



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

"EL LODGE ECOLÓGICO COMO TURISMO CONSCIENTE EN LA PARROQUIA DE MINDO,
PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR"

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Producción Audiovisual y Multimedia
mención Producción Audiovisual

Profesor Guía
Lic. Miguel Muñoz

Autor
Juan Carlos Vargas Altamirano

Año
2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regula los trabajos de Titulación.

Miguel Muñoz
Licenciado en Comunicación
C.C.1718961337

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Juan Carlos Vargas Altamirano
C.C.171596143-7

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi querida familia pero sobre todo a mi padre y a mi madre por su apoyo total durante el transcurso de toda mi carrera y de igual forma a mis abuelos, mi hermana y todas las personas que de una u otra manera formaron parte de mi desarrollo profesional y académico.

DEDICATORIA

Todo mi trabajo de tesis lo quiero dedicar especialmente a mis queridos abuelos, que en paz descansan, quienes con su amor incondicional, al igual que mis padres me han brindado su apoyo durante este largo proceso para culminar mi carrera como profesional.

RESUMEN

Actualmente alrededor del mundo se plantea la práctica de un concepto en hotelería que sus principios sean los de ser responsables con el entorno donde operan, que integren a la comunidad local a largo plazo y que entre ambas partes sea viable económicamente para el turismo de la zona. A este concepto de hotelería se denomina lodge.

Durante los años 90 aparecieron los primeros lodges en el Ecuador pero en los últimos años han ganado mucho campo dentro de la industria turística, sobre todo en áreas protegidas o potencialmente vulnerables como es el caso del bosque protector Mindo – Nambillo ya que contiene un valor invaluable en flora y fauna. Es por esto que establecimientos de alojamiento bajo el concepto de Lodge generan menor impacto ambiental con iniciativas eficientes de los recursos, ofreciendo un producto turístico de calidad que además integre a la comunidad.

La Parroquia de Mindo ubicada al Noroccidente de la ciudad de Quito y además una de las más antiguas de la región es la zona con mayor diversidad de Pichincha, donde la práctica del turismo ecológico, deportivo y de aventura han hecho de Mindo el destino favorito de los turistas. Actualmente los pobladores en su mayoría se dedican al turismo de la zona dejando a una minoría dedicada a la ganadería y agricultura. Como principal atractivo de la parroquia de Mindo, se encuentra el bosque protector de Mindo – Nambillo que ocupa 3 parroquias: Lloa, Nono y Mindo.

La siguiente propuesta audiovisual - multimedia explica el concepto básico de lo que es turismo sostenible consciente y su correcta aplicación y manejo basado en la experiencia del turista local, nacional y extranjero. Pero lo más importante que promueva el uso de los espacios naturales sin afectar su entorno ecológico.

ABSTRACT

Currently around the world practicing a hotel concept arises that its principles are those of being responsible with the environment where they operate, integrate into the local community in the long term and that both parties is economically viable for tourism in the area. This hotel concept is called lodge.

During the 90s appeared the first Lodges in Ecuador but in recent years have gained much ground in the tourism industry, especially in protected or potentially vulnerable areas such as the protection forest Mindo - Nambillo because it contains a priceless value flora and fauna. That is why lodging establishments under the concept of Lodge generate less environmental impact with efficient resource initiatives, offering quality tourism product that integrates well community.

Mindo Parish situated northwest of Quitos capital and also the oldest in the area is the most diverse territory of Pichincha, where the practices of ecological, sports and adventure tourism have made the favorite destination Mindo tourists. Currently the residents mostly engaged in tourism in the area leaving a minority engaged in livestock and agriculture. Main attraction of the parish of Mindo, is the protection forest Mindo - Nambillo which occupies three parishes: Lloa, Nono and Mindo.

The following audiovisual proposal - multimedia explains the basic concept of what sustainable tourism is conscious is all about and the correct application and management based on the experience of local, national and foreign tourists. But the most important thing is to promote the use of natural areas without affecting its ecological environment.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos.....	2
Objetivo general.....	2
1. CAPÍTULO I. " EL LODGE ECOLÓGICO COMO TURISMO CONSCIENTE EN LA PARROQUIA DE MINDO, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR"	3
1.1. Qué es el turismo	3
1.1.1. Código Ético Mundial para el Turismo.	4
1.2 ¿Desarrollo turístico sostenible o sustentable?	5
1.3 Guía simple para la Certificación del Turismo Sostenible.	8
1.4 Turismo sostenible en el Ecuador.....	10
1.4.1 Turismo en el Ecuador.....	12
1.4.2 Turismo Comunitario.....	13
1.4.3 Turismo y Turismo de Naturaleza.....	14
1.4.4 Turismo de Deporte y Aventura	14
1.4.5 Turismo Consciente	15
1.4.5. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible Ecuador 2020	16
1.5 Perfil del turista en el Ecuador	16
1.5.1 Turista.....	17
1.5.2 Turista Extranjero.....	17
1.5.3 Turista Local	21
1.6. Lugares turísticos.....	25
1.7 Lodge en Mindo	27
1.8 ¿Qué es el Lodge?	28
1.9 Turismo sostenible en la parroquia de Mindo.....	30
1.10 Principales actividades turísticas en la parroquia	32

1.11 Experiencia del turista dentro de la parroquia de Mindo	33
2. CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.1 Enfoque Metodológico	35
2.1.1 Planteamiento del problema de investigación	35
2.1.2 Prioridades para la solución del problema	37
2.2 Del planteamiento del problema hacia los objetivos	38
2.3 Resultado del objetivo general de la investigación	38
2.4 Investigación.....	39
2.4.1 Metodología de la investigación.....	39
2.4.2 Metodología de la investigación mixta	39
2.4.3 Enfoque cualitativo.....	40
2.4.4 Enfoque cuantitativo	41
2.4.5 Tabulación	44
3. CAPÍTULO III LA COMUNICACIÓN.....	46
3.1 La comunicación.....	46
3.2 Teoría matemática de la comunicación por Shannon y Weaver	46
3.3 Escuela de comunicación de Frankfurt.....	54
3.3.1 La industria cultural y la cultura popular.....	56
3.4 Comunicación para una propuesta corporativa	59
3.4.1 Planificación estrategias que van apoyar el producto	61
3.4.2 Imagen corporativa	69
3.4.3 Comunicación y responsabilidad social	70
3.6 Comunicación Digital.....	71
3.6.1 Modelos de comunicación digital	75
4. CAPÍTULO IV PROPUESTA MULTIMEDIA.....	78
4.1 La marca.....	78
4.1.1 Personalidad de la marca	79

4.1.2 Nombre de la marca	79
4.1.3 Imagen de la marca	80
4.2 Estrategia del producto	82
4.2.1 Objetivo del Producto.....	84
4.2.2 Grupo Objetivo para el producto	85
4.2.3 Proceso de la Producción Audiovisual: Documental.....	86
4.2.3.1 El documental como género cinematográfico	88
4.2.3.2 El documental como género televisivo	89
4.3.3.2 Documental cinematográfico televisivo moderno y posmoderno	90
4.3.3.4 Documental periodístico o informativo.....	91
4.3.4.5 Documental multimedia interactivo	92
4.4 Lenguaje cinematográfico	95
4.5 Diseño y desarrollo de una página web, basado en el (DCU)	96
4.6 El desarrollo de sitios web.....	98
4.6.1 Bocetos.....	103
4.6.2 Modelos de interacción	103
4.6.3 Mapa del sitio y esquemas de maquetación	106
4.6.4 Especificaciones funcionales	108
4.6.5 Pruebas de usabilidad	110
4.7 Lenguaje Multimedia	115
5. CAPÍTULO V. FASES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	117
5.1 Producción Audiovisual.....	117
5.1.1 Productor audiovisual	118
5.2 Etapas de la producción audiovisual	119
5.2.1 Preproducción.....	119
5.2.1.1 Investigación.....	119
5.2.1.2 Proceso de guión documental	120
5.2.1.3 Tratamiento Audiovisual	121
5.2.1.4 Sinopsis	121

5.2.1.5 Escaleta.....	122
5.2.1.6 Storyboard.....	122
5.2.1.7 Desglose de producción.....	122
5.2.1.8 Plan de grabación.....	123
5.2.1.9 Presupuesto.....	124
5.3 Producción o rodaje.....	125
5.3.1 Preparativos.....	127
5.3.2 Grabación.....	128
5.4 Postproducción.....	129
5.4.1 Pre visualización.....	130
5.4.2 Guión Montaje.....	131
5.4.3 Edición.....	131
5.5 Postproducción de audio.....	132
5.5.1 Musicalización.....	132
5.5.2 Sonorización.....	133
5.6 Postproducción de la imagen.....	133
5.6.1 Colorización.....	133
5.6.2 Generador de caracteres.....	133
5.7 Propuesta audiovisual.....	134
5.7.1 Sinopsis.....	134
5.7.2 Tratamiento del documental o storyline.....	135
5.8 Propuesta de Fotografía.....	136
5.8.1 Enfoque fotográfico.....	136
5.8.2 Tiempo y Espacio.....	137
5.8.3 Ritmo y Tiempo.....	137
5.8.4 Atmósferas.....	138
5.9 Propuesta de sonido.....	138
5.10 Propuesta de montaje.....	138
5.10.1 Scouting.....	140
5.10.2 Escaleta del documental informativo Aventura – Ecológico.....	145
5.11 Desglose de Producción Documental.....	157

5.11.1 Idea.....	157
5.11.2 Objetivos.....	158
5.11.3 Público Objetivo.....	158
5.11.4 Recursos.....	158
5.12 Cronograma de Actividades.....	159
5.12.1 Equipo Humano.....	160
5.12.2 Equipo Técnico.....	163
5.13 Permisos.....	165
5.13.1 Permiso de uso de imagen.....	165
5.13.2 Permiso de uso de Audio.....	166
5.14 Presupuestos.....	166
5.14.1 Presupuestos productoras.....	166
5.14.2 Presupuesto real tesis.....	169
5.15 Objetivos de la investigación.....	174
5.16 Conclusiones y recomendaciones.....	175
Recomendaciones.....	176
REFERENCIAS.....	178
ANEXOS.....	188

INTRODUCCIÓN

El Ecuador gracias a su envidiable posición geográfica y a la suma de varios factores como el efecto de la unión de las corrientes marinas denominadas como la fría de Humboldt y la cálida del Niño y la Cordillera de los Andes hacen de este país un destino inmejorable para el desarrollo del ecoturismo o turismo ecológico. Y gracias a todos estos factores Mindo se convierte en una Parroquia mega diversa, colmada de animales, plantas, ecosistemas y una gran riqueza cultural y étnica.

Según el libro “los señores étnicos de Quito en la época de los incas” del investigador Frank Salomón “ Se considera que la palabra Mindo viene de la palabra Mindaláe que describía a los mercaderes o comerciantes de la zona que habitaban en la época pre incásica”. (SALOMÓN, 1980) Y desde ese entonces Mindo se ha convertido en una parroquia donde el comercio y su riqueza natural han ido creando en sus habitantes el cuidado y respeto por su entorno ya que el bosque protector no solo llegaría a ser su protección sino también su sustento.

Los documentales informativos tendrán una duración de 2 a 6 minutos, y en el primero se expondrá como se puede practicar un turismo responsable en base a la experiencia de turistas locales y extranjeros que visiten o hayan visitado Mindo, y en el segundo se explicará como el turismo comunitario involucra a la comunidad local a ser parte activa del desarrollo sostenible de la parroquia de Mindo, acompañado de un sitio web multimedia interactivo que sirva como guía para el usuario, sobre el uso responsable de su entorno y las diferentes alternativas que brinda la zona, a su vez puedan compartir sus experiencias e ideas por medio de las redes sociales.

De esta manera lo que se procura obtener con el presente proyecto audiovisual multimedia es el de crear una conciencia de valores para las futuras generaciones brindando al turista una herramienta que muestre e invite a

conocer un mundo totalmente biodiverso único en la región, logrando modificar los esquemas turísticos establecidos tradicionales por nuevos esquemas turísticos donde la conservación del medio ambiente sean su carta de presentación.

Objetivos

Objetivo general

- Establecer las características de la práctica del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente para el desarrollo de una propuesta audiovisual y multimedia que conciencie al usuario el respeto al medio ambiente
- Objetivos específicos
- Determinar las características del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente.
- Analizar los elementos de una campaña de comunicación audiovisual que favorezca la participación de la comunidad y de los turistas que la visitan a la práctica de un turismo sostenible y consciente.
- Definir los componentes de un proyecto audiovisual y multimedia que permita la difusión de proyectos de turismo sostenible que contribuya con la concienciación y educación de la ciudadanía con el medio ambiente.
- Desarrollar un micro sitio web interactivo orientado hacia los turistas que visiten la parroquia donde puedan compartir sus experiencias, criterios pero sobre todo que se trate de crear consciencia hacia el usuario que lo visite.

1. CAPÍTULO I. " EL LODGE ECOLÓGICO COMO TURISMO CONSCIENTE EN LA PARROQUIA DE MINDO, PROVINCIA DE PICHINCHA, ECUADOR"

1.1. Qué es el turismo

Es una expresión que ha tomado mucha fuerza en el último siglo a tal punto que las ONU en los años setenta se vio obligada a crear un organismo que sea capaz de promover un turismo responsable, sostenible, pero sobre todo que sea accesible para todos, al que lo denominó, Organización Mundial del Turismo.

La OMT da un concepto de turismo y lo define como un “suceso de carácter económico social y cultural concerniente con el traslado de los individuos a territorios que se localizan lejos de su entorno familiar ya sea por motivo de negocios, o simplemente motivos personales. Y se los denomina como turistas residentes o no residentes siendo el turismo el motivo para realizar sus actividades.” (UNWTO, 2013, p.2). Es por esto que años posteriores a partir de 1979 la OMT cada 27 de septiembre celebra el día mundial del turismo y su principal intención es difundir y concienciar acerca del valor cultural, económico y social que tiene el turismo. Es por esto que en pleno siglo XXI el turismo se vuelve más que una expresión ya se ha convertido en una industria sumamente grande y extensa, que tal como se menciona el CESD en su guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo dice:

“El turismo se practica alrededor del globo, haciendo que su práctica pueda causar estragos medio ambientales, sociales y económicamente perjudiciales para el entorno donde se lo desempeña. Dependiendo de si contribuyen o afectan a su entorno estos impactos pueden ser positivos o negativos”. (CESD, 2003, p. 3)

De esta forma lo que se busca plantear es como; mediante la práctica de un turismo responsable los impactos generados por el mismo pueden ser mínimos

dentro de un entorno natural, donde la experiencia del turista cumple un papel fundamental.

Ya que el turista que haya visitado Mindo, podrá dejar su comentario mientras navega por la página web además de su percepción de la misma haciendo que la gente que esté interesada por visitar la parroquia le sirva como una herramienta para conocer la parroquia pero sobre todo respetarla y cuidarla.

1.1.1. Código Ético Mundial para el Turismo.

No se puede hablar de turismo como tal sin el primer documento autorizado por la ONU y la OMT denominado “Código Ético Mundial para el Turismo” que se divide en diez artículos que engloban todo el documento y su misión era:

“Afirmar el derecho a la libertad turística de poder desplazarse de un destino a otro, promoviendo entre sus actores un orden, solidario, sostenible, y ecuánime que beneficie a todos y cada uno de los sectores involucrados de la sociedad, para que de esta manera impulse su economía y su entorno natural”. (CEMPET, 1999, p. 13)

Diez artículos fueron denominados por la OMT de la siguiente manera:

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible.
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.
5. El turismo, como movimiento de trabajo para los lugares de destino
6. Reglamentos y pautas para los agentes del turismo.
7. Libre derecho para la práctica responsable del turismo.
8. Libertad de desplazamiento turístico.

9. Ahora los empresarios y trabajadores dentro del sector turístico cuentan con derechos que los amparen.

10. Principios básicos para una correcta aplicación del presente código

Reafirmando los diez principios del CEMPET en los que la ONU “consciente del desarrollo turístico alrededor del mundo y con el fin de contribuir con la comprensión entre países, así como el respeto universal hacia las libertades sin distinción de sexo, raza, lengua, o religión”, (CEMPET, 1999, p. 15) toma la decisión de crear el Código ético Mundial para el Turismo que busca la protección del medio ambiente ante sus posibles efectos positivos y negativos.

Pero sobre todo busca impulsar un turismo sostenible y responsable al que cualquier persona pueda tener acceso, impulsando la libertad de comercio y a la pequeña empresa con el fin de optimizar sus recursos y poder brindar empleo, considerando que es indispensable que todos los agentes del desarrollo turístico, comunidades receptoras, medios audiovisuales y los propios turistas ejerzan responsabilidades ligadas a contribuir una práctica turística equilibrada, beneficiando al turista y a las comunidades del sector.

1.2 ¿Desarrollo turístico sostenible o sustentable?

Los términos sostenible y sustentable, forman parte de una dicotomía que lleva más de una década, ya que el uso adecuado que deberían tener al momento de mencionarlos en las prácticas medioambientales, ha sido motivo de discusión entre los académicos. Es por esto que se pretende aclarar en la medida de lo posible y brindar la terminología más acertada para el desarrollo sostenible y sustentable.

Para poder definir de forma correcta el término desarrollo sostenible nos remontamos al año 1987 cuando Gro Harlem Brundtland ex primera ministra de Noruega en aquel entonces encabezó una delegación conformada por varios países de Europa y del mundo entero en los que figuran Sudán, Italia, Alemania, Hungría, China, Estados Unidos, Colombia, Brasil, India, Rusia entre

otros, desarrollaron un informe al que lo denominaron “Nuestro Futuro Común” que se encargaba principalmente en:

“Investigar, señalar y modificar las políticas de desarrollo que se estaban llevando a cabo alrededor del mundo, a un ritmo demasiado acelerado con un costo medioambiental alto, siendo la primera vez que se utiliza el término desarrollo sostenible al que le nombraron como desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (BRUNDTLAND, 1987, p. 6)

Es por esto que la ONU en el año 1987 optó por tomar el término sostenible y así la siguieron un sinnúmero de entidades y organizaciones, en cambio por su parte Europa y varias organizaciones afines a la causa decidieron tomar el término sustentable. Entonces es indiscutible preguntarse, cuál es la diferencia entre sostenible y sustentable?.

En el idioma español que por su extensión en su gramática, permite tener varias posibilidades que definan cada término y que por ende derivarían en diferentes matices, dando libertad a diversos conceptos como por ejemplo desarrollo perdurable o defendible. Pero ahora bien, el vocabulario americano únicamente consta con una sola palabra que define sostenible y es “Sustainable”. Siendo éste, el panorama en que se han enfrentado por años, los expertos cuando hablan de prácticas medioambientales, es correcto usar cualquiera de las dos definiciones a pesar de que el término sostenible es el más usado y el que se va a imponer con el transcurso de los años.

Considerando las definiciones de la RAE a la que nos regimos como habla hispanos; la palabra sustentable se define como “Que se puede sustentar o respaldar con razones”. Y la palabra sostenible como “Un proceso que se afirma y se mantiene por si solo dentro del sistema como lo hace, por ejemplo un desarrollo económico no daña ni perjudica sus recursos y no necesita de ayuda ajena”. (RAE, 2001) Nombrando como último ejemplo nos encontramos

con el término usado en el idioma americano, que es el "sustainable development". Que como lo plantearía el IISD por sus siglas en inglés, lo entenderíamos como:

“Un desarrollo económico, medioambiental y humano, que como cualquier otro sistema puede sostenerse sin ayuda externa, ya que las personas no destruyen los recursos naturales sino más bien los aprovechan para el bien general. Siendo un término que se lo usa regularmente en el idioma americano”. (IISD, 1999, p. 6)

En cambio la RAE lo describe como el "desarrollo económico que, cubriendo las necesidades del presente, preserva la posibilidad de que las generaciones futuras satisfagan las suyas". (RAE, 2001). Concepción muy similar a la que la Comisión Brundtland tomó en el año 1987, donde con esta perspectiva lo que se pretende en definitiva es tener la capacidad de manejar una pequeña o gran empresa, que no devaste los recursos naturales de los que se ve beneficiado sino mas bien los aproveche de tal forma que establezca una armonía con su entorno cultural y el de sus habitantes. Es por esta razón que cuando se habla acerca de actividades “sostenibles”, y reconociendo el papel fundamental que cumple el CESD, a nivel mundial, se ha definido tres aspectos esenciales cuando se trata de la práctica de un turismo responsable y sostenible: Estos hacen referencia a la triple rentabilidad tan conocida dentro del turismo y esta involucra los aspectos medio ambientales, socio culturales y económicos que se involucran cuando una persona practica o trabaja del turismo.

Por ejemplo, un lodge en Mindo se administra en base a su actividad ambiental por medio de la protección de su entorno, social y cultural ya que revitaliza la estructura social de la comunidad y por último se habla del aspecto económico, que no nace y muere rápidamente sino que contribuye económicamente al bienestar de la comunidad, teniendo la posibilidad de optimizar los tres aspectos y continuar generando ganancias, pero sobre todo es responsable y protege las áreas naturales, e integra a los individuos de las comunidades circundantes. Como conclusión a todo este debate acerca de

estos dos términos, podemos decir que, sostenible y sustentable se pueden usar como sinónimos y se lo interpreta de la misma manera, por ejemplo. En Argentina se podría generar un Reporte de Sustentabilidad como en España un estudio de Sostenibilidad.

1.3 Guía simple para la Certificación del Turismo Sostenible.

El CESD, por sus siglas en inglés conjuntamente con la Alianza para Bosques y la TIES crearon la Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible diseñado específicamente para el turista que quiera practicar un turismo responsable y desee comprender qué es y como funciona la certificación para un negocio o empresa.

Los aspectos ambiental, social y cultural y económico para ejercer la práctica de un turismo sostenible en el tiempo es de donde parte la presente guía. Mas conocido como “Triple Rentabilidad” y reafirmando la definición del Centro de Ecoturismo y Desarrollo Sostenible (CESD, 2003, p. 3) el presente término significa

“Tener la capacidad de operar un establecimiento o empresa de manera responsable de tal forma que sus recursos naturales y culturales de los que ellos mismos dependen no sean destruidos” de hecho el propósito es que funcione generando ganancias, mientras que beneficia a la comunidad local y a los recursos naturales. La mayoría de programas que hablan acerca de certificaciones turísticas sostienen que el turismo sostenible se puede realizar en cualquier tipo de turismo y reconociendo el papel que cumple el acuerdo de Mohonk que busca “disminuir el impacto cultural y social y promover que comunidades locales se beneficien del turismo”. (MOHONK, 2000, p. 8)

Es por esto que se vio la necesidad de que hayan estándares internacionalmente reconocidos para aquellos que practiquen un turismo sostenible y en el caso del Lodge en Mindo lo que busca es convivir con el

medio ambiente a través de un enfoque hacia la conservación y los beneficios que este puede generar para las comunidades locales y todo turista local o extranjero que visite Mindo. La certificación es una manera de recompensar a las empresas grandes o pequeñas con un reconocimiento externo, cuando cumplen y contribuyen con un turismo responsable con su entorno, como lo plantearía Martha Honey y Abi Rome en su programa de certificación para el turismo sostenible donde dice que la “certificación es un forma voluntaria de evaluar mediante una auditoría con el respaldo de un documento escrito se determina que un producto o servicio cumpla con los estándares específicos”, (HONEY. R, 2001, p. 3) confiriendo un logotipo para aquellos que cumplan o superen los estándares básicos tales como salud, higiene, seguridad, calidad y la triple rentabilidad mencionados por el CESD que en conjunto con la OMT desarrollaron más de 60 programas de certificación de turismo ambiental en diez años”. (CESD, 2003, p. 4)

Siendo el acuerdo de Mohonk que en el año 2000 oficializó los estándares mínimos que debe cumplir un establecimiento para poder obtener una distinción. Entre la mayoría de representantes de programas de certificación en ecoturismo y turismo sostenible alrededor del mundo “se llegó a un consenso para crear un organismo que se establezca como un órgano de acreditación de turismo sostenible formal que tome en cuenta los 3 aspectos claves para la sostenibilidad”. (CESD,2003, p. 5).

