de estrés pero aún así es un hombre trabajador, ordenado, amoroso y soñador; no tiene la familia perfecta la cual está conformada por su esposa y sus dos hijos que tiene problemas en sus colegios, situación que le genera estrés ya que su sueño es que sus hijos sean profesionales e independientes. Él pasa un mal día ya que en su trabajo suceden altercados como que debe repetir una tarea, sus hijos tienen problemas en sus colegios y termina tomando malas decisiones en su auto.

Lo anterior, es una breve descripción de algunos de los personajes que tendrán los microrrelatos para los cuales creemos que el género principal será el drama el cual se mezclará con un poco de acción y leves tintes de humor con el fin de hacer un relato entretenido, real, dinámico y sobre todo orgánico.

Por otro lado, Los microrrelatos se conciben como un juego de estructuras donde se rompe con la linealidad clásica, inicio, nudo y desenlace; se pretende aprovechar la estructura circular en la que , al inicio el espectador no comprende lo que sucede pero a medida que se va desarrollando entenderá su estructura. Lo anterior es con el fin de motivar a que el espectador vea el capítulo completo. Al finalizar cada capítulo el espectador deberá quedar con la sensación clara de sorpresa. La sorpresa de haber vivido en un mundo propio con el cual se identificó y esperamos hacer que se cuestione sobre los significados de la cultura vial y la diversidad de su ciudad.

La unión entre los diferentes capítulos será a través del manejo de este tipo de estructura circular, donde al inicio el espectador no comprende lo que sucede pero con el desarrollo de la historia se va apropiando del relato hasta unir las piezas y entender en su totalidad la historia. Por ende los capítulos tendrán personajes diferentes, únicos e independientes pero en común la estructura de las historias.

Para retratar narrativamente el mundo de los personajes utilizaremos tres tipos de cámaras: una será la subjetiva de los personajes; la otra será cámara suelta para narrar los momentos de acción y la tercera cámara será estática o con movimientos lentos cuando los personajes reflexionen o surjan momentos de silencio. Estos tipos de cámara se mezclarán con la manipulación de las velocidades de cámara y con los diferentes métodos y recursos de montaje que consideramos que es una de las mejores formas de transmitir sensaciones y emociones y hacer esto una experiencia sensitiva donde el espectador comprenda al personaje.

El sonido ambiente es un elemento importante para recrear la atmósfera sonora de la ciudad de Bogotá, y no solamente de la ciudad sino de sus personajes ya que estamos apuntando a personajes humanos y únicos con lo cual sonoramente también lo deben ser; donde el espectador diferencie el mundo de Brayan al mundo de Camila así ellos vivían en la misma ciudad pero cada sector de la capital suena diferente y queremos aprovechar este elemento narrativo.

La música incidental apoyará a los demás elementos narrativos expuestos y aparecerá en momentos clave donde el personaje exterioriza sus sentimientos o pensamientos al espectador pero es importante aclarar que se respetarán los momentos de silencio que tendrán los personajes.

Para los microrrelatos se quiere dar una atmósfera natural donde los colores, el vestuario y la fotografía retraten a Bogotá de una manera realista. Aquí es importante aclarar que pretendemos basarnos en una atmósfera natural cada personaje tendrá colores que los identifique y los haga únicos; para Brayan los tonos grises, tierras, para Camila tonos rojos, vivos y para Pablo tonos blancos con el fin de que cada atmósfera se diferencia pero todas sigan el tono natural.

Dentro de la actuación se pretende que los actores realicen un trabajo de campo que les permita comprender el mundo de los personajes y se apropien de ellos y el resultado sea algo más real.

El montaje será orgánico siguiendo la estructura circular y con diferentes ritmos donde será rápido en los momentos de acción y pausado cuando los personajes reflexionen frente a su realidad y surjan los silencios.

Los microrrelatos tendrán un paquete gráfico que manejen la misma estética del proyecto general de Muévete por Bogotá y así mantener una unidad estética.

De acuerdo a todo lo anterior, nuestro compromiso es crear una estética propia a través de la experimentación y del dominio de la técnica televisiva, con un lenguaje visual muy contemporáneo, que respete el sentido y el significado de la imagen.

## E. Guiones - Microrrelatos

### Capítulo I – Brayan.

#### Esc. 1. Ext. Calle de Bogotá. Noche. Flashforward

En pantalla negra aparece el título:Brayan; segundos después se disuelve. En una noche típica bogotana envuelta por el frío y el suelo húmedo de sus calles a causa de la lluvia que acaba de pasar donde se reflejan las luces de una ambulancia en uno los charcos de agua. Un paramédico baja de la ambulancia y se dirige rápidamente hacia sus compañeros que atienden en el piso a una víctima la cual, en un estado confuso de conciencia observa y escucha, todos los procedimientos que le hacen para salvar su vida, - pasamos a un punto subjetivo de la persona que se haya en el piso con el fin de no mostrar inicialmente su identidad;- observa que los hombres con afán y preocupación ponen un cuello ortopédico y con un desfibrilador hacen varias reanimaciones hasta que uno de ellos dice: !No hay signos vitales, no responde! Corte.

Cabezote.

#### Esc 2. Int. Carro. Noche

Un grupo de amigos van en un carro por las calles oscuras y frías de la noche bogotana, sin cinturones de seguridad, con las ventanas abajo mientras fuman y cantan muy duro una canción de rap que escuchan en la radio, conversan y riéndose fuertemente. De repente el conductor frena de ipso facto, todos se mueven y se pegan por no tener el cinturón de seguridad, cuando se recomponen observan por las ventanas y dicen: !que man tan bruto, que está haciendo!. Corte

#### Esc. 3. Exterior. Calle de Bogotá. Día

Amanece en la capital colombiana y por sus calles corren Brayan, un joven afro del pacífico colombiano de 19 años junto a su hermano menor hasta que cruzan una avenida para treparsen por una de las puertas donde paran los buses del Transmilenio; cuando lo logran, a las malas y haciendo mucha fuerza logran abrir la puerta anti colados de la estación el Restrepo, entran y se sienten victoriosos y chocan sus manos; las personas que están adentro se incomodan pero a ellos no les interesan y continúan su camino dentro de la estación. A lo lejos ven a un policía que no se ha percatado de la presencia de ellos; Brayan y su hermano riéndose a carcajadas

*Brayan*

¡Otra vez coronamos!

*David*

*(riendo)*

Sí, el policía ni se dio cuenta

Brayan se detiene y se ubica frente a su hermano y lo mira fijamente.

***Brayan***

David no le vaya a decir nada a mamá  
Usted sabe que ella se preocupa y no va a entender  
Lo que hacemos y tampoco le vaya a contar que me  
echaron de trabajo..

**Esc. 5. Interior. Cuarto Brayan. Día**

En una casa en obra gris de estrato medio bajo vive Brayan con su hermano David: él lleva puesta su gorra de rap y está en su cuarto donde guarda en una alcancía de barro las monedas que ahorra cuando se coloca en el transporte, luego se dirige hacia el cuarto de su mamá.

**Esc 6. Interior. Cuarto mamá Brayan. Día**

Brayan entra al cuarto donde se encuentra el televisor prendido y se dirige hacia su madre, una mujer afro de 45 años de edad; y desde lejos observa que ella está sentada en su cama sollozando, muy despacio Brayan se acerca y se percata que su mamá tiene una foto antigua de ella cuando estaba en el chocó y era feliz. La mujer se percata de la presencia de él.

***Mamá***

¡Yo quiero volver a mi tierrita, como la extraño!...

Brayan la abraza. Su madre continúa hablando

***Mamá***

Uno allá comía de lo que daba la tierra, yuca, ñame  
Pescado, la gente era linda, servicial, no como acá mijo

Mientras la mamá llora, Brayan la abraza con fuerza, luego la mira fijamente.

***Brayan***

*(con tono de consuelo)*

¡Ay Ma!, no se preocupe que yo voy hacer  
Todo lo posible para que usted regrese  
Deme un tiempito que estoy reuniendo  
Un dinero con el nuevo trabajo que tengo.

