

TDFILM x GABRIEL DE FREITAS

DIRECCIÓN PARA PUBLICIDAD: LUZ, CÁMARA Y TALENTO

Propuesta de formación para la Coordinación Provincial de Desarrollo Audiovisual de la Secretaría de Cultura de Tierra del Fuego.

LOCACIÓN	FORMATO	SESIONES	CARGA HORARIA
Ushuaia, Tierra del Fuego	Online + presencial	1 módulo online · 5 jornadas	29 h presenciales

— ESC. 01

LA PROPUESTA

Un programa intensivo, teórico y práctico, pensado desde el set.

1 módulo online en video, para ver antes de llegar	5 jornadas presenciales en Ushuaia, con días de trabajo entre ellas	29 h de formación presencial	6 piezas reales: un spot colectivo y cinco micro documentales
--	---	--	---

QUÉ

LUZ, ACTORES Y PRODUCCIÓN

Dirección de fotografía, dirección de actores y talento, y el camino del brief al set.

PARA QUIÉN

EL SECTOR FUEGUINO

Estudiantes, realizadores, fotógrafos y productoras locales. De 15 a 25 participantes.

CÓMO

HACIENDO

Cada participante ilumina, filma, dirige y produce. Nadie mira desde atrás.

Tierra del Fuego ya tiene la luz y los paisajes. Este programa suma las herramientas para convertirlos en **piezas publicitarias de nivel profesional.**

QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS

Dos hermanos dedicados a la representación cultural y publicitaria desde hace 8 años, en Panamá, Portugal, España y Venezuela.



DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

GABRIEL DE FREITAS

Director de fotografía y director creativo. Casi diez años dirigiendo fotografía y contenido para marcas, casi siempre como parte externa de agencias, desde la dirección conceptual hasta la ejecución final.

Wendy's Panamá

Ron Santa Teresa

Orange Rum

Carta Roja



ACOMPANAMIENTO

FABIOLA DE FREITAS

Fotógrafa y directora creativa, especializada en fotografía gastronómica y de producto. Dicta cursos y masterclasses de fotografía. Autora de Portugal ID y responsable de la producción de proyectos para embajadas e instituciones.

Gastronomía y producto

Fotografía documental

Docencia



gabo.filma ✓

Gabriel De Freitas · Fotógrafo

186

PUBLICACIONES

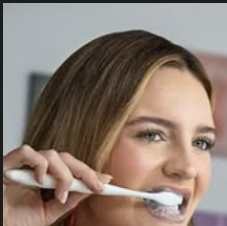
1.502

SEGUIDORES

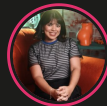
1.004

SEGUIDOS

Fotógrafo · Director creativo · Filmmaker · DoP
Piloto de dron DJI · Venezuela | Panamá · España · Portugal



[Ver perfil](#) ➤



ojosmiel.foto

Fabiola De Freitas · Fotografía & Tips · Worldwide

1.415

PUBLICACIONES

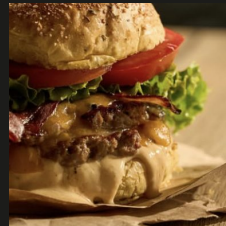
10,8 mil

SEGUIDORES

1.789

SEGUIDOS

Te ayudo a fotografiar mejor
Fotografía · Producción audiovisual · Proyecto @id_portugal



[Ver perfil](#) ➤

LO QUE HEMOS HECHO



PROYECTO DE AUTOR · PORTUGAL Y PANAMÁ

PORTUGAL ID

Proyecto fotográfico sobre la gastronomía, la cultura y la hospitalidad portuguesas, documentado en Lisboa, Oporto, Madeira, Marvão, Melgaço y Podence.

- Exposición en la Galería Juan Manuel Cedeño, Casco Antiguo de Panamá, 2023
- Libro de mano impreso

[Ver proyecto ↗](#)

[Ver libro ↗](#)

Portugal **ID**
¿A qué sabe Portugal?