Durante este proceso también se le puede instruir a cada establecimiento con nuevas prácticas y mejoras, aunque en ciertas ocasiones nunca lleguen a obtener una certificación. Y la razón principal de que por qué es importante tener una certificación, es que nos ayuda a diferenciar entre empresas genuinas dentro del ecoturismo y otras que únicamente hacen aseveraciones vacías y sin fundamento. Reafirmando lo que dice Honey, en su programa de certificación para el turismo sostenible y ecoturismo: “La certificación es una instrumento esencial para proteger la integridad de los conceptos: Ecoturismo y turismo sostenible. Y sobre todo motiva a que las empresas mejoren su

desempeño ambiental, social y económico, beneficiándose ellas mismas”. (HONEY. R, 2001, p. 5)

1.4 Turismo sostenible en el Ecuador.

Es de gran relevancia para el Ecuador hablar de turismo sostenible ya que ahora forma parte de un compromiso mundial a favor del medio ambiente, es así como lo ratifica el Presidente de la República Rafael Correa en su Plan de Gobierno donde señala al Ecuador como:

“Un país extraordinario único a nivel mundial por su diversidad cultural y biodiversidad y lo que se busca es articular e integrar al mayor número posible de habitantes en los beneficios de esta actividad”. (PLANDETUR 2020, 2007, p.67).

Diciendo que por sobre todas las cosas el Ecuador va a ser un país partidario de practicar un turismo comunitario, inclusivo, cultural y ecológico que beneficie a todos sus actores haciendo de este país tenga una característica llamativa, por ser un país de dimensiones reducidas a comparación de los países de la región y recordando el estudio realizado por el INEC en el año 2010 donde dice que el Ecuador “En sus aproximadamente 256.000 km² y una población que se acerca a los trece millones de habitantes, con un 61% ubicada en el área urbana permite que los desplazamientos internos sean relativamente cortos. (INEC, 2010, p. 3).

Aseverando lo planteado por la UNWTO por sus siglas en ingles cuando establece un término acertado para turismo sostenible y dice que “Es aquel que se preocupa por las repercusiones actuales y futuras, practicando un turismo responsable que satisfaga las necesidades del turista” (UNWTO, 1975, p. 2). Y reafirmando la definición que tiene la OMT, que es el organismo de la ONU encargado de promover un turismo sostenible y responsable, donde menciona al desarrollo sostenible como “aquel que reconoce los requerimientos del turista

actual y de los lugares donde se lo practica y al mismo tiempo fomenta oportunidades de trabajo protegiendo el medio ambiente”. (OMT, 1975, p. 2). Es por estas razones que el Ecuador esta en la obligación de tener un desarrollo turístico sostenible y un respeto con el medio ambiente ha hecho que se protejan todas y cada una de las reservas naturales que existen en el Ecuador, y es desde el año de 1959, cuando se firmó un acuerdo de que se debe cuidar y proteger a las Islas Galápagos firmándose una declaración con el estado. Siendo ya, más de cincuenta años que el Ecuador tomo acciones por conservar su flora y su fauna. “Ecuador hoy en día en día tiene un Sistema Nacional de Áreas Protegidas denominado la (SNAP) que comprende de 48 áreas protegidas que protege el Estado Ecuatoriano, cuenta con un área aproximada de más de 6 millones de hectáreas. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 73)

Los bosques protectores abarcan el 2.7 millones de hectáreas lo que significa que el Ecuador tiene el 30% de su territorio bajo protección. De esta manera entendemos al desarrollo turístico sostenible como la cooperación activa de todos los aspectos involucrados que conjuntamente con un liderazgo político exista un turismo sostenible y responsable en el tiempo haciendo que los turistas obtengan un alto grado de satisfacción en su visita teniendo una experiencia gratificante donde fomentar la práctica turística responsable con el medio ambiente sus recursos y su entorno sea la base para todos los establecimientos turísticos del país.

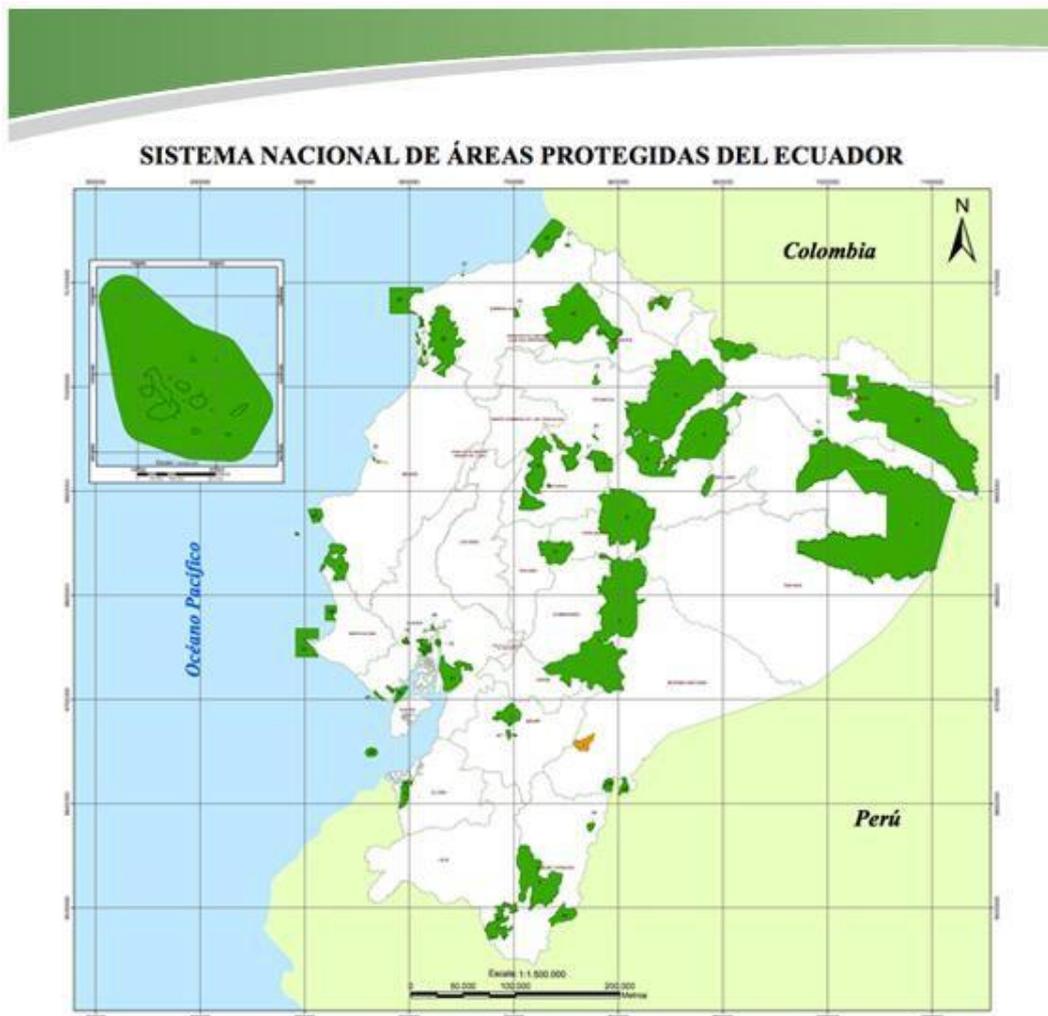


Figura 1. Subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE)
 Tomado de <http://www.ambiente.gob.ec/areas-prottegidas-3/>

1.4.1 Turismo en el Ecuador

Se empezó a tomar en consideración desde que la acción humana comenzó a tomar una proporción relevante, con graves consecuencias en contra del medio ambiente que no han disminuido desde entonces, y es a partir de los años noventa que se empieza a tomar consciencia acerca de los beneficios y repercusiones en el Ecuador. Ahora bien, basándose en la definición tradicional del turismo usada por la OMT, en la que hace referencia al concepto de demanda donde menciona que “todos esos movimientos que realizan las

personas cuando deciden viajar fuera de su lugar habitual por cualquier motivo por un tiempo determinado”. (OMT,1999) Ecuador ha puesto énfasis en desarrollar un plan de desarrollo turístico sostenible ya que el turismo se ha transformado en una pieza esencial para el progreso del país, generando empleo y haciendo que los ingresos generados por el turismo según el Banco Central del Ecuador:

“Durante el año 2011 el turismo generó ingresos por más de US \$369 millones, que pertenecen al 2% del Producto Interno Bruto (PIB), siendo la tercera actividad económica más importante del país, justo detrás del petróleo y del banano”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 79).

En los últimos años, el gobierno ha apostado por el turismo consciente en el Ecuador y esto ha derivado en muchos aspectos positivos como por ejemplo, como lo menciona Geovanna Encalada en su libro explicando “que la población local pueda tener una serie de beneficios alternativas de empleo que mejore su forma de vida, brindándoles la posibilidad de compartir sus tradiciones, costumbres y creencias”, (ENCALADA, 2012, p. 33).

Por esta razón el Ecuador crea un modelo de turismo responsable y a su vez que genere un intercambio cultural y una alternativa económica para sus habitantes. Es por esto que para el presente proyecto de tesis es importante recalcar los tres tipos de turismo con mayor influencia en el país, ya que no genera aporte alguno enumerar todos los tipos de turismo que existen y están oficialmente reconocidos.

1.4.2 Turismo Comunitario

Reconociendo el papel que cumple la FEPTCE dentro del país donde menciona en su Guía de Turismo Comunitario del Ecuador que el Turismo Comunitario es la:

“Igualdad que debe existir entre la comunidad y los turistas desde una perspectiva intercultural ya sea por medio de viajes organizados o simplemente con la intervención de sus miembros, garantizando el uso adecuado de los recursos, el saber valorar sus patrimonio y de esta forma exista igualdad en los recursos generados”. (FEPTCE, 2007, p. 15)

De esta forma es indispensable hablar del turismo comunitario dentro del producto audiovisual – multimedia a desarrollar porque habla directamente de cómo la gente local ahora forma parte de un turismo que beneficie a todos y sobre todo se inclusivo.

1.4.3 Turismo y Turismo de Naturaleza

Según la ASEC, el Ecoturismo y Turismo de Naturaleza tiene como principal propósito el de “Familiarizarse con la cultura local que están dentro del entorno natural que los rodea. Dichas actividades deben realizarse con las debidas precauciones para de esta forma no se perturbe a la comunidad o al ecosistema” (ASEC, 2002, p. 8) generando empleo para de esta manera conservar dichas áreas conjuntamente con la comunidad local, los visitantes locales y visitantes extranjeros.

Dentro del Ecuador los lugares donde más se práctica el turismo ecológico son las Reservas Naturales, Parques Nacionales, donde podemos encontrar desde lagos, ríos, cascadas, lagunas, observación de flora y fauna tales como aves, mamíferos, mariposas, orquídeas, etc. Es por esto que la parroquia de Mindo es ideal cuando se habla acerca de desarrollo turístico sostenible.

1.4.4 Turismo de Deporte y Aventura

Dentro del Turismo de Deporte y Aventura, el PLANDETUR 2020 plantea que la “Participación activa de una o varias personas dentro de un deporte recreativo o profesional, en locaciones diferentes de su entorno habitual.”.

(PLANDETUR 2020, 2007, p. 95). Donde el Turismo de Deporte por ejemplo es el montañismo, la escalada en roca parapente, buceo, surf y rafting en ríos como el caso de Mindo y el Turismo de Aventura son las excursiones guiadas, cabalgatas, práctica de bicicleta y observación de aves son las principales razones por las que los turistas visitan la parroquia para salir de la ciudad y encontrarse con la naturaleza. Es por esto lo que se quiere recalcar en los documentales que forman parte de la página web, es como se puede aprovechar los recursos naturales de un lugar para el beneficio del turista sin afectar el medio ambiente y más bien dándole un uso recreativo para toda la familia.

1.4.5 Turismo Consciente

En los últimos años el Ecuador le ha apostado al turismo es por esto que el Gobierno Nacional conjuntamente con el Ministerio del Turismo han desarrollado campañas para incentivar al turista para que practique un turismo responsable, y es aquí cuando nace el término consciente que lo que se quiere lograr es que el Ecuador tenga un mensaje propio como país donde ya ha sido adoptado en las últimas cumbres internacionales de turismo. Como lo plantearía el MINTUR en su folleto sobre la experiencia turística en el Ecuador donde menciona lo siguiente:

“El turismo consciente es nuevo concepto que maneja el país que se respalda en los principios de sostenibilidad, ética y promueve los valores de paz, amistad y respeto a la vida como la esencia de la práctica turística”. (MINTUR,2011, p. 16)

Por lo tanto el turismo consciente en el Ecuador viene a ser un concepto que tiene como propósito promover la conservación del medio ambiente donde exista una armonía entre la sociedad y el turismo que se practica dentro de lugares o entornos donde la naturaleza cumple un papel fundamental por eso los establecimientos como los Lodges brindan información al turista donde se

trata de concienciar al viajero para que su estadía además de ser renovadora sea responsable con el entorno que lo rodea.

1.4.5. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible Ecuador 2020

El PLANDETUR 2020 es un documento proyectado hacia el año 2020, conjuntamente con el MINTUR y desarrollado por la empresa T&L. Y lo que busca es fomentar en los próximos años un turismo integral y sostenible para de esta forma contar con una base institucional turística sólida que fomente el crecimiento humano y su armonía con la naturaleza. Reafirmando los objetivos de este plan donde hace referencia a las condiciones que se requieren para que el Turismo Sostenible busque:

“Reformar la calidad de vida de la población y la demanda turística actual, implantando al turismo sostenible como política de Estado, siendo una instrumento de planificación ordenada que componga, prepare y sitúe la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 63)

De esta manera lo que se pretende alcanzar con el PLANDETUR 2020 es consolidar al Ecuador como un destino turístico responsable para el año 2020, consciente y sostenible, líder en la región que contribuya a la práctica de un turismo responsable comprometido con el medio ambiente su cultura y su gente.

1.5 Perfil del turista en el Ecuador

Dentro del perfil del turista en el Ecuador es de suma importancia únicamente centrarnos en nuestras dos poblaciones de estudio ya que no es de relevancia hablar sobre todos los tipos de turistas. Por eso se va a definir los siguientes conceptos en base a los términos establecidos por la OMT y el MINTUR para de esta manera cumplir con lo que habla el PLANDETUR ya que Mindo al ser una reserva ecológica, el turismo tiene un impacto mayor en la misma y es por

esto que se ha tomado a Mindo como el lugar ideal para la práctica de un turismo responsable con el medio ambiente y en este caso al turista local que es que tiene que generar una mayor consciencia hacia el turista extranjero.

1.5.1 Turista

“Como lo plantea la Organización Mundial del Turismo en su definición de turista en la que indica que el turista es:

“El turista es la persona que se traslada desde su entorno familiar o lugar tradicional donde habita, hacia un lugar donde residirá por un tiempo determinado no menor a un año, ya sea por motivos de negocios, ocio o motivo personal específico siendo este ajeno al establecimiento o empresa residente en el país o lugar al que se va a visitar”. (OMT, 2007, p. 4)

1.5.2 Turista Extranjero

Una visión general del perfil de los turistas extranjeros que llegan al Ecuador, según un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España de Quito titulado “El Turismo en Ecuador”. Sugiere que “el perfil más común del turista que visita el Ecuador es el de personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, y que visitaron en más de una ocasión el país y tuvieron un gasto promedio de 1000 dólares”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 75). Entre las actividades más solicitadas se encuentran la práctica de deportes de aventura las visitas a comunidades indígenas y la observación de la flora y la fauna del sector. Es decir que entraron más extranjeros y salieron más ecuatorianos del país, tal cual lo menciona la revista Gestión en uno de sus artículos publicados en el año 2014 donde dice:

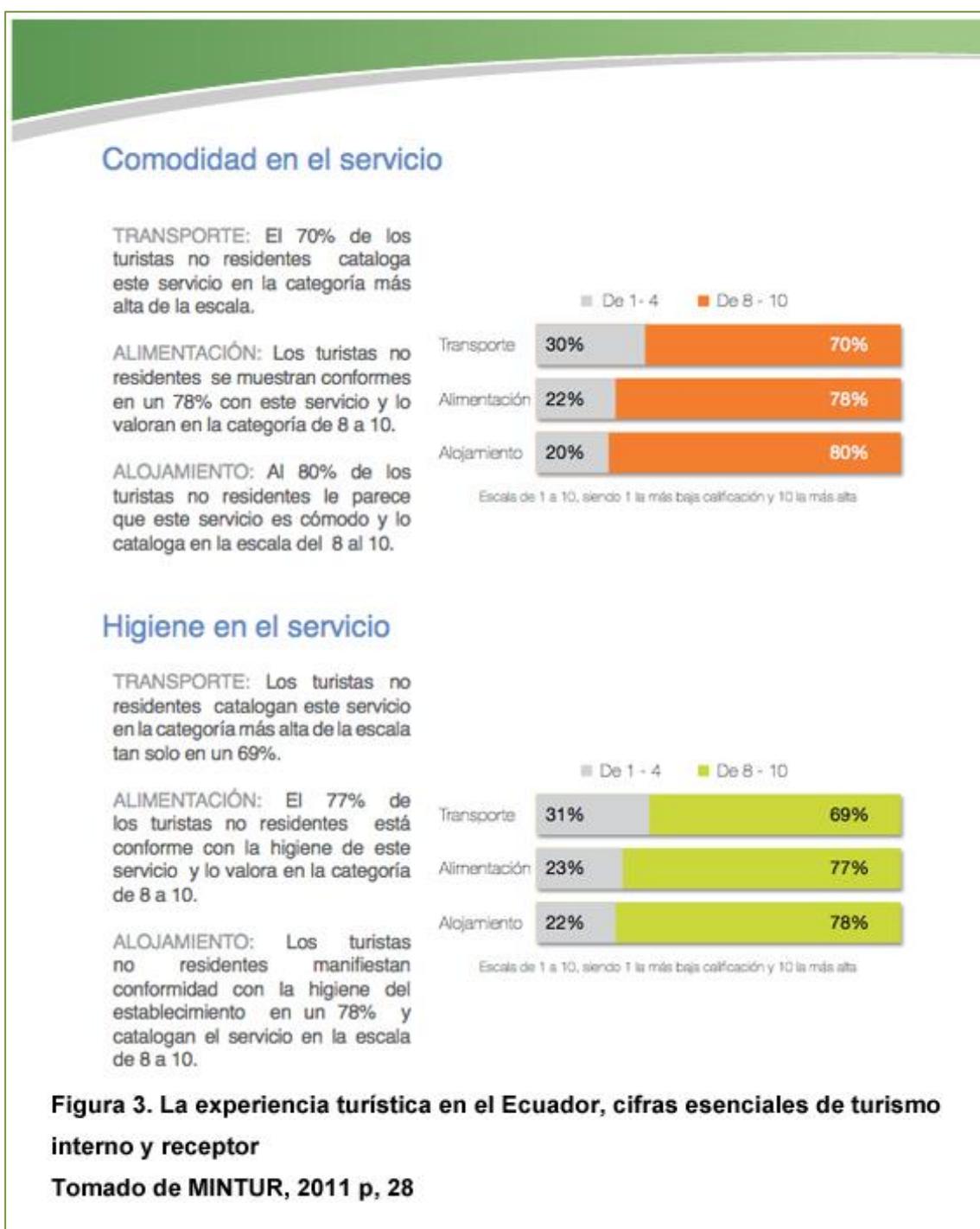
“Hasta octubre del 2014, el 23,79% de turistas extranjeros llegaron de Colombia, 16,62% de EEUU y 11,52% de Perú. Donde el motivo principal con una participación del 46% son los paquetes turísticos seguidos por el ecoturismo con el 21%, los cruceros con el 13%, el turismo cultural con el 7% y otras opciones turísticas con el 13%”. (GESTIÓN, 2034, p. 2).

Para el aporte estadístico de la presente investigación en los siguientes gráficos podemos observar el motivo de viaje y las actividades realizadas por los turistas extranjeros donde en los mismos menciona cuál es el motivo de viaje y las actividades a realizar de los turistas residentes y no residentes, además de cuáles han sido sus experiencias acerca de la comodidad e higiene que brindan los diferentes establecimientos turísticos alrededor del país y en base a esto lo que busca el Gobierno es mejorar el servicio y la calidad de la experiencia que pueden brindar todos y cada uno de los establecimientos hoteleros en el Ecuador



De igual manera el Ministerio de Turismo dio a conocer “Que solo entre el 1 y 24 de agosto se registraron 154.229 arribos de extranjeros, acumulando un total de 1.009.665 turistas que han llegado al país entre el 1 de enero y el 24 de agosto de 2014”. (MINTUR, 2011, p. 23).

Es por esta razón que el Ecuador por ser un país mega diverso la práctica del Ecoturismo es una de las principales razones para que nos visiten y es de vital importancia tener en cuenta estos datos y la percepción que tiene el turista con la comodidad e higiene de los establecimientos turísticos ya sea hoteles, hostales o Lodges los que brindan el servicio.



1.5.3 Turista Local

Ahora bien al mencionar al turista local nos referimos a los ecuatorianos puertas adentro y la primera pregunta es ¿Los ecuatorianos dentro del país a donde viajan y qué es lo que buscan?

“Los motivos de las visitas a las diferentes provincias del país fueron el encuentro con familiares y amigos, el espaciamento o la recreación, motivos profesionales y por negocios. Y al igual que el turista extranjero las actividades más solicitadas son los deportes de aventura, el turismo ecológico y la diversión”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 77).

Durante el año 2010 el INEC en base al censo poblacional se recogió información de suma importancia para el desarrollo turístico sostenible dentro del país donde se obtuvieron datos sobre los hábitos y características del local a nivel nacional.

“Se halló que los ecuatorianos residentes que viajan internamente son los cuencanos, los que están divorciados se los agrupa por estado civil; y a los empleados privados y públicos; se los divide por ocupación y por nivel de educación siendo los quiteños principalmente y los cuencanos los más viajeros dentro y fuera del Ecuador al contrario del guayaquileño que si no es feriado o vacaciones de verano no sale de Guayaquil”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 79).

En la siguiente tabla podremos observar los datos mencionados anteriormente sobre los hábitos y características del turista ecuatoriano que reveló el INEC en el Censo Nacional del año 2010.

LOS ECUATORIANOS QUE MÁS VIAJAN DENTRO Y FUERA DEL PAÍS	
PERFIL DEL TURISTA ECUATORIANO QUE VIAJA AL EXTERIOR	PERFIL DEL TURISTA ECUATORIANO QUE VIAJA DENTRO DEL PAÍS
Los Quiteños	Los Cuencanos
Los Casados	Los Divorciados
Los Hombres	Los Hombres
De entre 16 y 19 años	De entre 16 y 24 años
Con Posgrado	Con Posgrado
Contento con su trabajo	Contento con su trabajo
Ocupación: Jefe	Ocupación: Empleado

Figura 4. Los ecuatorianos que más viajan dentro y fuera del país
Tomado de http://www.revistagestion.ec/wpcontent/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf

Al analizar los datos del cuadro anterior se puede mostrar que los quiteños son las personas que más viajan al exterior y los cuencanos son en cambio los que más recorren y visitan el Ecuador, los casados deciden pasar sus vacaciones en el exterior y los solteros o divorciados prefieren hacerlo dentro del país, en su gran mayoría son los hombres con posgrados los que ejercen el turismo

dentro y fuera del país y para finalizar los dueños de empresas prefieren viajar al exterior que dentro del país.

De igual manera reconociendo el papel que cumple el INEC en la publicación hecha por la revista Gestión dentro de “El Turismo en un Ecuador Mega Diverso” considerando que los ecuatorianos al momento de viajar eligen la temporada de vacaciones dependiendo de la región del país que vivan, por ejemplo:

“La gente de la costa lo hace en los meses de diciembre, enero y febrero, en cambio los serranos viajan en los meses de junio, julio y agosto respectivamente. Donde el “53,3% de los turistas ecuatorianos viajan en bus, el 34% en auto propio y el restante 12,8% en otros medios de transporte. Cerca de 50% de quiteños, cuencanos y ambateños viajan con carro propio, mientras que el 67% de los guayaquileños viajan en bus”. (GESTIÓN, 2013, p. 3).