***Mamá***

¿De verdad, mijo?.. Yo le agradezco mucho...

La conversación es interrumpida por el noticiero que acaba de comenzar y que se aprecia en el televisor. A medida que la periodista narra las noticias se mezcla con imágenes de archivo.

*Periodista*

Un joven de 20 años acaba de fallecer al  
Ser atropellado por un articulado del Transmilenio  
Al intentar colarse por las puertas.

Brayan apaga el televisor

*Mamá*

¡Ay no mijo que noticias tan horrible!

La mamá de Brayan mira con tristeza y fijamente a su hijo; continúa hablando.

*Mamá*

Mijo, usted no me vaya a hacer una cosa así; ¡oyó mijo!. Si usted hace bien las cosas la vida lo recompensa...

Brayan la abraza fuertemente y queda en silencio.

**Esc 7. Ext. Calle. Noche**

Es de noche y acaba de llover en la ciudad de Bogotá y Brayan que hace poco tuvo una entrevista de trabajo y se encuentra en una calle contando unas monedas de 50 y 100. Cuando termina de contar se da cuenta tiene para comprar un pasaje, luego mira hacia la estación de Transmilenio de la calle 72 que está muy congestionada. Al lugar llega su hermano David.

*David*

Cómo le fue

*Brayan*

Mal

*David*

Cómo así

*Brayan*

No me dieron el trabajo

*David*

(asustado)

Entonces, cómo vamos a hacer

Todos dependemos de usted

*Brayan*

Y lo peor es que hoy le prometí a mamá que

La voy a regresar a la tierrita, *David*

**¿Y ahora?**

*Brayan (bromeando)*  
Pues será robar un banco

Ambos se ríen; Brayan se quita su morral y saca una bolsa de dulces para vender.

**Brayan**  
(*Mostrándole la bolsa a su hermano*)  
Me va ayudar  
**David**  
Hágale hermano  
**Brayan**  
Entonces ya sabe cómo es la movida

Brayan y David caminan por la calle hasta ubicarse en frente de las puertas en donde se detiene el Transmilenio a esperar pero una gran avenida por donde transitan los vehículos a altas velocidades; David mira calcula y se lanza, Brayan corre tras él.

### **Esc. 8**

Un grupo de amigos van en un carro por las calles oscuras y frías de la noche bogotana, sin cinturones de seguridad, con las ventanas abajo mientras fuman y cantan muy duro una canción de rap que escuchan en la radio, conversan y ríen fuertemente. De repente el conductor frena de ipso facto, todos se mueven y se pegan por no tener el cinturón de seguridad, ¡cuando se recomponen observan por las ventanas y dicen!:que man tan bruto, que está haciendo!; ven a David pasar rozando su carro y por un milímetro es casi atropellado. Brayan corre tras su hermano.

### **Esc.9 - Flashforward**

Las luces de una ambulancia en uno los charcos de agua. Un paramédico baja de la ambulancia y se dirige rápidamente hacia sus compañeros que atienden en el piso a una víctima la cual. Nos percatamos la estación de Transmilenio está cerrada y uno de los buses tiene el vidrio de su parabrisas roto y en el piso está tendido Brayan. Sin que los paramédicos se percaten José está en un estado confuso de conciencia observa y escucha, todos los procedimientos que le hacen para salvar su vida, - pasamos a un punto subjetivo de la persona que se haya en el piso con el fin de no mostrar inicialmente su identidad-; observa que los hombres con afán y preocupación ponen un cuello ortopédico y con un desfibrilador hacen varias reanimaciones hasta que uno de ellos dice: !No hay signos vitales, no responde!

### **Esc. 10. Ext. Calle. Noche**

Se aprecia la pupila dilatada de David; Salimos de esta y vemos que los dos se encuentran al otro lado de la calle y que no se colaron. David está pensativo ya que acaba de salir del Flashforward de la escena 8 mientras escucha a su hermano que habla con un tono de preocupación.

*Brayan*  
(*preocupado*)  
Yo ví que usted calculó mal; ese bus venía muy rápido

Imagínese si el bus lo atropella, yo que hago; que le digo  
A nuestra má.

Surge un silencio, segundos después Brayan se acerca a su hermano y lo abraza y continúa hablando.

### ***Brayan***

Sabe que no vale la pena arriesgar la vida; yo le prometo que voy a conseguir otro  
Trabajo y nunca más vamos a tener  
Que hacer esto; vámonos que nuestra  
viejita nos espera...

## **Capítulo II - Camila.**

### **Esc.1.Ext .Calle Día.**

Camila se encuentra esperando a que cambie la luz del semáforo a verde; varias personas llevan afán e intentan pasar pero la ubicación de Camila les impide hacerlo, algunas personas la ignoran y otros la miran con desagrado. No es evidente su situación de persona con discapacidad.

Cabezote..

### **Esc. 2. Interior. Cuarto de Camila. Día.**

En fondo negro aparece el título: Camila; tiempo después desaparece. Camila, una mujer de treinta y tres años se encuentra frente al espejo de su cuarto; con la yema de sus dedos toca sus ojos, luego toma unas gafas grandes de vidrio grueso que están ubicadas en una mesita cercana, se las pone pero se le dificulta ver. Ella toma un cepillo y comienza a peinarse, se ve positiva y emocionada; descubrimos al final de la escena que ella está sentada en una silla de ruedas.

### **Esc. 3. Ext. Calle. Día**

Desde la subjetiva de Camila se aprecia todo lo que debe vivir en su día a día. sale de su casa Ubicada en un barrio estrato 3, - ella ve un poco borroso usando las gafas -. Camila van en su silla de ruedas hasta llegar a un semáforo que tiene los colores que espera que cambie a luz verde, cuando va pasando se queda atascada en una cuneta que le impide el paso; muchas personas pasan por su lado ignorándola. Camila decide devolverse e irse por otro camino.

### **Esc. 4. Ext. Paradero SITP. Día**

Camila llega a la hora pico a la parada del SITP donde se encuentran las personas esperando; ella ve borrosos los letreros de los buses y los que están instalados en el paradero. Ella se va acercando hacia el letrero y sin darse cuenta le pega con su silla a un hombre que la mira despectivamente.

*Hombre*  
*(enojado)*  
¡Es que no ve!  
Camila  
discúlpeme, quería leer el letrero y no lo ví

*Hombre*  
(enojado, la mira despectivamente)  
Tenga más cuidado... Es imposible  
no ver con esas gafotas

Camila queda en silencio; en ese momento llega uno de los buses y las personas suben a empujones, todas las personas suben al bus menos Camila; quedando sola y decepcionada.

#### **Esc 5. Ext. Calle. Día**

Camila va en su silla de ruedas pensativa acercándose hacia el mismo semáforo de la escena 1.

*Voz of de Camila*  
Quisiera que movilizarse por esta ciudad fuera fácil...

Un señor que está a su lado le habla.

*Señor*  
*(positivo)*  
si es posible movilizarse mejor en esta ciudad  
solamente no hay que complicarse y ayudar

Camila se asusta

*Camila*  
¡puede leer mis pensamientos!

El señor agarra por la silla y la ayuda a pasar el semáforo, cuando llegan a la otra esquina deben subir un andén y otro señor acude rápidamente a ayudarle a subir a camila. Camila se sorprende y se percata que puede ver perfectamente.

*Camila*  
*(emocionada)*  
¡Puedo ver!....

Camila y el señor llegan a la taquilla del transmilenio.

#### **Esc 6. Exterior. Taquilla de Transmilenio. Día**

El señor se despide de Camila y continúa su camino. Las personas se encuentran haciendo fila para comprar el pasaje, cuando ven a camila llegar una señora le dice:

*Señora*  
ven te ayudo a comprar un pasaje

La señora lo compra y camila entra sorprendida.

**Esc. 7. Interior. Estación de Transmilenio. Día.**

Camila ve los letreros perfectamente y se dirige hacia el módulo donde paran los B. Desde lejos observa que hay muchas personas para entrar en el bus; cuando las personas comienzan a abrir espacio formando dos columnas por donde ella puede pasar libremente hasta entrar en el bus sin empujar a nadie con su silla.