EMBAJADA DE ALEMANIA EN PANAMÁ

DÍA DE LA UNIDAD ALEMANA

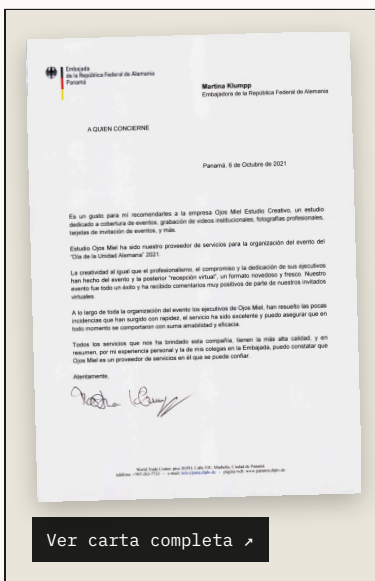
Celebración oficial de la Embajada. Trabajamos el evento de punta a punta.

- Montaje y ambientación del espacio
- Producción general
- Diseño de piezas gráficas
- Cobertura fotográfica: más de 240 imágenes

[Ver galería completa ↗](#)



Embajada de la República
Federal de Alemania
Panamá



[Ver carta completa ↗](#)

CARTA DE RECOMENDACIÓN · EMBAJADA DE ALEMANIA EN PANAMÁ · 2021

“TODOS LOS SERVICIOS QUE NOS HA BRINDADO ESTA COMPAÑÍA TIENEN LA MÁS ALTA CALIDAD.”

Martina Klumpp

Embajadora de la República Federal de Alemania en Panamá

La Embajada destaca la creatividad, el profesionalismo, el compromiso y la rapidez para resolver imprevistos durante la organización del Día de la Unidad Alemana 2021.



EMBAJADA DE BRASIL EN PANAMÁ

DOS EVENTOS EN VIDEO

- III Encuentro de Coordinadores Generales del Instituto Guimarães Rosa: apertura, ponencias, entrevistas y cierre
- Evento en el Hogar de la Divina Gracia: video completo y making of

Ver videos ➤



FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE PANAMÁ

SISTEMA GRÁFICO DEL FESTIVAL

Casi cincuenta líneas de piezas para el evento, la ciudad y los aliados.

- Tótems
- Step and repeat
- Acreditaciones
- Invitaciones
- Pantallas
- Cine al aire libre
- Merch
- Revistas

Ver piezas ➤



TAMBIÉN Proyectos institucionales para MSD, Novo Nordisk y Novartis, entre otros. Material disponible bajo solicitud.

CONTEXTO LOCAL

Revisamos el plan de estudios de la Licenciatura en Medios Audiovisuales de la UNTDF para diseñar un programa que complemente lo que ya se enseña en la provincia, sin repetirlo.

Lic. en Medios Audiovisuales · UNTDF

5 años

Ushuaia y Río Grande

Resolución Ministerial 2460/15

■ DONDE ESTE PROGRAMA SUMA

- **Publicidad como realización.** El plan no tiene una materia dedicada a hacer comerciales; el marketing se aborda desde la estrategia.
- **Dirección de actores y casting.** Aparece como un eje dentro de otras materias. El casting no tiene espacio propio.
- **El cliente.** Cómo se trabaja con una agencia, un brief y un cliente en el monitor.
- **Dirección de fotografía aplicada.** Se concentra en una materia de 2º año, de enfoque más conceptual, con poca práctica de luz para producto, gastronomía y talento.
- **Foto fija publicitaria.** El key visual y la foto de campaña no tienen un espacio específico.

MATERIA DE LA UNTDF	QUÉ TRABAJA	QUÉ SUMA ESTE PROGRAMA
Diseño de Imagen en Movimiento 2º año · 85 h · programa 2018	Física de la luz, color, óptica, composición y planta de luces	Este programa sumará el aprendizaje de la luz con equipo en mano. En la Jornada 1, cada participante ilumina retratos, productos y platos en cuatro estaciones y ve en el monitor cómo cada decisión cambia el mensaje.
Proyecto II y Proyecto V 1º y 3º año · programas 2022 y 2018	Trabajo con actores dentro de una serie corta y un programa de TV	Este programa sumará la experiencia de un casting real y de dirigir con indicaciones concretas. En la Jornada 2, los participantes conducen un casting, filman la misma escena con tres indicaciones distintas y entrevistan a gente que no es actor.
Marketing 4º año · 68 h · programa 2020	Estrategia, segmentación, 4P y marketing digital	Este programa sumará el paso de la estrategia a la pieza. En la Jornada 3, los participantes reciben un brief real de un producto fueguino y lo convierten en insight, concepto, storyboard y pitch.
Proyecto III y Documental e Investigación 2º y 4º año · programas 2026	Retrato de no ficción, entrevista e investigación	Este programa sumará el retrato fotográfico y la mirada institucional sobre esa base documental. En la Jornada 4, cada equipo filma un micro documental pensado para que una institución pueda difundirlo.
Organización y Producción, Desarrollo de Proyectos, Taller I y II 1º a 5º año · programas 2019 a 2021	Carpeta, desglose, plan de rodaje, pitch y financiamiento	Este programa sumará la producción publicitaria en un rodaje real. Los participantes arman la hoja de llamado, preparan un plan B por clima y la usan en el set al día siguiente.
Seminario de Problemática Fueguina 3º año · 34 h · programa 2023	Temas y problemas de la provincia	Este programa sumará piezas hechas con productos, personas y lugares de Tierra del Fuego, que la Secretaría podrá difundir.