Lo que nos muestran claramente estos cuadros es que la mayor parte de turistas que visitan el Ecuador y los turistas locales prefieren los sitios naturales como principales motivo para sus viajes, es por esto la importancia de practicar un turismo responsable. Y teniendo ya, una mejor visión acerca del perfil del turista local y extranjero se procederá a enumerar los diferentes lugares turísticos de la parroquia de Mindo y sus alrededores.

Tal como lo demuestra el siguiente cuadro donde nuevamente se diferencia una clara muestra de intereses entre los costeños y los serranos y las diferentes épocas del año que escogen realizar turismo dentro y fuera del país donde las personas de corta edad en su mayoría guayaquileños prefieren hospedarse en la casa de familiares o amigos en cambio las personas mayores en su mayoría ambateños prefieren hacerlo en hoteles u hostales, y en el caso de las personas que trabajan deciden pasar sus vacaciones en algún centro turístico a diferencia que lo que no trabajan que prefieren hacerlo en casa de familiares o

amigos. De esta manera podemos identificar una diferencia marcada entre los ricos y los pobres, los costeños y los serranos que son los que en su gran mayoría viajan ya sea por ocio o por negocio.

EL PERFIL DE TURISTAS ECUATORIANOS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO	
¿QUIÉNES SE ALOJAN EN CASAS DE FAMILIARES O AMIGOS?	¿QUÉNES SE ALOJAN EN HOTELES, HOSTALES O LODGES?
85,1% de guayaquileños	43,9 de ambateños
75,6% personas entre 25 y 29 años	34,3% personas entre 60 y 69 años
83,3% personas union libre	37,7% personas divorciadas
78,2% quienes pertenecen al 20% más pobre de la población	34,3% quienes pertenecen al 20% menos pobre de la población
67,3% de los que no trabajan	26,8% que si trabaja
93,6% de quienes tiene una educación básica	36,1% de quienes tienen estudios universitarios

Figura 5. Los ecuatorianos que más viajan dentro y fuera del país
 Tomado de http://www.revistagestion.ec/wpcontent/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf

1.6. Lugares turísticos.

Cuando hablamos de lugares turísticos es necesario especificar directamente los de importancia y relevancia dentro de la parroquia de Mindo, pero antes es necesario hablar de la “Estructuración del Espacio Turístico Nacional” que ayude a estructurar de mejor manera los lugares turísticos en todo el Ecuador, comenzando desde los más visitados hasta los que están dentro de una reserva natural y por ende hay que cuidarlos como. Siendo el proyecto PLANDETUR 2020 el que retoma el análisis de 1977 y conjuntamente con el apoyo del Gobierno Nacional se reestructura el espacio turístico ecuatoriano ya que “El sector turístico estaba centrado en Quito y la zona de la Sierra Central, con prolongaciones hacia Galápagos principalmente, seguido por Cuenca y la Amazonía dirigida hacia el turista extranjero, completando con la región Costa para el turismo local”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 81).

De esta forma dentro de la nueva Estructuración Física del Espacio Turístico, la parroquia de Mindo está dentro del Corredor Quito - Sto. Domingo - Esmeraldas, localizado en la Región Sierra Centro - Litoral. Y es aquí donde el Bosque Protector Mindo - Nambillo entra en las áreas protegidas de la SNAP como son los Parques Nacionales, Reservas Ecológicas, y Bosques Protectores, “De esta manera es importante señalar que años atrás, los proyectos antes mencionados no se respetaron muchos de los patrimonios turísticos que tiene Ecuador y pocos fueron los espacios de provecho para poder desarrollar turismo, frente a la ajetividad de otros sectores tales como la actividad forestal, minería, etc.” (MINTUR, 2011, p. 11) Es por esto que desde la reestructuración de las reservas naturales dentro del país, Mindo con el paso de los años se ha convertido en un lugar donde el turista ya tiene conocimiento que tiene que cuidar y respetar el medio ambiente de esta manera ha hecho que entre la comunidad local y los turistas nacionales y extranjeros que deciden quedarse a residir en la parroquia, la cuiden la respeten y enseñen el cuidado de la misma.

A continuación se dividirá los lugares turísticos en 2 grupos, que dentro de esta nueva reestructuración y proyecto PLANDETUR 2020 los diferentes tipos de turismo se los ha denominado como Líneas de Productos Específicos del Ecuador y son estos 3 grandes grupos que se mencionó anteriormente.

Tradicionales

- Regatas (Tubing)
- Canyoning (Rappel)
- Canopy
- Tarabita
- Tour a la cascada Mindo - Nambillo
- Excursiones a caballo
- Rafting
- Paseos en bicicleta
- Caminatas
- Pesca deportiva
- Termas (SPA"s)
- Escalada

Ecológicas

- Observación de aves dentro del bosque protector
- Avistamiento de aves
- Visita el Mariposario de Mindo
- Excursión al bosque protector Mindo – Nambillo.
- Turismo comunitario (ej. gastronomía, artesanías)
- Excursión a las colmenas
- Tour nocturno guiado al bosque protector
- Tour del chocolate

Es de esta manera indispensable hablar de la reestructuración del espacio turístico dentro del Ecuador ya que así se podrá distinguir los lugares que

pueden llegar a tener un alto impacto turístico por ser reservas naturales y otros que no lo sean, como también cuales son las características que tienen los turistas residentes y no residentes y en base a esto en que se debería mejorar para que la experiencia y estancia dentro de los establecimientos hoteleros sea del agrado del turista pero que sobre todo que los mismos se comprometan a cuidar su entorno e integrar a las comunidades locales, es por eso que Mindo se presta como un sitio ideal para promover un turismo responsable en base a una propuesta audiovisual – multimedia que tenga como principal propósito, hablar acerca de este término que ha ido tomando fuerza a través de los años llamado sostenibilidad y como se puede practicar en Mindo además que pueda ser una herramienta que ayude a grande y chicos que quieran conocer la parroquia ya sea para practicar turismo ecológico o de aventura.

1.7 Lodge en Mindo

Ahora cada vez es más común que dentro de las reservas ecológicas o parques nacionales alrededor del mundo y más aún en el Ecuador siendo un país mega diverso, encontremos este tipo de alojamiento que se caracteriza por ser ejemplo de construcción sostenible y se lo conoce mundialmente como Lodge. Como lo plantea en su libro Geovanna Encalada, “El desarrollo del Turismo Sostenible en los lodges de la Amazonía ecuatoriana” la palabra Lodge es de:

*“Origen inglés y su significado es casa de guardia, se comenzó a emplear para nombrar a los hoteles de los parques nacionales o reservas de Kenia; eran pequeñas construcciones cuya arquitectura imitaba a las cabañas de los nativos y se caracterizaba por brindar servicio de alojamiento a un número reducido de turistas, se desconoce de fechas, pero se sabe que fueron los colonizadores ingleses quienes fueron los primeros en adoptar este tipo de modelo turístico”.
(ENCALADA, 2011, p. 7)*

El Lodge como cualquier otro establecimiento hotelero cuenta con servicio de hospedaje, restaurante, cafetería o spa y la mayoría posee una serie de bungalós dentro del establecimiento, que normalmente son las habitaciones de los huéspedes. De igual forma la mayoría posee piscinas y amplios jardines oriundos de la región.

1.8 ¿Qué es el Lodge?

Cada año el número de turistas alrededor del mundo que buscan establecimientos que les permita disfrutar de la biodiversidad del lugar, donde el impacto sea mínimo y puedan tener un contacto con la comunidad ha venido evolucionando, es por esto que hoy en día podemos encontrar pequeños establecimientos que podrían entrar dentro de la categoría de Lodge hasta lodges de alto costo con características excepcionales, pero todos con el mismo propósito, respetar, concienciar y promover la preservación medioambiental. Reconociendo el papel que cumple la IFC y su publicación realizada en el año 2004 llamada como “Ecolodges: Exploring Oportunities for Sustainable Business”, se define a un lodge como pequeñas y medianas microempresas, que cuentan con tres objetivos claros: “La conservación de tierras, beneficios y unificación de la comunidad y la concientización de la población local y los huéspedes hacia la práctica de un turismo sostenible”. (ENCALADA, 2011, p. 3)

En base a los conceptos mencionados anteriormente se puede considerar que tener y poner en marcha un Lodge es una actividad compleja ya que el mal manejo del mismo podría tener un impacto negativo en la flora y fauna del sector es por esto que en Mindo podemos encontrar en su mayoría dos tipos, dependiendo de la necesidad del viajero como por ejemplo para los que deseen tener contacto con la naturaleza, rodeado de sonidos y bosque húmedo o también hay para aquellos que aprecian a las aves y les guste la fotografía. Es en este punto para considerarse como tal ya que si la construcción y el manejo no están bajo los parámetros de sostenibilidad, se degeneraría el término de hospitalidad, lo que nos conduce a la siguiente

pregunta. ¿Qué es una construcción sostenible? Y reafirmando lo que dice Encalada se define como “La que tiene respeto y compromiso con el medio ambiente, utilizando la energía de manera eficiente, como al igual que el agua, y recursos que no sean nocivos para el medioambiente”. (ENCALADA, 2011, p. 6). Es por esto que el lodge en Mindo tiene que ser un establecimiento turístico que respete y cuida su entorno donde opera. Según la entrevista realizada a Gabriela Maldonado directora de la escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad Católica en el año 2013 por un reconocido diario de Quito donde menciona lo siguiente:

Al no haber una información adecuada al turista sobre este tipo de establecimientos en el Ecuador, muchos de ellos han optado por operar bajo el nombre de “lodge” que no son más que establecimientos que brindan hospedaje y se aprovechan de la palabra ecoturismo para ofrecer a sus visitantes un servicio que no cumple con ninguna norma medioambiental, ni beneficia a las comunidades locales explotando los recursos naturales que tienen a su alrededor sin tener ningún concepto de sostenibilidad. (PUCE, 2013)

Bajo varios estudios realizados en el Ecuador para poder diferenciar un establecimiento turístico hotelero de un lodge el gobierno llegó a la conclusión que deberían existir certificaciones nacionales e internacionales que avalen a un establecimiento turístico sostenible en el tiempo ya que con el pasar de los años se ha ido desvirtuando el concepto donde cualquier persona podría formar un lodge sin ni siquiera cumplir con parámetros establecidos como el uso correcto de los residuos, el uso de materiales biodegradables en sus instalaciones y el uso racional de la energía o uso de energías alternativas.

Ya que lo que diferencia a un lodge de cualquier otro establecimiento turístico es que es un establecimiento sostenible en el tiempo, ya que cuida y respeta su entorno además de integrar a la comunidad local, es por esto que la certificación es un instrumento capaz de controlar y diferenciar que un establecimiento se puede llamar lodge y que solo utiliza su término para beneficio propio.

1.9 Turismo sostenible en la parroquia de Mindo

Para poder hablar de una práctica sostenible en Mindo es importante decir que va a depender esencialmente de los establecimientos turísticos que brinden servicios acordes a las necesidades de los turistas y de esta forma no afecten a su entorno. Es por este motivo que tener una correcta planificación turística y de la mano de un turismo responsable hará que las comunidades locales se integren aportando directamente al desarrollo turístico del sector.

Característicos por ser alojamientos que tienen una infraestructura en su mayoría pequeña y amigable con su entorno, “el lodge es concebido para ser un lugar que funcione en base a políticas de sostenibilidad, garantizando al turista la experiencia de poder ser parte responsable, creando consciencia y una obligación con el medio ambiente”. (PLANDETUR 2020, 2007, p. 113). Es por esto que en los últimos años ha ganado terreno dentro de la parroquia siendo cada vez más solicitados por viajeros extranjeros que encuentran en Mindo un lugar donde pueden aislarse de las grandes urbes, dentro del Bosque Protector Nambillo, una zona que brinda comodidad y buen servicio. Considerando lo importante que se ha convertido el turismo sostenible en el país y reafirmando el concepto de Geovanna Encalada en su libro acerca del Turismo Sostenible en función al lodge en el Ecuador, donde menciona que es: “Un establecimiento turístico que trabaja, en beneficio con su comunidad local, respetando la biodiversidad que le rodea, e integra a al comunero y la comunidad para que todos se beneficien del turismo sostenible”. (ENCALADA, 2011, p. 8)

Gracias a la planificación acertada del Gobierno Nacional conjuntamente con el MINTUR y el MAE y los organismos internacionales involucrados en la práctica de un desarrollo turístico sostenible se ha generado que muchos de los establecimientos conocidos como lodges en el Ecuador se acojan los estándares específicos de la certificación turística nacional e internacional para de esta forma contrarrestar el problema medioambiental que atraviesa el planeta. De esta manera toda esta planificación turística para un desarrollo

sostenible dentro del país lo que busca es que todos los establecimientos que brinden un servicio cumplan con los estándares establecidos por la guía de la Certificación Turística y a su vez se involucren fomentando el cuidado de su entorno, haciendo que el turista durante el tiempo de su estadía también aporte con el cuidado de su entorno siendo este el caso de muchos de los Lodges dentro de la parroquia de Mindo.

Citando algunos ejemplos de cómo se puede practicar un turismo sostenible se coloca carteles en las habitaciones con mensajes que indiquen al turista si desea que limpien su habitación o cambien las toallas del baño, ya que en los hoteles diariamente se realiza la limpieza de la habitación, de esta manera se evita usar demasiado detergente y agua. O la gran mayoría han optado por usar carteles que concienticen al turista acerca del uso racional del agua, el reciclaje de la basura y las emisiones de sonido ya que el propósito es apreciar la naturaleza con todos los sentidos.

Por último el uso solidario de la energía es un factor clave dentro de un lodge ya que opera en una zona vulnerable esto quiere decir que el uso mínimo de energía es lo ideal para operar responsablemente en el tiempo de esta forma con el uso de focos de luz led que cumplen una mejor función que los focos ahorradores ya que contaminan menos al ser desechados y su consumo es mínimo con esto lo que se busca es generar energías limpias más conocidas como “energía verde” que reduzcan todo tipo de consumo de energía contribuyendo a tener un turismo sostenible consciente y a su vez comprometido con el desarrollo turístico del sector. Al poder tener un control a todos y cada uno de los establecimientos turísticos que existen en Mindo, lo que se ha conseguido es que en su gran mayoría adopten y apliquen estos estándares y certificaciones para que de esta manera no solo cuiden el medio ambiente e integren a la parroquia sino que entre todos cuiden, concienticen y transmitan al turista que visita Mindo que es un lugar privilegiado por su riqueza natural y por ende hay que cuidar todo el bosque protector.

1.10 Principales actividades turísticas en la parroquia

Como la parroquia de Mindo se encuentra ubicada dentro de una área protegida su entorno natural involucra tener un compromiso con el medio ambiente donde los turistas tienen que comprender y respetar las políticas de sostenibilidad implementadas por cada lodge para que de esta forma su impacto sea mínimo durante el tiempo de su estadía. Entre las actividades que brindan los principales lodges en Mindo las vamos a separar por tipo de turismo:

Turismo de Deportes y Aventura

- Regatas (Tubing)
- Canyoning (Rappel)
- Canopy
- Tarabita
- Rafting
- Pesca deportiva
- Escalada
- Excursiones a caballo
- Paseos en bicicleta

Turismo Ecológico

- Tour a la cascada Mindo - Nambillo
- Caminatas
- Termas (SPA"s)
- Observación de aves dentro del bosque protector
- Avistamiento de aves
- Visita al mariposario
- Excursión al bosque protector Mindo – Nambillo.
- Tour nocturno guiado al bosque protector

Turismo Comunitario

- Turismo comunitario (ej. gastronomía, artesanías)
- Excursión a las colmenas
- Tour del chocolate

Además de brindar servicio de hospedaje los Lodges en su mayoría ofrecen varias actividades de aventura como excursiones al bosque protector, ecológicas como observación de aves y deportivas como canyoning en el río, en fin un lodge debe contar con lo necesario para que cada una de las actividades que ofrece dentro o fuera del establecimiento sea exitosa.

1.11 Experiencia del turista dentro de la parroquia de Mindo

Durante este capítulo se ha mencionado al lodge como alternativa para la práctica de un turismo sostenible donde el turista y el Lodge se comprometen a proteger la naturaleza, brindando actividades que incluyan a la comunidad local y que esta sea parte activa de un turismo sostenible con su entorno, económico beneficiando al turista y al dueño del establecimiento o lodge y social porque involucra directamente a la comunidad local, a esto se lo conoce como “Triple Rentabilidad”. Por eso es sumamente importante hablar de la experiencia del turista dentro de la parroquia ya que eso nos ayudará a saber de manera real sus necesidades y que se debería mejorar dentro de cada Lodge para que la experiencia siempre sea placentera y renovadora.

Es relevante abordar el concepto de experiencia no solo del turista sino también del dueño del Lodge ya que de esta forma se podrá tener una aproximación real de las necesidades que tiene el uno y el otro y poder contar con dicha información es fundamental. De esta manera podremos contar con la información necesaria para desarrollar una herramienta web que promueva la práctica de un turismo mucho más responsable y comprometido con el medio ambiente los turistas locales o extranjeros podrán interactuar compartiendo sus anécdotas y experiencias, de esta manera pueden informarse y conocer un poco más acerca del lugar al que van a visitar.

Poniendo un ejemplo tenemos la página “Tripadvisor “que brinda las experiencias de millones de viajeros alrededor del mundo y una gran diversidad de opciones de viaje, o herramientas para reservar o encontrar hoteles al mejor precio”. (TRIPADVISOR, 2015) De esta manera lo que buscan los turistas es información y varios tipos de experiencias en páginas web y redes sociales, donde los comentarios de los otros ayudarán a programar sus propias aventuras en un futuro cercano. Es por esto que la encuesta realizada a más de 100 personas entre turistas locales y extranjeros es de vital importancia para el presente trabajo de tesis, ya que las recomendaciones, anécdotas y experiencias dejadas por los viajeros que han visitado la parroquia y servirá para tener una idea clara sobre el Turismo Sostenible y Consciente que se desarrolla dentro de Mindo y ayudará para poder crear de mejor manera una página web interactiva que sirva a los turistas que deseen visitar y conocer Mindo, siendo una herramienta esencial para fomentar el turismo responsable de una manera diferente creativa y visualmente atractiva.

Para concluir según el último Censo nacional del 2010 y gente que ha contado su experiencia en la web, se ha encontrado que la característica principal de los turistas que han visitado Mindo, es la de haber tenido una experiencia transformadora y enriquecedora con la naturaleza donde poder encontrarse con diferentes tipos de animales y plantas propias de la región al igual que compartir con la comunidad local su gastronomía fueron momentos gratificantes en su mayoría. De igual forma los dueños de los lodges se han comprometido con mejorar cada día cualquier aspecto que sea necesario para que la estadía del turista sea gratificante y a su vez dedican su tiempo para que el impacto ambiental sea mínimo siendo los beneficiarios directos de la inclusión de la comunidad en el desarrollo turístico de la parroquia.

2. CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 Enfoque Metodológico

Es la definición del problema que facilitará la respuesta de investigación y permite al investigador saber cuál va ser su punto de vista respecto al objeto de estudio, según Salvador Mercado en su guía para llevar un trabajo de tesis, “Al instante que se plantea el problema para el desarrollo de una propuesta, en este caso en particular para el desarrollo de un producto audiovisual – multimedia se debe a continuación plantear los objetivos que determinarán el problema de investigación,” (MERCADO, 2010, p. 37) para luego proceder a seleccionar la muestra “Que se va a utilizar dentro del estudio según el enfoque que se haya designado, recolectando datos directamente involucrados con la investigación, como sujetos, eventos, variables”. (GÓMEZ, 2006, p. 53).

Ahora bien, el principal problema que se enfrenta la presente investigación es la falta de información o contenido adecuado que informe, concientice y eduque a los usuarios que quieran visitar la parroquia de Mindo por su propia cuenta únicamente utilizando el internet como herramienta es por esto que el producto audiovisual – multimedia a desarrollarse debe llegar a ser importante dentro del contexto en el que se lo plantea además de tener una relevancia social dentro del turista que quiere visitar Mindo como de la gente que forma la parroquia, por ende, cumpliendo con los objetivos por los que la página web fue creada, se debe generar un contenido adecuado y responsable para su correcta difusión, permitiendo determinar los objetivos del trabajo de investigación.

2.1.2 Planteamiento del problema de investigación

De acuerdo con el enfoque metodológico del presente producto audiovisual - multimedia se procederá a plantear el problema y analizarlo de igual forma.

¿Cuáles son las dificultades con las que los turistas locales y extranjeros se encuentran al momento de querer viajar y conocer Mindo por su propia cuenta utilizando únicamente el internet como herramienta y sin utilizar alguna operadora turística que los ayude a coordinar su viaje?

Respondiendo a la pregunta planteada, las dificultades que atraviesan los turistas cuando tratan de buscar información adecuada y correcta en la web sobre las actividades o establecimientos hoteleros que brinda la parroquia, son varias, ya que todas las páginas que hablan sobre el turismo en Mindo y sus principales actividades solo hablan por su propia conveniencia y vendiendo un servicio específico, es por esto que el desarrollo de un sitio web multimedia interactivo y el aprovechamiento correcto de las herramientas que brinda la web, será un gran aporte para el turista que quiera conocer Mindo con un simple clic.

Analizando el planteamiento del problema se entiende que el sitio web como tal se convierte en un producto audiovisual – multimedia que posee una relevancia social dentro del contexto en el que se lo planteo, haciendo referencia a las páginas web que brindan poca información acerca de la parroquia y de los destinos turísticos que brinda la misma, el sitio web permitirá que el usuario pueda conocer, entender y respetar el medio ambiente además de compartir contenido indispensable sobre Mindo, siendo una herramienta que ayudará al turista escoger que actividad o atractivo quiere conocer y servirá para concienciar e incentivar la práctica de un turismo sostenible. Es así, como se confirma la relevancia social y cultural del presente producto audiovisual – multimedia frente a los públicos de su interés. Por un lado los turistas por querer conocer y visitar Mindo de una manera más responsable y consciente y por otro lado los dueños de los establecimientos hoteleros o lodges por dar un mejor servicio a sus clientes. Todo esto dentro del contexto que viene a ser la parroquia de Mindo. Ahora bien también se determinó es que el planteamiento del problema busque generar de una u otra manera nueva información ya sea con los usuarios o por el mismo sitio web, y así, determinar los objetivos de la investigación.

Debido a que dentro de las áreas multimedia y audiovisual el documental puede ser explotado, de tal forma que genere un mayor impacto dentro de una página diseñada justamente para el usuario. Todas las variables señaladas, poseen su respectivo marco teórico y pueden ser utilizadas según las necesidades del desarrollo del producto audiovisual – multimedia y de esta forma ayuden a solucionar el problema planteado.

2.1.2 Prioridades para la solución del problema

Para poder establecer las prioridades para la solución del problema hay que identificar y hablar acerca de sus componentes. Y recordando lo que dice María José Aguilar en su libro *¿Cómo elaborar un proyecto?* para la solución frente a un planteamiento de un problema “Primero se debe priorizar frente a las causas del problema, siendo estas las que comprobarán las justificaciones estrechamente relacionadas con los razonamientos”. (AGUILAR, 2005, p. 44)

- Turistas nacionales y extranjeros que deseen conocer la parroquia de Mindo, en este componente lo importante y relevante es el acercamiento hacia los turistas y saber qué tipo de dificultades tienen al momento de buscar información específica y necesaria para que su visita y estadía sean de su total agrado. La acción frente a este componente es la investigación del grupo según la metodología que se planteó.
- Los dueños de los establecimientos hoteleros o lodges ubicados dentro de la parroquia de Mindo, la prioridad en este componente es el acercamiento hacia la forma que utilizan los medios de comunicación y su contenido para vender sus servicios. La acción frente a este componente es la investigación sobre el manejo adecuado de la web y de los medios para poder transmitir un mensaje correcto y acertado.
- Gobiernos seccionales, universidades y ministerios, en este componente la prioridad es el acercamiento al área de sostenibilidad dentro del MINTUR al igual que al área de Guía

de Turismo Nacional de la Universidad de Especialidades Turísticas, para la identificación de programas o planes a futuro que traten sobre el turismo sostenible y consciente en el Ecuador.