**Esc. 8. Interior. Bus articulado de Transmilenio. Día.**

El bus se encuentra un poco lleno, Camila entra y las personas de inmediato dejan libre el espacio para las personas en sillas de rueda y se organizan de tal manera que ella pueda pasar con tranquilidad; Camila se ubica perfectamente sonriendo.

**Esc.9. Ext .Calle Día.**

Camila se encuentra en el mismo semáforo de las escenas 1 y 6. Varias personas llevan afán e intentan pasar pero la ubicación de Camila les impide hacerlo. El mismo señor de la escena 6 le habla.

*Señor*  
Señora muévase que no deja pasar

Camila reacciona y se da cuenta que todo fue producto de su imaginación.

**Capítulo III - Pablo.**

**Esc 1. Ext. Calle. Día.**

En pantalla negra aparece el título de: Pablo, tiempo después desaparece y vemos a Pablo enfurecido pita frenéticamente, los otro carros se mueve lentamente, Pablo acelera y golpea con su carro el bumper del taxi; el cual es conducido por un adulto mayor (Roberto), el cual mira asustado por el retrovisor al otro carro que lo enviste, se detiene y vemos que el otro conductor sale furioso del vehículo.

**Esc 2. Int. Oficina de Pablo. Día.**

Pablo se encuentra en su escritorio trabajando, la jefe de Pablo ingresa a la oficina.

**Jefa de Pablo**

Pablo necesito ese informe para dentro de 10 minutos, !que pasa;

**Pablo**

Jefa, la verdad no sé si lo logre, y menos maquillados

**Jefa de Pablo**

¿qué?, usted me dijo que sí, van a hacer auditoría, no podemos quedar mal

Pablo se levanta y se dirige hacia su jefa, hablando en tono bajo.

**Pablo**

pero doctora, si yo incremento las exportaciones  
es muy riesgoso, se pueden dar cuenta

**Jefe de Pablo**

solamente hágalo, o sino tendrá su carta de despido mañana.

La jefe sale y Pablo queda pensativo, queda en silencio por unos segundos. Su celular comienza a sonar.

**Pablo**

aló

si con el habla

Su cara cambia de expresión de estrés a preocupación total.

¿A qué hospital la llevan?

voy en camino

Pablo sale de su oficina rápidamente

### **Esc 3. Int. Carro de Pablo. Día.**

Pablo va rápidamente en su carro donde debe esquivar a varios peatones que no utilizan la cebra; luego un taxi invade su carril sin poner direccional, Pablo empieza a pitir y acelera para que el taxi se salga de nuevo de su carril.

**Pablo**  
(bravo)  
¡que tal este pendejo tan  
atravesado!  
**Pablo**  
¡Maldita sea!

### **Esc 4. Int. Taxi de Roberto. Día.**

Roberto es un hombre de 70 años quien va con su esposa que está enferma.

#### **Esposa de Roberto**

mijo, porque pitán tanto, ciudadó  
pero con despacio que me duele mucho  
mi cabeza y el estómago...

**Roberto**  
(amoroso)  
Si mijá, ya vamos llegando, tranquila

### **Esc 5. Ext.Calle. Día.**

Roberto sin darse cuenta ha generado un trancón intentando pasar un hueco despacio. Enfurecido Pablo acelera y golpea con su bumper del carro Roberto, todos se detienen, Pablo se baja furioso llega hasta la ventanilla del taxi, segundos después Roberto baja la ventanilla.

#### **Pablo**

¡No ve que estorba!

#### **Roberto**

discúlpeme señor, necesito llevar a mi esposa al hospital

La cara de Pablo comienza a cambiar de enfurecido a sorprendido a ver sangre en el auto de Roberto.

#### **Pablo**

¿qué les pasó?

#### **Roberto**

a mi esposa por robarla la hirieron en el estómago

Pablo se siente mal

#### **Pablo**

señor, por favor disculpeme...

En ese momento suena el celular de Pablo, él contesta al darse cuenta que se trata del colegio de su hija

**Pablo**

!Aló!, sí, ¿de verdad?, solo fue un bajón de azúcar  
bueno entonces yo llego a la casa, gracias profesora

Pablo cuelga y se siente arrepentido

**Pablo**

señor discúlpeme de verdad, déjeme ayudarlo.

**Roberto**

claro que sí, pero no olvide que todos estamos librando  
una batalla que no conoces por eso hay que ser amable  
con los demás.

#### **4.2.2.2 DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS AUDIOVISUALES DE LOS SPOTS**

##### **A. STORYLINE**

###### **Spot 1.**

Una pareja detiene su vehículo en hora pico en una avenida sin importarle nada y nadie

###### **Spot 2.**

Biciusuario temerario anda entre los carros exponiendo su vida y la de los demás.

###### **Spot 3.**

Cuando moverse en transmilenio con un morral grande en hora pico es un reto.

###### **Spot 4.**

El reto para subir o bajar de un transmilenio en hora pico.

###### **Spot 5.**

Cuando los problemas de movilidad no son un obstáculo, pero la falta de cultura si.

##### **B. TRATAMIENTO AUDIOVISUAL**

El tratamiento audiovisual privilegiará la emoción de los personajes, pues es a través de ellos que vamos a sentirnos identificados y a generar una catarsis en el espectador que es en últimas quien puede generar un cambio positivo en las costumbres actuales y de esta manera impactar positivamente la cultura de la movilidad.

Para lograr esto daremos vida a las situaciones a través de los rostros de nuestros actores, de sus silencios, de sus posturas e incomodidades, llevaremos a los televidentes a sentir lo que ellos sienten, y para potencializar toda la escena usaremos como recurso principal, la cámara lenta, ya que al hacer uso de esta, destacamos esos momentos, esas expresiones que son momentáneas, pero que para nosotros son de vital importancia para destacar y reflejar esos comportamientos en los que queremos hacer énfasis y lograr que el televidente se vea reflejado en ellos y pueda generar una voluntad de cambio en sus actitudes culturales.

Vamos a tener un personaje común a todas las historias que es la **Voz de la conciencia**; esa voz en la última escena es la encargada de llamarle la atención al personaje y en un tono más bien cordial, invita al personaje a reflexionar sobre las actitudes que está tomando con respecto a la situación y lo invita a cambiar y a mejorar sus costumbres culturales.

## C. DISEÑO AUDIOVISUAL

El tratamiento audiovisual está concebido para que el espectador se sumerja en una experiencia, cada plano estará cuidadosamente fotografiado para que el espectador sienta lo que el personaje está viviendo y sean esos ojos del testigo, de la mirada lejana que sin involucrarse si sea tocado y sienta un llamado al cambio, para que la experiencia sea completamente inmersiva los sonidos, los diálogos, la música incidental van a ser debidamente tratados en una sala de postproducción de sonido mezclada por profesionales idóneos en la realización de piezas comerciales.

En cuanto a los valores de planos, la cámara estará ligeramente contrapicada de tal manera que los personajes se vean imponentes, poderosos, intocables a medida que avanza la escena y con cada nuevo plano la cámara es más picada, hasta cuando aparece la VOZ y los golpes llaman la atención del actor, y es en ese momento que él comienza a escuchar el sonido ambiente, la cámara comienza a subir hasta estar completamente horizontal a los ojos del actor; es en ese momento cuando ocurre el cambio de actitud del personaje y el cambio de la tonalidad de la imagen cambia de predominancia azul a amarilla marcando aún más su reflexión.

El diseño de fotografía va a ser predominantemente azul en las primeras escenas, porque este color conlleva una especie de contradicción entre la excitación y el reposo. Cuando la Voz entra a hablarle al personaje la luz cambia ligeramente a amarilla que connota un carácter suave, emocionante y sereno a la escena., como dice Wolfgang Goethe en la teoría del color.

En los planos se van a utilizar lentes prime con valores que van entre el 50 mm 120 mm, porque estos lentes nos van a dar una profundidad de campo necesaria para llevar las emociones de los personajes a su máxima expresión.