Fuente: Universidad Nacional de Tierra del Fuego, página de la [Licenciatura en Medios Audiovisuales](#), con el plan de estudios aprobado por Resolución Ministerial 2460/15 (2015) y los programas de asignatura publicados por el Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. El año de cada programa se indica junto a la materia. Consulta realizada el 30 de octubre de 2026. El programa también está abierto a realizadores y profesionales que no cursan en la universidad.

CALENDARIO

Las jornadas se separan por un día para que los participantes tengan tiempo de hacer las tareas. Fechas y sedes se ajustan con TDFILM.

Online Jornada presencial Tarea Libre

SEMANA PREVIA	DÍA 1 · LUN	DÍA 2 · MAR	DÍA 3 · MIÉ	DÍA 4 · JUE	DÍA 5 · VIE
M0 Módulo online y ejercicio	J1 Dirección de fotografía	T1 Retrato con una lámpara	J2 Actores y talento	T2 Dirigir a un no actor	J3 Del brief al set
DÍAS 6-7	DÍA 8 · LUN	DÍAS 9-10	DÍA 11 · JUE	DÍA 12	
T3 Preproducción por equipos	J4 Rodaje	T4 Edición por equipos	J5 Muestra de cierre	— Regreso	

SESIÓN	MODALIDAD	CONTENIDO	HORAS
M0	ONLINE ASINCRÓNICO	Módulo de apertura en video Seis videoclases con los conceptos técnicos y teóricos de base y un ejercicio para traer a la primera jornada.	2,5 h
J1	PRESENCIAL	Dirección de fotografía para publicidad Luz para retrato, producto y gastronomía, en estaciones rotativas.	6 h
J2	PRESENCIAL	Dirección de actores y talento Casting en vivo, lenguaje de dirección, no actores y testimoniales.	6 h
J3	PRESENCIAL	Del brief al set Brief real, concepto, storyboard, producción y pitch ante el grupo.	6 h
J4	PRESENCIAL	Rodaje Mañana: spot colectivo en set. Tarde: un micro documental por equipo.	8 h
J5	PRESENCIAL	Muestra de cierre Proyección de las piezas, devolución y entrega de certificados. Abierta a invitados.	3 h
+	OPCIONAL	Charla abierta "Cómo se hace un comercial", en la universidad o en otra ciudad de la provincia.	2 h
Presencial 29 h · online 2,5 h · tareas entre jornadas, de 1 a 3 h cada una			31,5 h

Versión compacta: si la estadía tiene que ser más corta, las cinco jornadas pueden darse en una semana con tareas más breves. Se pierde tiempo de práctica entre jornadas, así que recomendamos el formato espaciado.

MÓDULO ONLINE DE APERTURA

Videoclases grabadas, al estilo de las plataformas de cursos en video. Cada participante las ve a su ritmo durante la semana previa.

CÓMO FUNCIONA

Las clases se graban con cuidado de imagen y sonido, en piezas cortas. Quedan disponibles siete días antes de la primera jornada.

Los participantes ven las clases, hacen el ejercicio y suben sus resultados a una carpeta compartida. Un grupo de mensajería queda abierto para dudas.

Así, el primer día presencial empieza con todos en el mismo punto de partida y con material propio para analizar.



