

RELATO DE HISTORIAS PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS CONCEPTUALIZACIÓN Y PREPRODUCCIÓN

Katerina Cizek

En este capítulo desarrollamos la herramienta más poderosa del video: la historia; y examinamos cómo contar historias en un contexto de defensa de los derechos humanos.

Analizamos diferentes modelos de historias, desde Hollywood hasta el lejano norte. Abordamos el tema de los personajes, el punto de vista, el género y la importancia de definir la audiencia. Luego desarrollamos el proceso de planificación de preproducción, un esquema para convertir una historia en un material de video concreto. Este proceso supone: realizar investigación, crear un esbozo de la película, preparar un presupuesto, realizar planes de trabajo y definir la lista de tomas.

RELATO DE HISTORIAS Y GÉNERO

¿Qué es una historia?

La realización de películas es el arte de contar buenas historias. Una historia, si es buena, es capaz de provocar interés, ganas de investigar, es un viaje de descubrimiento. Una buena historia abre mundos, ideas, y desafía nuestra forma de comprender el mundo. La estructura narrativa es la que convierte a una historia en una buena historia. Encontrar la historia es una parte esencial del proceso de filmación.

El cineasta canadiense Peter Wintonick trabaja en estos momentos sobre la forma de los relatos y las historias. Dice: *“Creo que estamos programados psicológicamente desde nuestra niñez. Cuando nos cantan canciones o nos leen cuentos antes de dormir, es necesario identificar esa historia con determinados personajes. En el proceso de edición de los materiales hay que operar tanto lógica como emocionalmente, porque un mismo material puede ser editado de mil maneras distintas. Existen muchos conceptos sobre lo que es una historia. En Islandia, por ejemplo, existe una tradición del relato oral que dura cuatro días. En Kyrgyzstan existen sagas. En el mundo occidental, el formato habitual de una historia incluye un comienzo, un desarrollo y un final”*.

Amy Bank, que trabaja en Nicaragua y está escribiendo una novela para un programa de televisión de ese país (*Sexto Sentido*) en la que los derechos humanos son la clave de la trama, piensa que *“en cualquier historia es bueno crear un clima dramático. Las personas, así, se interesan más. La presencia del conflicto siempre brinda una buena historia: cuando el héroe supera los obstáculos, etcétera. Pero esto no quiere decir que todas las historias deban tener un final feliz. Sí que los espectadores asistan a cierto tipo de transformación del protagonista o los protagonistas. En el trabajo de defensa de los derechos humanos frecuentemente nos hacemos preguntas: ¿cómo hay que mostrar las cosas?, ¿color de rosa?, ¿y si las cosas no son color de rosa? Sin embargo, es importante dejar planteadas dudas. Esas*

dudas serán los obstáculos que habrá que superar”.

¿En qué consiste el relato de historias para la defensa de una causa?

¿En qué se diferencian las historias cuando el objetivo es utilizarlas como parte de una campaña para lograr un cambio sociocultural, político y económico? Precisamente: en que esas historias estén al servicio de ese objetivo, y no de la ideología o “mensaje” de quien filma o cuenta. En otras palabras: el protagonista de la historia deberá ser el objetivo de cambio.

Las historias deben comunicar con eficacia y transmitir el entusiasmo que implica entrar en acción. El conocimiento de las personas que componen la audiencia y la forma precisa en la que deseamos que actúen nos permiten definir cómo comunicar el mensaje. Wintonick dice que filmar con el objetivo de entretener, genera respuestas pasivas *-el entretenimiento por el entretenimiento mismo-*, pero que tratándose de derechos humanos otra es la cuestión. *“Existen diferencias entre contar una historia para movilizar a la audiencia en defensa de una causa y contarla para entretener. El entretenimiento es una experiencia pasiva. Un realizador de películas orientadas a la defensa de una causa provoca a los espectadores, los moviliza”.*

Para que los espectadores sientan que existe espacio para el cambio, se necesita dejar un “espacio para la acción”. Es importante preguntarse: ¿en qué medida estamos incluyendo a la audiencia en la historia? Después de ver la película, las personas ¿se sentirán distanciadas, excluidas, desamparadas, incluidas, esperanzadas, poderosas, inspiradas, enfurecidas? Y si consideramos el final, ¿la historia está cerrada, o existe la posibilidad de cambiarla? Frecuentemente, estos videos o películas terminan con un pedido directo a la audiencia, realizado por uno de los personajes o sujetos filmados, o con una entrevista donde alguien se pregunta por qué sucede lo que sucede y qué se puede hacer al respecto. En otras oportunidades, un video hará referencia a oportunidades de aprender más, y mencionará material adicional, disponible, utilizado en exhibiciones, o distribuido por Internet. Es decir, siempre hay que realizar un pedido concreto, y ofrecer una opción, no sólo una queja”.

Los buenos realizadores suelen establecer una suerte de sociedad con las personas a quienes filman. Este método es poco habitual y hasta puede ir contra las normas y las convenciones clásicas, ya que en la mayoría de los documentales, los sujetos filmados tienen muy poca o nada de voz en el proceso de filmación. Ellos firman un modelo de autorización de revelación de información convencional, en los que ceden estos derechos.

Por otra parte, cuando se relata una historia en defensa de una causa no existen restricciones de tiempo. La duración depende de lo que juzguemos como razonable, de acuerdo a nuestra comprensión de la audiencia a la que va dirigida. Puede suceder que una comunidad esté sedienta de información y vea cuatro videos, o bien uno sólo, pero lo suficientemente impactante y movilizador (¡tenemos en cuenta que la mayor parte de los avisos comerciales televisivos no duran mucho más de 30 segundos!) Muchos proyectos de WITNESS que duran entre 6 y 15 minutos.

Es frecuente la tendencia a hacer documentales más largos y más comprometidos de lo necesario para las audiencias meta, con la esperanza de lograr que sean transmitidos por la televisión. Aún cuando esto sea viable, es importante considerar la producción de una versión más breve para las audiencias que trabajan en defensa de una causa. Insistimos en que la duración debe estar determinada por la audiencia y el lugar donde se realizará la exhibición. Recordemos que en general,

menos es más.

Finalmente, aunque las historias siempre versarán sobre cuestiones serias, eso no quiere decir que esté prohibido ser amable con la audiencia. Hay cuestiones que se pueden trabajar desde el humor sin perder profundidad. Eso ayuda a que tanto los sujetos filmados como los productores y las audiencias se relajen y trabajen más cómodos. El humor es una expresión de elasticidad y disposición para salir adelante. El humor ayuda a soportar el dolor.

Comienzo, desarrollo y final

En la tradición occidental, europea y norteamericana, especialmente en Hollywood, la forma estándar de construir una historia para una película es en tres actos. Si bien este método se ha tornado formulista y restrictivo, es importante conocerlo ya que, aplicado con moderación y con cierto escepticismo, puede ayudar a estructurar los grandes rasgos de una historia. Además, permite discernir las expectativas de las audiencias que disfrutaban las películas estilo Hollywood.

De acuerdo a esta fórmula el proceso es el siguiente:

- a) En el acto 1 se presenta la historia y se inicia la acción. Nos enteramos de “quién, qué, dónde, cómo y por qué”. En los manuales convencionales de guiones de Hollywood, este acto ocupa el veinticinco por ciento de la duración total de la película. Al final de este acto, el héroe (el personaje central) se embarca en una búsqueda.
- b) En el acto 2 se presenta el “nudo” de la historia. Aquí se produce el viaje emocional o físico del héroe quien debe enfrentarse a una serie de obstáculos y superarlos a fin de lograr una meta más importante. Nuevamente, la fórmula sugiere que este acto ocupa un cincuenta por ciento de la duración de la película. Para el final de este acto, la historia alcanza un clímax, que es el conflicto final y más importante.
- c) En el acto 3 se presenta la conclusión, la historia se resuelve. Los hilos de la historia y sus conflictos se entretajan y definen. Frecuentemente en Hollywood, esto constituye el final feliz, la convencional escena de la boda. La fórmula prescribe que este acto ocupa el veinticinco por ciento restante de la película.

Howard Weinberg, productor y “doctor de guiones para documentales”, nos recuerda que no existen reglas definitivas para unir una historia. Los editores experimentados utilizan distintos enfoques a lo largo de su carrera. El único principio general es que la estructura del relato tenga un comienzo, un desarrollo y un final.

¡Sorprenda a las personas! Vaya desde lo que saben a lo que no saben.

- a) Comienzo: presente su historia (¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?), y genere curiosidad en la audiencia. En una película analítica o en una película que busca defender una causa, puede preparar la escena para presentar su argumento o puede formular una pregunta.
- b) Desarrollo: cuente la historia, exponga los argumentos o pruebas. Capte la atención de su audiencia y bríndeles una razón para interesarse y actuar.
- c) Final: concluya la historia, o “entréguela” a la audiencia.

Fernanda Rossi, también conocida como la “doctora de documentales”, sugiere

que otra forma de analizar la estructura de una historia es en función de si ésta gira alrededor de un conflicto o no.

Cuando una película gira alrededor de un conflicto, dos fuerzas opuestas crean un drama y movilizan la acción hacia delante, a través de una curva dramática. El conflicto no necesariamente debe ser un conflicto físico real presentado en la pantalla. Puede ser un conflicto de intereses, de personalidades o ideas. Por lo general, estas películas también giran alrededor de personajes centrales.

Los relatos organizados alrededor de un conflicto generan curiosidad, aún cuando el tema tratado no sea necesariamente de interés para la audiencia. Comienzan con una primera exposición de la tensión entre dos fuerzas o motivaciones opuestas que va creciendo durante la película, mediante la combinación con otros conflictos y tensiones menores, para producir una sensación de creciente urgencia. En una película de derechos humanos, estos conflictos pueden ser facetas de la relación diaria entre una persona oprimida y la fuerza opresora; por ejemplo, la lucha de un hombre común para alimentar a su familia, educar a sus hijos, asegurarse una vivienda adecuada, etc. Generalmente es más fácil crear esta clase de curva dramática cuando la película está centrada en un evento.

El modelo que no gira alrededor de un conflicto, o modelo narrativo, está basado en el principio de causa y efecto lógico, o en una serie de hechos o segmentos independientes, relacionados con diferentes temas en la película. En este caso, dependemos más del interés de la audiencia por el tema y de la cronología que se utilice.

El respeto por la forma de relatar historias de las comunidades indígenas

Existen diferentes tradiciones culturales en el relato de historias. La estructura en tres actos y los conceptos de comienzo, desarrollo y final no son necesariamente las mejores o las únicas formas de contar una historia de modo eficaz. La forma de contar una historia – o quién la cuente – puede tener consecuencias políticas y culturales, tanto dentro de la comunidad como fuera de ella. En todas las comunidades existen facciones y dinámicas de poderes y privilegios. Ronit Avni, el director del proyecto Just Vision, que trabaja con activistas palestinos e israelíes, observa que *“privilegiar ciertas voces puede tener graves implicaciones para todo el grupo. Puede debilitar y proporcionar una mala representación de la comunidad”*.

Sam Gregory, de WITNESS, agrega: *“Hay debates acerca del lenguaje visual y estructural de los medios indígenas. Nosotros no dictaminamos la forma en la que nuestras contrapartes deben estructurar sus videos – y trabajamos con una serie de grupos, desde organizaciones profesionales de defensa de los derechos humanos hasta movimientos sociales de base comunitaria. Pero sí le sugerimos a nuestras contrapartes que tengan en cuenta a sus audiencias cuando realizan su filmación y edición, y que consideren qué será más persuasivo para ellos. Muchos videos realizados por socios de WITNESS están dirigidos a audiencias internacionales, por lo tanto, no es muy importante para nosotros y nuestras contrapartes ser fieles a un estilo indígena de relato de historias o a un estilo visual propio de los indígenas. Pero esto es una decisión basada en la audiencia meta, siempre que las decisiones adoptadas en relación con el estilo a ser utilizado para relatar una historia no tengan un impacto negativo sobre la comunidad”*.

Es importante respetar la forma en la que una comunidad o un cineasta eligen contar una historia. Gabriela Zamorano, que trabaja con mujeres cineastas indígenas

en México, presencié una disputa en la que una de las cineastas acusaba a la otra de no realizar “películas indígenas”. Ante esta discusión, Gabriela se pregunta: “¿En qué consiste exactamente una perspectiva indígena? El hecho de que esta mujer eligiera una forma más convencional para contar su historia, no la hacía menos indígena”.

Una historia puede ser local y universal. Una de las películas de ficción canadienses más exitosas en la historia reciente se llama *Atanarjuat: the Fast Runner* (“*Atanarjuat: El Corredor Veloz*”). Es la primer película totalmente Inuit (un grupo de indígenas de América del Norte), creada, producida y editada por un equipo compuesto mayormente por Inuit, con diálogos en Inuktitut. La historia está basada en una leyenda Inuit tradicional y sin embargo, la historia es universal. La película ha ganado premios y ha sido vista alrededor del mundo por personas de diferentes culturas e idiomas.

El papel de los personajes

Cuando la audiencia ve una película de derechos humanos, se preocupa por las personas reales – esté o no de acuerdo con su análisis. Estos “personajes” (el término frecuentemente utilizado en la realización de documentales) proporcionan a las audiencias alguien de quien aferrarse en la historia. “*El mensaje en este tipo de videos proviene de los personajes, con quienes uno espera estar trabajando en solidaridad*” (Peter Wintonick). Liz Miller, maestra y realizadora de películas de contenido político, también cree que las historias basadas en los personajes son las que producen un mayor impacto. Las audiencias desean saber qué les sucede a los personajes. Desean ver una transformación. Podemos sentir compasión y empatía con los personajes que atraviesan un proceso de cambio en la película.