El montaje de **Muévete por Bogotá**, será limpio, el único efecto será la cámara lenta que nos permite apreciar las emociones de los personajes. pero los cortes son rápidos, En la primera parte de las escenas escucharemos en vez de sonido ambiente un sonido de viento, que nos remite a un ensimismamiento o aislamiento del personaje, cuando entre la voz se empezará a escuchar el sonido ambiente.

## **D. GUIONES**

### **SPOT 1.**

Juan es un hombre de unos 40 años, felizmente casado con 2 hijos

#### **Esc. 1. ext. avenida.**

Audio escuchamos un sonido de viento suave

Plano general avenida, vemos en medio del gran tráfico en hora pico una ambulancia con su sirena y luces tratando de abrirse paso entre la congestión, de repente el tráfico se detiene. Los vehículos intentan darle vía, y vemos a los lejos que la causa del trancón es un vehículo detenido al lado de una droguería.

#### **Esc. 2 int. carro.**

Audio escuchamos un sonido de viento suave

Juan espera a su esposa que está haciendo cola para pagar en una droguería, el trancón aumenta, vemos a Juan manipulando su celular riéndose de algo que está viendo, ignorando por completo las luces y la sirena de la ambulancia.

#### **Esc 4. Ext. avenida cajero**

Audio escuchamos un sonido de viento suave

Plano en escorzo de esposa haciendo cola tampoco parece importarle.

#### **Esc. 3. Interior carro.**

Audio escuchamos un sonido de viento suave, cuando entra la voz empezamos a escuchar el sonido ambiente.

Plano medio de Juan mirando el celular vemos la luces de ambulancia en fuera de foco. se escucha un golpe en la pantalla acompañado por una voz.

**VOZ**

Oiga usted señor.

jaime mira desconcertado

**VOZ**

Si usted Jaime

Con cara de asombro

Si en que le puedo ayudar

**VOZ**

Usted es que no se da cuenta que  
esta mal estacionado, y fuera de eso viene  
una ambulancia y por estar ahí  
una vida está en peligro y a usted parece  
no importarle nada, ¿no le da vergüenza?

Jaime escucha por primera vez el sonido ambiente, oye la sirena de la ambulancia,mira por el retrovisor la ve. Enciende su vehículo y arranca

**JAIME**

(mientras conduce)

Disculpen que torpe de mi parte, no volverá a suceder.

**Esc. 4. Graficación**

entra frase con efecto: Dale la vuelta a la movilidad, Muévete por tu ciudad con responsabilidad

**Esc. 5. logos institucionales**

logos institucionales

**SPOT 2**

Agustíniano, 19 años, indígena, universitario, estudia en una universidad pública, es un buen estudiante.

**Esc. 1 Ext. avenida noche**

Audio escuchamos un sonido de viento suave

Agustíniano se moviliza en una bicicleta, lo vemos en plano medio, no lleva casco, y va con audífonos de diadema grandes, va cantando, vemos que se mueve en zigzag, pero no vemos que es lo que esquiva, toda la escena es en cámara lenta.

Cambia a plano general y vemos que viene esquivando carros en movimiento, justo al lado hay una ciclovía, por la que van otros ciclistas, de repente un bus casi lo atropella

**Esc. 2. Ext. avenida noche**

**Agustiniano**

Oiga qué le pasa, Respete, casi me atropella

**CONDUCTOR BUS**

Disculpe joven, pero sin chaleco reflectivo  
y sin luces es difícil verlo

Plano medio Agustiniano, suenan unos golpes que llaman su atención.

**VOZ**

Hola, si tu Felipe.

¿Qué te pasa hermano? no ves que tu familia  
te espera, no hagas tonterías, estas arriesgando  
tu vida, y solo tienes una,recapacita.

**Agustiniano**

Tiene razón, no lo volveré hacer.

Sube su bicicleta a la ciclovía y se marcha.

**Esc. 3**

Aparece frase animada. Dale la vuelta a la movilidad, Pedalea por tu ciudad con responsabilidad.

**Esc. 4.**

entran logos institucionales

### **SPOT. 3.**

Luis, 56 años, plomero, ha sido obrero toda su vida es un hombre honesto y trabajador. casado 3 hijos. vive en un barrio popular.

#### **Esc 1. Ext. estación transmilenio noche**

Luis viene de su trabajo agotado, trae todas sus herramientas en su morral.

Es hora pico la estación está a reventar, logra subirse a un bus.

#### **Esc. 2. Int. Bus transmilenio noche**

Luis va de pie con su morral colgado en el pecho, el morral se mueve y golpea la cabeza de la señora que va sentada.

**Cristina**

Oiga señor tenga cuidado con esa maleta - bastante enojada

**Luis**

¡y que quiere que haga pues!  
sino quiere que la estrujen pues coja taxi

Cristina se levanta de su silla a increpar a Luis, en ese momento suena tres golpes en la pantalla, ellos voltean a mirar.

**Voz**

¡Pero que esto!, usted Luis porque no piensa en los demás  
y baja ese morral al suelo y con eso evita golpear  
a alguien más y usted Cristina también es una buena persona  
cálmese y no sea grosera, todos tenemos derecho  
a movilizarnos. Recuerden la cultura no pelea con nadie.

### **Esc. 3**

Aparece frase animada. Dale la vuelta a la movilidad, Muévete con calma y responsabilidad por tu ciudad.

### **Esc. 4.**

entran logos institucionales

#### **4.2.2.3 Descripción de los elementos Transmedia Diferentes a la Pantalla Televisiva.**

##### **A. Idea central piezas transmedia**

Cada momento histórico de la sociedad ha determinado dinámicas, artefactos, estéticas, formas de pensar, ver, hacer, que permiten leer y entender las peculiaridades de cada uno de estos momentos. Dichos momentos configuran un marco para la mirada, un contexto económico, académico, cultural, comunicativo, para la comprensión de su realidad que pueda comunicar por medio de diferentes plataformas donde la participación activa de la sociedad genera un hábito de conciencia individual y colectiva que permite generar un adecuado comportamiento. Para esto la propuesta de transmedia se realizará de manera paralela a lo largo de los 6 meses donde se utilizará la página web de Canal Capital para desarrollarla.

La propuesta transmedia será una invitación al ciudadano a que participe en un concurso donde podrá ganar una bicicleta y para ello debe subir un video de corta duración donde muestre una buena acción, conducta o acto su sentido de civismo y la buena cultura de la movilidad que se llevará a cabo a través de las redes sociales y la página web del canal Capital; el video ganador será escogido por el mismo público que deberá votar para elegirlo. En el punto B se explicará a profundidad cómo será la ejecución de la presente idea.

##### **B. Tratamiento Transmedia**

###### **a. Características de las piezas**

-Repartición de volantes con código QR los cuales contienen la información sobre la participación de un concurso a través de las redes sociales y página web del canal capital en el blog diseñado para este fin.

-Concurso. Las personas tendrán la posibilidad de subir a al blog un video de corta duración (15 segundos), -puede ser realizado con un celular - que tenga una acción, acto o historia que muestre una adecuada conducta de cultura que aporte a la movilidad. El ganador ganará una bicicleta con un kit de seguridad

-Muestra de Sketch teatrales humorísticos en diferentes puntos de la ciudad que mostrarán las actitudes de los ciudadanos las cuales no aportan a la movilidad; tendrán la duración de menos de 1 minuto y también invitarán a los ciudadanos a participar en el concurso.

-El sitio web del Canal Capital, que será un espacio tipo blogspot donde los ciudadanos participantes podrán subir sus videos; así mismo ser publicado y elegidos.

- Redes sociales (facebook, Instagram, Twitter, Youtube, entre otras), son los medios por los cuales los ciudadanos podrán elegir al mejor video, comentar e interactuar.

-Realización de una cápsula de dos minutos de duración sobre el ganador del concurso, donde contará su experiencia.