Al poder determinar las prioridades se procede a comprobar los objetivos de la investigación que nos conducirán hacia un correcto diseño de investigación.

2.2 Del planteamiento del problema hacia los objetivos

Para poder determinar el objetivo general de la investigación es necesario cuestionarse acerca del problema planteado siempre y cuando tomando el cuenta la importancia que tienen las variables del caso.

¿Cuáles son las dificultades con las que los turistas locales y extranjeros se encuentran al momento de querer viajar y conocer Mindo por su propia cuenta utilizando únicamente el internet como herramienta y sin utilizar alguna operadora turística que los ayude a coordinar su viaje?

2.3 Resultado del objetivo general de la investigación

Establecer los conflictos con los que se encuentran los turistas locales y extranjeros al momento de querer conocer y visitar la parroquia de Mindo, usando únicamente el internet como herramienta para programar su viaje, específicamente hablando de todo turista ecuatoriano y extranjero que ha visitado Mindo y sus atractivos.

De esta manera se cumple con el objetivo general de la investigación que es el de establecer las características de la práctica del lodge ecológico como turismo sostenible y consciente para el desarrollo de una propuesta audiovisual y multimedia que conciencie al usuario el respeto al medio ambiente.

2.4 Investigación

2.4.1 Metodología de la investigación

Según hace referencia en su libro la “Metodología de la Investigación” Hernández Batista dice que, “Todo trabajo investigativo se respalda en dos enfoques primordiales: cuantitativo y cualitativo, que cuando trabajan entre sí, crean un tercer enfoque que se lo conoce como multimodal o mixto”. (HERNÁNDEZ, 2010, p. 88) La elección correcta del enfoque que se usará para recolectar resultados legítimos que respondan con los objetivos de la investigación es de suma importancia y decisivo ya que dé en base a esto se armará una forma de trabajo, que maneja la información adecuadamente, y tabule el tipo de resultados que se consigan. Es por esta razón que la correcta selección del enfoque, hace que el proceso se dirija de manera acertada para que pueda alcanzar el objetivo de cualquier investigación. Durante esta etapa es sumamente importante contar con un instrumento de medición para la recolección adecuada de datos siendo la correcta y de fácil lectura.

2.4.2 Metodología de la investigación mixta

Para concluir el enfoque es mixto o también conocido como multimodal por emplear a dos enfoques de estudio como es el cualitativo y cuantitativo, bajo estos parámetros se comprobó que el enfoque apropiado para la presente investigación sería el multimodal o mixto, ya que dentro del enfoque cualitativo se utilizarán varias técnicas de recolección de información como por ejemplo las entrevistas y el segundo porque es indispensable contar con datos bibliográficos, estadísticos y de actualidad para de esta forma respaldar a los objetivos que se plantearon y al marco teórico y así la investigación obtiene un grado de relevancia al ser más extensa y demostrativa. De esta manera, el objetivo va ser lograr una visión amplificada de las variables de la investigación así como conocer la problemática planteada a través de entrevistas por parte del enfoque cualitativo y encuestas por parte del enfoque cuantitativo.

2.4.3 Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo no se centra en generalizar los datos numéricos de manera probabilística para poder obtener una muestra significativa como lo hace el enfoque cuantitativo sino más bien las entrevistas son el instrumento ideal para este enfoque.

Se realizarán entrevistas a los dueños de los establecimientos turísticos o lodges en la parroquia de Mindo al igual que a profesionales del turismo y del área digital dentro de Quito. La información recabada por medio de las entrevistas permitirá conocer las necesidades de los propietarios de los lodge ecológicos en cuanto a la captación de turistas nacionales y extranjeros. Además, las entrevistas a expertos permitirán conocer los canales de comunicación por los cuales se ha venido explotando el turismo en el Ecuador. Finalmente las entrevistas con los profesionales del área digital servirán para conocer las nuevas tendencias dentro del mercado turístico.

Entrevistas

Respecto a las entrevistas Rodríguez menciona que son una “técnica de investigación destinada a obtener información mediante un sistema de preguntas a través del intercambio verbal entre dos o más personas”. (RODRIGUEZ, 2008, p. 38) es por este motivo que se convierte en una herramienta esencial dentro del estudio cualitativo ya que no se conseguirá cuantificar los datos pero se podrá tener un enfoque mucho más extenso acerca de la investigación.

Las entrevistas serán relacionadas directamente con las variables de la investigación para poder obtener y documentar la opinión técnica de los expertos o profesionales del medio, la cual será trascendental para el desarrollo de la misma, y podrá ser usada en nuestra página web como soporte para el usuario.

2.4.4 Enfoque cuantitativo

Dentro de la investigación realizada se utilizó el enfoque cuantitativo al momento de realizar encuestas a turistas nacionales y extranjeros lo que permitió conocer si Mindo es uno de los lugares de interés turístico y si posteriormente el producto audiovisual – multimedia aportó a que los turistas decidan elegir a Mindo como uno de los destinos ecológicos de mayor relevancia en el Ecuador.

Es importante recalcar que las encuestas cumplen un papel importante como instrumentos para la investigación ya que cumplen con el objetivo de determinar la situación actual frente a variables que puede brindar el internet en cuanto a temas turísticos.

Encuestas

Las encuestas son otro medio para la recolección de datos que tiene como objetivo principal el de realizar una cantidad determinada de preguntas a un conjunto de personas y existen dos tipos de encuestas según Mercado y las define de la siguiente manera: “La encuesta estructurada, es aquella que es controlada a través de una matriz de preguntas o de un simple cuestionario que debe tener un orden lógico establecido y se compone de la siguiente forma”. (MERCADO, 2010, p. 80)

- Identificación de la persona encuestada (Nombre, domicilio, género, etc.)
- Datos clasificados por las variables que se van a estudiar
- Información sobre la investigación y los datos que se quieran obtener

Y para este tipo de encuesta hay que tener en cuenta que su estructura posee tres preguntas que no se pueden pasar por alto:

- Pregunta de elección múltiple: Posee varias opciones donde el encuestado podrá elegir la más adecuada
- Pregunta abierta: Permite responder al encuestado de forma libre expresando su idea propia
- Pregunta dicotómica: Únicamente el encuestado puede elegir entre dos opciones
- Encuesta no estructurada: Vendría a ser la entrevista

Para la presente investigación se hará uso de las preguntas de elección múltiple para que de esta manera el usuario pueda optar por varias alternativas para poder dar su respuesta y dichas preguntas son las que abarcan las variables de la investigación.

Población

Reafirmando los conceptos de Hernández y Batista en su libro “Metodología de la Investigación” donde mencionan a la población como:

“El conjunto de personas, unidades, objetos, etc. que están directamente relacionados con la investigación. Este conjunto reunirá una serie de características específicas y se situará en un contexto, lugar y tiempo tales como: elementos de alcance y tiempo y unidades de muestreo, Esta puede ser finita y/o conocida o infinita y/o desconocida”. (HERNÁNDEZ, B, 2010, p. 138)

Para la presente investigación se ha tomado una población segmentada entre turistas locales, turistas extranjeros y profesionales en el área de turismo y área digital ya que es de suma importancia tener estas tres poblaciones para tener un resultado más homogéneo.

- La primera población se encuentran los turistas locales que están más familiarizados con su entorno, 30 turistas locales.
- La segunda población serán los turistas extranjeros que visitan los principales Lodges ecológicos en la Parroquia Mindo, 30 turistas extranjeros.
- La última población serán los expertos en el área de turismo sostenible y el área audiovisual y digital dando un total de 3 expertos en las diferentes áreas.

Después de conocer cuáles van a ser los sujetos de estudio, el siguiente paso a seguir es delimitar a la población para poder generalizar los resultados del estudio.

- **Población 1:** Para la primera población se encuestarán a 30 turistas locales que realicen turismo ecológico o de aventura en la parroquia de Mindo y en sus principales Lodges. Comprendida básicamente por ecuatorianos residentes en el país o dentro de la parroquia, con edades que vayan entre los 20 y 45 años que practiquen o hayan realizado en los últimos años un turismo consciente o de aventura.
- **Población 2:** Para la segunda población se usará de la misma manera 30 turistas extranjeros igualmente entre los 20 y 45 años que realicen o hayan realizado turismo ecológico o de aventura en el Ecuador o dentro de la parroquia de Mindo. Brindando una visión más universal acerca del turismo local y alrededor del mundo.
- **Población 3:** Para la tercera y última población no será necesario tener un número alto de entrevistados, será de tres expertos entre ellos, estarían: Algún empleado del MINTUR, o guías de turismo nacional expertos en el tema turístico

sostenible, y el tercero, serían profesionales dentro del área audiovisual o digital que ayuden a enriquecer la presente investigación.

2.4.5 Tabulación

En esta etapa del proceso investigativo es de gran importancia mencionar a Mercado (MERCADO, 2010, p.71) cuando dice que “Posterior a la recolección correcta de información por medio de entrevistas y encuestas se determina los resultados de la misma”. La tabulación es un mecanismo que se lo puede verificar de manera mecánica en el caso de que se haya utilizado una herramienta digital para hacerlo o también se la puede realizar manualmente y es importante que se deban tomar en cuenta lo siguiente para la recopilación adecuada de los datos:

- Para poder interpretar adecuadamente la información hay que ser bastante exacto en la búsqueda y manejo de los resultados
- Establecer los datos recopilados de tal forma que puedan alcanzar a comprobar la información conseguida en base a los objetivos

Es por esto que para la presente investigación, se realizaron 30 encuestas a turistas locales y 30 encuestas a turistas extranjeros, siendo parte todos y cada uno de ellos de la muestra de investigación. Las encuestas se realizaron antes y después de apreciar el producto audiovisual – multimedia terminado para que de esta manera los resultados puedan ser comparados con el único fin de poder obtener mejores resultados acerca del objetivo y utilidad del producto a desarrollar.

Bajo este criterio, todas las respuestas tabuladas, poseen un cuadro comparativo, donde el único propósito es demostrar resultados más objetivos y reales, dando un total de 60 turistas entrevistados entre ellos locales y extranjeros que conozcan, hayan oído o quieran visitar la parroquia de Mindo. El rango de edad de todos los entrevistados es de 20 a 60 años, que conozcan o hayan oído acerca de Mindo.

3. CAPÍTULO III LA COMUNICACIÓN

3.1 La comunicación

Para poder abordar este capítulo de la manera correcta y según los intereses de la presente investigación es fundamental hablar de la comunicación como una teoría de masas enfocada a la sociedad, que enfatiza la dependencia que existe entre las entidades de poder y los medios masivos. Dentro de esta línea, se considera que el contenido del mensaje se encuentra en las manos de quienes tienen el poder económico y político. Viéndolo bajo esta perspectiva la comunicación y por ende su mensaje, son una interpretación surrealista de la sociedad en la que vivimos, de tal forma que, operando como una herramienta que manipula y ayuda de cierta forma a las masas a sobrevivir en base a realidades creadas por los medios.

Como lo menciona la famosa y reconocida escuela de Frankfurt encabezada por su principal exponente Theodor Adorno, y en uno de los artículos relacionados con las “Teorías Críticas de los Medios de Comunicación” hacen referencia a los medios, “Como una institución característica de la sociedad de clases y la tendencia será la de evitar que otras fuerzas puedan crecer y ganar legitimidad al tiempo que las audiencias puedan recibir aquello que deseen dentro de los límites marcados”, (IDONEOS, 2009, p.26) y de esta manera no se pueda considerar peligroso el predominio de la clase dominante. Esto quiere decir que desde un inicio la intención fue de manejar los medios de comunicación masiva como una corporación que maneje la información de acuerdo a las necesidades de las audiencias es por este motivo que los canales de comunicación según un público determinado controlarán y manejarán a su gusto la información para que de esta manera se transmita un mensaje preciso y directo hacia un audiencia específica.

3.2 Teoría matemática de la comunicación por Shannon y Weaver

Realmente cuando se habla acerca de la comunicación no se puede hablar de una sola teoría entre un sinnúmero de investigaciones que se han realizado sin

embargo los estudios en su gran mayoría han formulado profundas interpretaciones que en un principio se basaban en una simple relación conocida como estímulo – respuesta (E-R) y estímulo – organismo - respuesta (E-O-R), recordando al profesor Ernesto Cesar Galeano (1997) en su libro “modelos de comunicación” remontándose a los inicios de la comunicación menciona lo siguiente:

“Inició como investigación de la comunicación de masas seguidamente de la Primera guerra Mundial (1914 - 1918) y los primeros modelos fueron (E-R) y (E-O-R), comúnmente conocidos como los modelos lineales de Harold Laswell ¿Quién dice qué por cuál canal, a quién y con qué efecto?”. (GALEANO, 1997, p. 58)

Esto sería de gran importancia para la evolución de la industria de las telecomunicaciones ya que si se tenía total control de los canales de comunicación se podía manipular y manejar la información de tal manera que el mensaje no iba a tener ningún tipo de cambio hasta llegar a al público específico, es por esto que Laswell fue de gran importancia para que Shannon y Weaver hayan podido complementar su teoría haciéndola de suma importancia para el futuro de las comunicaciones. Ahora bien mientras se vivía la industrialización en el mundo después de la guerra un ingeniero llamado Claude Shannon y su compañero de trabajo Warren Weaver fueron de las primeras personas interesadas en la teoría de Laswell y si se requiere tener una teoría válida la de Shannon y Weaver es candidata no solo porque entienden a la comunicación como un proceso de traslado de datos sino porque proporcionaron la reconstrucción de un nuevo ejemplo de comunicación humana, aunque su modelo fundamentalmente era un modelo físico sobre las comunicaciones telefónicas y de radio.

Pero para ser considerada dentro del ámbito de la ciencia al igual que cualquier otra disciplina académica, la comunicación a mediados del siglos XX tomo un giro inesperado con el desarrollo acelerado de los medios escritos, radio y televisión constituyéndose como un fenómeno social que habría que tomar

atención y es aquí donde varios autores proyectaron diferentes tipos de teorías acerca de la misma y reafirmando lo que menciona el catedrático en teorías de la comunicación Miquel Rodrigo Alsina licenciado en derecho y en las ciencias de información de la Universidad de Barcelona cuyo trabajo tienen a Shannon y Weaver como ejemplo donde menciona en su monografía los modelos de comunicación acerca de la orientación que tiene la comunicación: científica y humanística, “La comunicación sería una forma de comprensión y de expresión, como el arte la música o la filosofía. Otros consideraban que estaba más bien dentro de la rama de las ciencias sociales, como la sociología, así que se hizo imprescindible la legitimación científica de la comunicación”. (MIQUEL, 2011, p. 85). En la siguiente figura se podrán ver los primeros tres modelos lineales de Laswell ya que fueron imprescindibles para el futuro.

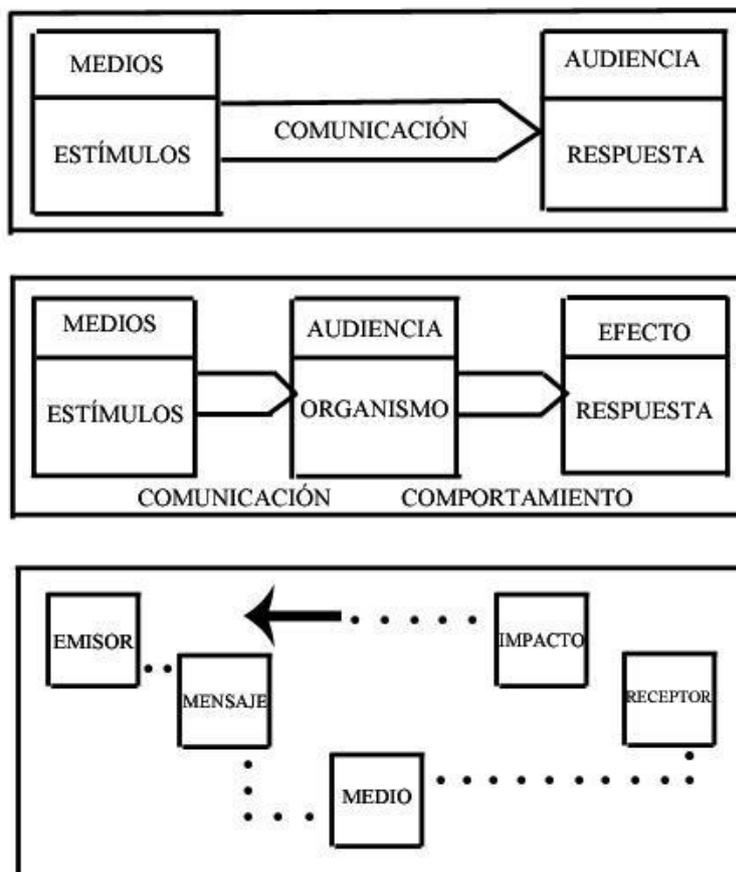


Figura 6. Modelos de comunicación humana. Modelo E-R, Modelo E-O-R
Modelo definitivo de Harold D Laswell
 Tomado de Cesar Galeano, 1997, p.4

Como plantea Galeano “Los modelos en ese entonces estaban basados en una simple relación entre “ir -no – ir” esto quiere decir que el mensaje alcanzaba al receptor o no lo alcanzaba”. (GALEANO, 1997, p. 60). es por esto que desde un principio se tenía que tener claro que si durante el proceso de comunicación el canal que llevaba el mensaje sufría algún tipo de interrupción o daño, el mensaje se desvirtuaría perdiendo la esencia del porque fue creado, y es aquí cuando los medios de comunicación masivos se aprovechan de imaginario colectivo de las personas para satisfacer vacíos que saben que los van a llenar momentáneamente nada más.

De esta manera la importancia que dejaron Shannon y Weaver hacia la comunicación es de relevancia y precisamente con su modelo también conocido como “modelo o teoría de la información” que fue pensado en función de la cibernética, y estudia la cuantificación del ruido o interferencia que se puede presentar en la comunicación, donde el objetivo principal es que la señal se descodifique a través del transmisor de manera adecuada para que el mensaje codificado por el emisor sea exactamente igual a pesar de que en el camino existan inconvenientes que ellos lo llamaron ruido y así el receptor pueda recibir el mensaje nítido y claro pero sobretodo en su estado original. Para entenderlo de mejor forma el énfasis que tuvieron los dos en que desde la llegada del internet, las telecomunicaciones, la banda ancha etc. Los contenidos digitales así como su mensaje podrían correr un riesgo mayor a ser manipulados de laguna manera volviéndose mucho más vulnerables al boom cibernético.

Es por eso es imprescindible no hablar del modelo de Shannon y Weaver y su repercusión dentro de la cibernética que fue un rama que apareció para nunca más marcharse, he aquí entonces la importancia que tiene esta teoría para poder que el manejo de la información si se lo realiza de una manera imprudente o sin una investigación previa puede transmitir un mensaje diferente al que nació en un principio y por eso hay que tener mucho cuidado cuando se realice la propuesta audiovisual para que el manejo de contenido y de la información que van a recibir los usuarios sea la adecuada.

El modelo está conformado por cinco elementos que se nombrarán a continuación y forman parte del proceso comunicativo tal como nos muestran Shannon y Weaver en su libro teoría matemática de la comunicación. (SHANNON, WEAVER, 1981, p. 62)

1. **Fuente:** En el inicio del proceso de comunicación es el elemento emisor inicial y produce cantidad paulatina de sonidos y palabras que constituyen el mensaje que se quiere transmitir. Por ejemplo, un parlante de radio o TV o la persona que está al otro lado del teléfono. En el caso del presente

proyecto sería el internet la fuente ya que desde aquí se el receptor en este caso el turista podrá encontrar en la página web toda la información escrita y audiovisual necesaria para conocer mejor Mindo.

2. **Transmisor:** Es el emisor técnico en cargado de transformar el mensaje expuesto en un grupo de códigos que recorrerán por un canal adecuado que será el encargado de trasladar la información. Por ejemplo, en un teléfono el transmisor decodificará la voz convirtiéndola en impulsos eléctricos que lograrán circular por cualquier canal. En este caso será la antena del servidor al que el usuario esté conectado el que se encargará mediante ondas o cables hacer llegar la información de manera rápida y precisa.
3. **Canal:** Técnicamente es un medio que se encarga de trasladar las ondas que codificó el transmisor, como por ejemplo, los cables, fibra óptica o vía micro-onda son utilizados para transmitir información.
4. **Receptor:** En este caso estrictamente se habla del receptor técnico que su función es inversa a la del transmisor y consiste en decodificar el mensaje que se trasmite convirtiéndolo en un lenguaje que sea claro para el destinatario original, usuario o televidente. Por ejemplo, el celular, la radio o la TV. En este caso el receptor será la computadora portátil, el teléfono celular o ahora también las televisiones que soportan internet y servirán para que el destinatario en este caso el turista o la persona que quiera conocer o visitar Mindo pueda ver, leer y entender el mensaje decodificado por el transmisor.
5. **Destinatario:** Viene a ser a quien está destinado el mensaje en este caso es el receptor original. Por ejemplo, la persona al otro lado del teléfono o en la audiencia de radio o TV. En este caso será el turista o la persona interesada en conocer un poco más que atractivos y actividades ofrece la parroquia de Mindo.

6. **Ruido:** Mucha veces hemos escuchado el término “ruido visual” y desde sus inicios Shannon y Weaver nombraron diferentes aspectos a los que se les conoce como ruido, que es cuando existe interferencia en la señal, ruido en la transmisión de radio como por ejemplo la voz está muy alta o a su vez muy baja respecto al sonido entorno, suciedad sobre el proyector y considerando también el ruido no técnico como ruidos provenientes del canal, emisor, receptor, mensaje, etc.

Para concluir el modelo de Shannon y Weaver desde sus inicios fue muy llamativo debido a su flexibilidad y sencillez siendo muy útil a través de los años y ha influido notablemente dentro de la rama de la comunicación. Miquel dice que su “Proyección dentro de las ciencias de la comunicación tecnológicamente hablando desde la llegada del internet ha hecho que sea un modelo exitoso ante un concepto tan complejo como lo es la comunicación”. (MIQUEL, 2011, p. 87). Es por esto que es de vital importancia hablar de este modelo para la propuesta audiovisual – multimedia que se va a desarrollar ya que el internet se ha convertido en una herramienta indispensable para el desarrollo de las comunicaciones y en este caso lo que se pretende es hacer uso de esta herramienta para hacer llegar un mensaje al destinatario claro, conciso y sin errores para que la persona que navegue en la página pueda entender y recibir el mismo mensaje que la persona que revisa el contenido desde su tablet o su computadora de escritorio, el mensaje tiene que llegar de la misma forma y es por esto al ser el internet una herramienta que se adapta a cualquier dispositivo puede llegar a más personas y su alcance por ende va ser mayor.

A continuación se representa como de manera gráfica cómo funciona el modelo de comunicación humana de Shannon y Weaver observándose que desde el primer modelo de Laswell hasta el desarrollado por Shannon y Weaver no ha habido mucha diferencia ya que el objetivo es el mismo, crear, manipular, codificar, enviar un mensaje que desde su salida no se vea manipulado por ningún ente extraño y pueda llegar a su destinatario de manera eficiente.