En un documental, generalmente conocemos a los personajes a través de entrevistas. Liz sugiere que durante la edición (y filmación) es bueno elegir o seleccionar momentos en los que los personajes no están simplemente *describiéndose* a sí mismos, sino *siendo* ellos mismos. Por ejemplo, situaciones en las que se muestre cómo interactúan con otras personas, cómo se conjuga lo que dicen con lo que muestran.

Sam Gregory comenta que gran parte del trabajo de WITNESS está basado en testimonios, en los que nos encontramos con personas que nos cuentan los abusos que han sufrido. “*Desde la perspectiva de la filmación de una película, esto puede parecer problemático, porque nuestras contrapartes tienden a filmar buenos testimonios, pero no siempre filman, o pueden filmar, el contexto – por ejemplo, tomas de la vida de una persona en su comunidad o de la comunidad devastada de la que han huido. Pero el testimonio inmediato, personas a las que se da la oportunidad de contar su historia con absoluto contacto visual, frente a una cámara – frecuentemente por primera vez – puede ser muy poderoso. No son sólo cabezas que hablan. Son testimonios, en donde los sujetos están hablándole a alguien, y esa comunicación tiene un sentido real. Están muy concentrados en comunicar lo que les ha sucedido y en qué van a hacer al respecto. La intensidad de ese sentido e intención es lo que puede resultar muy conmovedor y poderoso*”.

Aún cuando no podamos seguir la vida de estas personas – por ejemplo, si están viajando a través de la jungla, como las personas desplazadas internamente en Burma – la intensidad de ese momento en que ellos le hablan al espectador puede compensar nuestra incapacidad de seguirlos a través del arco tradicional de desarrollo de los personajes.

Amy Bank dice que los personajes que ellos crean en el show transmitido en la televisión nicaragüense, tienen un papel muy importante en la vida de sus espectadores. Sugiere que *“la televisión crea una relación social. A través de la televisión, las personas desarrollan una identificación emocional e intelectual con los personajes. Por ejemplo, las estadísticas de personas infectadas con HIV/AIDS en Nicaragua (aún) no son elevadas, pero ya existe una estigmatización de estas personas. Un personaje que en nuestro programa de televisión admite ser HIV, puede ser el primer caso que conozcan nuestros espectadores. Si los espectadores llegan a preocuparse y a querer a este personaje, se puede influir en la forma en la que tomarán temas relacionados con el HIV/AIDS, cuando se les presente en la vida real”*.

Don Edkins, que trabaja en el tema de HIV/AIDS en Sudáfrica, un país con una de las tasas mas elevadas de infección en el mundo, enfatiza el poder de las relaciones en el relato de historias. Describe una película que analiza una relación entre personas – en lugar de “hechos y cifras” – en torno a una historia de HIV/AIDS. *“Es la historia de una mujer de 50 años, que contrae el virus por una transfusión de sangre. A partir de entonces, visita diferentes comunidades hablando públicamente sobre su situación en todas las oportunidades que se le presentaban: radio, escuelas. etc. Este es un personaje fantástico que logra constituir una historia excelente cuando se plantea la difícil relación que tiene con su hija, quien se siente terriblemente avergonzada de su madre. La madre es abierta y franca, pero la hija está mortificada. Esta clase de relación es algo que cualquiera puede comprender. Tenemos un contenido dramático, pero también tenemos humor. Se logra una historia con la que los espectadores pueden identificarse y en la que pueden interesarse”*.

Caso de estudio: entrevistas versus sujetos/ personajes

Fernanda Rossi fue convocada para que diera forma a una película llamada A Day's Work, A Day's Pay <www.newday.com>, referida a personas que eran beneficiarias de la asistencia social en Nueva York y que se habían convertido en líderes de la lucha por la justicia económica. Cuando Fernanda se sumó al proyecto, los cineastas tenían más de 170 horas de imágenes filmadas, con muchas tramas y demasiados personajes. Fernanda vio un montaje de tres horas de duración y asesoró al cineasta sobre la forma de proceder. *“Ella nos ayudó a ver que teníamos el arco dramático de las historias de tres personas. Las otras historias y personas adquirían relevancia sólo cuando se las relacionaba con las historias de estos personajes. Si no tenían una conexión, quedaban afuera”*, dice Kathy Leichter, una de las directoras de la película. En este caso, algunas personas podían funcionar como contexto o ideas, ya que establecían proposiciones que contribuían al desarrollo de la historia; mientras que unos pocos elegidos podían humanizar la historia con sus propios ejemplos de vida. Ahora, con los tres personajes principales como fuerza emocional impulsora de la historia, los espectadores podían aferrarse a la trama, aunque hubiese otras personas en la película. Debido a estas historias humanas poderosas, al mirar la película, los espectadores establecen una conexión profunda con las personas que aparecen en pantalla y se sienten conmovidos para hacer algo respecto a la reforma del programa de asistencia social.

Ejercicio 3.1: del papel a la pantalla

El objetivo de este ejercicio es aprender a identificar cuáles son los elementos y las personas clave en una historia y a analizar cómo los trasladaría a la pantalla si quisiera documentar la historia en video. El ejercicio se realiza mejor trabajando en un grupo pequeño.

Comience por tomar un artículo de un diario o una nota editorial reciente que guarde relación con el tema central de su trabajo en defensa de una causa.

1. Resalte las oraciones clave que explican la historia. ¿Cuáles son los elementos de esta historia? En general, en un artículo de diario, el título y los tres primeros párrafos suministran un resumen de la historia. La primera oración de cada párrafo y el párrafo final proporcionan detalles adicionales y una sinopsis del artículo. En el caso de una nota editorial, encontrará el punto de vista, argumento y conclusión de los escritores.
2. Repase el artículo y resalte los nombres de las personas presentadas – estos son sus “personajes” potenciales. En el Ejercicio 3.2 analizaremos cómo elegir los personajes centrales cuando son muchas personas involucradas en el tema.
3. Repase el artículo y resalte con un color diferente las imágenes clave descriptas: pueden ser actividades, lugares u objetos inanimados.
4. Analice algunos de los desafíos con los que se enfrentará al llevar esta historia desde el papel a la pantalla. Realice un intercambio de ideas en grupo, proponga que una persona actúe como moderadora de la conversación y elija alguna de las siguientes preguntas para someterlas a discusión:
 - ¿Dónde se desarrolla la historia? ¿Es un lugar que usted puede filmar o es necesario encontrar otras formas de mostrar/ contar la historia?
 - ¿Quiénes son las personas que aparecen en el artículo? ¿Son personas que usted podría filmar?
 - ¿Cómo podría filmar las imágenes que ha identificado? Si no son accesibles, ¿qué otras alternativas existen?
 - ¿Qué parte de la historia está sucediendo en el presente? ¿Qué parte corresponde al pasado? ¿Cómo impacta esto en la forma en de contar la historia?
 - ¿Qué cuestiones son difíciles de mostrar en una película, pero que pueden ser expresadas por escrito? ¿Qué pueden ser expresadas en una película pero no podrían expresarse por escrito?
 - ¿La historia tiene un comienzo, desarrollo y final? ¿Tiene un final definido o abierto?
 - En la nota editorial, ¿cuál es el argumento, qué se está pidiendo o defendiendo? ¿Cómo se podría expresar esto en un video?
 - ¿Cómo contaría esta historia si hubiese sucedido hace 25 años?
 - ¿Cómo contaría esta historia si no tuviese dinero? ¿Y si no pudiese

entrevistar a nadie?

5. Si lo desea, elija una persona de la historia a quien podría entrevistar y escriba una serie de preguntas a formularle. Represente la entrevista con un colega.

Punto de vista, voz y forma narrativa: ¿quién cuenta la historia y cómo la cuenta?

El punto de vista describe la perspectiva desde la cual se está contando una historia en un video. Por ejemplo, puede estar contada desde la perspectiva del personaje principal, de un periodista objetivo o de la hermana de un líder de la oposición que ha sido asesinado.

La perspectiva asumida no es simplemente la voz que escuchamos, sino que tiene que ver con la manera en que está estructurada la película. ¿A través de qué ojos adquirimos una comprensión de los hechos? Visualmente, ¿desde qué posición ventajosa vemos desarrollarse la acción? ¿La cámara está con los soldados gubernamentales mientras rodean a una comunidad, o está dentro de la casa de una persona, presenciando el ataque a través de una grieta en la puerta?

Cuando se trata de un video comprometido con la defensa de una causa, se debe considerar a la audiencia y su historia. ¿Cuál es el punto de vista más apropiado y significativo para ellos? ¿Cuál es el punto de vista que nos permitirá lograr un mayor impacto en términos de la defensa de nuestra causa?

¿Quién suministrará la información guía en la película? ¿Quién o qué orientará al espectador y le explicará lo que está sucediendo?

¿Hasta qué punto la presencia y dirección creativa de los cineastas y activistas estará identificada explícitamente dentro del video mismo?

¿Hasta qué punto las personas que aparecen en la película colaboran en la construcción de la misma, tanto durante la filmación como durante el proceso de edición?

Una decisión clave relacionada con el punto de vista es la utilización de la técnica de narración (voz en off) o no. *“No se suele dar la importancia necesaria a la influencia que ejerce la elección del narrador sobre la forma en que las personas reaccionan conciente e inconscientemente a una película”* (Sam Gregory).

Si se decide utilizar un narrador, ¿a quién elegiremos y cuál será el tono de la narración? ¿Será alguien que aparece en la película, el cineasta, una persona con buena voz, será una celebridad? ¿Será un hombre o una mujer? ¿Un joven o un viejo? ¿Una persona con acento regional o con un acento “oficial” estandarizado? ¿Se oyen como profesionales o como personas “comunes”? ¿Es la realizadora de la película la que habla? ¿El tono es cínico, u optimista y animado? Todos estos factores tendrán influencia en la forma de respuesta de la audiencia.

Sandrine Isambert, antigua editora de WITNESS, agrega una consideración práctica: *“Tener o no una voz en off se puede decidir antes de filmar la película. Si no se desea una voz en off, hay que asegurarse que las entrevistas proporcionen toda la información necesaria para cubrir los temas sobre los que se quiere hablar. Si no es así, se debe usar una voz en off como guía a lo largo de la historia. A veces, algunos sujetos son muy complicados y aunque seamos muy buenos escribiendo historias, necesitaremos alguien que nos guíe. Otras veces, la voz en off sirve para suministrar la información que no se pudo filmar”*.

Para muchos realizadores de películas, elegir entre el uso de narración o carteles impresos en un video es una cuestión de estética. En el trabajo de WITNESS, frecuentemente eligen utilizar carteles impresos en lugar de incorporar un narrador a la

película y distraer a la audiencia con preguntas referidas a quién es el narrador y su relación con los materiales. Aparentemente, los carteles impresos son percibidos como más neutrales y objetivos que un narrador, cuya etnia, edad, sexo y otras características personales pueden ser deconstruidas y analizadas.

Las formas básicas de películas

En este capítulo nos concentramos en tres formas básicas de películas: películas que giran en torno a una narración, películas que giran en torno a entrevistas, y películas observacionales “verité”. En muchos casos, las películas son una mezcla de estas formas.

Película que gira en torno a una narración

Se utiliza un narrador y/ o carteles impresos (texto en pantalla). La narración por parte de una voz en off o carteles impresos explican lo que está sucediendo, la película frecuentemente da por sentada la credibilidad del narrador. La forma en la que se elija esta persona (en función de la edad, del idioma o del acento, del sexo, de la condición de celebridad, de la relación con el tema, etc.) afectará el impacto de la película sobre el espectador. En el estilo narrativo clásico de la “voz de dios”, hay una tercera persona narradora, fuera de pantalla, que nos guía a lo largo de toda la película, y nos explica qué estamos viendo. Se asume que podemos confiar en la voz y que es objetiva. La narración también puede ser más personal y subjetiva, contada a través de la voz de una persona en la historia.

Las películas que giran en torno a una narración pueden ser las más fáciles de realizar. Se escribe un guión, se filma y luego se agrega la voz en off. Es más fácil de modificar y de arreglar, basta con modificar la narración en el estudio. En los casos en los que no se cuenta con material de entrevistas o material visual suficiente o adecuado, se puede agregar una narración explicativa.

Un ejemplo de una película que gira principalmente en torno a una narración es *Road to Pineapple* y está disponible en www.witness.org. Este video es contado principalmente a través de la narración del realizador, Joey Lozano, quien describe el impacto de la construcción de un camino financiada por una agencia de desarrollo norteamericana, en comunidades y tierras indígenas y musulmanas del sur de Filipinas. El camino fue construido para facilitar el monocultivo de piñas para exportación y ha sumergido a las comunidades locales en una economía devastadora e insostenible, basada en la explotación de cultivos comerciales.

Película que gira en torno a una entrevista

Estas películas giran en torno a uno o varios personajes que son entrevistados en la película. A veces se las llama películas con una “cabeza que habla”, especialmente cuando las entrevistas están filmadas en un estilo tradicional de pregunta y respuesta.

A diferencia del caso anterior, hacer una película de este tipo puede insumir más tiempo de filmación ya que las entrevistas pueden durar horas. Las actividades de desglose, transcripción y armado del razonamiento, basado en las palabras de sus entrevistados pueden también llevar mucho tiempo. Es más complicado realizar cambios porque se necesita encontrar soluciones dentro del material mismo de la

entrevista, en lugar de simplemente reescribir la narración.