###### **b. Formato**

Sitio web, redes sociales, eventos, volantes con código QR

### c. Descripción de las piezas

**En el primer mes** se llevará a cabo una campaña de expectativa del proyecto **Muévete por Bogotá** en la cual se realizará la repartición de volantes con código QR, - en las estaciones de transmilenio, paraderos del Sitp, ciclorutas y calles de la ciudad-; y tendrán información de:

**Invitación** a ingresar al Blog donde la persona encontrará información promocional de la serie de ficción y un **concurso**, - tendrá la duración de los seis meses -; el cual consiste en que las personas tendrán la posibilidad de subir a la página web un video de corta duración (15 segundos), -puede ser realizado con un celular - que tenga una acción, acto o historia que muestre una adecuada conducta de cultura que aporte a la movilidad como, dejar salir a las personas en el transmilenio para poder subir, respetar las señales de tránsito, usar los elementos de seguridad cuando se hace uso de la bicicleta, entre otras.

**El video ganador** será el que más votos tenga por parte del público, lo cual, hace que el participante difunda su video en las diferentes redes sociales como instagram, youtube, facebook, twiter, entre otras para conseguir votos y ganar. El ganador se sabrá al finalizar los 6 meses; es importante aclarar que estos primeros volantes promocionarán el concurso dejando claro que la recepción de los videos se hará a partir del tercer mes, esto con el fin de que los participantes tengan el tiempo suficiente de pensar en sus ideas y de producir sus videos. **El premio** que obtendrá el ganador será una bicicleta todo terreno con un kit de seguridad. Paralelamente a lo anterior, se iniciará con el proceso de preproducción de los capítulos de la serie de ficción y de los spots.

### Segundo mes

Se realiza una pieza promocional gráfica para apoyar los volantes y el concurso. Se continúa repartiendo los volantes pero con cuatro actores que realicen **sketch teatrales humorísticos** donde muestren actitudes que no aportan a la movilidad (no dejar entrar o salir en el transmilenio, no utilizar la cebra, pelea entre conductores); estos sketch se realizarán en la duración de un semáforo, en las estaciones de transmilenios y algunas calles; durante la escena se repartirán los volantes a los espectadores. Paralelamente se da inicio a la grabación de los microrrelatos y los spot, se inicia la edición.

### Tercer mes

Recepción de los videos por parte de los ciudadanos que serán publicados en el blog y redes sociales de canal capital. Paralelamente se finaliza con las grabaciones de los microrrelatos. sigue posproducción de los spots y microrelatos. En la página web, blog y en las diferentes redes sociales se exhibirán fotografías de la producción de las piezas audiovisuales, making of. con el fin generar expectativa en los espectadores. empieza la emisión de los **spots** por **Canal Capital** y sus **redes sociales**.

### Cuarto mes

Comienza la emisión de los microrelatos paralelo continúa la promoción de los spots por el canal y redes. Se finaliza la postproducción de todas las piezas audiovisuales. Cierre de la recepción de los videos; se dará inicio a las votaciones del público para escoger el mejor video de entre los ganadores semanales; esto se hará a través de las redes sociales del canal.

## **Quinto mes**

El público sigue votando y se continúa con la emisión de los spots y se emiten los microrrelatos por medio de Canal Capital y las redes sociales. Cierre de las votaciones y publicación del ganador del video a través de la web y redes sociales, al cual se le realizará una entrevista al ser un ejemplo de civismo que se difundirá por estos medios.

### **C. Descripción de la estrategia digital de difusión**

La estrategia digital de **Muévete por bogotá** se realizará a través de las redes sociales que en la actualidad más mueven seguidores como lo son Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, entre otras. Teniendo en cuenta el público objetivo son los jóvenes de la ciudad y son quienes utilizan estas plataformas, convirtiéndose en un puente directo para llegar a ellos. Así mismo se realizará de manera paralela con la estrategia transmedia y la producción de las piezas audiovisuales.

- Se utilizarán la página de facebook e Instagram de canal capital donde se publicará material promocional del proyecto Muévete por Bogotá y los videos de los participantes. Así mismo se exhibirán fotografías del resultado de la campaña de expectativa en la que se repartieron los volantes y se hicieron los sketch teatrales, también el making of grabaciones.
- Para Twitter se pretende publicar frases que promocionen y generen expectativa por parte del público hacia la serie y el proyecto en general.
- En Youtube se exhibirán también los videos de los participantes y las piezas finalizadas. Así mismo se propone hacer clips cortos donde los actores de los microrrelatos promocionen la serie y se exhiban por este canal y las diferentes redes sociales.

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**DISEÑO DE PRODUCCIÓN**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**A. ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN**

## D. DISEÑO DE PRODUCCIÓN

### a. ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN

La estrategia de producción para toda la campaña de **Muévete por Bogotá**, se basa en el engranaje entre el talento y la competencia individual de cada uno de los miembros del equipo de trabajo. La optimización de los recursos financieros, técnicos y humanos parte de una producción en la que se llevan a cabo procesos en forma escalonada en cada una de las etapas de producción.

Etapas:

#### **MES 1**

- Ajustar cronograma
- Diseñar BLOG **Muévete por Bogotá**, en el portal de Canal Capital
- Se llevará a cabo una campaña de expectativa del proyecto **Muévete por Bogotá** en la cual se realizará la repartición de volantes, - en las estaciones de transmilenio, paraderos del Sitp, ciclorutas y calles de la ciudad.
- En paralelo se comienza con la producción de los productos audiovisuales y de transmedia, las etapas de investigación, selección de música y selección de casting, para los video-relatos, los spots y los sketch teatrales.
- Al finalizar el primer mes se deben tener aprobados los primeros 2 guiones de los microrelatos y los spots, la selección de la música y el diseño gráfico y/o textos.

#### **MES 2.**

- Se terminan los guiones de 3 al 10 de los microrelatos y los spots
- Se continua con la repartición de volantes, pero acompañados por actores que hacen sketch teatrales.
- Inicia la producción de los primeros microrelatos, y los spots
- Se presentan y aprueban los libretos de 5 al 10 de los microrelatos y del 6 al 10 de los spots.
- realizar una pieza publicitaria gráfica, para promoción en redes y en la emisión del canal invitando a los televidentes a enviar sus videos sobre cultura de la movilidad. esta promoción iría hasta el mes 3 o 4

#### **MES 3.**

- Se comienzan a recibir y a publicar los videos del público.
- Se continua con la repartición de volantes, acompañados por actores que hacen sketch teatrales.
- Se inician las votaciones en la página de canal capital de los videos
- se inician las grabaciones de los spots y los microrelatos de 6 al 10
- Se comienzan a editar los primeros 5 Spots y los primeros 5 microrelatos
- se comienzan a emitir los primeros Spots en diferentes horarios

#### **MES 4.**

- Cierre de la recepción de videos
- Inicio de votaciones del público para elegir mejor video
- Se emiten viderelatos del 1 al 6
- Entran los spots de 6 al 10 a emisión y se rotan a lo largo de la programación

- En todas las redes del canal se empiezan a rotar los spots y cada microrelato emitido se publica en las redes.

- Los sketch se graban para alimentar también las redes sociales
- se hace un resumen semanal de los videos más votados

#### **MES 5**

- Se emiten microrelatos del 7 al 10
- siguen rotando los spots en la emisión del canal
- microrelato emitido se sigue subiendo a las redes
- se sigue haciendo un video resumen semanal con los videos más votados
- se siguen emitiendo los spots
- Cierre de las votaciones
- en la segunda semana se publica el ganador en la emisión del canal y en las redes sociales.
- se hace un microrelato del ganador donde nos cuenta quien es, y cómo realizo el video. se entrega el premio.

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**B. CRONOGRAMA**

CRONOGRAMA CONVOCATORIA VALORES CIUDADANOS

LINEA DE CONTENIDO	SERIE TEMÁTICA MOVILIDAD
NOMBRE DE LA PROPUESTA	MUEVETE POR BOGOTÁ
NOMBRE DEL PROPONENTE	MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.