Cómo se hace un comercial hoy

Agencia, cliente, director y equipo



Exposición y cámara

Obturación, diafragma, ISO, rango dinámico



La luz

Calidad, dirección, color y temperatura



El plano

Focal, encuadre, movimiento y formatos



Personas frente a cámara

Actores, modelos y gente real



El ejercicio de apertura

Qué hacer y cómo entregarlo

PROGRAMA DETALLADO

Qué hacen los participantes, hora por hora, y qué temas se trabajan en cada jornada.

DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA PARA PUBLICIDAD

OBJETIVO

Usar la luz y la cámara como
decisiones de comunicación.

FORMATO

Cuatro estaciones de luz por las que pasan todos los equipos.

AL TERMINAR

Cada equipo tiene un esquema de luz propio, con planta y fotos.

HORA POR HORA

09:00

Revisión del ejercicio online

Los participantes proyectan sus fotos y el grupo identifica qué luz funcionó y por qué.

09:40

Demostración en vivo

Gabriel ilumina un retrato y un producto con una, dos y tres fuentes. Los participantes leen el monitor y anotan cada cambio.

11:00

Estaciones rotativas

Los equipos pasan 25 minutos por cada estación: retrato en clave baja, producto y gastronomía, entrevista con luz de ventana, y contraluz en exterior.

13:00

Almuerzo

13:45

Recrear un comercial

Cada equipo recrea la luz de un comercial de referencia con tres fuentes como máximo, dibuja la planta y fotografía el resultado.

 15:00

Revisión y tarea

Los equipos comparan su versión con el original en pantalla. Se presenta la tarea T1.

TEMAS

A Exposición y control

- Obturación a 180°
- ISO nativo y rango dinámico
- Histograma, forma de onda y falso color
- Filtros ND y polarizador

B Color

- De 3200 K a 5600 K
- Gelatinas CTO y CTB
- Perfiles log y LUT de monitoreo
- Paleta de marca en luz y arte

c Dirección de la luz

- Luz dura y suave
- Cuadrado inverso en la práctica
- Rembrandt, mariposa, contraluz
- Clave alta y clave baja

D Luz austral

- Sol bajo y crepúsculos largos
- Días cortos y días larguísimos
- Nieve y cielo cubierto como difusor
- Frío: equipo y baterías

E Producto y gastronomía

- Luz rasante para textura
- Contraluz para líquidos y vapor
- Reflejos en vidrio y envases
- El hero shot

F Ópticas y encuadre

- Focal y psicología del plano
- Profundidad de campo
- 16:9, 4:5 y 9:16
- Foto fija para el key visual

DIRECCIÓN DE ACTORES Y TALENTO

OBJETIVO

Dirigir con lenguaje claro a actores profesionales y a gente real.

FORMATO

Casting en vivo y escenas filmadas por equipos.

AL TERMINAR

Cada equipo tiene una escena filmada en tres versiones.

HORA POR HORA

09:00	Revisión de la tarea T1 Los participantes muestran sus retratos hechos en casa y reciben devolución.
09:30	Casting en vivo Los equipos organizan un casting real con tres o cuatro actores locales. Uno conduce, otro opera la cámara y el resto evalúa con una planilla.
11:00	Una escena, tres indicaciones Cada equipo filma la misma escena con texto fijo tres veces, cambiando solo la indicación al actor.
13:00	Almuerzo
13:45	Testimoniales con gente real Los participantes entrevistan a un invitado que no es actor y practican cómo conseguir respuestas completas y naturales.
15:00	Revisión y tarea El grupo compara las tres versiones de cada escena. Se presenta la tarea T2.

TEMAS

A

Casting

- Qué buscar según el concepto
- Convocatoria y selftapes
- Prueba de cámara
- Actor, modelo o persona real

B

Lenguaje de dirección

- Pedir acciones, no resultados
- Subtexto en 30 segundos
- Indicaciones cortas entre tomas
- Corregir sin perder al actor

C

Puesta y continuidad

- Ensayo técnico y actoral
- Marcas en el piso
- Escala de plano y actuación
- Continuidad de mirada

D

No actores

- Médicos, chefs y emprendedores
- Confianza antes de grabar
- Acción física y tomas largas

E

Testimoniales

- Preguntas abiertas
- Mirada a cámara o al entrevistador
- Claims y tomas de seguridad

F

El set

- El clima del set
- El cliente en el monitor
- Ética al filmar comunidades
- Derechos de imagen

DEL BRIEF AL SET

OBJETIVO

Recorrer el proceso completo y dejar listo el rodaje.