La página Web de WITNESS presenta un buen ejemplo de una película que gira principalmente alrededor de una entrevista, llamada *Books not Bars*, que utiliza entrevistas con jóvenes y activistas afectados, organizadores comunitarios y académicos para contar la historia del floreciente complejo industrial carcelario en los EEUU y sobre la forma en que las empresas están lucrando con la encarcelación de jóvenes de grupos minoritarios.

Otro ejemplo a ver es *Against the Tide of History*, donde se cuenta la historia del impacto de la colocación indiscriminada de minas en Casamance, en el sur de Senegal, a través de las voces de víctimas de las minas, activistas y figuras del gobierno y de la oposición.

Películas observacionales “verité”

En este caso las películas se organizan a partir de filmar “la vida como sucede”, especialmente situaciones y hechos que ocurren en un lugar, proceso o situación especial. Este tipo de películas es la más difícil de realizar y la que lleva más tiempo. El modo observacional sugiere que debemos dejar que las personas y sus acciones observables hablen por sí mismas. La acción o la narrativa evolucionarán frente a la cámara. El realizador de la película no debe interferir o interrumpir el proceso natural de filmación. La presunción subyacente es que las personas se comportan de manera normal cuando la cámara y el equipo técnico simplemente son como una “mosca en la pared” o un observador invisible que filma cualquier cosa que sucede frente a la cámara.

Las películas que utilizan la técnica observacional “verité” pueden ser las que necesiten más tiempo de realización, ya que la vida (especialmente frente a la cámara) cambia de forma impredecible. Hacer que los sujetos de filmación se sientan cómodos frente a las cámaras observacionales puede requerir tiempo y confianza (y frecuentemente implica temas de seguridad y protección). Una vez que comienza la filmación, quizás no sepamos cuánto va a durar la historia y qué dirección va a tomar. Puede llevar semanas, meses y hasta años. Algunos cineastas realizan tareas de edición, junto con la filmación, debido al plazo extendido que se requiere. Las películas del director Frederick Wiseman son famosas por su habilidad de transportar a los espectadores a diferentes entornos institucionales – incluyendo prisiones, instituciones psiquiátricas y escuelas – para mostrar cómo funcionan. Si planeamos utilizar un estilo de filmación observacional verité”, es una buena opción mirar sus películas para prepararse.

Las imágenes obtenidas mediante la técnica observacional-“verité” pueden tener un impacto muy fuerte y emocional, ya que transportan a las audiencias más directamente a situaciones de la vida real. Algunos de los elementos de la técnica observacional-“verité” en las películas de WITNESS:

- *La presentación del video de MDRI a la Comisión Interamericana*, que muestra imágenes en video reales o “verité” de las condiciones de vida inhumanas de pacientes en el hospital Neuropsiquiátrico de Paraguay, entremezcladas con carteles impresos que proporcionan un marco de defensa de los derechos humanos. Las imágenes filmadas muestran la historia a través de escenas estremecedoras y conmovedoras: pacientes reclusos en celdas cubiertas de excrementos, desnudos, sin acceso a letrinas y vagando en aguas residuales y sobre vidrios rotos.

- *Rise*, una coproducción con la Revolutionary Association of the Women of Afghanistan (RAWA), documenta la vida bajo el régimen del Talibán en Afganistán. Partes del video fueron filmadas en forma clandestina con cámaras escondidas debajo de los velos de las mujeres. Las imágenes filmadas muestran en forma brutal la tiranía en las calles de Kabul, ejercida por el Talibán, incluyendo patrullas de moralidad y ejecuciones públicas.



Como se ha mencionado anteriormente, muchas películas utilizan una combinación de los tres métodos anteriores. Por ejemplo, *Rise* combina imágenes en video “verité”, entrevistas y una narración con voz en off, así como el uso innovador de texto en pantalla.

Ejercicio 3.2: Seleccione las personas que incluirá en el video

Se trata de analizar una situación para determinar qué personas incluir en nuestro video. Es recomendable discutir el ejercicio con un colega o amigo. Proporcionamos una situación modelo para analizar, pero también se puede utilizar una historia del Ejercicio 3.1 o un enfoque propio referido a una campaña de defensa de una causa.

Es la tardecita en la ciudad y un hombre, Carlos, está caminando a casa desde el trabajo con dos amigos cercanos. Carlos está casado y es padre de dos hijos, trabaja en una fábrica local. Una camioneta de la policía se detiene, tres oficiales saltan de ella y lo meten adentro. Le dicen que lo están arrestando por su participación en un robo. De acuerdo a su versión, John, un ex compañero de escuela de Carlos, les ha dicho que cometió un robo con Carlos la noche anterior. Carlos sabe que esto no es cierto, ya que en ese momento estaba en una fiesta familiar. Cuando llega a la estación de policía, Carlos es sometido a una mayor presión por parte de los oficiales, es torturado hasta que confiesa que ha participado en el robo y que sus dos amigos, Jane y Khan, también están involucrados. La policía deja a Carlos en una celda, a la mañana siguiente dicen que lo encontraron muerto, producto de un ataque cardíaco.

Durante quince años, el país de Carlos ha estado gobernado por un partido. Este partido ha ganado una serie de elecciones supuestamente democráticas, pero con fallas institucionales. Es común que las personas que están en custodia policial sean sometidas a torturas, lo que es usualmente aceptado en los procedimientos investigativos. Durante los últimos diez años, una organización que realiza campañas de defensa de los derechos humanos, que tiene poco personal y un núcleo sólido de voluntarios de todos los sectores de la sociedad, ha luchado contra los actos de tortura en esta sociedad y reclamado a la policía y al poder judicial para actúen en forma más eficaz y responsable.

Esta organización toma el caso jurídico contra la policía como parte de su trabajo para erradicar el uso de prácticas de tortura en la sociedad y para garantizar que la viuda de Carlos, Stephanie, reciba una indemnización. También procuran que los medios participen en una discusión del caso.

1. Analice y debata con un colega o amigo sobre las perspectivas de las diferentes personas que están involucradas en la situación. Puede tomar en cuenta lo siguiente:

- “Perpetradores e interesados”: ¿Cuáles son las causas del problema o conflicto y quién es responsable por esta situación?
- “Expertos”: ¿Quiénes son los expertos? ¿Son expertos por la profundidad de su conocimiento, por su posición social o porque tienen una experiencia personal directa? Recuerde que los expertos no necesitan ser académicos; pueden tener una experiencia de vida que los haya convertido en expertos.
- “Protagonistas/generadores de cambio”: ¿Quiénes son los protagonistas? ¿Quién está tratando de cambiar la situación?
- “Víctimas / sobrevivientes”: ¿Quiénes son afectados por esta situación? ¿Quién ha vivido la situación y ha sobrevivido?

2. Teniendo en cuenta estas categorías diferentes de personas, ¿quiénes serán los voceros o personajes eficaces para la audiencia meta que se ha propuesto? Trate de completar un formulario modelo como el que se muestra en la Tabla 3.1. Considere incluirse a usted mismo y su propia voz como un personaje posible.

Tabla 3.1. Seleccione las personas que incluirá en el video

<i>Personajes posibles</i>	<i>Perspectiva</i>	<i>Comentarios acerca del potencial como entrevistado</i>
"Stephanie"	Esposa de la víctima de tortura, compromiso personal muy fuerte con este caso.	Aún está muy afectada por la pena, puede compartir su propia experiencia y pérdida con la audiencia.
"John"	Amigo de Carlos, torturado en la misma estación de policía.	Siente culpa por haber participado en implicar a Carlos.
"Joe"	Sobrevivió a la tortura, muy crítica ante la falta de acción del gobierno.	Clara, un poco distante.
"Anita"	Trabajó en el gobierno y ahora es parte de una coalición líder de ONGs contra la tortura.	Sigue adherida a la línea del partido.
"Rita"	Trabajó en prisiones bajo el régimen actual, cuando se practicaban torturas; está acusada de haber participado.	Será difícil que hable, pero puede ofrecer una perspectiva desde adentro. ¿Cómo generarle confianza para que hable?

3. Observe los tres personajes más adecuados y su elección principal. ¿Podría contar una historia con sólo tres de esos personajes? En ese caso, ¿queda algún elemento faltante en la historia? ¿Qué puede notar acerca de las personas que ha elegido para contar su historia? En cuanto a su elección principal. ¿Se puede contar la historia a partir de la percepción de esta persona? ¿Esta persona podría ser el personaje principal?

Género

El estilo o género también darán forma al relato. A continuación presentamos una selección de los géneros habituales.

- *Punto de vista personal*: un ensayo o perspectiva personal acerca de un tema, generalmente relatado por una persona involucrada en forma directa, por el cineasta o por el activista. Puede ser que el cineasta aparezca en cámara o que la cámara siga a un personaje, a través de cuyos ojos comprendemos la historia. Otras veces el punto de vista sólo aparecerá a través de la narración. El punto de vista personal también está expresado en forma visual, a través del trabajo de la cámara. ¿A través de qué ojos se está observando el desarrollo de los acontecimientos? En una película “reflexiva”, la presencia y participación del cineasta queda clara en la película. él o ella no es un técnico neutral.
- *Noticiero-periodístico*: se siguen las reglas del periodismo convencional para presentar información acerca de hechos. Este estilo da prioridad a nociones de objetividad, equilibrio, la presentación de “ambos lados de la historia” y la neutralidad. La historia habitualmente es contada a través de una “tercera persona” – el periodista – quien ha obtenido información de una serie de fuentes y entrevistado a todas las partes involucradas. Se cita la fuente de los hechos, opiniones e información y se presenta la información en un formato aburrido y puntual. Puede haber diferentes formatos: informes y boletines de noticias cortos (incluso de 20 segundos), informes acerca de cuestiones actuales (de 3 a 15 minutos de duración), documentales investigativos más largos que revelan un “misterio” o conflicto, entre otros.
- *Película de viaje o personaje principal*: suele estar referida a un personaje principal que experimenta una serie de encuentros: la filmación del proceso del viaje es tan importante como alcanzar el destino final. Este tipo de película por lo general es observacional, aunque el viaje de una persona puede ser reconstruido mediante el uso de entrevistas, narración e imágenes visuales creativas.
- *Película centrada en un lugar*: en este caso se narra desde un lugar específico, del que no nos movemos. El lugar por sí es la característica definitoria o la voz en la película.
- *Película de investigación*: en este caso la película analiza un tema y presenta una tesis. Se utilizan entrevistas a diversas personas, a expertos y presentan situaciones para apoyar o contradecir el caso. Por ejemplo, *The Corporation*, un documental canadiense de tres horas acerca del surgimiento de una de las instituciones más influyentes de nuestros tiempos (la empresa), utiliza entrevistas a más de 40 personas, casos de estudios, películas de archivo y animaciones, así como una voz narrativa, para componer una tesis acerca de la naturaleza de las empresas, después de haber recorrido el mundo en busca de pruebas para sustentarla.
- *Video musical*: el video es editado y basado en la música o una banda de sonido, para determinar su estructura y duración. Este género tiende a reflejar las técnicas de edición desarrolladas por MTV. Los realizadores de los videos pueden colaborar con los músicos para escribir las letras y la música antes de comenzar a filmar. Una organización pionera en el uso de formatos de videos musicales para realizar videos de defensa de una causa es Breakthrough TV (<www.breakthrough.tv>).

- *Anuncios de servicios públicos*: son videos cortos, intensos y directos que “promocionan” un tema relacionado con la defensa de una causa. Por ejemplo, WITNESS, junto con la Coalition for an International Criminal Court (*Coalición por una Corte Penal Internacional*), produjeron un “anuncio de promoción de una causa” de 60 segundos de duración, para la creación de la corte, utilizando las imágenes del genocida siglo veinte. Mediante el uso de carteles impresos, música dramática e imágenes de alto impacto, presentaron de manera convincente los argumentos a favor de un compromiso renovado para crear una Corte Penal Internacional que funcione con éxito y de manera efectiva.

Lo anterior es una pequeña selección de opciones que nos puede ayudar a encontrar la “voz” y el género de nuestra película. Muchos cineastas utilizan una o más de estas técnicas.

Ejercicio 3.3: ¿Quién contará la historia?

El objetivo de este ejercicio es ayudar a considerar la forma en que se puede cubrir el tema de un video en defensa de una causa, utilizando diferentes formas de película. Puede ser mejor analizar las diferentes opciones en un grupo pequeño.

1. Seleccione un tema secundario incluido en su proyecto de defensa de una causa. Por ejemplo, si está documentando una conducta errónea por parte de la policía y está proponiendo alternativas, puede concentrarse sólo en las prácticas de arresto.
2. Considere luego cómo realizaría un video sobre este tema que gire principalmente en torno a una narración, a una entrevista y a un video observacional. Utilice las fortalezas y debilidades analizadas anteriormente.
3. ¿Qué buscaría capturar en un enfoque observacional? ¿Cuáles podrían ser las ventajas de una película que gire en torno a una narración o una que gire en torno a una entrevista? ¿Qué clase de temas más extensos puede tratar con la voz en off, cuadros y texto en pantalla o mediante entrevistas más formales? ¿Cuáles pueden ser las ventajas de un estilo observacional, para lograr un discernimiento de la situación y una discusión del tema sin resguardos? ¿Qué deberá filmar si no puede utilizar la voz en off o la narración? ¿O si no puede realizar entrevistas? Evalúe las ventajas y desventajas de ambos estilos para la defensa de la causa. Para este ejercicio, trate de utilizar principalmente una forma de película, pero recuerde que es probable que en sus videos utilice una combinación de las tres.
4. En forma alternativa, intente realizar este ejercicio con la situación presentada en el Ejercicio 3.2. ¿Cómo representaría esta campaña por la justicia utilizando estas tres formas diferentes de narración?