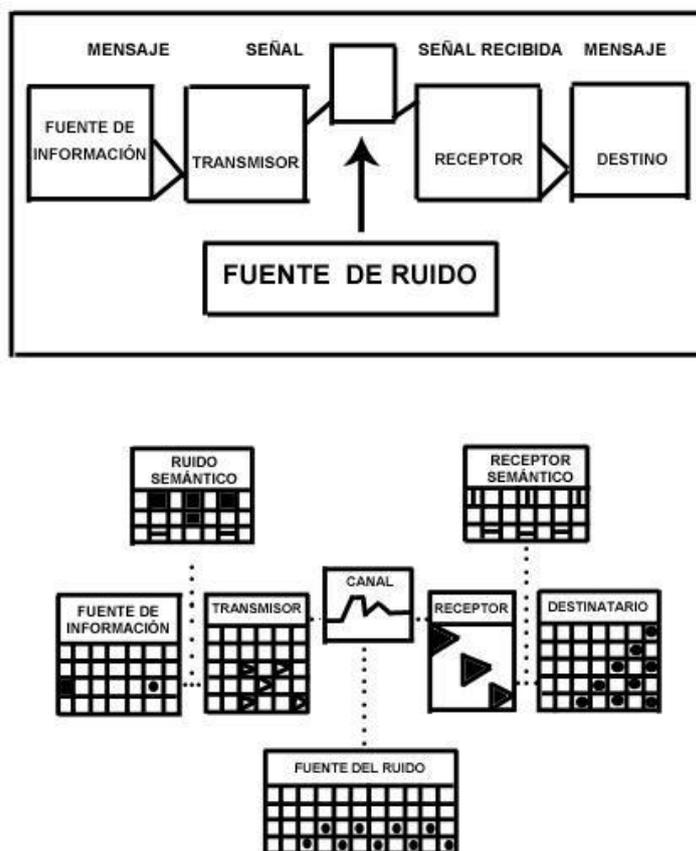


Figura 7. Modelos de comunicación humana. Modelo inicial Shannon y Weaver

Modelo definitivo Shannon y Weaver

Tomado de Cesar Galeano, 1997, p.22-24

Sin embargo es un modelo que encaja dentro de la teoría matemática de la comunicación más no de la humana ya que si hablamos de la cibernética como tal, el problema es netamente técnico convirtiéndose en un problema fundamental para los procesos de comunicación humana, y que iba a tomar relevancia con el tiempo, cuando las tecnologías se hayan apoderado del inconsciente colectivo de las masas. Es por esto que es de gran relevancia nombrar estos autores cuando se habla de la comunicación en masas y la relevancia que tuvieron en su primeros años e igual, siendo los entes reguladores del mensaje y por esto se aprovecharon de eso para codificar los

contenidos y mensajes de acuerdo a su interés como empresa. Es por esto que la mayoría de las investigaciones posteriores a la escuela de Frankfurt tomaron muchos de sus conceptos para plantear nuevamente diferentes aseveraciones con respecto al mensaje, al contenido y a la forma en que el mensaje se codifica y se transmite a través de una red, ya que durante ese proceso se puede desvirtuar y el receptor o el público va a captar un mensaje distinto al original por eso es importante hablar de Adorno y la escuela de Frankfurt.

3.3 Escuela de comunicación de Frankfurt

Ahora bien para poder entender y poner en práctica los conceptos de la comunicación ya antes mencionados va ser esencial centrarnos en la Escuela de Comunicación de Frankfurt que fue fundada en el año 1923 en el Instituto de Investigación Social alemán que abrazó abiertamente al marxismo y cuestionó frontalmente la comunicación en masas además buscaba rescatar la capacidad crítica del individuo y la tolerancia y el respeto entre los seres humanos ya que pueden ser manipulados fácilmente por las nuevas tendencias que gobiernan la sociedad, más conocidos como medios tradicionales que se administran como una corporación y son áreas que seducen al empresario ya relajan y alivian a las audiencias permitiendo que sueñen y vivan con un imaginario lleno de esperanza.

Uno de sus máximos representantes y pensadores del siglo XX sin duda fue Theodor W. Adorno y mencionaba lo siguiente: “Los medios de comunicación crean una cortina de humo que entorpece, conduciendo al mutismo de las audiencias con ausentes de sentido crítico. La industria cultural cuando se industrializa hace que el bien cultural se someta a las leyes del mercado que son la oferta y demanda” (ADORNO, 1970, p. 49). Donde la eficacia del producto dependerá directamente de lo que las audiencias quieran o puedan consumir, y a diferencia del cine, no será lo que el director quiera. Haciendo que la comunicación tome un giro sustancial desde su creación ya que termina

convirtiéndose en una mercancía o un producto de consumo masivo como resultado se puede obtener una buena o mala calidad en un producto.

Como es el caso de la mayoría de sitios web que brindan información sobre Mindo y sus atractivos pero que están tan concentradas en vender únicamente un servicio que se olvidan completamente el sentido por las que fueron creadas, que fue el de satisfacer las necesidades y requerimientos que los turistas que entren a sus páginas no solo encuentran información repetitiva que se puede encontrar en cualquier otra página sino que sean páginas con un tratamiento visual bien pensando en función al usuario, y es aquí cuando Mindo Eco Travel se diferencia de las demás páginas que brindan un servicio específico. Y nos remontamos a los conceptos de Theodor Adorno dentro de la industria cultural cuando se cuestionaba la siguiente interrogante ¿Qué se vende de forma más fácil: Un documental sobre la pobreza en niños de las calles o una película de acción con Sylvester Stallone?

De esta manera se puede observar que la industria cultural fue un tema de gran importancia no solo para la escuela de Frankfurt ya que fueron enfáticos en señalar que el producto cultural como consumo masivo entre el público en general, en vez de ayudar a construir sociedades más informadas y educadas, hacen que haya una disminución en el crecimiento intelectual de las audiencias que lo consumen, sino también que, para poder desarrollar un producto audiovisual – multimedia interactivo en el caso de la marca Mindo Eco Travel, hay que poner en práctica las teorías de Adorno para no desvirtuar el sentido crítico del mensaje y no llegar a ser únicamente un producto de consumo masivo que quiera vender un servicio como la mayoría de páginas que se encuentran en la web que hablan sobre Mindo, y tal y como se mencionaba anteriormente, perdiendo el sentido y la esencia por las que fueron creadas, sino más bien en base al desarrollo pensado en función del usuario, Mindo Eco Travel se convierta en un futuro cercano en un producto cultural que priorice el mensaje y el contenido en función a las necesidades y requerimientos de los usuarios que deseen visitar la parroquia.

3.3.1 La industria cultural y la cultura popular

Cuando se habla de industria cultural nos remontamos a los años cuarenta a la Escuela de Frankfurt y a sus principales exponentes, Adorno y Horkheimer, para de esta manera aclarar que la industria del entretenimiento no se concibió como una cultura de masas sino como una cultura que se enfocaba en las masas ya que dentro de la misma se comercializa elementos de la alta burguesía y elementos de la cultura popular, que vamos hablar más adelante, ahora bien recordando a Till Gerhard artista alemán con sede en Hamburgo cuando analiza la cultura popular y dice que la misma “Pone en ridículo a la alta cultura ya que centra su atención en lo que ésta niega a capa y espada, que es el placer y la diversión”. (SCHWEPPENHAUSER, 2011, p. 17) Sin embargo desde entonces la industria cultural se ha transformado significativamente, tal y como hace referencia Fredric Jameson crítico y teórico literario que ha alcanzado reconocimiento por su libro “El Postmodernismo o la Lógica Cultural del Capitalismo Avanzado” donde menciona lo siguiente:

“La cultura de masas multimedia y posmoderna está colonizando a las audiencias y a su inconsciente visual transformándolo en mercancía con funciones expresivas que transforman miedos y fantasías entre las personas, y para poder reprimir estos miedos hay que darles forma: solo así se puede hacer uso de ellos”. (JAMESON, 1990, p. 11)

Para poder entender mejor el mensaje que Jameson quiere transmitir se entiende como industria cultural a los medios que controlan las masas y por ende el imaginario colectivo de las audiencias genera necesidades mediante productos que pueden ser iguales entre sí pero que únicamente se han convertido en mercancías destinadas específicamente a una audiencia sedienta de entretenimiento. Y ese no es en absoluto el objetivo que busca el producto audiovisual – multimedia Mindo Eco Travel con sus diferentes elementos que lo conforman, ya que en este caso específico lo que se quiere promocionar el Mindo y su experiencia, mas no convertirse en una mercancía que quiera únicamente vender un servicio dentro de la misma. En su análisis

Gerhard cita a Hans Dieter König cuando hace una comparación en su libro llamado “La industria cultural autoritaria de la época y la industria cultural del presente, dicen lo siguiente:

“La industria cultural autoritaria idealizaba una imagen del ser humano basada en la represión de los instintos sexuales y agresivos como satisfacciones sustitutorias imaginarias que confrontaban la moral y por su parte la industria cultural se sustenta en el hecho de propagar modelos de vida consumistas”. (KONIG, 2005, p. 33)

Hoy en día se promete entretenimiento a nivel mundial al igual que aburrimiento y falta de contenido, porque únicamente se puede emitir anuncios, haciendo que los espectadores, oyentes o usuarios en el caso del internet apagarían sus equipos móviles o de escritorio, por no encontrar un contenido acorde a sus necesidades, es por esto debería existir más productos como Mindo Eco Travel en donde el contenido sea mucho más relevante contra los anuncios publicitarios y que el costo de la inversión sea el menor posible y aplique tanto en radio, televisión como en la web. Dentro de este contexto es imprescindible no mencionar a John Fiske y su libro la “Cultura popular” donde habla sobre estas grandes empresas que manejan los medios de comunicación masivos las cuales construyen su público abasteciéndolo con mercancías estandarizadas en prensa, televisión e internet; para su satisfacción momentánea como por ejemplo, el estereotipo “perfecto” del hombre y la mujer.

Por lo tanto hay que reconocer el papel de Fiske dentro de la industria cultural y lo que contribuyó para que se pueda lograr entender de una mejor manera ciertos términos y teorías como por ejemplo cuando dice que:

“La pseudo-comunicación de las redes sociales reduce la capacidad del usuario de escoger entre un me gusta y no me gusta reteniendo el modo de elegir y de pensar del usuario. En la televisión en cambio el sentido se remite a una competición establecida como un juego fascinante que

confirma la ideología que al final vencen los más guapos o los mejores”.
(FISKE, 1999, p. 21)

Esto quiere decir que el individuo tiene que asustarse del fracaso y disfrutar cuando alguien sufre o es maltratado, siendo el entretenimiento una muestra clara de cuáles son las necesidades de los televidentes. Ahora bien no se puede hablar de industria cultural sino se habla de la cultura popular respectivamente sin que tenga una vida social, esto va directamente relacionado con la condición humana. Y al mencionar estos conceptos es importante hablar de la comunicación de masas y es aquí donde el destacado investigador y sociólogo de los efectos sociales de los medios de comunicación en las audiencias Joseph Thomas Klapper el cual menciona en su famoso libro llamado “Los Efectos de la Comunicación de Masas” siendo la obra más completa entre los trabajos de empíricos de los años cincuenta y sesenta, entregando un brillante hacia la investigación disponible hasta el momento.

“La comunicación debe actuar de tal manera que la convierten en un actor de cooperación más que de cambio. de esta manera los contenidos de los medios no lleguen a tener un impacto social negativo en los usuarios sino más bien sean de carácter informativo y educativo.”,
(KLAPPER, 1974, p. 123)

Hay que tener siempre un cuidado minucioso con el contenido que se quiere transmitir ya que al no ser un producto pensado para la televisión sino para el internet, el tratamiento visual y el contenido del documental que va a ir dentro de la página web tiene que ser pensado para fortalecer la página y así, de esta forma el mensaje pueda llegar con mayor claridad. Es por esto que se eligió desarrollar dos documentales informativos que sean de soporte para el contenido de la página, llegando a tener la misma importancia que el resto de contenido que ofrece el producto audiovisual multimedia, y sea de esta manera como los dos productos en conjuntos se consoliden para brindar al usuario una experiencia diferente, visualmente atractiva y que no venda en ningún momento un producto sino más bien el producto sea Mindo con todos sus

atractivos y servicios que puede ofrecer a los turistas. De esta manera para la presente investigación se decidió tomar los conceptos de la industria cultural y de la cultura popular para desarrollar una propuesta audiovisual – multimedia coherente y de carácter informativo que cree consciencia entre los usuarios que visitan la página ya que como se ha manifestado anteriormente el manejo del mensaje y el uso adecuado y equilibrado de los contenidos es imprescindible tener en cuenta para el desarrollo de una página web ya que gracias a la industria cultural con el tiempo la narrativa y su forma de representación ha adoptado diferentes tipos de formatos dentro del cine la televisión y últimamente el internet es por esto que si se sabe utilizar de manera correcta las herramientas que se tiene a mano se puede desarrollar un producto cultural profesional y que llene las expectativas del usuario o del televidente.

3.4 Comunicación para una propuesta corporativa

Cuando se busca un nombre que defina el concepto de comunicación entre empresas y corporaciones no es un atarea sencilla, ya que se tiene a la mano un amplio abanico de conceptos que la definen, centrándonos en el origen de la donde se formularán tres interrogantes según el comunicador Benito Castro en su libro “El Auge de la Comunicación Corporativa”. “Cómo nos vamos a llamar realmente, qué es lo que vamos hacer como marca en el caso de Mindo Eco Travel y cual va ser la utilidad de este producto audiovisual - multimedia dentro del diverso universo de la comunicación”. (CASTRO, 2007, pp. 10) Siendo en la actualidad una herramienta indispensable para la creación de una empresa u organización.

El nombre Comunicación Corporativa actuará como un paraguas bajo el que se van a resguardar acciones que tienen sus propias singularidades: actos de relaciones públicas, relaciones con los medios, comunicación financiera, desarrollo de la identidad corporativa, comunicación de crisis, etc. Para entender un poco mejor este concepto es imprescindible saber que lleva consigo la palabra Comunicación pero que esta palabra sola había que

encontrarle un apellido como por ejemplo se lo ha hecho para nombres como comunicación audiovisual, comunicación televisiva, comunicación escrita, comunicación televisiva, comunicación interpersonal. Y al tener que ponerle un apellido ese fue Corporativa, como lo menciona Benito Castro, “Si lo pensamos, podemos llegar a considerar como corporación a una empresa, una institución pública o privada, una ONG, un sindicato, al Ejército, etc. Y se divide en dos: Comunicación Interna y Comunicación Externa”. (CASTRO, 2007, p. 16) la comunicación interna opera en base al desarrollo ideas y conceptos cualitativos que definen cualquier empresa o en este caso la marca Mindo Eco Travel y en cambio la Comunicación Externa es la que se encarga de manejar la imagen de la empresa y que es lo que se quiere ofrecer a la sociedad al consumidor en este caso los turistas que quieren visitar Mindo y necesitan tener información real, corta, eficaz, dinámica y visualmente atractiva para de esta forma cumplir el objetivo por las que fueron creadas, que es el de ayudar a conseguir los niveles de rentabilidad concebidos desde el inicio de la propuesta.

De esta manera la palabra corporativa lo que propone es transmitir una idea clara y concisa, de cómo se pueden lograr los objetivos trabajando siempre en equipo y siendo también un punto de referencia para guía de consulta legítima en caso de que suceda algún problema o llegue a existir la duda. La Comunicación Corporativa según Benito Castro es “Hoy en día ese instrumento capaz de lograr un valor añadido que diferencie a la empresa dentro de su entorno competitivo. La cuestión es que, si se desarrolla adecuadamente la tarea asignada, hará que la empresa funcione de una mejor manera y logre más fácilmente sus objetivos iniciales” (CASTRO, 2007, p. 17) siendo la Comunicación Corporativa esa herramienta que va a otorgar ese toque de calidad primordial para poder conseguir esa superioridad ante otras marcas y que sobre se diferencie de los demás páginas que brindan servicios en la parroquia de Mindo.

Se entiende que es sumamente importante hablar de una comunicación corporativa dentro de lo que se refiere a la marca Mindo Eco Travel ya que en

estos días es un instrumento estratégicamente esencial para poder darle un valor agregado a la marca y de esta forma se diferencie del resto de páginas web que hablan y promocionan Mindo. El punto aquí, es que, si se desarrolla un producto audiovisual - multimedia de forma adecuada, vamos a poder contribuir a que nuestro sitio web multimedia interactivo funcione de manera correcta y logrando los objetivos que se propuso que hablan de rentabilidad y sostenibilidad. Es por estas razones que la comunicación corporativa es ese instrumento que necesita cualquier empresa o producto para así obtener ese toque de calidad que le permita alcanzar esa superioridad que diferenciará a Mindo Eco Travel de las demás páginas web.

3.4.1 Planificación estrategias que van apoyar el producto

Es en este preciso momento cuando se empieza a planificar el producto en todas sus formas se le da un sentido para el manejo adecuado de los contenidos al igual que la gráfica y los dos documentales que van a ir dentro del producto audiovisual – multimedia por eso primero hay que entender que la planificación de estrategias debe ser un tarea en conjunto que involucre a todas las personas involucradas en el proyecto, siendo que un plan creativo tenga sus inicios en una simple hoja de papel o lluvia de ideas, la importancia de planificar correctamente tiene que ser simple, dinámica y visualmente atractiva y de esta manera pueda brindar y transmitir el contenido por la que fue creada identificando de entrada los principales problemas que se van a tener que resolver durante el diseño y el armado.

De acuerdo a Samuel Luescher (LUESCHER, 2010, p.28) la planificación bien hecha “Garantiza un sistema flexible, dinámico y fiable que ordenará el desarrollo del producto de una manera ágil y bien estructurada y la dividiremos en: Entender el problema, Desarrollar un plan, Ponerlo en marcha para luego poder mirar atrás y poder mejorar aún más”. Es importante entender porque se creó Mindo Eco Travel ya que se debe tener bien claro lo que se busca con la creación de una página web interactiva y para esto es indispensable identificar la audiencia a la que va dirigido el contenido y la página, la página web Mindo

Eco Travel no es una página personal que habla sobre uno mismo sino es más bien una página que busca ayudar a los turistas encuentren lo que estaban buscando”. y que pueda sobre todo transmitir que en Mindo se puede practicar turismo de deporte y aventura al igual que el ecológico sin afectar el medio ambiente y el bosque protector Mindo – Nambillo.

Y es en esta etapa de la planificación cuando se crean y se ejecutan los contenidos a los que nos vamos a enfocar siempre con la idea de crear un producto de profesional y de calidad, donde todos los elementos escritos y visuales se encuentre ubicados de una forma armónica que como se ha repetido en varias ocasiones se convierta en un producto visualmente atractivo para los usuarios que lo visitan, siempre revisando todos los detalles y lo que se busca con esto es obtener un productos audiovisual - multimedia de calidad por eso es imposible darse el lujo de pasar por alto algún detalle en esta etapa del proceso de planificación. No se podría conseguir nada si el mensaje no tuviera un medio por donde va ser transmitido y debemos encontrar entra varias opciones y diversas plataformas cual va ser el medio que vamos a utilizar y que se adapte de la mejor manera nuestros requerimientos y posibilidades. Para la página Mindo Eco Travel se escogió a la plataforma Wix para su desarrollo, vendría a ser el soporte que se necesita para poder establecer una comunicación 2.0 que se refiere a las redes sociales y su uso, ya que su interfaz y como su plataforma se ajusta a diferentes receptores móviles en la que se pueda colocar audio y video la hacen la plataforma ideal para que el usuario pueda navegar rápidamente desde cualquier dispositivo encontrando de manera ágil y rápida la información y contenido que está buscando.

1. **WIX:** Wix te ofrece crear una página web visualmente atractiva de forma sencilla con un resultado impactante. Wix aloja a más de 26 millones de webs en su plataforma y se registra más de 30.000 usuarios diarios. Es por esta razón y las facilidades en el manejo de la interfaz, la vinculación de elementos gráficos en la misma, la versatilidad que te ofrece para

cambiar la plantilla predeterminada y el gran abanico de posibilidades que te ofrece para manejar los contenidos hicieron que Mindo Eco Travel utilice esta plataforma para desarrollar el producto audiovisual – multimedia.

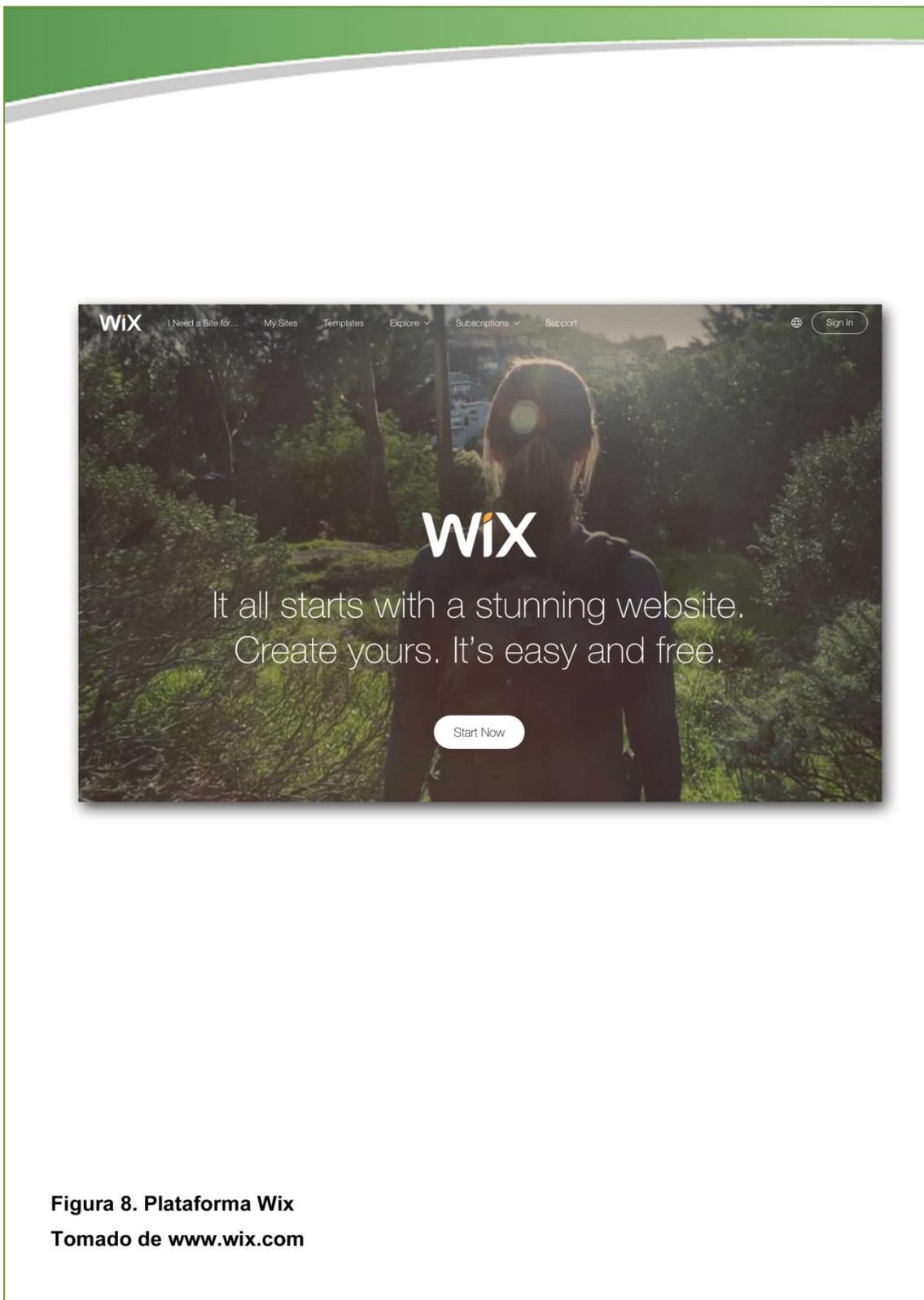


Figura 8. Plataforma Wix
Tomado de www.wix.com

2. **Medios 2.0:** Actualmente es imposible no poder hablar de las redes sociales y su influencia en el mundo de la comunicación ya que hoy en día los seres humanos viven atados día y noche a un dispositivo electrónico es por esto que el beneficio que va a brindar a la página web Mindo Eco Travel va ser invaluable ya que la forma que ha creado tendencia ha conseguido que hoy en día se cada vez mayor el número de usuarios que ocupa este tipo de plataformas que brindan la oportunidad al usuario de generar contenidos a través de contactos permitiendo que se pueda compartir de manera más rápida y ágil el contenido que se quiere mostrar y puede relacionarse con personas, grupos o entidades que practiquen el mismo tipo de turismo.