FORMATO

Taller con un brief real de un producto fueguino.

AL TERMINAR

Cada equipo tiene su carpeta de preproducción y su hoja de llamado.

HORA POR HORA

09:00	Revisión de la tarea T2 Los participantes muestran cómo dirigieron a un no actor en casa.
09:30	El brief Gabriel entrega un brief real de un producto local. Cada equipo escribe un insight y un concepto en 30 minutos y lo defiende ante el grupo.
10:45	Storyboard y documental El grupo elige un concepto para el spot colectivo. Cada equipo dibuja el plano que rodará y define el tema y el protagonista de su micro documental.
13:00	Almuerzo
13:45	Producción Los equipos hacen el desglose, arman la hoja de llamado, preparan un plan B por clima y asignan roles según la matriz de rotación.
15:00	Pitch Cada equipo presenta su plan como si fuera ante un cliente. Se presenta la tarea T3.

TEMAS

A

Concepto

- Anatomía de un brief
- Insight, concepto y tono
- El tratamiento del director

B

Guion visual

- Spots de 15, 20 y 30 s
- Versiones por plataforma
- Storyboard y lista de planos

C

Producción

- Presupuesto de un spot
- La hoja de llamado
- Locaciones y permisos
- Plan B por clima

D

Piezas institucionales

- Cuando el cliente es el Estado o una embajada
- Contar una comunidad sin estereotipos

E

Posproducción

- Respaldo y flujo de trabajo
- Corrección de color
- Música con licencia

F

Casos reales

- Proyectos para embajadas
- Campañas de marcas de consumo

RODAJE

OBJETIVO

Vivir un día de rodaje profesional, con roles definidos.

FORMATO

Un set publicitario compartido y cinco rodajes documentales en paralelo.

AL TERMINAR

Material del spot y de cinco micro documentales, respaldado.

●

08:00

Llamado y armado
Los participantes arman el set publicitario siguiendo la hoja de llamado.

●

08:30

Spot colectivo
Cada equipo tiene un bloque de 45 minutos en el set: ilumina, dirige al modelo y rueda su plano. El equipo de turno también hace la foto fija para el key visual.

○

12:30

Almuerzo

●

13:15

Micro documentales
Los equipos salen a su locación con su protagonista y filman la entrevista, los planos de observación y un retrato fotográfico.

●

16:30

Descarga y respaldo
Cada equipo descarga y respalda su material. Se presenta la tarea T4.

AM

Spot publicitario

- Producto gastronómico local con modelo
- Luz para producto y para talento
- Hero shot y foto de campaña

PM

Micro documental

- Una persona, un oficio o un lugar de Tierra del Fuego
- Entrevista y observación
- Luz disponible

✓

Seguimiento

- Pausa en monitor después de cada bloque
- Gabriel y Fabiola acompañan a los equipos en ambos rodajes

MUESTRA DE CIERRE

OBJETIVO

Mostrar el trabajo terminado y recibir una devolución profesional.

FORMATO

Proyección abierta a invitados de TDFILM, la universidad y el sector.

AL TERMINAR

Cada participante tiene piezas para su portafolio y su certificado.

●

17:00

Proyección
Se proyectan el spot colectivo y los cinco micro documentales. Cada equipo presenta su pieza en dos minutos.

●

18:00

Devolución
Gabriel y Fabiola comentan cada pieza: qué funcionó y qué mejorar en la próxima.

●

19:00

Certificados y cierre
Entrega de certificados junto con TDFILM. Las piezas quedan disponibles para la difusión de la Secretaría.

UNA EXPERIENCIA EQUITATIVA

Con 15 a 25 participantes, el riesgo es que unos pocos hagan todo y el resto mire. Así lo evitamos.

5 EQUIPOS FIJOS

Los participantes forman cinco equipos de tres a cinco personas. Cada equipo mezcla estudiantes y profesionales.

5x5 ROLES ROTATIVOS

En cada práctica, cada integrante cumple un rol distinto. Al final del programa, todos pasaron por los cinco.

1:1 DEVOLUCIÓN INDIVIDUAL

Cada tarea individual recibe un comentario por escrito en la carpeta compartida.