Ejercicio 3.4: Reescriba una narración

Este ejercicio se realiza mejor en grupo y ha sido diseñado para ver la forma en que la elección de un narrador y el estilo narrativo afectan la manera en la audiencia responde a una película.

1. Comience eligiendo un video relacionado con un tema que usted y sus colegas conocen bien (quizás la defensa de una causa central de su trabajo). Lo mejor es sea un video que no ha visto anteriormente, que sea corto y dirigido al público en general.
2. Luego, cada persona que mira el video debe elegir un punto de vista de la narración entre los siguientes:
 - La voz de una persona en la película
 - La “voz de dios”, narración en tercera persona
 - Su propio punto de vista
 - Una celebridad popular
3. Mire el video con el audio apagado. Mientras se mira el video, cada persona debe realizar anotaciones taquigráficas acerca de la técnica de narración o voz en off que consideran necesaria para explicar la narración de la película. Cada espectador puede realizar una elección acerca de la cantidad de narración que consideran necesaria. Deben luego presentar su narración comparando las notas de los participantes.
4. Una forma de complejizar el ejercicio es variar la audiencia a la cual está dirigido el video. Las personas deberán analizar los cambios a introducir en la narración, en función de diferentes audiencias. Por ejemplo, si el video está dirigido a: miembros del gobierno, encargados de tomar decisiones con respecto al tema en cuestión, mecanismos de derechos humanos internacionales, grupos comunitarios que están trabajando el tema, grupos de activismo solidario internacional, público general que ve el video en línea o en las noticias.

Este ejercicio puede realizarse la segunda vez que miran el video, después que las personas han adquirido una idea de la forma en la que el mismo está estructurado.

Dramatización / usos del drama

Muchos videos producidos en defensa de una causa, tienden a estar realizados con material documental, con personas reales que cuentan sus propias historias, con la vida desarrollándose delante de la cámara. Otras veces, los realizadores de películas recurren a utilizar imágenes evocativas y dramatizaciones no sólo para contar la historia de manera creativa sino porque no tienen otra opción para cubrir el tema que desean filmar.

Ronit Avni dice: *“una de las preguntas más difíciles que surgen en la creación de un video en defensa de una causa es cómo reconstruir o evocar una violación que ya ha sucedido. Por ejemplo, In the Name of Safety, una película realizada por Ain O Salish Kendra, una organización de derechos humanos en Bangladesh, utiliza imágenes evocadoras de celdas y sombras de guardias, para evocar los abusos a que se vieron sometidas prisioneras encarceladas injustamente, en lugar de representar la escena”*.

Ronit también cita a Lilibet Foster, que realizó *Operation Fine Girl: Rape as a Weapon of War in Sierra Leone*. La película delinea el impacto devastador de una década de guerra civil sobre las jóvenes mujeres de Sierra Leona, miles de las cuales fueron secuestradas, violadas y/o forzadas a la esclavitud por soldados de ambos bandos del conflicto. Ronit explica: *“Lilibet utilizó algunas técnicas interesantes para representar situaciones delicadas desde un aspecto emocional, imágenes borrosas, imágenes simbólicas, tomas de pies anónimos escapando, etc., para evocar el miedo y la desorientación de la que eran presas estas mujeres. Esto puede ser realizado en forma respetuosa y aún con gran impacto, sin la necesidad de recrear los hechos”*.

Existen diversas opciones para esta clase de imágenes evocadoras - incluyendo el uso de material de archivo, fotos, obras de arte, la aparición y desaparición de personas u objetos en el cuadro - y muchas de estas decisiones pueden ser tomadas en la sala de ediciones.

En su película, *A Healthy Baby Girl*, la directora Judith Helfand utiliza sus propias obras de arte para representar su estado emocional después de haber perdido sus órganos reproductores por efecto del cáncer. La película fue utilizada como un video de promoción de una causa, para demostrar el impacto extendido y mortal de drogas farmacéuticas peligrosas, administradas masivamente a las madres embarazadas en los años sesenta.

En algunos casos, la dramatización puede ser una parte principal de la película. En *McLibel* (acerca del juicio por calumnias iniciado por McDonald's contra dos activistas opuestos a McDonald's), Franny Armstron no tuvo acceso con su cámara a los procedimientos en los tribunales. Franny sabía que para poder obtener estos argumentos, iban a necesitar “recrearlos” o “redramatizarlos” para la película. Los demandados estaban muy bien dispuestos a reproducir lo que habían hecho en el tribunal, pero los testigos a favor de McDonald's eran otra historia. *“Nuestra ventaja residía en que el guión ya había sido escrito, las transcripciones del tribunal estaban a nuestra disposición”*, recuerda Franny.



“Decidimos que intentaríamos realizar una reconstrucción de la situación, en forma de drama, por lo tanto, hicimos una lista en broma acerca de los directores que nos gustaría abordar. Ken Loach estaba en primer lugar y yo estaba al final, ya que nunca había dirigido ficción. En este punto, el juicio se había vuelto bastante famoso, y Ken Loach nos envió un fax de respuesta. Repentinamente, habíamos conseguido que el director dramático más importante de Inglaterra quisiera trabar en nuestra película!”.

Franny luego se embarcó en el arduo proceso de crear el guión de la película, a partir de 60.000 páginas de transcripciones de los tribunales. Luego, Loach filmó las secuencias de ficción clave para la película de Franny. Estos elementos de ficción constituyen los argumentos y contra-argumentos cruciales en la estructura intelectual de la película.

Cuando se utiliza la evocación o la reconstrucción/ redramatización, es importante tener en cuenta que las escenas “guionadas” pueden ser criticadas por no haber permanecido en un cien por ciento fieles a la realidad, también pueden ser malinterpretadas en un intento por dar un carácter sensacionalista a un tema. Esto puede hacer que su video pierda credibilidad como una herramienta efectiva de defensa de una causa, con algunas audiencias más críticas o más tradicionales.

Si bien en este libro no se discute en forma extensiva el tema de las novelas de defensa de los derechos humanos, puede obtenerse un gran aprendizaje de la experiencia de programas como *Sexto Sentido*. Otra buena fuente acerca del uso de la ficción para persuadir e influir en la conducta, es Population Media Center, <www.populationmedia.org>.

LA IMPORTANCIA DE LA AUDIENCIA

¿Quiénes conforman nuestra audiencia? Como señalamos en el Capítulo 1, comprender a *quién* se está contando la historia cambiará *la forma* en que se relata. Más importante aún, al definir qué deseamos que haga la audiencia una vez que han visto el video, también permitiremos definir la historia que se necesita contar.

¿Cómo se puede definir la audiencia? Hay que decidir quiénes conforman la audiencia, qué deseamos que hagan y cómo se los convencerá para que se unan al esfuerzo. Si vamos a realizar un llamamiento directo a involucrarse, debemos decidir quién deberá motivarlos para entrar en acción. Necesitamos reconocer qué resultará atractivo, persuasivo o intrigante para ellos, tanto en términos de la información transmitida acerca de los hechos, como de las personas entrevistadas y los comentarios realizados por expertos. También necesitamos comprender de quién nos alejaremos al hacer estar elecciones.

En un nivel más básico, Howard Weinberg sugiere preguntarse lo siguiente: “¿Está animando las tropas o hablando a los no convertidos?” Él considera que esta es una pregunta clave para determinar la forma en la se estructurará la película completa. En forma similar, Martín Atkin, productor en Greenpeace, también comienza por dividir sus audiencias en dos categorías principales: *“la primera es una audiencia amplia y general, fuera de la comunidad de las ONG, un público general que sabe muy poco acerca del tema. La segunda está compuesta por otras ONGs, personas “dentro” de la comunidad, que ya tienen conocimiento del tema”*.

El idioma y los niveles de alfabetización de la audiencia son factores cruciales a tener en cuenta en la producción. Si se utilizan carteles impresos, subtítulos y claves, la audiencia ¿podrá leerlos? ¿Qué idioma será el más adecuado para relatar la historia?

En WITNESS, motivamos a nuestros socios a definir su audiencia en forma muy específica para garantizar que los videos que producen estén dirigidos y alcancen a estas audiencias distintivas. A continuación, se presenta una descripción de algunas de las categorías amplias de espectadores y los usos potenciales del video en la defensa de una causa.

Audiencias que son parte de la comunidad

Ver su propia imagen o la de miembros de su comunidad en una pantalla puede generar resultados poderosos. Cuando se realizan videos con la intención de que sean vistos por las comunidades en que fueron filmados, se puede estimular la organización comunitaria, la toma de conciencia y la sensación de estar facultados para emprender una acción. Joey Lozano informa: *“Cuando reproducimos nuestro video en exhibiciones para los miembros de la comunidad, parecemos recuperar el orgullo perdido por nosotros mismos”. El video nos ayuda a recuperar la autoestima*. Gabriela Zamorano y Fabiola Gervacio crearon un área de comunicaciones para la Comisión de Mujeres de UCIZONI, una organización de campesinos en México, con el objetivo de realizar videos que motiven a las mujeres indígenas a unirse a esta organización. Crearon tres videos cortos y viajaron a las villas para exhibirlos entre las mujeres. Gabriela manifiesta que *“la respuesta que obtuvimos en las comunidades fue fenomenal. Cuando las mujeres vieron imágenes de mujeres y una película completa dedicada a las mujeres indígenas, se sorprendieron, porque generalmente todo gira en torno a los hombres”*.

Estos videos son editados para inspirar, consolidar, educar y movilizar a las comunidades en las que fueron filmados. La edición de video dirigido a las comunidades, comparado con los usos para fines legales o políticos, puede tener un estilo, estructura y composición muy variados. Joey Lozano recomienda que la película sea realizada en el idioma o dialecto comprendido por la gente. También dice que puede ser más largo que las películas dirigidas a una audiencia internacional, debido que tiene una “audiencia cautiva”, las personas ya están interesadas en el tema y no necesitan ser convencidos para mirar el video. Se pueden presentar una serie de testimonios más simples y de personas de la comunidad, es más probable que los escuchen por el interés que normalmente genera ver personas conocidas en una película.

Si se está mostrando un video participativo, realizado dentro de la comunidad, para ayudar a expresar y poner en movimiento su propio proceso de toma de decisiones, no importa si no está muy bien realizado o si resulta tedioso para una audiencia externa, ya que será muy efectivo para la audiencia a la que está dirigido. Sin embargo, si venimos de afuera con el objetivo de organizar y movilizar a una comunidad en torno a un tema, entonces puede haber más dificultades para crear un video que se ajuste a diferentes estándares.



Las audiencias frecuentemente se sienten cómodas al relacionarse y discutir los temas de una película que presenta personas similares a ellas, aunque no las conozcan personalmente. Por ejemplo, varias personas se ofrecieron voluntariamente y con coraje para participar en *Operation Fine Girl: Rape as Weapon of War in Sierra Leone*, y revelaron completamente sus identidades y rostros frente a la cámara, a pesar de los testimonios difíciles que debían transmitir. Las personas que vieron esta película en Sierra Leona se han sentido identificadas con su historia y su respuesta fue abrumadora.

Sobre las exhibiciones realizadas en la comunidad, del video de 47 minutos en Sierra Leona, Binta Mansaray, productora asociada de la película, nos cuenta que “a veces las niñas se sienten incómodas respecto a la decisión de las jóvenes mujeres de mostrar sus rostros en el video. Esto me da la oportunidad de formular preguntas relacionadas con la estigmatización de las víctimas y la asignación de la culpa a estas mujeres y no a los soldados y rebeldes”.

Ella señala la dificultad que se presenta para obtener justicia si los hombres

pueden contar con que las mujeres estarán demasiado atemorizadas o avergonzadas para realizar sus acusaciones en un tribunal abierto. En otras exhibiciones del video en las provincias, la audiencia ha estado conformada tanto por ex combatientes como por civiles. Binta describe cómo algunas de las mujeres ex combatientes se emocionaron y lloraron al escuchar los testimonios de las niñas. Les llevó un tiempo poder expresarse y cuando finalmente lograron juntar el coraje para hablar, dijeron que estaban dispuestas a presentarse y explicar mucho de lo que había sucedido... pero tenían miedo por su seguridad.

Audiencias conformadas por activistas

Los videos realizados para ser vistos por activistas, están dirigidos a una audiencia que puede movilizarse en nombre de una causa o de las personas que aparecen en la película. Se habla a personas que ya suelen estar interesadas en el tema y desean obtener más información sobre cómo ayudar o aún, cómo pueden ayudarse a sí mismos con el conocimiento obtenido a través de la película. En estos videos también se puede captar la atención e informar a una audiencia que no conoce el tema presentado. Suelen ser más parciales que los videos dirigidos a otras audiencias, ya que están “predicando a los convertidos”. Utilizan hechos y argumentos para apoyar una posición activista, pero como todos los videos, la clave para captar realmente la atención de sus espectadores está en la pasión y las relaciones humanas representadas y la emoción que puedan generar.

En Greenpeace, Martin Atkin ha estado trabajando en su proyecto acerca de Organismos Modificados Genéticamente (OMG) y ha producido dos videos distintos, uno dirigido específicamente a los granjeros en todo el mundo y otro dirigido a una audiencia en general. El video dirigido a los granjeros fue realizado para ser utilizado por las ONGs con el fin de lograr una toma de conciencia por parte de la comunidad de granjeros, sobre el impacto de los OMGs sobre la subsistencia y la vida de esta comunidad. Se llama *Grains of Truth* (“Granos de Verdad”).