## CRONOGRAMA POR DÍAS



**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**C. PRESUPUESTO**

**PRESUPUESTO CONVOCATORIA VALORES CIUDADANOS**

<b>LINEA DE CONTENIDO</b>	<b>SERIE TEMATICA MOVILIDAD</b>
<b>NOMBRE DE LA PROPUESTA</b>	<b>MUEVETE POR BOGOTA</b>
<b>NOMBRE DE LA PROPONENTE</b>	<b>MAVECOL COMUNICACIONES LTDA</b>

Concepto	Costo unitario	Costo total
1. Equipo base proyecto	25.000.000	86.000.000
2. Costo de Guión y Derechos piezas audiovisuales microrelatos y spot	3.000.000	3.000.000
3. Talento piezas audiovisuales microrelatos y spot	280.000	9.600.000
4. Personal de Realización piezas audiovisuales microrelatos y spot	10.800.000	21.600.000
5. Equipo y Personal Técnico piezas audiovisuales microrelatos y spot	21.000.000	42.000.000
6. Locaciones y Escenografía piezas audiovisuales microrelatos y spot	2.400.000	4.800.000
7 Post- producción, discos y graficación piezas audiovisuales microrelatos y spot	7.000.000	19.000.000
8. Derechos piezas audiovisuales microrelatos y spot	2.000.000	2.000.000
9. Logística piezas audiovisuales microrelatos y spot	4.000.000	8.000.000
10. Producción de piezas transmediales diferentes a pantalla de televisión	3.200.002	8.600.000
11. Seguros e imprevistos	1.000.000	5.000.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>79.680.002</b>	<b>209.600.000</b>
IVA		39.824.000
<b>TOTAL</b>		<b>249.424.000</b>

1. Equipo base proyecto	Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)				(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
DIRECTOR DE CONTENIDOS		7.000.000	5	MES	35.000.000
PRODUCTOR DE ESTRATEGIA		5.000.000	5	MES	25.000.000
REALIZADOR Y/O DIRECTOR DE PIEZAS AUDIOVISUALES		5.000.000	2	MES	10.000.000
PRODUCTOR DE CAMPO		3.000.000	2	MES	6.000.000
DIRECTOR DE FOTOGRAFIA		5.000.000	2	MES	10.000.000
<b>Subtotal</b>		<b>25.000.000</b>			<b>86.000.000</b>

2. Costo de Guión y Derechos piezas audiovisuales microrelatos y spot	Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)				(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Guionista		3.000.000	1	MES	3.000.000
<b>Subtotal</b>		<b>3.000.000</b>			<b>3.000.000</b>

3. Talento piezas audiovisuales microrelatos y spot	Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
Principales		200.000	40	PROYECTO	8.000.000
Extras		80.000	20	PROYECTO	1.600.000
<b>Subtotal</b>		<b>280.000</b>			<b>9.600.000</b>

4. Personal de Realización piezas audiovisuales microrelatos y spot	Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)				(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Director de Arte		2.800.000	2	MES	5.600.000
Asistente de Producción		1.500.000	2	MES	3.000.000
Gaffer		1.500.000	2	MES	3.000.000
Primero de camara		2.000.000	2	MES	4.000.000
Foquista		1.000.000	2	MES	2.000.000
Tecnico data		1.000.000	2	MES	2.000.000
Maquillaje		1.000.000	2	MES	2.000.000
<b>Subtotal</b>		<b>10.800.000</b>			<b>21.600.000</b>

5. Equipo y Personal Técnico piezas audiovisuales micorelatos y spot	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)			(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Equipo de Camara	9.000.000	2	MES	18.000.000
Drone	6.000.000	2	MES	12.000.000
Equipo de luces	3.000.000	2	MES	6.000.000
Equipo de sonido	3.000.000	2	MES	6.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>21.000.000</b>			<b>42.000.000</b>

**6.1. Daciones y Exenografía piezas audiovisuales micorelatos y spot**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)			(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)

Compras y Alquileres de utilería

Ullero

Locaciones

**Subtotal**

**7. Post producción, discos y graficación piezas audiovisuales micorelatos y spot**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)			(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Edición (Editor + sala), colorización y postproducción de audio, graficación cabecote, piezas gráficas, créditos,	6.000.000	3	MES	18.000.000
Disco duro	1.000.000	1	PROYECTO	1.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>7.000.000</b>			<b>19.000.000</b>

**8. Derechos piezas audiovisuales micorelatos y spot**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Personal y/o equipo, servicio, insumo, etc.)			(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Liberia Música	2.000.000	1	PROYECTO	2.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>2.000.000</b>			<b>2.000.000</b>

**9. Logística piezas audiovisuales micorelatos y spot**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Transporte, auxilios de transporte)			(Honarios, horas, días, etc.)	(1) X (2)
Auxilios de transporte	3.000.000	2	MES	6.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>4.000.000</b>			<b>8.000.000</b>

**10. Producción de piezas transmedias diferentes a pantalla de televisión**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
(Volantes, Sketch entradas, Incentivos)			(PROJECTO)	(2.000.000)
Volantes	2.000.000	2	PROJECTO	3.600.000
Sketch entradas	1.000.000	18	PROJECTO	1.000.000
Incentivos	3.200.000	1	PROJECTO	3.200.000
<b>Subtotal</b>	<b>3.200.000</b>			<b>8.600.000</b>

**11. Seguros e imprevistos**

Descripción	Costo unitario (1)	Cantidad (2)	Unidad de Medida	Costo total
Imprevistos y seguros	1.000.000	5	PROJECTO	5.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>1.000.000</b>			<b>5.000.000</b>

## **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

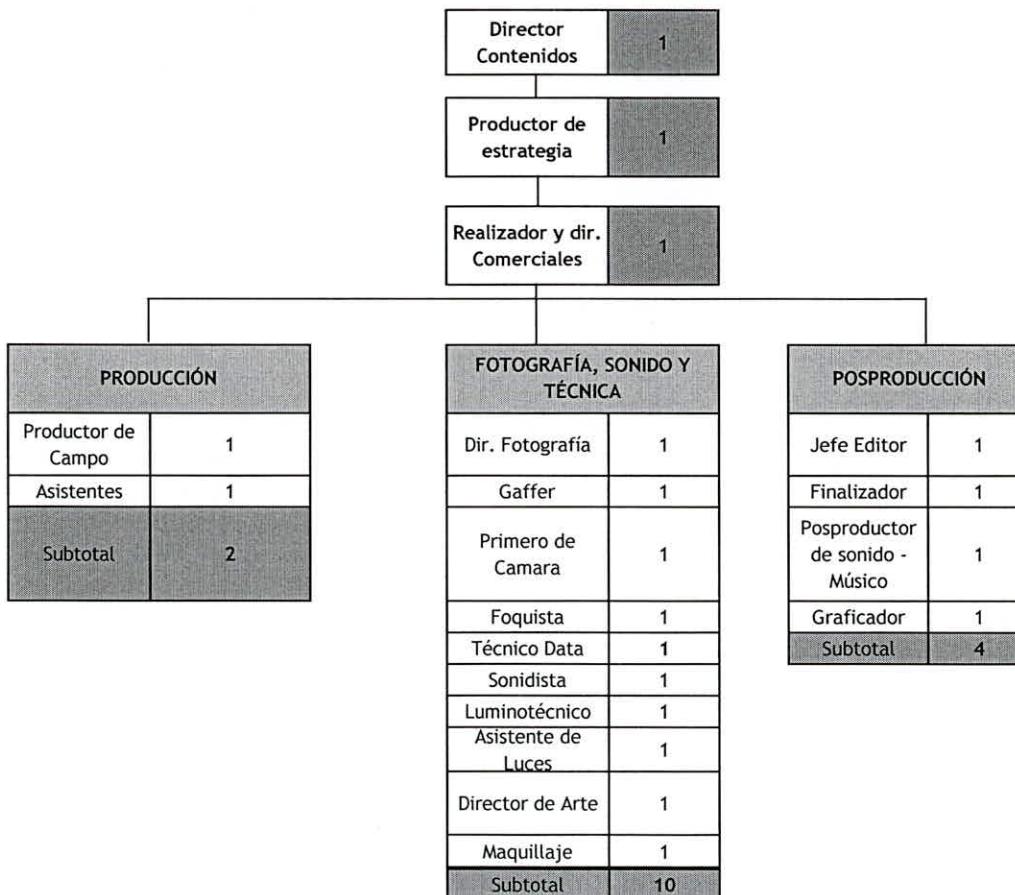
### **D. ORGANIGRAMA DE PRODUCCIÓN**

## ESQUEMA EQUIPO HUMANO

Nombre del proyecto: MOVILIDAD CANAL CAPITAL

Casa productora: Mavecrol

Fecha: 08 Junio de 2018



**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**E. EQUIPO HUMANO**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**HOJAS DE VIDA**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**DIRECTOR DE CONTENIDOS**

# **HOJA DE VIDA**

## **DIRECTOR DE CONTENIDOS**

**ERICK MORRIS RIVERA**  
**C.C. 79.444.502 de Bogotá**

### **EXPERIENCIA LABORAL**

Amplia experiencia como director de contenidos de la compañía teniendo a su cargo gran variedad de comerciales, videos, programas de televisión, campañas y productos audiovisuales de proyectos realizados a nivel distrital y nacional.