Y se va hacer uso de cuatro medios que serán de gran utilidad para tener un alcance mayor y que la página pueda ser más reconocida a nivel nacional e internacional. El primero es la red social más conocida a nivel mundial y por su gran cantidad de usuarios y entidades que forman parte de ella se decidió crear un fan page dentro de Facebook, para que de esta forma el proyecto como tal pueda ser visto y aceptado por un público mucho más extenso.

Al igual que Facebook no se puede no dejar de hablar de Twitter que funciona de una manera distinta en su manera de operar y generar contenido ya que por este medio es más fácil estar al tanto de noticias que pasan en ese preciso instante y puedas compartirla o informarte de ella por eso Twitter es una herramienta súper útil para hacer conocer nuestra página alrededor del mundo ya que la mayoría de organizaciones o empresas tienen una cuenta de Twitter.



Figura 9. Plataforma Facebook

Tomado de <https://www.facebook.com/MindoEcoTravel/>

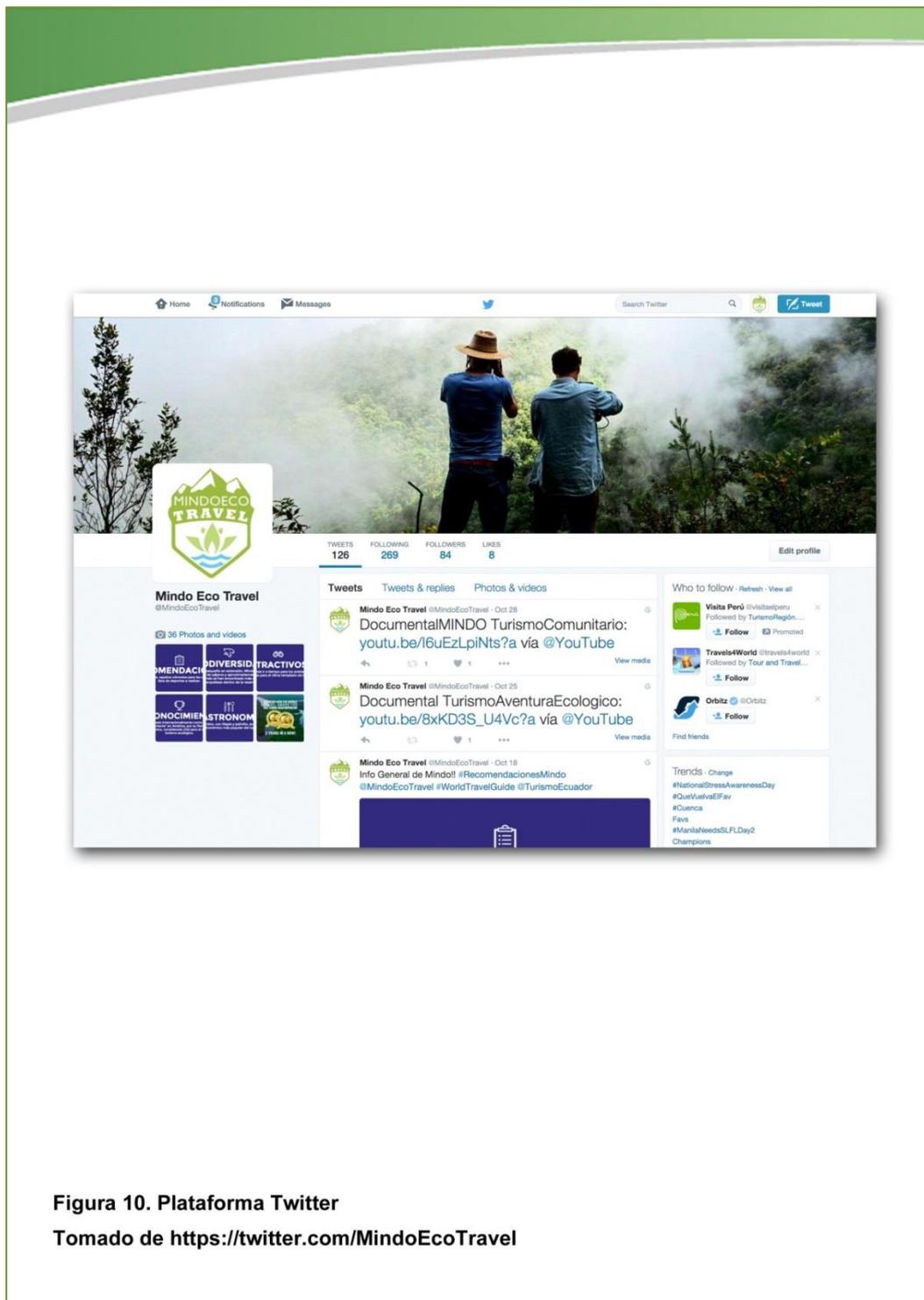


Figura 10. Plataforma Twitter

Tomado de <https://twitter.com/MindoEcoTravel>

No se podría difundir los dos documentales de una mejor manera que creando un canal dentro de la plataforma de Youtube para que de esta manera la gente que quiera conocer Mindo ya sea por curiosidad porque quiere conocer más de la parroquia en el canal de Youtube *Mindo Eco Travel* se podrá obtener los dos

documentales informativos en formato HD para que los usuarios puedan vivir la experiencia de otra manera y de calidad.

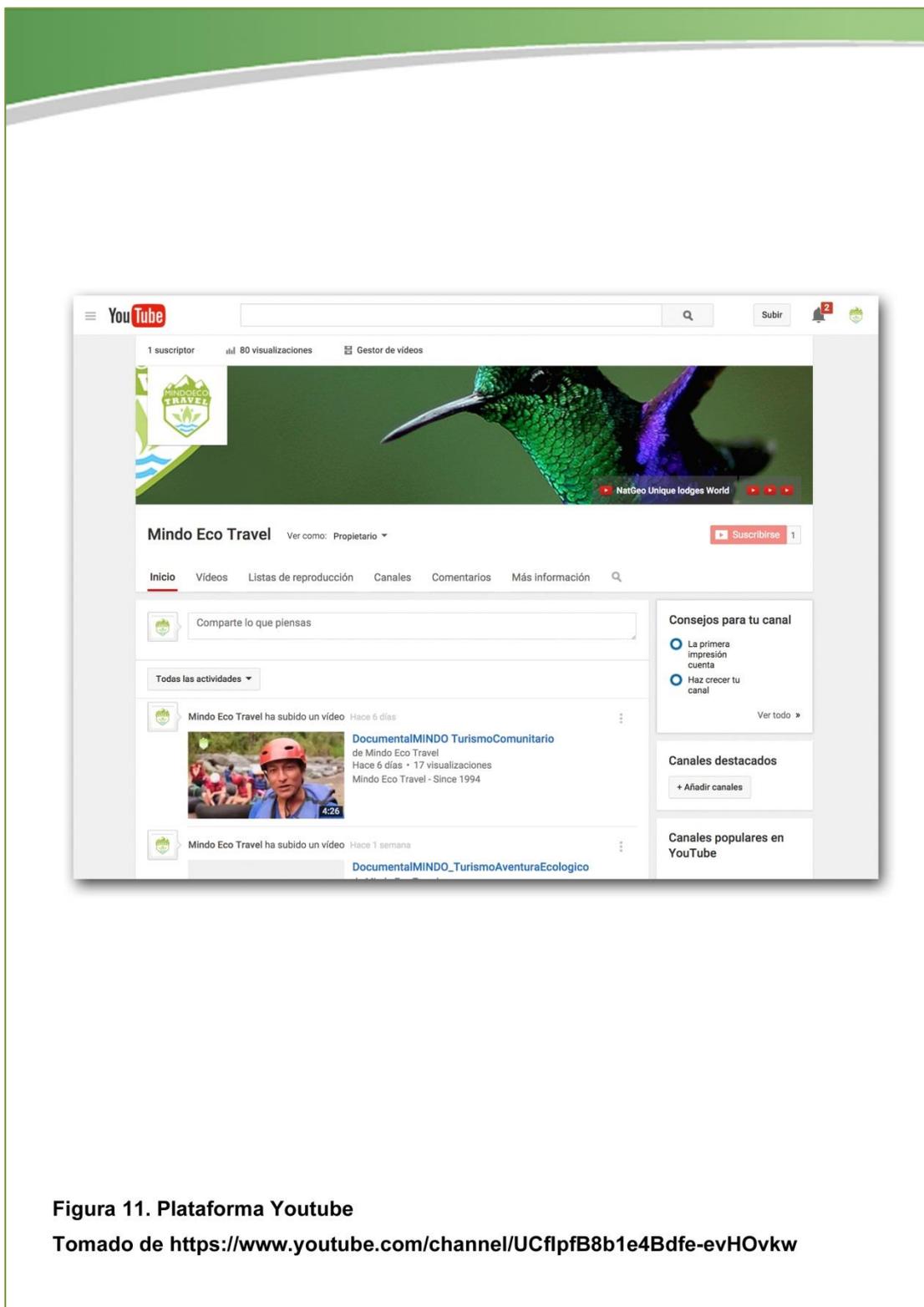


Figura 11. Plataforma Youtube

Tomado de <https://www.youtube.com/channel/UCflpfB8b1e4Bdfe-evHOvkW>

Por último se ha tomado también en cuenta a las plataformas de Google+ y de Pinterest que funcionarán de una manera más pasiva que las anteriores haciendo que los usuarios pueden llevarse cada fotografía que Mindo Eco Travel comparte para los usuarios y turistas que deseen llevarse un recuerdo diferente y de calidad.

3.4.2 Imagen corporativa

Una vez planificada la propuesta corporativa para poder comunicar de una manera más a eficiente y posicionarle de igual forma a la página Mindo Eco Travel se tiene que diseñar la arquitectura de los contenidos que van a ir dentro de la página web, pero antes hay que vestirle a la marca diseñando una estética que vaya acorde con los objetivos de la empresa o de la marca y a esto se lo denomina según Andy Pratt (PRATT, 2013, p.146) “Branding, y vendría a ser la imagen o identidad corporativa de una empresa que está formada por varios elementos de diseño como el logotipo o el contenido visual que permiten a los usuarios identificar un producto de una empresa”. Y esto hace que se facilite su localización dentro de la gran cantidad de páginas web que brindan un servicio de Mindo y de esta forma se diferencie de las demás por su calidad visual y su contenido.

Pero hay que tener muy en cuenta que en estos días el nivel de calidad que los consumidores solicitan es sumamente alto haciendo que la idea corporativa que debe tener en este caso Mindo Eco Travel como marca no solo sea visual. Haciendo referencia a lo que dice Pratt (PRATT, 2013, p.146) “El Branding es utilizado como estrategia para formar ese vínculo emocional entre el usuario el producto o la empresa, en otras palabras una marca no solo es capaz de crear un vínculo con los usuarios sino también transmite promesas”. Por eso es indispensable que se le diera no solo de vestir a la marca sino también que posea una identidad propia ya que la marca de un producto debe ser divertida, dinámica, sofisticada, profesional, etc. Haciendo que las marcas que representan a un producto específico provoquen respuestas emocionales como por ejemplo Mindo Eco Travel que en base a sus dos documentales

informativos pretende que los turistas se emocionen solo con poder ver los videos acompañados de audio, y de un lenguaje gráfico como lo son las fuentes, las ilustraciones y el diseño en conjunto.

Cuando al fin puedan todos estos elementos unirse en conjunto, sumado a las sensaciones que genera la marca en los turistas que la visitan se podrá determinar la personalidad adecuada para el sitio web interactivo.

3.4.3 Comunicación y responsabilidad social

La responsabilidad social es un modelo de gestión y hoy por hoy la mejor forma de concebir y desarrollar bien una propuesta de marca o de negocio. La responsabilidad es sinónimo de desarrollo sostenible, de igual manera la de poder tener una buena relación con tus empleados o grupos de interés como son los lodges en la parroquia de Mindo, ya que cada vez se escucha más el término de responsabilidad social no sólo en las medianas y grandes empresas sino también en las pequeñas como es el caso de Mindo Eco Travel, pues la gestión sostenible y responsable de los establecimientos está dejando de verse tan solo como una moda pasajera y más bien ser una manera de hacer bien las cosas beneficiando a todos los actores del turismo.

Según Juliana Ramírez (RAMÍREZ, 2013, p.56) investigadora y maestra de la Universidad de Lima “La misión que cumple la responsabilidad social dentro de una empresa va asegurar tener buenas relaciones con su entorno, además de una buena comunicación con los grupos de interés y a su vez mejorará la creación de mejores productos”. Pero siempre y cuando ésta, sea concebida para informar y transmitir un contenido adecuado que involucre al usuario al emisor y al receptor. Bajo esta visión se puede aseverar que la misión que cumple la responsabilidad social en una marca como Mindo Eco Travel solo es viable si se tiene una correcta comunicación y difusión, que muestre como todos los involucrados se comprometen a ser miembros activos de una práctica turística sostenible dentro de la parroquia de Mindo.

3.6 Comunicación Digital

La Comunicación Digital desde el boom de la década de los noventa, cambiando el tema de discusión por diferentes comunicadores, ya sea en cursos, talleres para que los académicos, estudiantes o la prensa tengan conocimiento sobre el tema y se cree una sociedad más informada y educada en lo que se refiere a uso del internet.

Reafirmando lo que menciona Jesús Martín Barbero, el exponente más representativo de esa generación “No han sido sólo las restricciones del modelo hegemónico las que nos han obligado a cambiar paradigmas sino han sido los hechos y los procesos sociales de América Latina los que han cambiado los objetos de estudio de los investigadores”. (BARBERO, 1987, p.34) Sin embargo este es un campo que compete a los comunicadores audiovisuales siendo muy ajeno al comunicador que ocupa su tiempo manipulando información o distribuyéndola. Y si algo nos ha enseñado la industria cultural, la cultura popular y la comunicación digital es que la sociedad, la cultura y la tecnología hoy en día van de la mano. Según Pascual Alberich en su libro “Comunicación Audiovisual Digital, Nuevos Medios, Nuevos Usos, Nuevas Formas” el avance apresurado de los medios digitales y la tecnología en el mundo de la comunicación han hecho que no se puedan sentar bases metodológicas o criterios canónicos acerca del tema es por esto que se tomará varias citas de autores que hablan acerca de la comunicación digital como por ejemplo el mismo Pascual que menciona lo siguiente:

“La producción de las aplicaciones y sistemas de comunicación audiovisual digital viven actualmente una fase de investigación de sus posibilidades y alcance. Pese a la incertidumbre de la tradición literaria impresa, la reciente década de creación y producción de aplicaciones multimedia no ha permitido sentar en absoluto bases metodológicas ni pautas y/o criterios comunes canónicos”. (ALBERICH, 2005, p.65)

De aquí la importancia de mencionar a la comunicación digital, proveniente de la comunicación tradicional o social pero destinada a toda persona que pueda usar una computadora o dispositivo móvil, como por ejemplo el comerciante que quiere vender su producto o el activista que quiere apoyar a una buena causa o en nuestro caso al turista que quiere compartir sus experiencias y quiere tener una respuesta por alguna duda del lugar al que quiere visitar. Según Fernando Núñez Noda, al igual que la comunicación tradicional el esquema digital de comunicación contiene el mismo escenario los mismos factores pero acompañados de unos cuantos más. (NÚÑEZ, 2005) Pero la población hablando en general no solo hablando de los comunicadores está preparada para el traslado digital de la información y de qué manera podrán manejar los contenidos y las nuevas formas de narrativa sin antes entender de forma correcta el uso apropiado de la web para lograr transmitir un mensaje?

Es por esto que los medios tradicionales de comunicación están dentro de un proceso de reestructuración por no decir de refundación, ya que el avance a pasos agigantados de la comunicación y a su vez de las nuevas tecnologías de información, han abierto un universo de nuevas formas de comunicar, frente al estado limitado de contenidos que ofrecen los medios de comunicación tradicionales, siendo necesario estudiar y plantear nuevas pautas para su comprensión.

Por lo tanto como lo plantearía Fernando Núñez. “Qué pasa, cuando un estudiante, una secretaria o un abogado tienen que comunicar un mensaje a menores o grandes audiencias? Técnicamente pueden hacerlo pero los usuarios no dejarán de remitir cadenas, presentaciones, cualquier tipo de archivo con virus o sin él”. (NÚÑEZ, 2005, p.43) Hoy en día cada cibernauta es un comunicador potencial y la mayoría lo practica sin, criterio y metodología. Ahora bien al hablar de lo digital hablamos de tecnología y como lo plantea Carlos Scolari en su libro “Hipermediaciones, Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva” donde dice que “Las nuevas tecnologías y los medios son más que meros instrumentos o máquinas ya que mediante la tecnología a través de estas máquinas o artefactos digitales circula gran cantidad de contenido cultural, por tanto, todas las tecnologías digitales de la

comunicación son cognitivas, por la manera que transforman nuestra percepción del mundo”. (SCOLARI, 2008, p.18) Sumándose hoy en día el internet que tiene la capacidad de reprogramar a los usuarios por la manera en la que nos dejan y no nos dejan hacer interactuar dentro de cualquier contenido digital. Y no se puede dejar de hablar de los medios digitales sin antes mencionar y entender la obra de Martín Barbero donde haciendo síntesis de uno de sus conceptos se puede rescatar lo siguiente:

“La comunicación no puede sino configurarse en el marco de la sociedad en la que se desenvuelve siendo parte también de los procesos sociales y su relación directa entre ambas partes donde las audiencias, al entender que ellas no toman todo lo que se dice en los medios al pie de la letra, interpretan los contenidos de acuerdo a sus propios contextos y puntos de vista”. (BARBERO, 1987, p.36)

En conclusión reconociendo el papel que cumple Jesús Martín Barbero especializado en la cultura de los medios de comunicación y que en el año 1975 fundó la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del valle, no solo para la rama de la comunicación sino para otras tales como la sociología, antropología, artes etc.

Puesto que, no solo ve el punto fatalista de la industria cultural, popular o de la comunicación masiva sino que analiza las fisuras que hay en ellas y la forma en que la mayoría de sus mensajes son entendidos por las masas o en este caso la audiencia de manera distinta a la forma como se concibieron en un inicio y reafirmando lo que dice Néstor García Canclini en su reseña acerca del libro de Barbero cuando separa su investigación sobre las culturas populares y artísticas en industria, comunicación y consumo.

Por lo tanto la industria cultural “Se la estudia como órgano de desorganización y reorganización de una experiencia transitoria como son las migraciones sociales y las fragmentaciones culturales de la vida urbana: cultura de élite o

cultura popular siéndola que designa los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura”. (CANCLINI, 1991, p.9) Y es aquí cuando Canclini en su libro sobre “cultura híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad” menciona a la comunicación digital como la creadora de nuevos formatos, nuevos tipos de recepción, nuevas formas de sensibilidad y apropiación dentro de su público, pero para que se pueda plantear y concebir de otra manera considera que “las luchas que se producen entre la cultura y el poder, entre la lógica del mercado y la producción, entre la modernización y la democratización, no son más que los medios constituyendo lo público e integrando un imaginario urbano o la televisión sustituyendo la teatralidad callejera y como las nuevas tecnologías desmaterializan y descontextualizan sus contenidos proponiendo discontinuidad como hábito dominante”. (CANCLINI,1991, p.9)

Es aquí cuando los conceptos de Canclini tienen mucho que ver con la presente propuesta ya que no podemos hablar de un producto audiovisual – multimedia que funcione en base a una plataforma digital que no trabaje con nuevos formatos de narración y que no busque sensibilizar a los usuarios que lo visitan, estaría yéndose en contra de sus propios principios donde dice que los productos hoy en día no son más que mercancías que únicamente crean un imaginario urbano entre sus público.

Para cerrar con una idea general acerca de la comunicación digital y es que los medios de comunicación en sus inicios desde la escuela de Frankfurt fueron considerados como instrumentos para informar a las masas mediante canales que transmitían información que con el tiempo en el mundo y en América Latina se transformaron en medios comunicativos culturales y populares que no solo actuaban como instrumentos para comunicar un mensaje sino con el desarrollo de la tecnología la comunicación tuvo que reinventarse para dar paso a la comunicación digital. Lo que García Canclini (CANCLINI, 1999, p. 13) propone en su libro “culturas híbridas” sobre los estudios culturales es rediseñar las disciplinas como la sociología, economía, antropología y moviendo el piso en

que se asientan los términos sacudiendo los rutinas y los hábitos de la investigación.

Por lo tanto a la comunicación digital no sólo propone nuevas estrategias de investigación, sino que también examina nuevos modos de concebir y plantear la lucha diaria que existe entre el poder y la cultura, y la lógica de mercado, entre las sociedades modernas y otras del tercer mundo.

3.6.1 Modelos de comunicación digital

Ya se ha convertido repetitivo afirmar que los medios de comunicación, atraviesan un cambio rotundo. La llegada de las nuevas tecnologías ha tenido un profundo efecto en los sistemas y procesos tradicionales del periodismo, a los que los medios estaban acostumbrados hasta finales del siglo XX.

Pero es aquí cuando autores de la talla de Ramón Salaverría han hallado mejoras profesionales en ciertos aspectos de su trabajo investigativo, ya que “Gracias a las nuevas tecnologías, que además de multiplicar el abanico de fuentes, han aligerado ciertas labores mecánicas que antaño lastraban su quehacer informativo cotidiano. Especialmente el internet, ha traído consigo un enriquecimiento en los lenguajes informativos, en las modalidades de relación con el público, y su temporalidad de la actividad periodística”. (SALAVAERRÍA, 2008, p. 13) Es por esto que el impacto de las tecnologías digitales y las estrategias empresariales orientadas a la maximización de la productividad, han traído consigo en los últimos años el desarrollo de múltiples modelos de comunicación digital, planteando definir este concepto como “multiplataforma” en el plano tecnológico y “multimedia” en el ámbito de los contenidos.

3.7 Contexto de los new media

Dentro de la comunicación digital, conceptos como, formas de la cultura audiovisual digital, nuevos medios de comunicación, new media, TIC, son tratados por investigadores que quieren estructurar un escenario que cada día

crece más donde domina una intensa relación entre formas audiovisuales emergentes como por ejemplo los dispositivos móviles, o la transformación del cine y la televisión.

Estimulando de esta forma ciertas disciplinas como la ciencias sociales, la narrativa, el diseño, la antropología, la tecnología, la estética, entre otras. Se cree necesario hablar de los new media, expresión utilizada frecuentemente en la rama audiovisual, más allá de las limitaciones relacionadas con este término. Es así como Pascual Alberich en su libro "Comunicación Audiovisual Digital afirma que "dentro del concepto "media" el conjunto de medios tecnológicos y productivos, así como las formas de expresión y comunicación audiovisual dentro y fuera de la industria". (ALBERICH, 2005, p.72). Porque es de utilidad para la presente investigación construir un marco apropiado para entender el contexto. "Hablar de "nuevos media", por tanto, hace referencia fundamentalmente a un nuevo contexto de interrelación y no debe ser entendido necesariamente como sinónimo de "media específicamente nuevos".

Sin duda, uno de los objetivos de los investigadores en el ámbito de los new media consiste en identificar las características propias y las potencialidades de los medios nuevos de la actualidad (que se traducen en nuevas aplicaciones tecnológicas, nuevas formas de comunicación, nuevas formas de negocio, nuevas formas estéticas, nuevas formas de expresión cultural y de interacción social)". (ALBERICH, 2005, p.74) De esta forma existen diferentes maneras de entender los procesos de cambio que atraviesa la era de las comunicaciones, en función de los diferentes conceptos teóricos y corrientes se entienda que, unos investigadores están interesado en las formas culturales audiovisuales, otros en los procesos de creación, producción y difusión, otros la relación entre las nuevas tecnologías, los media y la sociedad, y así se podría mencionar muchos más relacionados a la comunicación digital.