“Sabía que iba a ser emotivo antes de ir a filmar”, recuerda Atkin, acerca de su viaje a las comunidades granjeras de cultivo de canola y soja en todo el territorio de América del Norte. “Los testimonios eran realmente poderosos. Básicamente, trataban acerca de las cuestiones emocionales relacionadas con las consecuencias financieras, y los casos legales originados a partir de los OMGs. Decidí dejar que los granjeros hablaran por sí mismos, sin narración. Utilicé la superposición de imágenes estilizadas de las praderas, de la cosecha. Tenía pensado realizar Grapes of Wrath (“Los Frutos de la Ira”) una película con imágenes estilizadas en blanco y negro, con elementos que transmitieran ese sentimiento. No era probable que las estaciones televisivas aceptaran Grains of Truth, ya que era tan “artística”. Pero eso no importaba. El objetivo de este video era que fuera visto por otros granjeros. Tenía una duración de 15 minutos y fue traducido al Búlgaro, Rumano, Checo, Tailandés y muchos otros idiomas. Fue distribuido por ONGs que trabajan en defensa de actividades granjeras sostenibles y viajó por el mundo. Difundieron la exhibición del video e invitaron a las personas a asistir mediante carteles colocados en las villas. En algunos casos, se invitaba asimismo a las personas que aparecían en el documental, para responder preguntas luego de la exhibición”.

Un enfoque artístico y emotivo permitió la conexión inmediata con la lucha de los granjeros en el mundo e hizo de la película algo accesible a muchas comunidades con experiencias similares.

Suministrar un contexto histórico puede contribuir a encuadrar un evento

específico para los activistas. Cuando las fuerzas de derecha indias desataron una violencia comunitaria en el estado de Gujarat, la activista Shabnam Hashmi y su esposo Gauhar Raza *“tuvieron deseos de realizar una película política acerca de este hecho”*. Ya se había realizado una película acerca de las masacres del año 2002 en Gujarat, pero la preocupación de Shabnam era que, mientras la película mostraba los hechos recientes, no explicaba de dónde provenía el odio. Ella quería que quedara claro que esto no era un incidente aislado. *“Necesitábamos una película que tratara acerca de la historia del movimiento de derecha, para mostrar que era un movimiento basado en los principios introducidos por los fascistas italianos. Necesitábamos mostrar qué había conducido a los hechos en Gujarat”*.

Mediante el uso de imágenes filmadas de archivo, fotografías y las 20 horas de filmación que habían obtenido ellos mismos en Gujarat, Shabnam y Gauhar editaron la película *Evil Stalks the Land* (*“El Mal Acecha la Tierra”*). La película es utilizada en círculos de activistas en la India y en todo el mundo para mostrar la realidad y las razones de la violencia comunitaria entre los hindúes y los musulmanes en la India. Sólo en EEUU, Shabnam la ha mostrado en 35 exhibiciones. *“Hicimos la película para despertar a la gente y logramos que cumpla con ese objetivo. La película deja atónitas a las audiencias. Al llegar al final, decimos que la obligación de la audiencia con la siguiente generación es salvar a nuestro país”*.

Ahora, la película se ha convertido en parte del nuevo juego de herramientas de Shabnam, mientras organiza una red de talleres de cinco días en los diferentes distritos alrededor del país, incluyendo Gujarat, para sensibilizar a los activistas y a las ONGs acerca del poder que tienen las fuerzas de derecha en la India.

Las organizaciones de derechos humanos que producen videos prestan atención especial a los mensajes para audiencias de activistas. Joanna Dúchense, una productora que trabaja hace mucho tiempo para *Amnistía Internacional*, trabajó en la campaña mundial de *Amnistía Internacional* para “Detener la Violencia Contra las Mujeres” y produjo un video que podía ser de utilidad para grupos que trabajan en este tema en todo el mundo. Incorporaba una serie de problemas clave, incluyendo la violación, la violencia posterior a conflictos, la violencia doméstica y los asesinatos de honor. También enfatizaba el establecimiento de objetivos claros como brindar apoyo a grupos de mujeres y respaldar diferentes respuestas a estos problemas. Para crear una herramienta de uso mundial, Dúchense presentó historias de cinco regiones en el mundo, en las que mostraba los diferentes aspectos de la violencia contra las mujeres. Esto permitió a los espectadores ver por sí mismos que la violencia contra las mujeres estaba en todas partes, aunque se manifestaba de formas diferentes. Para crear un espacio para la acción, enfatizó el papel dinámico y activo de las mujeres en respuesta a la violencia en lugar de adoptar el rol de víctimas. Puso especial cuidado en el último minuto de la película de 12 minutos, para encuadrar la comprensión emotiva de los espectadores a partir de un análisis suministrado por el hermano de una de las víctimas, el que habla acerca de la educación, la concientización y apela al sentido de ciudadanía de los espectadores al pedirles que actúen.

Audiencias conformadas por personas (del nivel local, nacional e internacional) encargadas de tomar decisiones en el marco jurídico, incluyendo comisiones de derechos humanos, comisiones regionales, cortes y tribunales.

Los videos pueden ser presentados en los tribunales y entornos jurídicos para suministrar los antecedentes de un caso o como evidencia directa de supuestos delitos o violaciones. También pueden ser presentados ante organismos de supervisión y

reglamentación en conjunción con otros materiales. En algunos casos, puede ser presentado en imágenes no editadas; en otros, puede presentarse el formato editado, ya sea como un video existente que debe ser entregado o como un video preparado específicamente para dicho contexto jurídico. Estas presentaciones de video suelen no ser descriptas como “videos de defensa de una causa”, aunque su objetivo pueda ser persuadir a una audiencia especial para que tome una decisión determinada.

Cada vez más el video se está convirtiendo en un elemento de los procesos jurídicos en el mundo. En la Corte Penal Internacional de la Antigua Yugoslavia, se han instalado monitores de video permanentes en toda la sala del tribunal, los videos están suministrando pruebas clave de genocidios y crímenes contra la humanidad. En un caso, pruebas presentadas en video claramente identificaron a un acusado en la escena del crimen, un hecho que él había estado negando. Fue condenado y sentenciado a 46 años de prisión, en gran parte debido a esta prueba presentada en video.

Para audiencias del ámbito jurídico, se debe ser muy cuidadoso con el lenguaje sea visual, oral o escritos utilizados en la narración y en los carteles impresos. Se requiere evitar la editorialización de polémicas o pronunciamientos de políticas. Pero pueden aportar hechos y desarrollar una empatía humana más profunda mediante el uso de video.

Resulta persuasivo preparar un video que realiza un paralelo y prueba puntos formulados en otras formas de documentación como por ejemplo, un informe escrito u otras presentaciones de evidencias. Como se describe en el Capítulo 1, la organización Human Rights Alert en Manipur (India) preparó un video titulado *Sanamacha's Story* (“La Historia de Sanamacha”) para acompañar una presentación escrita al Grupo de Trabajo de las NU acerca de las Desapariciones Forzadas e Involuntarias. Si bien el Grupo de Trabajo ya había sido informado acerca del problema de las “desapariciones” en Manipur, el video *Sanamacha's Story* constituyó la primera vez que se presentaron las voces de testigos presenciales de los secuestros perpetrados por las fuerzas del gobierno de la India y las voces de los familiares llorando la pérdida de su hijo, quienes se habían abierto camino y llegado a las Naciones Unidas. El Grupo de Trabajo señaló que habían experimentado una convicción renovada para tratar el caso.

En otros casos, las organizaciones de defensa de los derechos humanos han utilizado exitosamente el video para mostrar historias emblemáticas y casos individuales representativos de patrones más amplios de abusos. En estos videos, una serie de entrevistados discuten los abusos que los afectan y que también han sido experimentados por una población más amplia. Estas figuras pueden ser verificadas y documentadas con más detalle mediante documentación escrita adjunta o presentaciones orales. Consulte el Capítulo 6 para ver una discusión más extensa sobre este tema y ejemplos de la forma en que el video puede ser utilizado en un contexto jurídico.

Audiencias conformadas por personas responsables de tomar decisiones, formadores de opinión y agentes del poder o “powerbrokers”

Los videos dirigidos a las personas responsables de tomar decisiones pueden ser muy eficaces. Al igual que los videos realizados para ser utilizados en un contexto jurídico, pueden ayudar a delinear violaciones específicas de la ley e ir más allá. Pueden contribuir a definir soluciones posibles, con recomendaciones o sugerencias referidas a políticas específicas y llevar las experiencias humanas personales a salas

de directorio o comisiones con el poder de tomar decisiones. En otros casos, su objetivo puede ser avergonzarlos para que actúen o convencerlos sobre acciones que redundarán en su propio beneficio.

En este sentido, Joey Lozano dice: *“estas personas sobreviven mediante los votos, una buena imagen pública, dinero y ganancias. Si uno está realizando un video con la intención de solicitar apoyo por parte de estas personas, debe presentarlo de manera tal que los haga darse cuenta de que perderán votos, tendrán una mala imagen pública, o perderán ganancias. Es como golpearlos donde más les duele”*.

Desde esta perspectiva, *Silence and Complicity* (“Silencio y Complicidad”), una película de bajo presupuesto acerca de los derechos de las mujeres, es un ejemplo claro de la capacidad que tiene el video de ejercer un efecto sobre las personas responsables de formular políticas y tomar decisiones. La película fue realizada por dos organizaciones de los derechos de las mujeres, el Center for Reproductive Rights (“Centro de Defensa de los Derechos de Reproducción”) (luego llamado el Center for Reproductive Law and Policy, CRLP, “Centro de Leyes y Políticas en Materia de Reproducción”) y la Comisión Latinoamericana y del Caribe para la Defensa de los Derechos de las Mujeres (CLADEM). Utiliza testimonios conmovedores de mujeres que fueron maltratadas y abusadas, expone abusos sexuales, psicológicos y verbales, negligencia, violaciones y violencia contra mujeres internadas en instituciones sanitarias administradas por el gobierno peruano. El video estaba unido a un informe del mismo nombre publicado en inglés y español. Barbara Becker, la vicedirectora de comunicaciones en CRLP y coproductora del video, eligió utilizar video por el impacto emocional que permite: *“los informes sobre los derechos humanos tienen un lenguaje muy legalista y así debe ser. Nosotros queríamos proporcionar una forma de mostrar el rostro humano de las mujeres que eran objeto de abusos en América Latina y en Perú en especial”*.

El video fue mostrado a grupos comunitarios y centros de mujeres en Perú, a representantes clave de las UN, a ONGs, a profesionales que trabajan en actividades de desarrollo y a audiencias internacionales en festivales de cine sobre derechos humanos. La película ha cambiado la forma en la que se tratan los casos de violaciones y abusos sexuales en los tribunales. El gobierno peruano ha acordado crear nuevos lineamientos para doctores, investigar los casos documentados en el video, incluir a las organizaciones de defensa de los derechos de las mujeres en sus comisiones de salud reproductiva e iniciar conversaciones con la rama peruana de CLADEM a fin de mejorar el cuidado de la salud pública. Becker señaló que el gobierno peruano eligió negociar, antes que la película fuera exhibida en ámbitos públicos y diplomáticos.

Recuerde que algunos videos pueden ser revulsivos para los agentes del poder o “powerborkers”. El lenguaje que decida utilizar, la estridencia con la que afirma su posición, el vocero o la música que elija pueden limitar las audiencias que serán receptivas a su producción y por lo tanto, pueden limitar la utilidad de un video. A veces, debe realizar elecciones acerca de su audiencia, sabiendo cuáles serán las bajas.

Por ejemplo, WITNESS colaboró con el Ella Baker Center for Human Rights, una organización de defensa de los derechos humanos con sede en California y con la Facultad de Derecho de la Universidad de Columbia para crear un video titulado *Books Not Bars* (“Libros no Barrotes”). La audiencia meta de la película eran jóvenes de las

comunidades afectadas en California y los EEUU. Los objetivos principales eran explicar el complejo industrial carcelario (en donde una población carcelaria creciente está vinculada a una comercialización cada vez mayor del proceso completo de encarcelación), conectar los temas de la encarcelación desproporcionada de las minorías y la correspondiente falta de inversión en educación en función de normas universales de los derechos humanos. También se buscaba suministrar ejemplos positivos sobre la forma de participar en campañas relativas a estos temas. Si bien el video y el conjunto de acciones y lecciones que lo acompañan son herramientas eficaces para organizar a los jóvenes, no constituye una herramienta eficaz para promover esta causa en la mayoría de las ramas gubernamentales. Las mismas cualidades que lo hacen atractivo para los jóvenes – el uso de música hip-hop y de la palabra hablada, el ritmo acelerado y la elección de los jóvenes entrevistados, por ejemplo- puede generar rechazo a algunas personas encargadas de tomar decisiones. Sin embargo, después del éxito de *Books Not Bars*, WITNESS y el Ella Baker Center colaboraron en la realización de un video de seguimiento, *System Failure* (“La Falla del Sistema”), con un estilo más sobrio, en el que se utilizan filmaciones de audiencias gubernamentales y entrevistas más profundas con los padres de los jóvenes encarcelados y con funcionarios gubernamentales.

Audiencias en Internet

Los espectadores que encontrará en Internet dependerán de donde incluya su video, el contexto suministrado por el sitio, su grado de especialización, el tamaño de la audiencia y características de las personas que atrae. No se puede dar por sentado que esa audiencia tenga conocimiento del tema o que le importe, a menos que el video se exhiba en una página web dedicada a nuestro tema.