PRÁCTICA	INTEGRANTE A	INTEGRANTE B	INTEGRANTE C	INTEGRANTE D	INTEGRANTE E
J1 Estaciones de luz	Dirección	DF	Eléctrico	Arte	Producción
J2 Escenas y casting	Producción	Dirección	DF	Eléctrico	Arte
J3 Preproducción	Arte	Producción	Dirección	DF	Eléctrico
J4 • AM Spot	Eléctrico	Arte	Producción	Dirección	DF
J4 • PM Documental	DF	Eléctrico	Arte	Producción	Dirección

En equipos de tres o cuatro, algunos integrantes suman dos roles por práctica. En el documental, el rol de eléctrico también cubre el sonido. Gabriel lleva una planilla con los roles que cumplió cada participante.

TAREAS ENTRE JORNADAS

Se pueden hacer con un celular, con lo que hay en casa y en el tiempo entre una jornada y la siguiente.

T0 ANTES DE J1

Seis luces, un mismo motivo

Los participantes fotografían con el celular el mismo objeto o la misma persona en seis momentos de luz distintos, uno de ellos en la hora azul. También escriben en una frase una idea de spot de 30 segundos sobre algo de Tierra del Fuego, con tres referencias.

MODALIDAD Individual

TIEMPO 2 h

ENTREGA 6 fotos + 1 idea

T1 J1 → J2

Retrato con una lámpara

Los participantes retratan a un familiar o amigo en casa con una sola lámpara y una cartulina blanca como rebote, en tres esquemas: Rembrandt, mariposa y contraluz.

MODALIDAD Individual

TIEMPO 1 h

ENTREGA 3 fotos

T2

J2 → J3

Dirigir a un no actor

Los participantes graban con el celular a alguien que no es actor diciendo la misma frase publicitaria tres veces, con tres indicaciones distintas, y anotan qué indicación funcionó mejor.

MODALIDAD
Individual

TIEMPO
45 min

ENTREGA
1 video de 1 min

T3

J3 → J4

Preproducción

Cada equipo consigue el producto, confirma a su protagonista, fotografía la locación a la hora prevista de rodaje y cierra su hoja de llamado.

MODALIDAD
Por equipo

TIEMPO
2 a 3 h

ENTREGA
Hoja de llamado
final

T4

J4 → J5

Edición

Cada equipo edita su micro documental de dos a tres minutos. Un equipo voluntario arma el spot colectivo con los planos de todos.

MODALIDAD
Por equipo

TIEMPO
4 a 6 h

ENTREGA
Pieza terminada

— ESC. 09

LO QUE QUEDA

El programa termina con piezas reales, no con apuntes.

PARA LOS PARTICIPANTES

PORTAFOLIO

Fotos, un plano dirigido en un spot y un micro documental propio.

PARA TDFILM

CONTENIDO LOCAL

Seis piezas filmadas en la provincia por talento fueguino, listas para difundir.

PARA EL SECTOR

UNA RED

Equipos que ya trabajaron juntos y saben producir una pieza publicitaria.

NECESIDADES

Lo que llevo y lo que haría falta en Ushuaia. La lista se ajusta al equipo disponible.

☒ Lo aporto yo ☐ A solicitar

CÁMARA Y ÓPTICAS		
☒	Cámara mirrorless full frame	1
☒	Ópticas 24-70, 35 y 85 mm	3
☒	Flashes de estudio	2
☐	Cámaras de video adicionales, una por estación	2-3
☐	Monitor externo de campo	1
☐	Trípodes de video	3
☐	Estabilizador tipo gimbal	1
☐	Filtros ND variable y polarizador	1 juego

ILUMINACIÓN Y GRIP · 4 ESTACIONES		
☐	Luces LED bicolor de potencia media	4
☐	Paneles LED pequeños	4
☐	Softbox u octabox	3
☐	Marco de difusión	1
☐	Rebotes 5 en 1	4
☐	Banderas negras	4
☐	Pies tipo C-stand	8
☐	Gelatinas CTO, CTB y difusión	1 juego

SONIDO, AULA Y EDICIÓN		
☐	Micrófonos corbateros, uno por equipo	5
☐	Micrófono de cañón con boom	1
☐	Aula con proyector y sonido	1
☐	Espacio que se pueda oscurecer	1
☐	Sala o auditorio para la muestra de cierre	1

PRODUCCIÓN		
☐	Actores locales para el casting	3-4
☐	Invitado para el testimonial	1
☐	Modelo para el spot	1
☐	Producto gastronómico local	1
☐	Permisos de filmación en exteriores	según locación
☐	Certificados de participación	15-25

Para los micro documentales, los equipos pueden usar sus propias cámaras o celulares.