#### **Experiencia laboral:**

#### **VIRTUAL TELEVISION LTDA**

Director de contenidos en los proyectos realizados desde el 2008 y hasta la fecha.

**ERICK MORRIS RIVERA**  
**C.C. 79.444.502 de Bogotá**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central.  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **ERICK MORRIS** identificado con la cédula de ciudadanía 79.444.502 de Bogotá, está vinculado a nuestra empresa desde el 5 de enero de 2008 a la fecha, desempeñando el cargo de **DIRECTOR DE CONTENIDOS** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos.

- ✓ Estrategia de Comunicaciones en Televisión.  
Canal Capital.  
Ref.: Bogotá Amordiscos.
  
- ✓ Campaña de Comunicaciones en Televisión.  
Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá - ETB.  
Ref.: Vamos Parceros.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNANDEZ  
Director Administrativo

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**EXPERIENCIA ADICIONAL A LA  
REQUERIDA**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **ERICK MORRIS** identificado con la cédula de ciudadanía 79.444.502 de Bogotá, está vinculado a nuestra empresa desde el 5 de enero de 2008 a la fecha, desempeñando el cargo de **DIRECTOR DE CONTENIDOS** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos TRANSMEDIORALES.

✓ Campaña de Comunicaciones.

ACAC – Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Ref.: Internet Sano.

✓ Campaña de Comunicaciones.

Alcaldía Mayor de Bogotá – Cárcel Distrital de Varones y Anexo de Mujeres.

Ref.: Cárcel Distrital.

✓ Campaña de Comunicaciones.

Fondo Nacional de Turismo.

Ref.: Mompos.

✓ Campaña de Comunicaciones.

Canal Capital.

Ref.: 4 Vientos.

✓ Campaña de Comunicaciones.

Fondo Nacional de Turismo – FONTUR – Alcaldía de Florencia - Caquetá.

Ref.: Descubre Caquetá.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

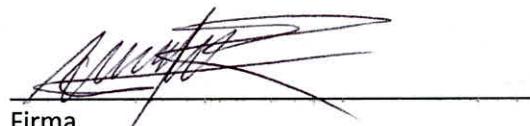
  
CARLOS HERNANDEZ  
Director Administrativo

## FORMATO CARTA DE INTENCIÓN

Señores  
**CANAL CAPITAL.**  
Ciudad

Yo, **HENRY ERIK MORRIS RIVERA**, manifiesto mi compromiso de prestar mis servicios de **DIRECTOR DE CONTENIDOS** a la empresa **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.**, en caso de que este último resultare adjudicatario de la convocatoria pública No. 11 de 2018 de CANAL CAPITAL.

Dada a los siete (7) días del mes de junio de 2018.

  
Firma

**HENRY ERIK MORRIS RIVERA**  
**C.C. No. 79.444.502 de BOGOTÁ**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**PRODUCTOR DE LA ESTRATEGIA**

**HOJA DE VIDA  
PRODUCTOR DE ESTRATEGIAS  
CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ  
C.C 1'020.718.808**

**PERFIL PROFESIONAL**

Productor de estrategias para proyectos audiovisuales y campañas de comunicación masiva.

**FORMACIÓN PROFESIONAL**

**INGLÉS**  
WAKE TECHNICAL COMMUNITY COLLEGE  
Raleigh, Carolina del Norte, Estados Unidos  
Febrero 2005 a Julio 2005

**PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO**  
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
Bogotá D.C., Colombia  
Agosto 2005 a Diciembre 2009  
Profesional desde Mayo 27 de 2010

**EXPERIENCIA LABORAL**

**VIRTUAL TELEVISIÓN LTDA.**  
Desde el 2010 – Actualmente  
Cargo: Productor de estrategias.

**CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ**  
**C.C 1'020.718.808**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ** identificado con la C.C. 1.020.718.808 de Bogotá, está vinculado a nuestra empresa desde el 1 de junio del 2010 a la fecha, desempeñando el cargo de **PRODUCTOR DE ESTRATEGIA** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos.

- ✓ Estrategia de Comunicaciones en Televisión.  
Canal Capital.  
Ref.: Bogotá Amordiscos.
  
- ✓ Campaña de Comunicaciones en Televisión.  
Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá - ETB.  
Ref.: Vamos Parceros.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNANDEZ  
Director Administrativo

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**EXPERIENCIA ADICIONAL A LA  
REQUERIDA**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central.  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ** identificado con la C.C. 1.020.718.808 de Bogotá, está vinculado a nuestra empresa desde el 1 de junio del 2010 a la fecha, desempeñando el cargo de **PRODUCTOR DE ESTRATEGIA** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos TRANSMEDIALES.

- ✓ Campaña de Comunicaciones.  
ACAC – Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.  
Ref.: Internet Sano.
- ✓ Campaña de Comunicaciones.  
Alcaldía Mayor de Bogotá – Cárcel Distrital de Varones y Anexo de Mujeres.  
Ref.: Cárcel Distrital.
- ✓ Campaña de Comunicaciones.  
Fondo Nacional de Turismo.  
Ref.: Mompos.
- ✓ Campaña de Comunicaciones.  
Canal Capital.  
Ref.: 4 Vientos.
- ✓ Campaña de Comunicaciones.  
Fondo Nacional de Turismo – FONTUR – Alcaldía de Florencia - Caquetá.  
Ref.: Descubre Caquetá.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

CARLOS HERNANDEZ  
Director Administrativo

## FORMATO CARTA DE INTENCIÓN

Señores  
**CANAL CAPITAL.**  
Ciudad

Yo, **CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ**, manifiesto mi compromiso de prestar mis servicios de **DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA** a la empresa **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.**, en caso de que este último resultare adjudicatario de la convocatoria pública No. 11 de 2018 de CANAL CAPITAL.

Dada a los siete (7) días del mes de junio de 2018.

  
Firma  
**CARLOS ALBERTO CASTELLANOS PÁEZ**  
**C.C. No. 1.020.718.808 de BOGOTÁ**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**REALIZADOR Y / O DIRECTOR PARA  
PIEZAS AUDIOVISUALES**

**HOJA DE VIDA**  
**REALIZADOR Y DIRECTOR DE COMERCIALES**  
**JUAN FELIPE LONDOÑO**

**Perfil profesional**

Amplia experiencia como Realizador Audiovisual y Director de Comerciales Publicitarios de la compañía teniendo a su cargo gran variedad de comerciales, videos, programas de televisión, campañas y productos audiovisuales de proyectos realizados a nivel distrital y nacional.

**Experiencia profesional**

**Virtual Televisión Ltda.**

Realizador y Director de Comerciales Publicitarios en los proyectos realizados desde el 2009 y hasta la fecha.