Los videos para ser exhibidos por Internet tienen exigencias técnicas y de contenido específicas. Las transmisiones en línea deben ser cortas, claras, atragantes, tener una visión claramente definida e ideas concretas acerca de la forma en la que se puede participar. La ventaja de realizar una transmisión en línea es que puede complementarla con textos, enlaces y material complementario; además, se alcanza una audiencia no restringida por fronteras nacionales, por la necesidad de asistir a una exhibición organizada o de ver una transmisión televisiva en un horario determinado. *“Nuestras transmisiones de video en línea en <www.witness.org> llegan a una audiencia amplia, principalmente conformada por habitantes norteamericanos y de Europa Occidental. Esta audiencia tiene la oportunidad inmediata en línea de responder e iniciar una acción”,* explica Matisse Bustos, Coordinadora de Alcance y Difusión en WITNESS.

El uso en línea del video es un fenómeno relativamente nuevo; por lo tanto, existe muy poca información acerca de cuánto se puede mantener la atención de las personas en la Web. Sin embargo, en general, es probable que los videos más cortos sean más eficaces. WITNESS ha descubierto que la mayoría de los espectadores no pasan más de tres minutos mirando videos en línea. Otros sitios, tales como OneWorld TV, <www.oneworld.tv>, utilizan clips cortos y subdividen los videos más largos para permitir que las personas seleccionen y elijan las partes de un video que les resulten interesantes, también ofrecen opciones de interacción y envío de mensajes acerca de los clips que interesan a un espectador.

Es importante comprender la forma en que las personas llegan a una página Web. Matisse explica: “necesitamos ser honestos sobre los desafíos de la transmisión en línea y sobre la necesidad de destacarnos de la profusión de páginas Web que existe. Por ello, por ejemplo en WITNESS, muchas veces utilizamos celebridades para

introducir o narrar el video, con el fin de obtener la cooperación de las personas.

En WITNESS, las actividades que se desarrollan fuera de línea, como por ejemplo los asuntos actuales, pueden ser una fuerza impulsora que atrae a la gente a la página Web. Por ejemplo, la obra *Rise*, realizada por RAWA, un video que incluye materiales filmados por mujeres durante el régimen del Talibán en Afganistán, frecuentemente era visto cuando estaba relacionado y era obligatorio en función de los eventos mundiales. *Operation Fine Girl* fue presentada en el programa de Oprah Winfrey, lo que aumentó considerablemente el tráfico de personas que querían ver el video en la página Web.

En algunos casos la transmisión en la página Web es una forma de captar la atención de algunas personas que pueden luego utilizar el video fuera de línea. A través de la transmisión en la página Web, grupos de activistas, escuelas y universidades pueden aprender acerca del material. También los productores de televisión pueden darse una idea del material disponible.

Aspectos que deben ser recordados para el uso de video en línea/ en la Web

- Evite muchos movimientos de la cámara o acción dentro del cuadro.
- Utilice cortes directos, en lugar de efectos de esfumado.
- Los subtítulos/ carteles impresos no funcionan bien; por lo tanto, considere realizar un doblaje o utilizar una voz en off.
- Utilice entrevistas, transmiten información y son tomas estables que se podrán exhibir con buena calidad.
- Mantenga los videos cortos, lo ideal es de 3-5 minutos. Si son más largos, divídalos en segmentos para que la audiencia pueda ver el video completo o las partes en las que está interesada. Incluya avances de la película si está subiendo un video más largo en Internet.
- Suministre información textual y diapositivas que acompañen al video.
- Asegúrese de que el video tiene buen sonido, con una conexión lenta, la calidad del sonido será superior a la calidad de la imagen visual.

A medida que nos dirigimos a un universo de banda ancha, el video interactivo llenará las pantallas de las computadoras, éstas se transformarán en algo más parecido a aparatos de televisión computarizados. Estos cambios afectarán las consideraciones técnicas y estilísticas para el video transmitido en línea. Sin embargo, por ahora y en el futuro cercano, aún existirá una división digital. La realidad es que en la mayor parte de las regiones del mundo, la tecnología inalámbrica es la que se ha abierto camino y esta tecnología aún no puede transmitir videos a través de banda ancha en cuadro completo. Es muy probable que los realizadores de video deban continuar adaptando su contenido para las audiencias en línea. Para obtener más detalles acerca del uso de Internet como vehículo de distribución, consulte el Capítulo 7.

Audiencia general

La mayor parte de las categorías de películas anteriormente mencionadas

pueden ser repensadas como documentales de diferentes longitudes para un público general y los medios masivos. El secreto en este caso es suministrar contexto a una audiencia que puede tener poco conocimiento e interés acerca del tema. Usted puede necesitar “vender” el tema mismo. Como en la mayoría de las clases de video, usted necesitará contar una historia fuerte y apremiante.

Howard Weinberg advierte que es difícil contar una historia apasionada. *“Usted puede perjudicar su caso al sobrevenderlo; aún las personas favorablemente dispuestas pueden comenzar a pensar “eso es ultrajante”. Con frecuencia veo cosas que hacen que uno sea escéptico en lugar de motivarlo a brindar su apoyo. Una película puede estar llena de aseveraciones enérgicas, sin embargo, puede faltarle contexto. Visualmente, necesita acercarse para causar un impacto, pero también tiene que retroceder”.*

Retroceder puede significar no utilizar una narración imperiosa o carteles impresos. Puede significar la inclusión de contrapuntos para una opinión dada, en lugar de una serie de voces manifestando su acuerdo. Weinberg dice que, para un público general, *“es necesario ubicarlos. La historia debe realizar una conexión desde lo que la audiencia conoce hasta lo que no conocen”.*

A veces, videos sobre el mismo tema pueden ser filmados y editados para dos audiencias diferentes. Después de realizar el video *Grains of Truth* para los granjeros en todo el mundo, Martin Atkin de Greenpeace produjo y editó otro video acerca del mismo tema en un estilo completamente diferente. A diferencia de *Grains of Truth*, que estaba dirigido a los granjeros en África o China, *Slice of Life* (“Una Rebanada de Vida”) es un video de 17 minutos que tiene como objetivo publicitar los temas en Canadá y los EEUU.

Martin explica: *“Se transformó en un documental convencional, estándar. Tenía un guión, con segmentos de audio, hecho por hecho. El tema era tratado en la misma forma que en un documental de asuntos actuales. Conseguimos un distribuidor y debía ser presentado junto con un informe de Greenpeace acerca de este tema, alrededor de la fecha de celebración de la Asamblea General Anual de Monsanto en el año 2003. Entonces, las grandes estaciones de televisión pueden haber utilizado, por ejemplo, sólo 1 minuto de la película, pero ese era el objetivo”.*

En forma similar a Martin Atkin, la productora de *Operation Fine Girl*, Lilibet Foster, necesitaba alcanzar audiencias múltiples. Como no podía darse el lujo de realizar diversas versiones, tenía que considerar desde el principio a las diversas audiencias y además, la forma en que probablemente estas audiencias verían la película; es decir, una transmisión en televisión, en forma privada, viendo un video en su hogar, en exhibiciones grupales, etc. *Operation Fine Girl* iba a ser transmitida por televisión a nivel internacional con un estreno en los EEUU y de esta forma llegaría a un público general amplio. Luego iba a ser utilizada en forma extensiva a través de todo el país de Sierra Leona, como una herramienta de promoción y difusión de una causa, para ayudar al proceso de paz y reconciliación en la transición que estaba atravesando el país, después de una guerra de diez años.

Como dice Lilibet: *“el desafío esencial para mí y Binta Mansaray, la mujer extremadamente bien informada de Sierra Leona con quién trabajé, era descubrir cómo hacer una película que llegara a una audiencia externa que tuviera poco conocimiento acerca de la historia del país y los detalles del conflicto y a la vez, arrojara una luz para los habitantes de Sierra Leona que habían sobrevivido a la guerra. Las otras consideraciones importantes eran que las atrocidades cometidas en Sierra Leona estaban diseminadas y eran extremadamente brutales. El país está en*

África Occidental, donde hubo otros países que también atravesaron varias etapas de conflicto. Para una audiencia externa, por lo tanto, decidí concentrarme en la historia de sólo tres niñas y un niño que representarían todos los otros niños en su misma situación. Esperaba que esto pudiese personalizar el conflicto para una audiencia y que no los dejara con una sensación de desamparo y desesperación por un país y personas lejanas, quienes finalmente estaban recorriendo el camino hacia la paz. Por otro lado, dentro de Sierra Leona, una de las cuestiones por las que estaban peleando en el proceso de paz era la reintegración exitosa de los niños secuestrados a sus familias y comunidades. Esto era especialmente cierto para niñas que habían quedado embarazadas y estaban criando lo que se llamaba “bebés rebeldes”. Esperábamos que los relatos de primera mano de lo que había sucedido ayudarían a revelar que el secuestro era una táctica de guerra calculada, utilizada por ambos bandos del conflicto y que ellas no se habían unido por propia voluntad a los rebeldes para cometer crímenes contra sus propias villas”.

Lilibet sabía que para completar y contextualizar la historia tenían que encontrar a la persona adecuada, dentro de la comunidad, para entrevistarla sobre la historia del conflicto y agregar suficientes datos para informar a la audiencia externa, pero sin alejar a la audiencia interna. Como ella señala: “por razones obvias, elegimos cuidadosamente a quién incluir ya que, para que la película sea tomada en serio, era importante que estas personas sean consideradas fuentes locales e internacionales buenas, justas y bien informadas. Para emparejar la información y agregar credibilidad, también entrevisté miembros de las facciones rebeldes y del gobierno, a miembros de la comunidad que dirigían las escuelas donde muchas de las niñas asistieron cuando escaparon de sus captores y a personal médico que tenía pruebas y conocimiento de primera mano acerca del estado físico y mental de las secuestradas”.

Medios de comunicación

Si su campaña es de interés para los medios, puede llegar a las audiencias generales en forma eficaz a través de los medios de comunicación masiva. Esto se puede lograr mediante la producción de un documental para ser transmitido en los medios, o suministrando material para una historia a un medio de difusión de noticias. En ambas situaciones, es bueno ser realista acerca de las oportunidades (frecuentemente es difícil obtener tiempo en el aire en los canales que usted desea), también acerca del grado de control que usted tendrá sobre la historia. A menos que esté comprando el tiempo en el aire al canal, probablemente deberá trabajar con un director de programación del canal de televisión durante la producción de su documental. Ejercerán un grado de control sobre su producción, basado en el conocimiento de su propia audiencia y en las necesidades del canal.

Si está comprando tiempo en el aire de un canal chico, por ejemplo en un canal de cable local, depende de usted determinar qué audiencia está mirando ese canal. Una cantidad de organizaciones de derechos humanos en el Sur de Asia y en otros lugares han comprado en forma eficaz tiempo de cable local para transmitir programas dirigidos a un público general.

Si está suministrando material sin editar a los medios de difusión de noticias, en la mayoría de los casos descubrirá que el punto de vista de la historia será determinado por el medio de difusión. Tomarán las imágenes no editadas o las entrevistas que usted les entregue y las encuadrarán dentro de su propia posición editorial. Usted deberá decidir si la exposición del tema justifica perder el control sobre su historia y la forma en la que está estructurada. Para obtener más información acerca de la distribución de los medios orientados a la difusión de noticias, consulte el

¿CÓMO HACER REALIDAD UNA HISTORIA? LA PREPRODUCCIÓN

Las etapas de la realización de películas son las siguientes:

1. *Conceptualización e investigación*: se desarrolla la idea y se clarifica el objetivo relacionado con la defensa de una causa (¿por qué estoy haciendo esta película?), la audiencia (¿para quién estoy haciendo esta película?) y los elementos de la película a ser incluidos (¿cómo realizaré esta película?). Es importante preguntarse: ¿qué otras películas han sido realizadas acerca de este tema? ¿Qué perspectiva han adoptado? ¿Cómo se diferencia mi película? ¿Qué información debo obtener para realizar una película informada?
2. *Preproducción*: esta etapa incluye la preparación e investigación de un esbozo de la película, el guión inicial y un plan de rodaje, plan logístico y de obtención de fondos.
3. *Producción*: se filma la película, teniendo en cuenta todos los elementos disponibles: entrevistas, imágenes “verité”, “insterts”, “cutaways”, entrevistas, gráficos, necesidad de material de archivo, música, etc. (Para obtener más detalles y una explicación de estos términos, consulte el Capítulo 4 y el Glosario).
4. *Postproducción*: incluye la producción y revisión de diferentes versiones del video, en papel y luego en la pantalla. Para obtener más información, consulte el Capítulo 5.

¿Qué es la preproducción?

La preproducción es la etapa en la cual se obtiene información y se responden preguntas que ayudan a dar forma a la investigación y a la historia. Lo mejor es realizar una sinopsis de la película para clarificar su historia y los mensajes que se desea transmitir. Hay que prestar atención al presupuesto, recursos y al cronograma. A partir de la sinopsis de su video, puede crear una lista de tomas, un cronograma y un plan de trabajo.

Los elementos básicos de una historia: ¿qué, dónde, cuándo, quién, por qué, cómo?

Durante la preproducción, debe formularse las siguientes preguntas:

- ¿Qué historia está intentando contar? ¿Qué historia no está incluyendo?
¿Por qué?
- ¿Cuándo se produjo el incidente, hecho o violación?
- ¿Dónde se desarrolla la historia?
- ¿Quién aparecerá en su historia?
- ¿Quién contará la historia?
- ¿Por qué está contando esta historia?
- ¿Cómo contará la historia?

Puede descubrir que tiene más de una respuesta para cada una de estas preguntas.

¿Por qué está contando esta historia?