TRASLADOS

Pasajes de ida y vuelta, exceso de equipaje para el equipo de cámara y traslados internos.

Los honorarios profesionales se conversan por separado, una vez definido el formato.

ALOJAMIENTO

Durante el programa, más una noche previa para preparar aula y equipo.

ALIMENTACIÓN

Viáticos durante toda la estadía.

MARCO INSTITUCIONAL

Cómo puedo viajar y qué vínculos puedo sumar si la Secretaría los necesita.

■ **VIAJE A TÍTULO PERSONAL**

Viajo como profesional independiente, con ciudadanía portuguesa y pasaporte de la Unión Europea, además de la venezolana. La categoría migratoria se confirma con TDFILM antes del viaje.

■ **INDEPENDENCIA**

Mi participación es estrictamente profesional y cultural. No tengo vínculo con el gobierno de Venezuela ni con ningún partido político. Si hace falta reconocer esta actividad como parte de la gestión del gobierno argentino, lo haremos de esa manera sin ningún problema.

■ **AVAL INSTITUCIONAL, SI HACE FALTA**

No es un requisito de mi parte. Si a la Secretaría le resulta útil, puedo gestionar el contacto con el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía de Venezuela (CNAC) para enmarcar la actividad como intercambio cultural.

■ **EXPERIENCIA CON EMBAJADAS**

Hemos trabajado para las embajadas de Alemania y de Brasil, entre otras instituciones. Esa experiencia facilita cualquier trámite de cooperación cultural.

PRÓXIMOS PASOS

<div>1</div> <div>Revisión de la propuesta y ajustes</div> <div>TDFILM Y GABRIEL</div>	<div>2</div> <div>Fechas, sedes y cupo</div> <div>TDFILM</div>	<div>3</div> <div>Inventario de equipo y lista final</div> <div>TDFILM Y GABRIEL</div>	<div>4</div> <div>Honorarios, logística y documentos de viaje</div> <div>TDFILM Y GABRIEL</div>	<div>5</div> <div>Grabación del módulo online y convocatoria</div> <div>GABRIEL Y TDFILM</div>
--	--	--	---	--

CARTA DE RECOMENDACIÓN

Embajada de la República Federal de Alemania en Panamá, 6 de octubre de 2021.



Embajada
de la República Federal de Alemania
Panamá

Martina Klumpp

Embajadora de la República Federal de Alemania

A QUIEN CONCIERNE

Panamá, 6 de Octubre de 2021

Es un gusto para mí recomendarles a la empresa Ojos Miel Estudio Creativo, un estudio dedicado a cobertura de eventos, grabación de videos institucionales, fotografías profesionales, tarjetas de invitación de eventos, y más.

Estudio Ojos Miel ha sido nuestro proveedor de servicios para la organización del evento del "Día de la Unidad Alemana" 2021.

La creatividad al igual que el profesionalismo, el compromiso y la dedicación de sus ejecutivos han hecho del evento y la posterior "recepción virtual", un formato novedoso y fresco. Nuestro evento fue todo un éxito y ha recibido comentarios muy positivos de parte de nuestros invitados virtuales.

A lo largo de toda la organización del evento los ejecutivos de Ojos Miel, han resuelto las pocas incidencias que han surgido con rapidez, el servicio ha sido excelente y puedo asegurar que en todo momento se comportaron con suma amabilidad y eficacia.

Todos los servicios que nos ha brindado esta compañía, tienen la más alta calidad, y en resumen, por mi experiencia personal y la de mis colegas en la Embajada, puedo constatar que Ojos Miel es un proveedor de servicios en el que se puede confiar.

Atentamente,

CONTACTO

NOS VEMOS EN EL SET.

WHATSAPP PANAMÁ

+507 6012-7138

WHATSAPP VENEZUELA

+58 414 366 9990

CORREO · TOCAR PARA
COPIAR

**[gabrieldf03@gmail.co
m](mailto:gabrieldf03@gmail.com)**

LINKEDIN

Gabriel De Freitas

INSTAGRAM

@gabo.filma