**Juan Felipe Londoño**  
**C.C. 1.032.390.377 de Bogotá**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central.  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **JUAN FELIPE LONDOÑO** identificado con la C.C. 1.032.390.377 de Bogotá, está vinculado con nuestra empresa desde el 1 de febrero de 2009 a la fecha, desempeñando el cargo de **REALIZADOR Y DIRECTOR DE COMERCIALES** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos.

- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
Señal Colombia.  
Ref.: Somos Energía.
  
- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
ACAC - Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.  
Ref.: Internet Sano.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNÁNDEZ  
Director Administrativo

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**EXPERIENCIA ADICIONAL A LA  
REQUERIDA**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **JUAN FELIPE LONDOÑO** identificado con la C.C. 1.032.390.377 de Bogotá, está vinculado con nuestra empresa desde el 1 de febrero de 2009 a la fecha, desempeñando el cargo de **REALIZADOR Y DIRECTOR DE COMERCIALES PUBLICITARIOS** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social de los siguientes proyectos.

✓ Campaña de comunicaciones.

Laboratorios NEO.

Ref.: Talco Neofungina.

✓ Campaña de comunicaciones.

Secretaría Distrital de Salud.

Ref.: Población con Discapacitación.

✓ Campaña de comunicaciones.

Fondo Nacional de Turismo - FONTUR.

Ref.: Descubre Caquetá.

✓ Campaña de comunicaciones.

Ministerio de Minas y Energía.

Ref.: Minería Colombiana de Todos para Todos.

✓ Campaña de comunicaciones.

U.T. RPTV - TSV.

Ref.: Energía para Todos.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNÁNDEZ  
Director Administrativo

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **RUBEN DARÍO RODRIGUEZ RESTREPO** identificado con la Cédula de Ciudadanía N° 72.236.404 de Barranquilla, desempeñando el cargo de **DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA DE COMERCIALES PUBLICITARIOS** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social de los siguientes proyectos.

✓ Campaña de comunicaciones.

Laboratorios NEO.

Ref.: Talco Neofungina.

✓ Campaña de comunicaciones.

Secretaría Distrital de Salud.

Ref.: Población con Discapacitación.

✓ Campaña de comunicaciones.

Fondo Nacional de Turismo - FONTUR.

Ref.: Descubre Caquetá.

✓ Campaña de comunicaciones.

Ministerio de Minas y Energía.

Ref.: Minería Colombiana de Todos para Todos.

✓ Campaña de comunicaciones.

U.T. RPTV - TSV.

Ref.: Energía para Todos.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

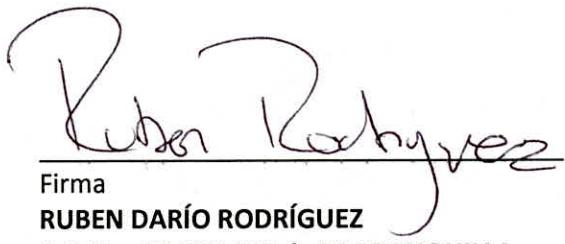
CARLOS HERNÁNDEZ  
Director Administrativo

FORMATO CARTA DE INTENCIÓN

Señores  
**CANAL CAPITAL.**  
Ciudad

Yo, **RUBEN DARÍO RODRÍGUEZ**, manifiesto mi compromiso de prestar mis servicios de **DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA** a la empresa **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.**, en caso de que este último resultare adjudicatario de la convocatoria pública No. 11 de 2018 de CANAL CAPITAL.

Dada a los siete (7) días del mes de junio de 2018.

  
\_\_\_\_\_  
Firma  
**RUBEN DARÍO RODRÍGUEZ**  
**C.C. No. 72.236.404 de BARRANQUILLA**

## FORMATO CARTA DE INTENCIÓN

Señores  
**CANAL CAPITAL.**  
Ciudad

Yo, **JUAN FELIPE LONDOÑO**, manifiesto mi compromiso de prestar mis servicios de **REALIZADOR Y DIRECTOR DE COMERCIALES** a la empresa **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.**, en caso de que este último resultare adjudicatario de la convocatoria pública No. 11 de 2018 de CANAL CAPITAL.

Dada a los siete (7) días del mes de junio de 2018.



Firma

**JUAN FELIPE LONDOÑO**  
**C.C. No. 1.032.390.377 de BOGOTÁ**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**PRODUCTOR DE CAMPO PARA PIEZAS  
AUDIOVISUALES**

## **ELIANA ROCÍO SÁNCHEZ HERRERA**

### **Productora de Campo**

---

#### **FORMACION ACADEMICA**

##### **SECUNDARIA**

- Colegio Elisa Borrero de Pastrana Bogotá-Colombia 2005  
Bachillerato Académico

##### **UNIVERSITARIOS**

- Universidad Manuela Beltrán  
Título: Directora y productora de Cine y Televisión Bogotá-Colombia 2011

##### **OTROS ESTUDIOS**

- Ingles Básicas, Instituto Meyer, 4 niveles Bogotá-Colombia., 2006

#### **EXPERIENCIA LABORAL**

Productora de campo para Virtual Televisión desde el 2009 y hasta la fecha.

---

Eliana Rocío Sánchez Herrera  
c.c. 1020742618 Bogotá

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que la señorita **ELIANA ROCÍO SÁNCHEZ HERRERA** identificada con la C.C. 1.020.742.618 de Bogotá, está vinculada con nuestra empresa desde el 1 de febrero de 2009 a la fecha, desempeñando el cargo de **PRODUCTORA DE CAMPO** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos.

- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
Señal Colombia.  
Ref.: Somos Energía.
- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
ACAC - Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.  
Ref.: Internet Sano.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNÁNDEZ  
Director Administrativo

## FORMATO CARTA DE INTENCIÓN

Señores  
**CANAL CAPITAL.**  
Ciudad

Yo, **ELIANA SANCHEZ HERRERA**, manifiesto mi compromiso de prestar mis servicios de **PRODUCTORA DE CAMPO** a la empresa **MAVECOL COMUNICACIONES LTDA.**, en caso de que este último resultare adjudicatario de la convocatoria pública No. 11 de 2018 de CANAL CAPITAL.

Dada a los siete (7) días del mes de junio de 2018.

Eliana Rocío Sánchez.  
Firma  
**ELIANA SANCHEZ HERRERA**  
**C.C. No. 1.020.742.618 de BOGOTÁ**

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA PARA  
AUDIOVISUALES**

## **RUBEN RODRIGUEZ RESTREPO**

Director de fotografía

C.C. 72 236.404 de Barranquilla

### **PERFIL**

Gran desempeño como director de fotografía de la compañía, teniendo a su cargo gran variedad de comerciales, videos, campañas, y productos audiovisuales de proyectos realizados a nivel distrital y nacional.

### **EXPERIENCIA LABORAL**

#### **VIRTUAL TELEVISIÓN LTDA.**

Desde el 2004 – Actualmente

Cargo: Director de fotografía.

## **RUBEN RODRIGUEZ RESTREPO**

**C.C. 72 236.404 de Barranquilla**

Virtual Televisión LTDA  
Calle 28 # 13A - 24 Of. 407  
Edificio Museo Parque Central.  
Teléfono: (571) 356 2695  
virtualtelevisionltda@outlook.com  
Bogotá D.C., Colombia



## CERTIFICACIÓN

**VIRTUAL TELEVISION LTDA**, Con NIT 830.041.621-0, certifica que el señor **RUBEN DARÍO RODRIGUEZ RESTREPO** identificado con la Cédula de Ciudadanía Nº 72.236.404 de Barranquilla, desempeñando el cargo de **DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA** para las diferentes Estrategias de Comunicación Social institucional de los siguientes proyectos.

- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
Señal Colombia.  
Ref.: Somos Energía.
  
- ✓ Campaña de comunicaciones – Proyecto Audiovisual de Ficción.  
ACAC - Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.  
Ref.: Internet Sano.

Las labores desempeñadas por el profesional han sido de alta calidad.

Se expide a los seis (6) días del mes de junio de 2018.

  
CARLOS HERNANDEZ  
Director Administrativo

**MAVECOL COMUNICACIONES LTDA**

**EXPERIENCIA ADICIONAL A LA  
REQUERIDA**