Para los videos utilizados en defensa de una causa, se debe tener absolutamente claro, y desde el principio, “por qué” está interesado en contar la historia, en su carácter de cineasta y de defensor de la justicia social. Asimismo, necesita determinar claramente quienes conforman su audiencia y qué les resultará persuasivo o apremiante. En base a esto, debe elegir la historia más adecuada para ser relatada.

¿Cómo contará su historia?

¿Seguirá un orden cronológico o una secuencia especial? ¿Se concentrará en un personaje, en un tema o en un lugar? ¿Cuál es la forma más efectiva de contar esta historia, y cómo puede asegurarse de que será interesante de ver y responsable para con las personas que participaron en ella?

Su historia, ¿ha sido contada antes?

En esta etapa, también puede necesitar realizar una investigación acerca de otros videos, películas, libros, páginas Web y otros medios que tratan el mismo tema. No tiene sentido reinventar la rueda y estas fuentes también pueden ayudarlo a desarrollar su propio proyecto.

Preparación de una sinopsis para su video

Ahora que ha definido claramente su objetivo y su audiencia, debe preparar una sinopsis o un guión de trabajo. Una sinopsis es la arquitectura de la película que usted propone, es un esquema de los elementos de audio y elementos visuales que conformarán la película terminada, dispuestos en orden y con el fin de ilustrar la trama de su película. A partir de su sinopsis, usted debe determinar qué tomas necesita hacer en un lugar determinado y qué entrevistas o actividades deben realizar. Una sinopsis bien pensada es especialmente crucial en el caso de filmaciones cuyo objetivo es defender los derechos humanos y promover la justicia social, donde no siempre se tiene la oportunidad de volver y realizar nuevas tomas del material.

La preparación de una sinopsis lo ayudará a pensar acerca de lo que necesita para contar su historia de forma apremiante y dramática. No es necesario que se mantenga fiel a ésta en la etapa de filmación y edición, pero puede resultar una guía para ayudarlo a pensar formas creativas de contar su historia.

La Tabla 3.2 presenta un formato de sinopsis. Se utiliza un formato de notas, con los elementos visuales a la izquierda y el audio a la derecha.

Tabla 3.2 Formato de una sinopsis

Imagen	Sonido
Multitudes manifestando fuera de un edificio gubernamental	Sonido sinc.** Narración acerca de abusos de derechos recientes, y la participación del gobierno
John B cuenta la historia de la noche que pasó en la cárcel, c/a* Fotografías: John B, torturado	Entrevista en cámara con John B, víctima de tortura
Imágenes que lo muestran realizando entrevistas en un lugar de trabajo, donde él trabaja monitoreando violaciones a los derechos	Narración del caso; con la técnica de voz en off de una entrevista con otro trabajador de los derechos humanos
Notas: *c/a= cutaway (una toma de un detalle de un lugar o persona, o de una imagen visual relacionada con la historia, que es utilizada para cubrir cortes en una edición de una entrevista y para agregar impacto a una entrevista. Para obtener más detalles, consulte el Capítulo 4) **Sonido sinc= sonido "sincrónico" grabado al mismo tiempo que la imagen	

También deberá considerar temas relacionados con los personajes, el punto de vista y la estructura narrativa. ¿Quién está contando la historia? ¿Cómo está contando la historia? ¿Qué componentes audiovisuales lo ayudarán a contar la historia?

Todos los videos están compuestos por combinaciones de elementos visuales y de audio. Piense de manera creativa y expansiva acerca de las diferentes clases de sonido e imágenes. ¿Qué hará que esta historia sea visualmente interesante? ¿Puede contar su historia utilizando diferentes combinaciones de componentes visuales y de audio? ¿Qué tendrá un mayor impacto sobre su audiencia? ¿A qué tiene acceso, dadas las limitaciones en materia de seguridad, presupuesto y tiempo? ¿Puede convertir la necesidad en virtud?

A continuación, se presentan algunos elementos visuales y de audio a tener en cuenta.

Elementos visuales

- Documentación visual y en audio de hechos que están sucediendo, personas *haciendo* cosas, sin comentarios.
- Paisajes, lugares y objetos inanimados que son parte de la historia.
- Entrevistas, una o más personas respondiendo preguntas formuladas por un entrevistador en o fuera de cámara. Éste puede ser retirado de la película final en el proceso de edición.
- Conversaciones observadas, personas conscientes de la presencia de una cámara, pero que no están siendo entrevistadas en forma directa.
- Conversaciones o personas hablando entre ellas, sin interferencia de la cámara o con una cámara oculta.
- Representaciones y recreaciones de hechos, de escenas que no pudieron ser filmadas o que sucedieron en el pasado. Recuerde que esto puede presentar problemas de credibilidad en el contexto de los derechos humanos, especialmente si no queda claro por qué una escena no pudo ser filmada, o

tuvo que ser representada.

- Tomas expresionistas, frecuentemente simbólicas o artísticas, para representar un concepto o suministrar elementos visuales en los casos en que no tiene acceso a un lugar, por ejemplo, en entrevistas históricas.
- Manipulación de las imágenes mediante movimientos lentos, avance rápido, captura de movimiento, etc.
- Fotografías o documentos, sea estáticas o filmadas con un paneo/ seguimiento de la cámara o con acercamiento o alejamiento de la cámara.
- Texto, incluyendo títulos en pantalla, titulares y gráficos, utilizados con un objetivo creativo y para brindar información, incluyendo subtítulos para idiomas extranjeros. Estos frecuentemente son agregados en la etapa de edición.
- Filmaciones de biblioteca, noticias y de archivo, pueden provenir de un archivo profesional, también puede ser material personal o de otras películas. Recuerde que las imágenes en video provenientes de una fuente comercial generalmente son costosas y es complicado obtener permiso para utilizarlas.
- Pantalla en blanco, hace que el espectador reflexione acerca de lo que acaba de ver o escuchar, lo prepara para lo que viene, indica un cambio de secuencia o lugar, o enfatiza sonidos.

Elementos de audio y sonido

- Entrevistado, se puede utilizar sólo el audio de una entrevista que tiene imagen y sonido o utilizar tanto la imagen y como el audio.
- Conversaciones, sea grabadas con el conocimiento del participantes o en forma discreta/ secreta.
- Narración, puede ser un narrador, el cineasta o un participante.
- Sonido sincrónico, tomado durante la filmación.
- Efectos de sonido, sonidos individuales tomados durante la filmación o en un momento posterior.
- Música, es generalmente agregada en la etapa de edición.
- Silencio, la ausencia de sonido puede indicar un cambio de humor o lugar, o hacer que el espectador vuelva a concentrarse en la pantalla.

Tenga en cuenta que en muchos videos los elementos de sonido y elementos visuales no provienen de la misma fuente. En la edición se realizarán elecciones acerca de la forma de combinar diferentes elementos de audio y visuales.

Ejercicio 3.5: deconstrucción de los componentes audiovisuales de una película

Elija su película favorita y obsérvela con ojo crítico para distinguir los diferentes elementos auditivos y visuales que la componen. Tome nota de todo lo que ve, utilizando las listas anteriores como guía para identificar componentes potenciales. Muy probablemente se sorprenda ante la variedad de recursos utilizados, aún en la película más simple.

¿Cómo escribir un plan de rodaje o una lista de tomas?

Antes de comenzar realmente a filmar en un lugar o una entrevista, es conveniente crear una lista de tomas. Esto implica pensar exactamente qué clase de imágenes o tomas pueden ayudarlo a contar su historia, de manera que cuando esté filmando, tenga claro las tomas que necesita y a la vez se mantenga abierto a las oportunidades que se presentarán durante la etapa de filmación. Puede recurrir a su sinopsis y repasar los elementos de audio y elementos visuales que pensó utilizar, ver cómo puede incorporarlos en su plan de rodaje. En el siguiente capítulo, discutiremos más en detalle el plan de rodaje, después de haber presentado más información acerca de las tomas y las secuencias.

Presupuesto, recursos y cronograma

Con una sinopsis y una lista de tomas potenciales en la mano, se puede realizar un “análisis detallado” del presupuesto para calcular la cantidad de tiempo, dinero y recursos que se necesitarán. Con su sinopsis, calcule:

- ¿Cuántas personas tendrá en su equipo? (¡No olvide la edición!)
- ¿Qué equipos y suministros necesita? Cámara, cintas, baterías, etc.
- ¿Cuánto tiempo y dinero necesitará para viajar (tanto para la etapa de filmación como de edición)?
- ¿Cuánto dinero en efectivo necesita para alimentos y costos adicionales durante la etapa de filmación (incluyendo una dieta diaria si es necesaria)?
- ¿Qué entrevistas necesita filmar? (¿Cuánto tiempo dura cada una? ¿Necesitará regresar para realizar un seguimiento?)
- ¿Cuántos días necesita para filmar las imágenes visuales, los “inserts” o filmaciones “verité” y grabar la música?
- ¿Cuánto tiempo de investigación necesita para obtener material de archivo, música pre-grabada y fotografías?
- ¿Cuánto tiempo y dinero necesitará para transcribir entrevistas, realizar desgloses, preparar el guión técnico?
- ¿Cuánto tiempo y dinero necesitará para la etapa de edición y para el equipo de edición?

Incluso si no está dentro de sus planes pagar los aspectos mencionados anteriormente, es bueno en claro cuánto tiempo usted y otras personas estarán dedicando al proyecto.

Necesitará definir un cronograma para su filmación, cuándo y dónde realizará las entrevistas y filmará las imágenes visuales. Si es posible fijar los tiempos con los entrevistados, este es el momento de hacerlo. Utilice un calendario para reservar el tiempo que necesitará. Siempre agregue una o dos horas extra para instalar el equipo, preparar a la persona que va a ser entrevistada, etc. No se olvide del tiempo de viaje que necesitará entre las entrevistas. ¡Todo lo relacionado con las filmaciones lleva más tiempo del esperado!

Cuando realice el análisis detallado del presupuesto, puede darse cuenta de que no tendrá tanto tiempo o dinero como le gustaría. Este es el momento de establecer prioridades y tomar decisiones. Por ejemplo, puede tener sólo cuatro días para realizar una filmación, pero ha planeado filmar seis personajes principales. Quizás ahora es momento de decidir a quién filmar principalmente y decidir limitar la filmación a sólo dos personas (asegurándose de filmar suficientes “inserts”, imágenes visuales y secuencias). Dedicar más tiempo a menos personas puede de hecho

proporcionarle más material con el que trabajar en la sala de edición y una trama más sólida.

Una nota acerca de la recaudación de fondos

Durante la etapa de preproducción puede necesitar recaudar fondos. Los donantes desearán ver material escrito o escuchar comentarios acerca de:

- El mensaje del video
- La sinopsis o el guión básico
- El cronograma
- El presupuesto total y qué parte del mismo cubrirán con su aporte
- Cómo planea distribuir el video
- Cómo ellos, en su carácter de recaudadores de fondos, se beneficiarán con su participación

Pueden no necesitar *mucha* información acerca de lo que usted planea realizar, pero si la información suficiente para confiar en usted y en su proyecto. Si están interesados en el proyecto, se preguntarán: ¿qué tan realista es el plan?

La recaudación de fondos puede ser tan simple como recaudar monedas en un encuentro comunitario, o tan complicada como completar pilas de formularios y presentar solicitudes en agencias internacionales. En todos los casos, sin embargo, usted debe decidir si vale la pena el tiempo dedicado a recaudar el dinero (¿usted se transformará en un administrador, en lugar de una persona comprometida en la defensa de una causa?) y si vale la pena utilizar un dinero que pueda encadenarlo. Por ejemplo, ¿el consejo del gobierno local deseará tener un derecho a veto sobre su película antes que la termine y la estrene? ¿Quién tendrá en última instancia control sobre la película?

Investigación (“reconocimiento”) y entrevistas previas

Dependiendo de los fondos y el tiempo disponible, así como de la situación en materia de seguridad, puede ser bueno visitar el área en donde realizar la filmación antes de comenzar a filmar. Esto es conocido como “reconocimiento” y suele ser muy útil; por ejemplo, para determinar si el acceso es difícil o peligroso para las personas involucradas, o para identificar y hablar con voceros o entrevistados supuestamente buenos. También se puede ahorrar tiempo para más adelante, al identificar sonidos fuertes o recurrentes en el área, buenos lugares para conducir entrevistas, determinar si hay buena electricidad disponible para recargar las pilas. Se puede identificar un traductor confiable o realizar los arreglos de transporte local necesarios, también obtener información acerca de los lugares en donde usted y su equipo podrán pasar la noche.

Muchos cineastas e investigadores conducen “entrevistas previas” durante la etapa de reconocimiento. Las entrevistas previas pueden ser breves y no necesitan ser grabadas. Estas entrevistas ayudan a determinar las personas que tienen algo que decir acerca de un tema y lo más importante, *cómo* lo dicen. Si va a entrevistar a muchas personas, puede ser una buena idea tomar notas que detallen la información básica para el uso futuro.

Asegurarse el acceso

En su carácter de realizador de películas en defensa de una causa, habrá momentos en que necesitará negociar con personas que no son sus aliadas en el proyecto, el acceso a un lugar donde desea realizar la filmación. En estos casos debe considerar cuidadosamente cómo se presentará. Junto a las cuestiones referidas al peligro inmediato o al peligro a largo plazo derivado del ingreso a ese lugar, o al ocultamiento de las razones para estar allí (para obtener más detalles acerca de este punto, consulte el Capítulo 2), deberá considerar las cuestiones éticas que pueden surgir a partir de un engaño posible. Además, deberá estar dispuesto a respaldar y explicar al pie de la letra cualquier cosa que haga constar por escrito, por ejemplo, una explicación a las autoridades, a los entrevistados o a los dueños de un lugar, sobre lo que está haciendo.