Por esta razón el presente producto audiovisual – multimedia entra dentro de este contexto ya que tiene y está conformado por todos elementos necesarios para poder brindar al usuario una experiencia diferente, donde no solo pueda

encontrar contenidos acorde a sus necesidades y requerimientos sino que sea una herramienta que permita al usuario obtener la información que busca y aprender un poco más acerca del turismo sostenible en el Ecuador, otra razón para decir que es un producto new media es que cuenta con contenidos visuales de gran calidad y que además de aportar a la página, repotencian la experiencia que puede vivir el usuario con tan solo navegar por la misma, ya que podrá interactuar con el contenido gráfico y escrito de las principales páginas de turismo a nivel mundial junto a que podrá interactuar dejando su comentario si es que lo desea, o dejando un me gusta en el fan page de Facebook o podrá además de visualizar el contenido compartido en Twitter podrá seguir la página al igual que si desean visualizar los documentales en formato HD lo podrán hacer sin ningún problema en el canal de Youtube Mindo Eco Travel. Gracias a todas estas ventajas que ofrece la página se la consolida como un producto new media que estará al alcance de los turistas y los usuarios que necesitan o busquen información dentro de ella.

4. CAPÍTULO IV PROPUESTA MULTIMEDIA

4.1 La marca

Al momento de empezar a desarrollar la propuesta audiovisual – multimedia se tiene que considerar que para crear una página web se debe crear un logo una marca, ya que estos son los principios básicos de una propuesta. Y para que una marca llegue a tener una identidad propia la propuesta de valor debe ser clara y concisa partiendo de mensajes básicos que hablen por si solos de lo que se trata la marca. Por lo tanto a continuación se definirá cual es el propósito de la marca Mindo Eco Travel como tal ya que la misma fue creada con el fin de educar e informar a todo aquel que visite la página con la necesidad de encontrar información valiosa acerca de Mindo y la práctica de un turismo sostenible en la parroquia.

- Somos una marca que busca crear consciencia mediante información que beneficie a los turistas, haciendo un mundo mejor gracias a la práctica del turismo sostenible
- Somos una marca que quiere difundir conocimiento en base al slogan vive la experiencia a plenitud, vive sostenible, siendo un beneficio no solo para los turistas sino también para los dueños de los lodges
- Somos una marca que en base el uso del internet como instrumento digital tratemos de potenciar a Mindo
- Somos una marca fundada exclusivamente con el propósito de ayudar y concienciar a todo turista local y extranjero que quiera visitar Mindo

Bajo estos parámetros la marca fue creada para que de una u otra manera beneficie a los turistas locales y extranjeros, siendo una herramienta que sirva para difundir información y conceptos que permita promocionarse como marca personal del turismo sostenible en Mindo.

Cuando se habla de la marca hay que hablar de su producto final que es una página web que sirva para crear consciencia acerca del turismo sostenible en Mindo mediante un contenido acertado, utilizando herramientas como el documental multimedia interactivo, Caso: Turistas locales y extranjeros.

4.1.1 Personalidad de la marca

Cuando se habla de personalidad de la marca se define únicamente en pocas palabras las siguientes características principales:

- Responsable
- Consciente
- Informativa
- Dinámica
- Profesional
- Metódica
- Eficiente

De esta manera podemos tener de forma rápida ciertas cualidades de la marca que será reflejada en el diseño de la misma y en el slogan que la acompañara siempre.

4.1.2 Nombre de la marca

Al momento de definir el nombre y por ende el nombre o logo de la página web se tomó en cuenta la propuesta de valor para continuar con la creación de la marca. La cual fue creada con el objetivo de que los turistas locales y extranjeros se vean beneficiados con su creación y su principal objetivo es el de promover y difundir conceptos de sostenibilidad dentro de la parroquia de Mindo permitiendo que la marca se promocione dentro de las páginas que brindan información acerca de sus atractivos y acomodamiento, de esta manera intenta brindar toda el contenido necesario para que los turistas encuentren lo que buscan dentro de la misma. Como el grupo objetivo está

bien definido, y al que se tiene claro que se debe brindar información de relevancia acorde a sus necesidades haciendo que la marca se promocióne dentro de sus páginas similares, es por esto que el “brainstorming” se lo manejo bajo dos aspectos fundamentales, por un lado está el concepto de promocionar a la marca frente al mercado actual y por otro lado está el concepto de la marca personal como tal y su características principales, a continuación un repaso de las posibles opciones para el nombre de la marca:

- Mindo vive la experiencia a plenitud, vive sostenible
- Mindo y el turismo sostenible
- Mindo Travel and Sustainable
- Mindo Eco Travel
- Mindo Unique Lodges

Al momento de crear el nombre de la marca bajo la técnica de brainstorming se puede apreciar que la mayoría de sus opciones se las manejo en el idioma inglés, ya que Mindo es reconocido alrededor del mundo por su flora y su fauna y la afluencia de turistas del extranjero es bastante alta entonces se vio la necesidad de crear un nombre que sea más funcional y más universal.

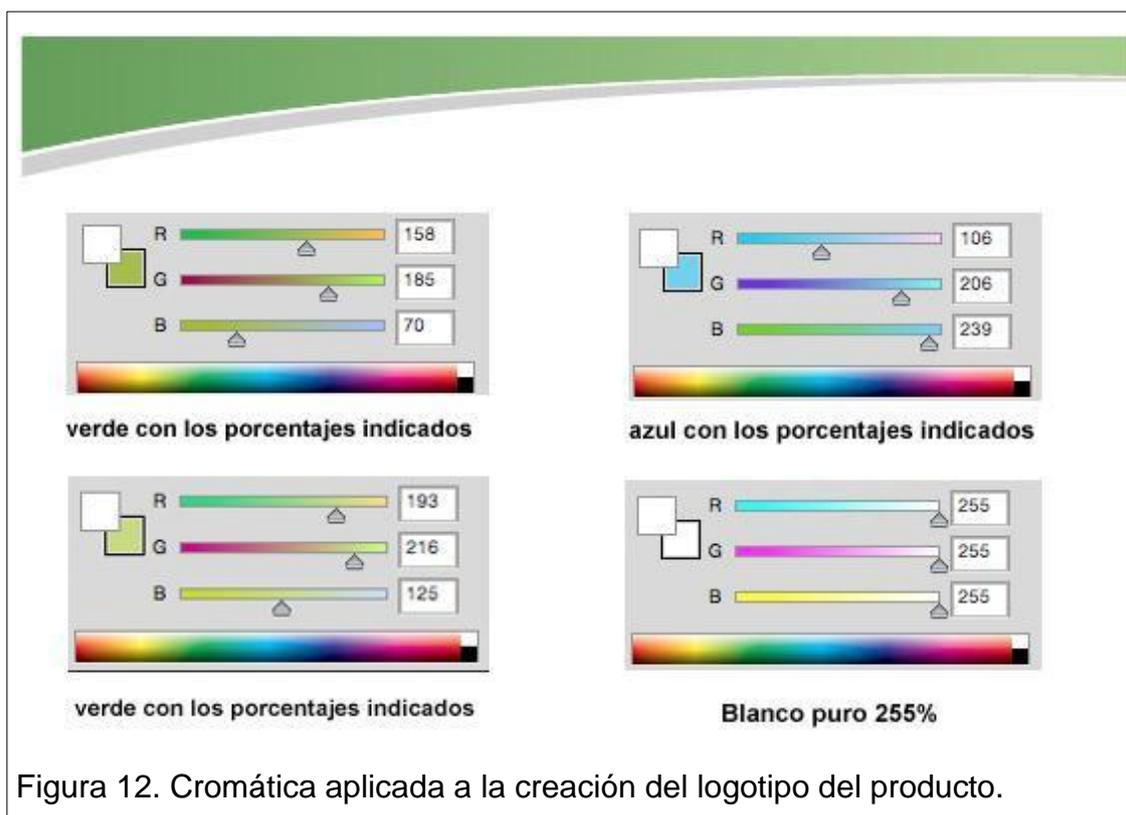
“Mindo Eco Travel” fue finalmente el nombre de la marca que se escogió conformado por tres palabras y dos en inglés, eco que es una abreviación de la palabra ecológico y travel que significa viajar en el idioma ingles y la denominación Mindo Eco Travel define de forma clara y concreta lo que el producto audiovisual – multimedia quiere transmitir y cual va ser su mensaje respecto a la problemática.

4.1.3 Imagen de la marca

Es en esta etapa es cuando se decide diseñar el logotipo, y bajo el concepto de sostenibilidad se trata de darle una identidad a la marca utilizando colores estratégicos que realcen a la misma, y es aquí cuando los colores verdes de

naturaleza y blanco de pureza y frescura fueron fusionados para darle un carácter más puro y más fresco al logotipo.

Dentro del diseño final del logo se utilizaron dos elementos gráficos que tienen que ver con el entorno del lugar por un lado tenemos las montañas que representan al bosque nublado Mindo – Nambillo que se extiende desde atrás del Pichincha hasta el valle de Mindo y por el otro lado tenemos el diseño de una orquídea y sus fluviales que representan la flora del sector. En conclusión el logotipo Mindo Eco Travel es sinónimo de sostenibilidad y representa a todas las personas que quieren visitar la parroquia ya la hayan visitado o como en el caso de los dueños de los lodges viven en el bosque y se vean beneficiados por sus encantos. En tanto el logo y la cromática aplicada fueron los siguientes:



Dentro del desarrollo de la marca se usó una tipografía acorde al diseño general del logotipo del producto a continuación se muestra en la siguiente figura:



Figura 13. Tipografías aplicadas para la creación del logotipo del producto

4.2 Estrategia del producto

En esta etapa del desarrollo de la propuesta la estrategia es el elemento que justifica la creación de los objetivos, es por esta razón que a continuación se nombrará objetivo por objetivo para establecer que táctica se va a usar para poder solucionar la problemática de la investigación.

- Determinar las características del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente.

Para poder solucionar la problemática de este objetivo se desarrollara dentro de la página web una pestaña a la que se denominará “Lodges en Mindo” siendo elementos necesarios que resumen y conceptualizan los conceptos de sostenibilidad de estos establecimientos turísticos con respecto a los establecimientos que únicamente brindan un servicio sin pensar en la práctica responsable del turismo.

De igual manera se utilizarán fotografías de algunos de los lodges que operan dentro de Mindo para que de esta manera la información tenga más relevancia y sea expuesta de una manera más visual.

- Analizar los elementos de una campaña de comunicación audiovisual que favorezca la participación de la comunidad y de los turistas que la visitan a la práctica de un turismo sostenible y consciente.

Para poder solucionar la problemática de este objetivo se ha analizado los diferentes factores que inciden para que las páginas que brindan información de Mindo, no cuenten con la suficiente información escrita y gráfica para poder transmitir un mensaje correcto de sostenibilidad y respeto hacia el medio ambiente, es por este motivo que los elementos que se usarán para el desarrollo del producto audiovisual – multimedia son de suma importancia ya que al no haber una página informativa y visual que hable sobre Mindo sus atractivos, gastronomía, alojamientos, etc. Se hace indispensable analizar dichos elementos que servirán para saber que falencias tienen las páginas web que hablan sobre el mismo tema, que podrían mejorar y de qué manera manejan sus contenidos para no cometer los mismos errores cuando se cree la página web Mindo Eco Travel.

- Definir los componentes de un proyecto audiovisual y multimedia que permita la difusión de proyectos de turismo sostenible que contribuya con la concienciación y educación de la ciudadanía con el medio ambiente.

Para poder solucionar la problemática del presente objetivo al igual que el objetivo específico de la investigación es indispensable definir cuáles son los componentes necesarios e indispensables para la creación de una página web que hable sobre la práctica del turismo sostenible, ya que como se mencionó anteriormente las páginas que brindan información acerca de Mindo y sus principales atractivos no cuentan con el contenido suficiente para transmitir un mensaje de conciencia ya que la mayoría de los establecimientos turísticos solo buscan promocionar su lugar sin dar mayor difusión a lo que se refiere con el turismo sostenible y responsable.

Por eso es imprescindible que los componentes que se vayan a utilizar para la creación del producto final sean lo suficientemente visuales para que los usuarios que visitan la página puedan interactuar sin tener que leer mucho texto sino más bien que se cautiven por los componentes visuales y el mensaje pueda llegar directo y de una forma clara.

- Desarrollar un micro sitio web interactivo orientado hacia los turistas que visiten la parroquia donde puedan compartir sus experiencias, criterios pero sobre todo que se trate de crear consciencia hacia el usuario que lo visite.

Este es el último objetivo que va a tener que cumplirse a cabalidad ya que hablamos de la aplicación de un producto audiovisual – multimedia que en este caso sería el desarrollo de un sitio web interactivo que permita al turista local y extranjero obtener la información que están buscando de manera clara y eficaz. Pero sobre todo que los elementos gráficos estén acorde al diseño general de la página, que las páginas interiores sean de fácil navegación, que la información sea relevante y de vital importancia para la práctica de un turismo sostenible pero sobre todo que los usuarios en este caso los turistas puedan dejar sus experiencias y sus percepciones con respecto a su estadía o vivencia dentro de Mindo.

4.2.1 Objetivo del Producto

Cuando hablamos del nombre del producto hablamos del nombre de la marca igual ya que los dos tienen que interactuar e ir de la mano durante el desarrollo de la propuesta hasta cuando se obtenga el producto audiovisual – multimedia finalizado. La página web está pensada bajo las necesidades del turista y al igual que los dos videos documentales es de carácter informativo, permitiendo a los usuarios que naveguen dentro de la página y sus páginas interiores, seguir un proceso de aprendizaje de manera visual e interactiva así, de esta forma el usuario o los turistas podrán contar con un producto final que les permita conocer, concienciar y encontrar el destino turístico que estaban

buscando además de que también podrán dejar sus experiencias o impresiones sobre la página y los lugares que pudieron haber visitado.

Siendo el objetivo principal de la página Mindo Eco Travel el de ser una herramienta eficaz, dinámica que maneje un contenido acorde a las necesidades de los turistas o las personas que quieran conocer Mindo por primera vez o nuevamente quieran recorrerlo y descubrir mil razones más donde pueden quedarse un fin de semana y tener un momento de esparcimiento, siendo el material multimedia de gran importancia para poder compartir el mensaje y el objetivo completo ya que los videos documentales mostrarán de un amanaera mucho más eficiente y directa como se puede vivir la experiencia en Mindo sin dañar los recursos naturales y formar parte de cómo el turismo comunitario se ha tomado la parroquia haciendo que cada vez haya más turistas nacionales y extranjeros que se cautivan por la atención amable y alegre del poblador que se ha visto beneficiado del turista y que ahora forma parte activa de la comunidad turística sostenible con la que cuenta Mindo.

De esta manera lo que se quiere con este producto es poder ayudar y concientizar al turista a que conozca Mindo y se entere de que en Mindo se practica un turismo sostenible y responsable en el tiempo y está a tan solo unas horas de Quito, la capital.

4.2.2 Grupo Objetivo para el producto

Después de conocer cuáles van a ser los sujetos de estudio, el siguiente paso a seguir es delimitar a la población para poder generalizar los resultados del estudio.

Población 1: Para la primera población se usará un punto de saturación (26-30) turistas locales ya que necesitamos tener el mayor punto de saturación posible para poder comprender de manera clara el objeto de estudio, se escogerán (26-30) turistas locales que realicen turismo ecológico o de aventura en la parroquia de Mindo y en sus principales Lodges.

Comprendida básicamente por personas residentes dentro de la parroquia, con edades que vayan entre los 20 y 60 años que realicen o hayan realizado en los últimos años un turismo consciente o de aventura.

Población 2: Para la segunda población se usará de la misma manera un punto de saturación (26-30) ya que al igual que la población de turistas locales necesitamos tener el mayor punto de saturación posible para poder comprender de manera clara el objeto a estudiar y se escogerán (26-30) turistas extranjeros igualmente entre los 20 y 60 años que realicen o hayan realizado turismo ecológico o de aventura en la parroquia de Mindo y en sus principales Lodges. Brindando una visión más universal acerca del turismo local y alrededor del mundo.

Población 3: Para la tercera y última población no será necesario tener un punto de saturación alto, será de (1-10) y se necesitarán por lo menos de tres expertos entre ellos, estarían: Algún empleado del MINTUR, o guías de turismo nacional expertos en el tema turístico sostenible, y el tercero, serían profesionales dentro del área audiovisual o digital que ayuden a enriquecer la presente investigación.

4.2.3 Proceso de la Producción Audiovisual: Documental

El documental y su estudio tiene un complejidad un tanto difícil de comprender ya que en base a sus dificultades teóricas como el viejo debate acerca de la “realidad” y lo que se entiende cuando hablamos de la misma, han generado con el pasar de los años un concepto teórico sólido, donde las formas de interpretación del documental han evolucionado a la par.

Muchos han sido los autores que a lo largo de su historia se han esforzado por definir el documental, sin embargo, éste sigue siendo un género difícil de definir tanto en el campo cinematográfico como en el televisivo. Tal y como lo menciona Sira Hernández Corchete (HERNÁNDEZ, 2004, p. 90) doctora de la teoría del discurso comunicativo, en el documental cinematográfico, el

principal problema radica en que, “aunque los documentalistas han sido quienes mejor han perfilado sus características, el hecho de que sus aportaciones hayan sido realizadas desde diversas escuelas documentales, ha dificultado la obtención de un consenso en torno a las formas narrativas, a las técnicas de producción o a los fines perseguidos por el documental”.

Sin embargo cuando se habla del documental televisivo el problema también radica en torno a la dificultad de establecer un contexto específico con otros géneros, tanto informativos como dramáticos. Por un lado, algunos documentales producidos para la televisión han sido comúnmente comparados con los grandes reportajes, “que además de su duración y finalidad informativa comparten elementos narrativos y expresivos como imágenes del acontecimiento, intervención del periodista delante de la cámara, voz en off, sonido ambiente, audio, animación, y otros efectos de post producción”. (Hernández, 2004, p.91).

En todo caso la mayoría de definiciones acerca del documental sugieren ideas sobre los temas que el documental debe tratar, las cuales cambian constantemente siendo para algunos especialistas como Magdalena Selles que señala en su libro “el documental y el lenguaje cinematográfico (2008, p. 58) “el documental es una interpretación creativa de la realidad que nos aporta conocimiento y nos ayuda a comprender la condición humana”. Con el paso del tiempo se ha comprobado claramente la dificultad para definir al documental debido a sus innumerables prácticas estilísticas, y esto se da porque el término “documental” no describe propiamente un género cinematográfico, un estilo o un método sino que manifiesta un modo de responder a un material filmado.

Es por esto hablar de estos dos grandes géneros que abarcan en la actualidad al documental primero se encuentra el cinematográfico que es mucho más trabajo, requiere más tiempo de planificación y su contenido debe ser para cine por ende la calidad debe estar a la par de cualquier película cinematográfica por otro lado y está el documental televisivo que se trata más de una producción en un plazo corto de tiempo, la calidad debe ser excelente pero no

se puede comparar al cinematográfico por los tiempos de entrega y la velocidad en que se trabaja para televisión, pero dentro de este se encuentra el documental periodístico o más conocido como informativo que no requiere de mucho tiempo de producción y el cual se encarga de transmitir un mensaje claro y conciso al espectador y es en el que se va a centrar la presente propuesta audiovisual – multimedia ya que en poco tiempo su propósito es el de comunicar, educar y concienciar al turista o a la persona que quiera visitar Mindo a practicar un turismo sostenible y responsable con el medio ambiente.

4.2.3.1 El documental como género cinematográfico

Dada la naturaleza histórica del género documental, no resulta extraño que, debido a las necesidades políticas y sociales de cada época, o a las constantes innovaciones tecnológicas del siglo XX y a la creatividad particular de los documentalistas, el documental cinematográfico haya manifestado varios objetivos, formas narrativas y técnicas de producciones diversas. Y es precisamente en los años 1920 con Robert Joseph Flaherty, considerado para muchos como el “padre del documental” el cual “se manifestó acerca del género y fundó dos cualidades del documental cinematográfico que se han mantenido con el tiempo y en las que coinciden gran parte de los autores.

La una se basa directamente con la voluntad artística y la otra se refiere a la íntima representación e interpretación de la realidad”. (Hernández, 2004, p.97). Y al hablar del documentalista hacemos referencia a la persona que mediante a la correcta selección de factores claves según el tema a tratar organiza pone en escena lo documenta para luego exponernos un material audiovisual donde muestre lo que para la sociedad es o haya entendido como “realidad”. “Uno de los grandes retos del realismo es interrogarse sobre la realidad y sobre cómo se inscribe ésta en la esfera de lo visible. Frente a la cultura del simulacro que nos rodea, pero siempre y cuando se contemple al realismo como una actitud ética”. (SELLÉS, 2008, p. 39) Finalmente, además de la representación e interpretación de la realidad desde el punto de vista del documentalista, de su preocupación estética a la hora de plasmar dicha realidad y de la presencia

explícita de un narrador, otro rasgo del documental cinematográfico. Y para concluir como no mencionar a Bill Nichols (NICHOLS, 1997, p. 42) uno de los más influyentes historiadores y teóricos del cine documental de todo el mundo y en su libro “la representación de la realidad” hace referencia a la naturaleza argumentativa del documental al establecer una nueva separación entre éste y la ficción. Según Nichols “mientras que las ficciones cuentan una historia imaginaria, los documentales realizan una argumentación acerca del mundo histórico, lo que hace que los espectadores sigan una trama, donde los procedimientos de compromiso retórico elaboran un argumento”.

Bajo los conceptos antes mencionados en el documental las historias dependen directamente de la trama y las argumentaciones o de la retórica. Es por esta razón que las historias deben ser verosímiles y las argumentaciones convincentes.

4.2.3.2 El documental como género televisivo

Después de la Segunda Guerra Mundial y el boom de la televisión, el género documental como tal, inició su división entre el género cinematográfico y televisivo. A pesar de que los documentales producidos para la televisión nacieron compartiendo características genéricas cinematográficas, muchos de sus recursos narrativos y expresivos, y la urgencia de la programación televisiva hicieron que sean más de carácter informativo o periodístico que de carácter estético.

Tal y como lo menciona Sira Hernández Corchete (HERNÁNDEZ, 2004, p. 93) con la llegada de la televisión “el documental cinematográfico para su supervivencia profundiza en los factores propios del cine: calidad de imagen, gran tamaño de pantalla, riqueza de sonido estereofónico y sobre todo espectacularidad”. A pesar de sus diferencias, ambos tipos de documentales son bastante parecidos unos de otros siendo en muchos casos los documentalistas cinematográficos quienes todavía mantienen hoy por hoy una mayor libertad a la hora de optar por temas de estudio, mientras que los

televisivos, dada la urgencia de su difusión por el medio en el que se encuentran, suelen estar más restringidos por la actualidad informativa.

4.3.3.2 Documental cinematográfico televisivo moderno y posmoderno

Cuando se habla de la modernidad nos remontamos a los años cuando la televisión hace su aparición para quedarse en el mercado hasta nuestros días y es precisamente a finales del siglo XX cuando las nuevas tecnologías hacen su aparición para cambiar el mundo de las comunicaciones y es aquí cuando se habla acerca de la posmodernidad y su influencia en el documental como género. Debido a la gran pluralidad de clasificaciones que se le ha dado al documental desde sus inicios y con la aparición de la televisión vamos a dividir en dos grandes grupos, según las necesidades en función o aplicación metodológica de la presente investigación ya que se pueden encontrar varias clasificaciones según el género, o el autor, en este caso, según Jaime Barroso García (BARROSO, 2009, p.77) en su libro realización de documentales y reportajes divide en dos grandes grupos al documental, “por un se encuentra el documental periodístico o informativo y por otro lado al documental de divulgación que se puede limitar en documentales sociales, culturales, artísticos, científicos, educativos, expositivos, experimentales y de naturaleza”. Junto a su finalidad periodística o informativa, el documental televisivo también desarrolló de una forma formativa o educativa, que son los mencionados anteriormente que según Barroso los llamó documentales de divulgación pero que en el presente caso de estudio no existe la necesidad de describirlos uno por uno.

Es por este motivo que es indispensable hablar sobre los géneros antes mencionados ya que se tomará en cuenta estos dos géneros para describir únicamente al documental informativo como caso de estudio ya que es el que se va a desarrollar en la presente propuesta audiovisual – multimedia, ya que aborda la temática que se va a tratar en este caso el lodge como turismo consciente en la parroquia de Mindo no solo desde un punto de vista informativo, sino que también se centra en la problemática actual de la

parroquia desde la perspectiva de la realización , lo que implica un mayor cuidado en la producción y tratamiento visual de la misma.