Ejercicio 3.6: Realice un bosquejo de una explicación de su proyecto

La forma en la que usted se presenta - así como a su organización y a su proyecto de defensa de una causa mediante el uso del video - frente a personas ajenas al proyecto que no son aliados del mismo, puede tener un impacto crítico sobre su capacidad de utilizar el material en el futuro. Si esto es realizado en forma efectiva, evitará problemas de credibilidad con su audiencia y cuestionamientos legales o relativos a la reputación de parte de las personas que ha filmado.

Es recomendable realizar este ejercicio en grupo. El objetivo del mismo es poder identificar los límites dentro de los cuales se puede describir su proyecto. Puede ser realizado en dos partes:

1. Utilice una de las situaciones que figuran a continuación y delimite explicaciones breves sobre el proyecto para dar a las siguientes personas: el director de un sitio, el guardia de un lugar de filmación, un miembro de la familia de la persona filmada, una persona que se encuentra en el lugar y un traductor. Las descripciones del proyecto deben ser honestas y precisas, pero también deben ser diseñadas teniendo en cuenta la necesidad de asegurarse el acceso.
2. Tome su propio proyecto de defensa de una causa mediante el uso de video, e identifique a un grupo de personas con quienes deberá discutir su proyecto. Prepare explicaciones similares de 30 segundos.

Situación A

Usted está trabajando para exponer abusos relacionados con trabajos forzados sistematizados en un complejo de desarrollo de recursos naturales, administrado en forma conjunta por el gobierno y una empresa multinacional. Planea realizar un llamamiento a la empresa para que se retire del proyecto y lograr que los mecanismos internacionales de derechos humanos sancionen al gobierno por su accionar. El sitio se encuentra en un área relativamente remota, alejada de las ciudades principales. Las personas de los alrededores son obligadas a despejar y construir caminos para el proyecto. Reciben un pago, pero también están obligadas a trabajar días adicionales y no tienen elección en cuanto a su participación en el proyecto. Mientras que el gobierno tiene una mala reputación, a nivel nacional e internacional, por abusos contra los derechos humanos; todavía no se ha expuesto la participación de la empresa multinacional en este proyecto ni en los supuestos abusos de derechos. El sitio está protegido por personal de seguridad contratado en forma local y por miembros de una unidad del ejército. El director del proyecto es un representante de la multinacional, que trabaja en estrecha colaboración con un funcionario gubernamental.

Situación B

Usted está trabajando en un proyecto de documentación de abusos de los derechos humanos, incluyendo la negación de alimentos, la falta de atención médica adecuada y el tratamiento cruel y degradante perpetrado contra personas internadas en una institución psiquiátrica. Su objetivo es asegurarse que se producirá un cambio para las personas internadas en la institución, así como obtener un compromiso de reforma institucional. Los funcionarios del hospital generalmente no consideran que exista algún problema con las condiciones actuales, o bien las aceptan como consecuencia de las restricciones financieras. La institución cuenta con poco personal y escasos recursos. Muchas personas han sido abandonadas en la institución por sus familias, o han perdido contacto ellas. Algunas personas en la institución, tienen

discapacidades mentales.

Ejercicio 3.7: Complete los espacios libres

Una vez en marcha el plan de rodaje, puede suceder que una parte vital de su historia es inaccesible, por ejemplo, un lugar o un entrevistado. Debe entonces pensar en forma creativa sobre la forma de compensar esa situación.

Imagine las dos situaciones anteriormente mencionadas. Si no pudiera tener acceso a los dos sitios, ¿cómo podría obtener suficiente material audiovisual para contar las historias?

Para darle algunas ideas, presentamos la forma en la que un editor resolvió una ausencia de imágenes del interior de una instalación de detención juvenil de California, mientras realizaba *System Failure*, un video que documenta abusos en el sistema.

Este editor enfatiza la importancia de asegurarse que haya imágenes en video adecuadas y disponibles para completar las entrevistas que se puedan obtener fuera de la institución. *“No puedo ser lo suficientemente enfático al mencionar que cuando uno está filmando entrevistas en donde sólo se ve la cabeza de la persona que habla, cuanto más material adicional filmado como “inserts” pueda obtener acerca de esos contribuyentes, mejor... tomas que simplemente los muestren realizando actividades diarias o caminando por las calles, realmente realizan un aporte importante a su entrevista. De otra forma, también resulta de utilidad realizar filmaciones de “inserts” de imágenes que contribuyan a generar una simpatía respecto al tema del video. Si una persona está hablando emotivamente acerca de una muerte, tomas “tranquilas” de los cielos, nubes, paisajes y atardeceres, pueden ayudar a transmitir la impresión de los pensamientos de la persona. En el proceso de producción de System Failure tomamos todas las fotografías que pudimos de las personas filmadas y sus familias; realmente ayudaron a que las personas entrevistadas parecieran más reales y la audiencia pudiera relacionarse mejor con ellas. Se podía comprenderlas mejor como personas”.*

Para obtener información acerca de hechos que ya habían sucedido o que habían estado fuera del alcance de las cámaras, los cineastas también investigaron otros documentos relacionados, obtuvieron registros de los tribunales, recortes de diarios y fotografías de diarios (teniendo en cuenta cuestiones relativas a los derechos de autor).

En busca de fuentes externas, recurrieron a recursos de archivo privados y públicos. “Obtuvimos imágenes de estaciones de noticias e imágenes de archivo acerca de las prisiones que presentábamos, así como otras imágenes que mostraban, por ejemplo, golpizas, jaulas y grilletes. Las dos cosas que tuvieron vital importancia para nosotros fueron, en primer lugar, lograr el acceso al archivo de acceso público televisado del Senado Californiano, donde hablaron los funcionarios de las Autoridades de la Dirección Juvenil de California. En esta forma, al menos pudimos utilizar sus imágenes y testimonios, para causar una sensación de presencia en nuestra obra. El segundo material de vital importancia fue la propia revisión autorizada de las Autoridades de la Dirección Juvenil de California, cuando posteriormente estructuramos toda nuestra película en torno a las citaciones de la revisión”.

Preparación para una entrevista

Aquí presentamos algunos de los temas que se debe tener en cuenta durante la etapa de preproducción si se ha decidido entrevistar a alguien.

- ¿Dónde necesitan ser filmados los entrevistados?
- ¿La filmación implica una amenaza para la seguridad del entrevistador y/o el entrevistado?
- ¿Qué precauciones deben ser tomadas para garantizar su seguridad? (Por ejemplo, preparación de formularios de consentimiento, determinación de la forma de transporte y almacenamiento de cintas/ transcripciones para garantizar la seguridad/ confidencialidad, etc.)
- ¿Necesita traducir los formularios de consentimiento?
- Si se trata de un funcionario gubernamental/ militar, ¿necesita autorización? ¿Con cuánto tiempo de anticipación debe concertar la reunión?
- El entrevistado, ¿necesita un intérprete?
- ¿El sexo, la cultura, la nacionalidad o vocación del intérprete, cineasta o camarógrafo alterará el desarrollo de la entrevista, tendrá un efecto negativo sobre el entrevistado? ¿Cómo puede evitarse esto?
- Realice una lista de las preguntas que serán formuladas al entrevistado (consulte el Capítulo 4 para obtener más información acerca de entrevistas).
- ¿Qué opciones tiene si una de las personas que aparecerá en la película o uno de los entrevistados no está disponible?

Preparación de un plan de trabajo

En la etapa de preparación de una película, un plan de trabajo (ver la tabla 3.3) incluye un listado de los nombres, domicilio, dirección de correo electrónico y números telefónicos de cualquier persona con la que se necesita estar en contacto (consulte el Capítulo 2 para obtener más detalles acerca de la preparación para condiciones peligrosas).

Esta lista puede incluir:

- El equipo técnico.
- Las personas a ser entrevistadas.
- Contactos en los lugares de filmación (por ejemplo, el director del centro de rehabilitación médica donde se está filmando).
- Contactos para obtener alojamiento.
- Contactos para casos de emergencia.

Consejos para la preproducción

- A muchas personas se le han confiscado cámaras o no se les ha permitido filmar un edificio, lugar o región en especial. No se dieron cuenta de que necesitaban un permiso. Siempre verifique esto de antemano.
- Asuma que siempre necesitará permiso para filmar, sea a un entrevistado o en una institución pública, por ejemplo, un hospital o un campo de refugiados. Tenga un Formulario de Consentimiento preparado (consulte el Apéndice III y el Apéndice IV sobre modelos de formularios), en un idioma que el entrevistado comprenda. Consulte el Capítulo 2 para obtener más información acerca de

este tema.

- En la etapa de preproducción generalmente se pasa por alto la obtención de los permisos necesarios y el costo potencial que implica utilizar material de archivo. Puede negociar la utilización de este material sin costo alguno; pero asegúrese de contar con una autorización por escrito para utilizar fotografías, archivos de sonido o imagen que no sean suyos. También puede encontrar “material de archivo” durante la etapa de filmación. Por ejemplo, ¿la persona que está entrevistando, tiene fotografías que usted puede filmar con su cámara? ¿Y el vecino? ¿Y la escuela local?
- Filmar solo puede ser una tarea difícil, especialmente cuando tiene que entrevistar a personas y atender al sonido e imagen. La calidad de su película puede verse comprometida, por lo tanto, si es posible, consiga a alguien que lo ayude, por ejemplo, verificando el sonido o formulando las preguntas a su entrevistado mientras usted se concentra en lograr que la película se vea bien.
- Consulte el Apéndice VI, donde se presenta una lista de verificación.

Tabla 3.3 Modelo de Plan de Trabajo

PLAN DE TRABAJO Greenland: Home Rule at Work		
Fechas de Filmación		12-29 de Junio, 2001
Título:		Home Rule at Work
Lugar de Filmación:		Nuuk, Greenland
Director:	Anna S.	Teléfono celular: 32-555-5555 Número de pasaporte: BL2345
Gerente de Producción:	Karen S.	Teléfono celular: 32-555-5555
Sonido:	Melody R.	Teléfono celular: 32-555-5555 mrroul@yahoo.com Número de pasaporte: BL2345
Cámara:	Paul R.	teléfono celular: 32-555-5555
Traductor:	Francis D.	Número de pasaporte: BL2345 (alérgico a la penicilina) 299-555-5555
PERSONAS A SER ENTREVISTADAS		
Tine S.		299-555-5555 Oficina: 555-5555
Jacob O.		Teléfono Particular: 555-5555 299-555-5555 Oficina: 555-5555 Teléfono Particular: 555-5555
Productor local en Nuuk:	Jacob O.	299-555-5555
Martes, 12 de junio de 2001		
6h00	S. y A. se dirigen al Aeropuerto de Ottawa	
9h40	Vuelo 868 de First Air de Ottawa a Iqaluit (llegada a las 12h30)	
13h20	Vuelo 1868 de First Air de Iqaluit a Kangerlussuaq (llegada a las 16h40)	
17h35	Vuelo 511 de Gr. Air de Kangerlussuaq a Nuuk (llegada a las 18h00)	
F. se encontrará con S/A. en el Aeropuerto de Nuuk		
20h00	Reunión de producción	
Alojamiento con cama y desayuno en un hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)		
Miércoles, 13 de junio de 2001		
Reconocimiento en Nuuk		
10h00	Reunión con T., entrevistar al sujeto	
14h00	Reconocimiento del lugar de filmación	
Alojamiento con cama y alimentos en hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)		
Jueves, 14 de junio de 2001		

Reconocimiento en Nuuk
10h00 Reunión con J., entrevistar al sujeto
14h00 Ver archivos en la television de Greenland
Alojamiento con cama y alimentos en hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)

Viernes, 15 de junio de 2001

DÍA 1 – Filmación en Nuuk
8h00 filmar a Jacob en su hogar, preparándose para el caso en los tribunales con sus hijos

Alojamiento con cama y desayuno en un hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)

Sábado, 16 de junio de 2001

DÍA 2 – Filmación en Nuuk
Alojamiento con cama y alimentos en hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)

Domingo, 17 de junio de 2001

DÍA LIBRE
Alojamiento con cama y alimentos en hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)

Lunes, 18 de junio de 2001

DÍA 3 – Filmación en Nuuk
Alojamiento con cama y alimentos en hogar de familia reservado (costo 300 DKK/persona/noche)

Martes, 19 de junio de 2001

15h35	Vuelo de Gr. Air de Nuuk a Kangerlussuaq (llegada a las 16h30)
17h25	Vuelo 1869 de First Air de Kangar a Iqualuit (llegada a las 16h20)
18h05	Vuelo 869 de First Air de Iq. a Ottawa (llegada a las 21h03)

auto u omnibus a casa

Un plan de trabajo también puede delinear un cronograma para su filmación. Esto incluye información de viajes, lugares en donde se desarrollarán las entrevistas, y alojamiento. La preparación de un plan de trabajo puede ayudarlo a concretar su toma, aún cuando algunos elementos puedan parecer obvios o no estar confirmados en ese momento.

Es invaluable que usted tenga toda esta información a mano durante su filmación, lo ideal es en el bolsillo trasero de sus pantalones, ¡para tener un fácil acceso a ella! Considere preparar esta lista para el resto de su equipo, incluso para quien no se dirija al área con usted. Si esa lista es considerada peligrosa para su filmación, encuentre la forma de disfrazar la información.

NOTA

1. Pat Aufderheide, *In the Battle for Reality*, disponible en línea en <www.centerforsocialmedia.org>