4.3.3.4 Documental periodístico o informativo

La primera vez que se utilizó la palabra documental en relación con un programa de televisión fue en el estreno de Edward R. Murrow “See it Now” según Hernández (HERNÁNDEZ, 2004, p. 94) “emitido por la cadena norteamericana CBS el 18 de noviembre de 1951, en el que el presentador lo mostró como un documental televisivo sin embargo, a partir de la temporada 1953-54, See it Now consolidó el formato llamado en inglés news documentary o documental periodístico o informativo en español”.

Éste hizo que se aborden temas de carácter monográficos en cada uno de sus programas, con un análisis crítico del contexto y con una mentalidad más periodística que divulgativa, esto quiere decir que se trataba no sólo de informar de lo que ocurría, sino también de lo que estaba mal en lo que ocurría. Sin embargo, la mayoría de los estudiosos todavía diferencian al documental periodístico del reportaje de actualidad. Mariano Cebrián Herreros (HERREROS, 2000, p. 87) afirma en su libro “géneros informativos audiovisuales” que, aunque el “documental informativo tiene como materia los hechos noticiosos, no los afronta, como el reportaje, centrándose en la actualidad más inmediata, sino profundizando en los aspectos de permanencia y de trascendencia para la sociedad”. Estos elementos diferenciadores han sido compartidos por Barroso (BARROSO, 2009, p.77), quien considera que “quizá, el rasgo más relevante del documental televisivo desde la perspectiva de la realización es su independencia respecto de la actualidad del tema abordado, con tiempos más trabajados de producción, lo que implica un mayor cuidado formal y rigor en el tratamiento visual del documental”.

Es por este que para la presente investigación y por ende para la propuesta comunicacional el tipo de documental que se usará es el documental informativo ya que muestra la realidad, con argumentos que el espectador debe

conocer del entorno natural en Mindo, como por ejemplo lugares turísticos comerciales y no tradicionales como serían los lodges, que cuentan con espacios que aún no han tenido la explotación turística suficiente pero con un mensaje claro de sostenibilidad y cuidado hacia la naturaleza.

4.3.4.5 Documental multimedia interactivo

Al momento de mencionar la palabra documental, se habla de la evolución de su idea y su sentido de realidad que le hacen un tanto compleja, es por esto que lo que se propone para la presente investigación es dar una aproximación al concepto y una definición acertada en base al estudio de posgrado de Sandra Gaudenzi que da una definición clara y acertada acerca de lo que al Documental Multimedia Interactivo se refiere tomando los conceptos de tres autores los cuales nos servirán como aporte para entender mejor este concepto.

“Si la definición de documental es un concepto confuso, documental multimedia interactivo es un concepto aún por definir. Esto no es ninguna sorpresa, ya que es un campo aún por explotar, pero la falta de narrativa ha hecho de que los artistas new media no se consideren a sí mismos como documentalistas, y por lo tanto ellos los llaman únicamente documentales interactivos”. (GAUDENZI, 2009, p.63)

Y básicamente lo que se plantea es que se pueden tener nuevas formas de comunicar rompiendo un poco con la estructura lineal del documental tradicional proponiendo un tipo de narrativa no lineal que rompe con la voz que expresa la narración en el documental tradicional por tanto críticos del cine y del documental aún tienen sus dudas y no consideran al documental multimedia interactivo ya que carece de una voz narrativa clara y fuerte.

Hasta el día de hoy son pocos los escritores que han tratado de dar un concepto acertado acerca de lo que es un Documental Multimedia Interactivo ya que indican que no es más que una evolución del documental lineal en el

ámbito digital dicho de esta forma el documental interactivo se basa principalmente en el video y su interactividad no es más que un modo de navegar dentro de su contenido audiovisual. Tres definiciones de autores que menciona en su investigación Sandra Gaudenzi que son de vital importancia para comprender los conceptos antes mencionados: (GAUDENZI, 2009, p.65)

- Xavier Berenguer, de la universidad Pompeu Fabra, considera que el documental multimedia interactivo como un tipo de narrativa que surgió a la par de los hipertextos y los juegos en los 80. Para él cuando la narrativa se convirtió en interactiva, mediante el uso de nuevos medios de comunicación se extendió en tres direcciones principales: Narrativa interactiva, Documentales multimedia interactivos, y juegos interactivos.
- Carolyn Handler Miller, que escribió Digital Storytelling en el 2004, también ve el documental multimedia interactivo como un tipo de película interactiva de no-ficción. Los usuarios dice, pueden tener la oportunidad de elegir que material ver y en qué orden al igual que podrían llegar a elegir diferentes pistas de audio.
- Para la teórica de medios Katherine Goodnow de la universidad de Bergen, los documentales interactivos provienen de los primeros experimentos dentro del cine donde la actividad física, en lugar de la actividad cognitiva, se utiliza para navegar entre el material recién filmado (video o película)

Con las bases teóricas expuestas y con el fin de plantear esta aproximación al concepto decimos que los documentales multimedia interactivos pretenden representar y al mismo tiempo que el usuario interactúe con la realidad utilizando modalidades de interacción y navegación, siendo esta nueva forma de comunicación que se ha venido mencionando el componente clave para alcanzar los objetivos del documental. Donde la estructura interactiva puede tener varias perspectivas de navegación, recorridos y desenlaces según el autor en el caso de la página web Mindo Eco Travel el usuario tiene la

posibilidad de navegar por la página y encontrarse con varias pestañas las cuales contienen información valiosa acerca del concepto sostenibilidad y su correcta aplicación cuando se pretende realizar un turismo consciente con el entorno en este caso el bosque protector Mindo – Nambillo además de que contiene dos documentales, fotografías y guías que el usuario se puede descargar para que de esta manera el turista pueda conocer navegar y disfrutar de una página que está pensada para todo tipo de persona desde el turista extranjero, nacional o la persona que desee viajar en familia. Ahora bien no podemos terminar sin hablar de dos términos primordiales para poder entender un documental multimedia interactivo: Transmedia y Storytelling. Henry Jenkins, Teórico académico estadounidense hizo que este término se conozca por medio de su libro “Convergence Culture” donde mencionaba que el uso coordinado de contar historias mediante múltiples plataformas ofrece a los usuarios una nueva perspectiva sobre los personajes.

“Transmedia – Storytelling representa un proceso donde los elementos integrantes de una ficción se dispersan de manera sistemática a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia unificada, coordinada y entretenida. Y donde, cada canal hace su propia contribución en el desarrollo de la historia”. (JENKINS, 2006, p. 27)

Se puede concluir con el hecho de que estos dos términos cuentan una historia a través de múltiples plataformas con un alto nivel de interacción o navegación entre los usuarios, este no es el caso de la página web Mindo Eco Travel ya que no se pretende contar una historia dentro de la misma por medio de pantallas que nos lleven a seguir descubriendo lo que la página quiere contar y se puede tener varias alternativas de narración para que de esta forma el usuario pueda escoger que camino elegir, en el caso del presente producto audiovisual – multimedia lo que se pretende es transmitir un mensaje claro acerca de la práctica de un turismo sostenible dentro de la parroquia de Mindo específicamente dentro de los lodges que existen en ella.

4.4 Lenguaje cinematográfico

Poder hablar del lenguaje audiovisual y el léxico cinematográfico fundamental es hablar de la composición de la imagen junto al sonido acompañado de elementos que transmitan ideas o sensaciones ajustándolas a la capacidad del televidente para percibir las y entenderlas.

El audiovisual está presente en nuestra vida diaria y en la sociedad actual está influenciado por la masiva información que transmiten los medios de comunicación tradicionales, sobre las realidades y los problemas de las personas, es por esto que es preciso conocer y descifrar los mensajes que nos llega a través del lenguaje audiovisual reconociendo el papel que cumple el autor Juan Francisco Gonzales en su libro “El lenguaje audiovisual - Aprender a ver cine” donde menciona lo siguiente:

“El lenguaje cinematográfico provoca en los espectadores procesos de identificación dramática, esto quiere decir que el espectador nunca esta inmune ante los mensajes que comunican las películas, sino que se identifica con esos mensajes o los rechaza. Visto de otra manera es el arte de la imagen dinámica, obtenida técnicamente y proyectada con un ritmo espacial y temporal”. (GONZÁLEZ, 2004, p.44)

Sin la mirada o interacción del espectador no podría llamarse lenguaje ya que como en todo lenguaje existe un emisor y un receptor que en este caso es el público. Un elemento importante dentro del lenguaje audiovisual es el análisis de los primeros planos de la narración, es determinante para identificar los rasgos de ciertos géneros tal y como lo plantea Gonzales. “El fondo visual, la música, la escala de planos, el orden narrativo, la presencia o ausencia de voz en off son elementos importantes en la medida en que la atención del espectador es atraída” (GONZÁLEZ, 2004, p. 45) En anexos se encuentra el índice de términos en orden alfabético que forman parte del léxico audiovisual fundamental.

4.5 Diseño y desarrollo de una página web, basado en el (DCU)

El DCU implica que el diseñador estudie a fondo las necesidades, los deseos y las limitaciones del usuario al que va encaminado el producto final, y a partir de ese análisis toma las decisiones que proceden para confeccionar su creación. Reconociendo el papel que cumple Andy Pratt con la publicación de su libro junto a Jason Nunes llamado "Diseño interactivo, teoría y aplicación del DCU", ayudan a dar un concepto al "DCU por sus siglas en inglés, (User - Centered - Design) es un enfoque dentro del diseño que se centra en el usuario de un producto o una aplicación para crear un determinado producto digital". (PRATT, 2013, p.6) El DCU implica que el diseñador no solo analice y prevea la relación del usuario con el producto, sino que además haga un estudio de campo para testarlo. Esta fase es esencial, ya que no siempre es fácil intuir como se percibirá, atenderá y utilizará el producto final. "Conocer al usuario, saber qué quiere exactamente, que necesita y en qué contexto utilizará el producto no solo es buena manera de garantizar que funcionará, sino que además contribuye en cierta medida en crear una sociedad más saludable y segura. Un mal diseño puede provocar frustración, ahuyentar a potenciales usuarios y, en algún caso, resultar letal". (2013, p.7) Una de las maneras que se pudo comprobar cuál es la necesidad de los usuarios que quieren obtener información acerca de los establecimientos turísticos que ofrece la parroquia o de las actividades a realizar, fueron las encuestas que se efectuaron antes de que los usuarios pueden ver el producto final terminado y eso fue de gran importancia para poder desarrollar una página web que sea del agrado de los usuarios, porque tal y como lo menciona Pratt, lo más importante es saber qué es lo que el usuario exactamente quiere y de esta manera poder crear un contenido acorde a las necesidades y requerimientos del turista, y lo que se pudo encontrar es que la mayoría de sitios web o plataformas utilizadas para crear una página web interactiva no ofrecen información correcta y adecuada que hable acerca de Mindo y su cultura, su gente, su gastronomía, su entorno natural único en el mundo.

Lo que se pudo recabar es que la mayoría de páginas web utiliza el internet únicamente como una herramienta para promocionar o vender un servicio que ellos mismo ofrecen ya sea de hospedaje o para practicar algún tipo de deporte específico de aventura o ecológico, pero siempre promocionando su establecimiento o Lodge sin priorizar el manejo adecuado del contenido y el tratamiento de la imagen para de esta manera no promocionarse sino promocionar a Mindo que ese es el objetivo principal de la marca Mindo Eco Travel, es por eso que en base a esta falencias que ofrecen los demás sitios web que hablan sobre la parroquia, se ha desarrollado un producto audiovisual – multimedia acorde a las necesidades de los turista que quieran conocer la parroquia o no lo hayan hecho todavía, y de esta manera la página sea del agrado de todo aquel que visite Mindo, ya sean jóvenes de 20 años que busquen un lugar de dispersión o aventura o sean adultos mayores nacionales o extranjeros que busquen en el bosque protector Mindo – Nambillo un lugar de descanso en medio de tanto stress que ofrece la ciudad o sea el lugar predilecto para la mayoría de turistas extranjeros que visitan Mindo por el avistamiento de aves que es tan reconocido en el mundo entero.

Vivimos en una sociedad donde la información nos desborda cada vez más, movidos por una cantidad de datos y ruidos diariamente, vamos por la calle rodeados de carteles, señalética y anuncios publicitarios, y recibimos constantemente mensajes de texto y llamadas al celular. Es por esta razón que Mindo Eco Travel como marca y como propuesta comunicacional, lo que quiere es hacer conocer no solo al Ecuador sino al mundo entero que a pocas horas de Quito se puede encontrar un lugar maravilloso que junta mil razones para que salgamos de la rutina y del stress diario que vive el ecuatoriano promedio para visitar lugar que nos recuerda que estamos vivos. Es por esta razón que la página web tiene que ser dinámica, de rápido acceso a la información, de fácil navegación para el usuario ya sea desde una computadora de escritorio hasta cualquier dispositivo móvil donde el usuario podrá además de ver videos, dejar sus comentarios de la página o recomendaciones para otros usuarios al igual que descargar documentos importantes que hablan sobre la temática y guías para realizar algunas de las actividades que ofrece la parroquia.

4.6 El desarrollo de sitios web

Durante el proceso de la propuesta multimedia y con la información necesaria, el diseñador dispone de una cantidad importante de datos con la que puede trabajar y empezar a desarrollar de manera creativa, práctica y novedosa la página web Mindo Eco Travel que en base a criterios de diseño y de imagen pueda brindar y transmitir un mensaje claro y directo al turista que quiera visitar la parroquia, de que se puede practicar un turismo responsable y sostenible sin afectar al medio ambiente involucrando a la comunidad local para que de esta forma todos se vean beneficiados de proyectos turísticos como son los Lodges en Mindo que la mayoría de ellos ofrecen hospedaje y servicios únicos dentro del bosque protector donde se conjuga la belleza de lo simple con la naturaleza para brindar experiencias únicas y renovadoras para todo aquel que quiera visitar y vivir la experiencia de poder pasar unos días en un lodge donde todos los actores que trabajan en proyectos de esta índole en Mindo ya sean los propietarios o comuneros de la parroquia transmiten un mensaje claro, cuidar y respetar el medio ambiente ya que sin él, sería imposible vivir.

En esta fase cuando se define la arquitectura o estructura apropiada para el diseño, el contenido propiamente dicho, y la manera en que se vincularán las distintas pantallas. Otro punto súper importante es decidir qué tipo de plataforma elegir entre tantas las que se ofrecen hoy en día en el mercado digital multimedia y una que se adapte a la mayoría de dispositivos móviles y que sea de igual forma atractiva a la vista, es por esto que para la presente propuesta audiovisual - multimedia se ha decidido utilizar entre algunas plataformas que existen en el mercado entre las más costosas y gratuitas, una que satisfaga las necesidades del usuario y no sea tan costosa, con respecto al presupuesto pensado.

Y uno de los primeros pasos que se realizó fue la compra del dominio para no tener publicidad dentro de la página y de esta manera te identifique como un proyecto serio y profesional, es en este momento cuando se puede concebir ya el DCU.

A continuación se nombraran las tres plataformas para la creación de páginas web más utilizadas según una encuesta realizada por el portal blogging.org. a 43.647 personas a nivel mundial que visitaron el portal, a pesar de casi todas ofrecen los mismos servicios dentro de la creación de un portal multimedia interactivo, las preguntas a los usuarios fueron netamente técnicas y visuales como por ejemplo, mejor navegación, interfaz, manejo de contenidos, etc.

1. **WIX:** Wix te ofrece crear una página web visualmente atractiva de forma sencilla con un resultado impactante. Wix aloja a más de 26 millones de webs en su plataforma y se registra más de 30.000 usuarios diarios. Es por esta razón y las facilidades en el manejo de la interfaz, la vinculación de elementos gráficos en la misma, la versatilidad que te ofrece para cambiar la plantilla predeterminada y el gran abanico de posibilidades que te ofrece para manejar los contenidos hicieron que Mindo Eco Travel utilice esta plataforma para desarrollar el producto audiovisual – multimedia.

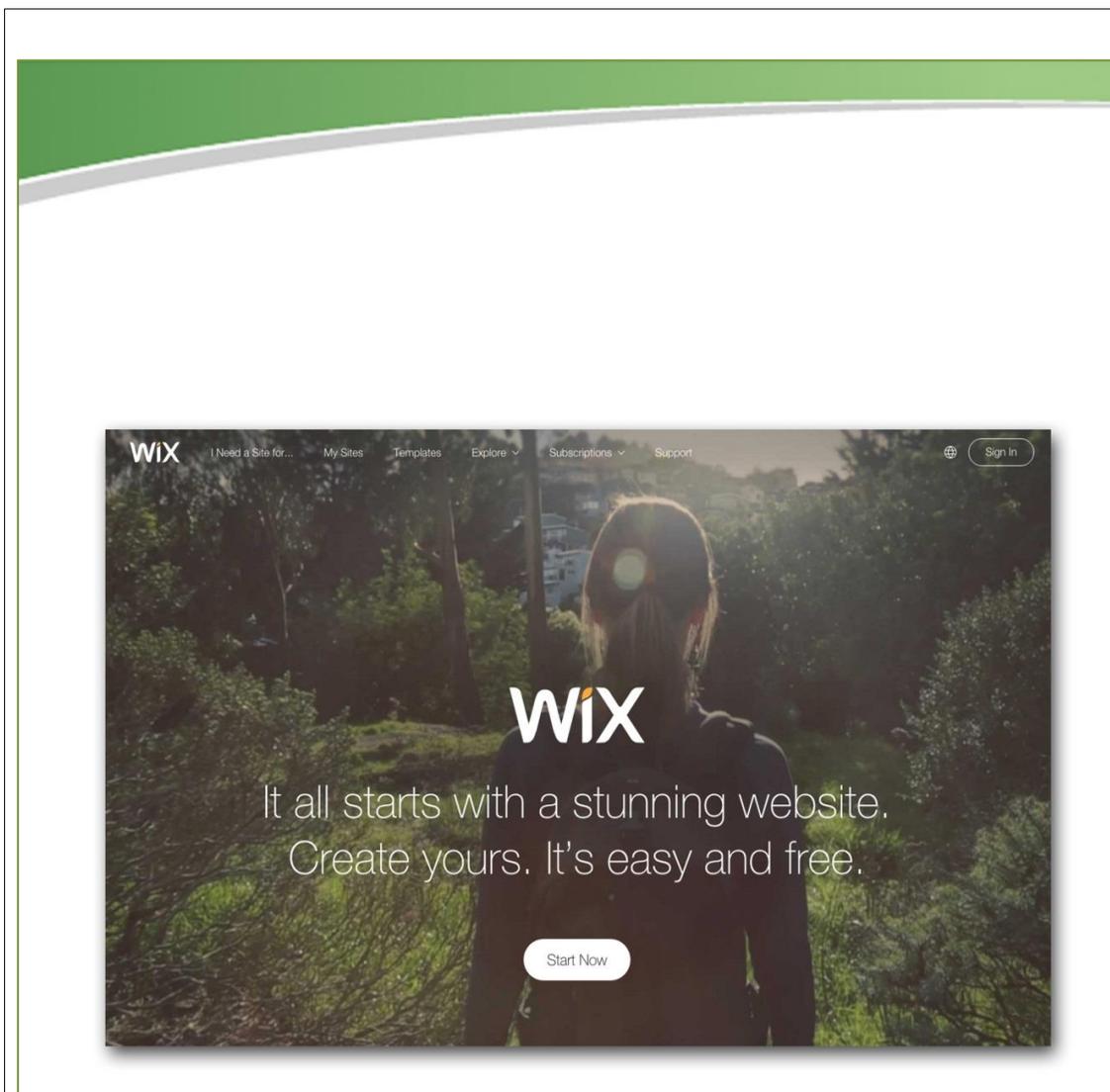
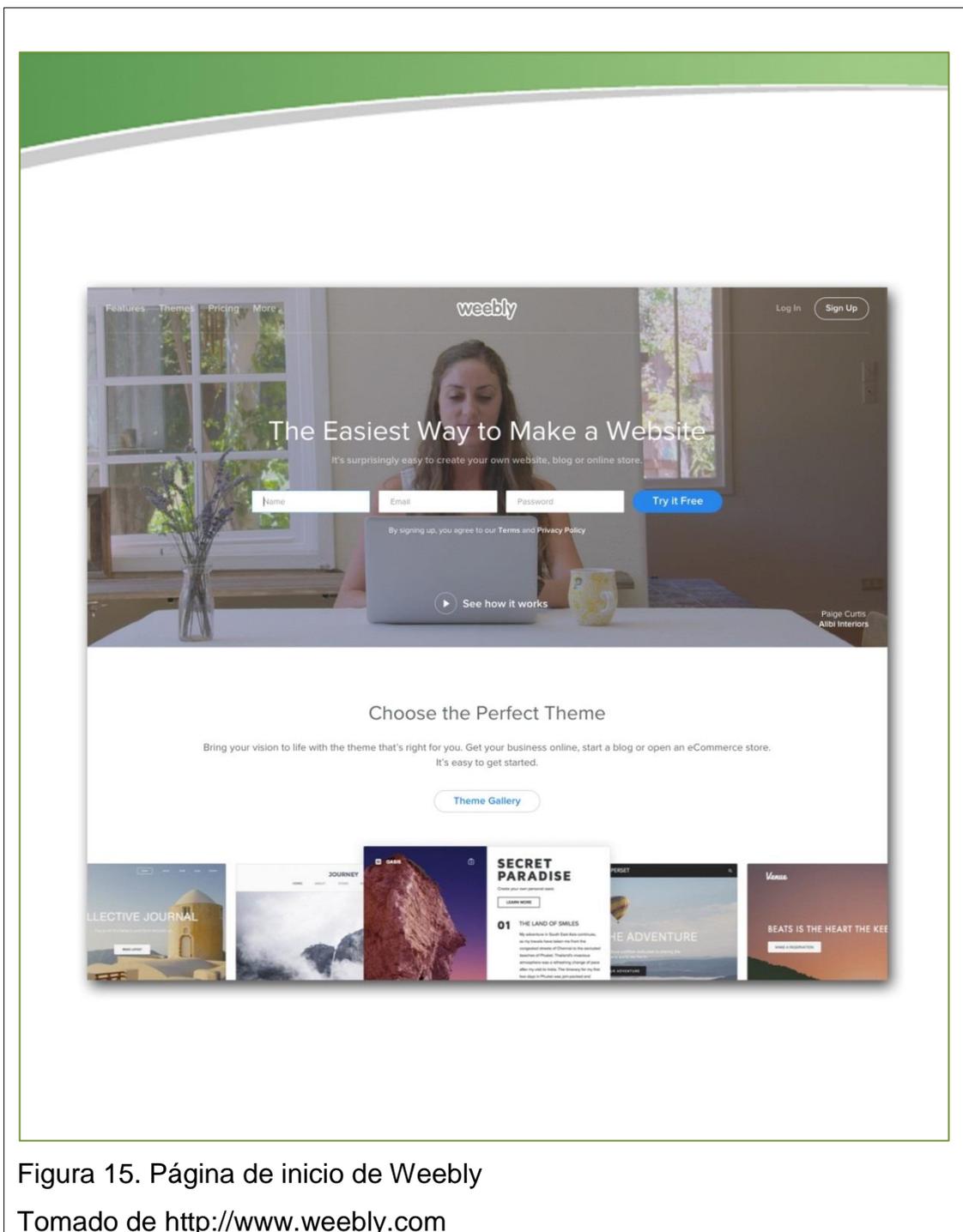


Figura 14. Página de inicio de Wix

Tomado de: <http://www.wix.com/>

2. **Weebly:** ofrece un poderoso sistema de “drag and drop” en el editor y cien plantillas profesionales para crear una página web con más de 12 millones de usuarios en la actualidad.



3. **Yola:** Permite crear páginas web con aspecto profesional en cuestión de minutos sin ningún tipo de experiencia previa, y en la actualidad cuenta con más de 7 millones de usuarios.

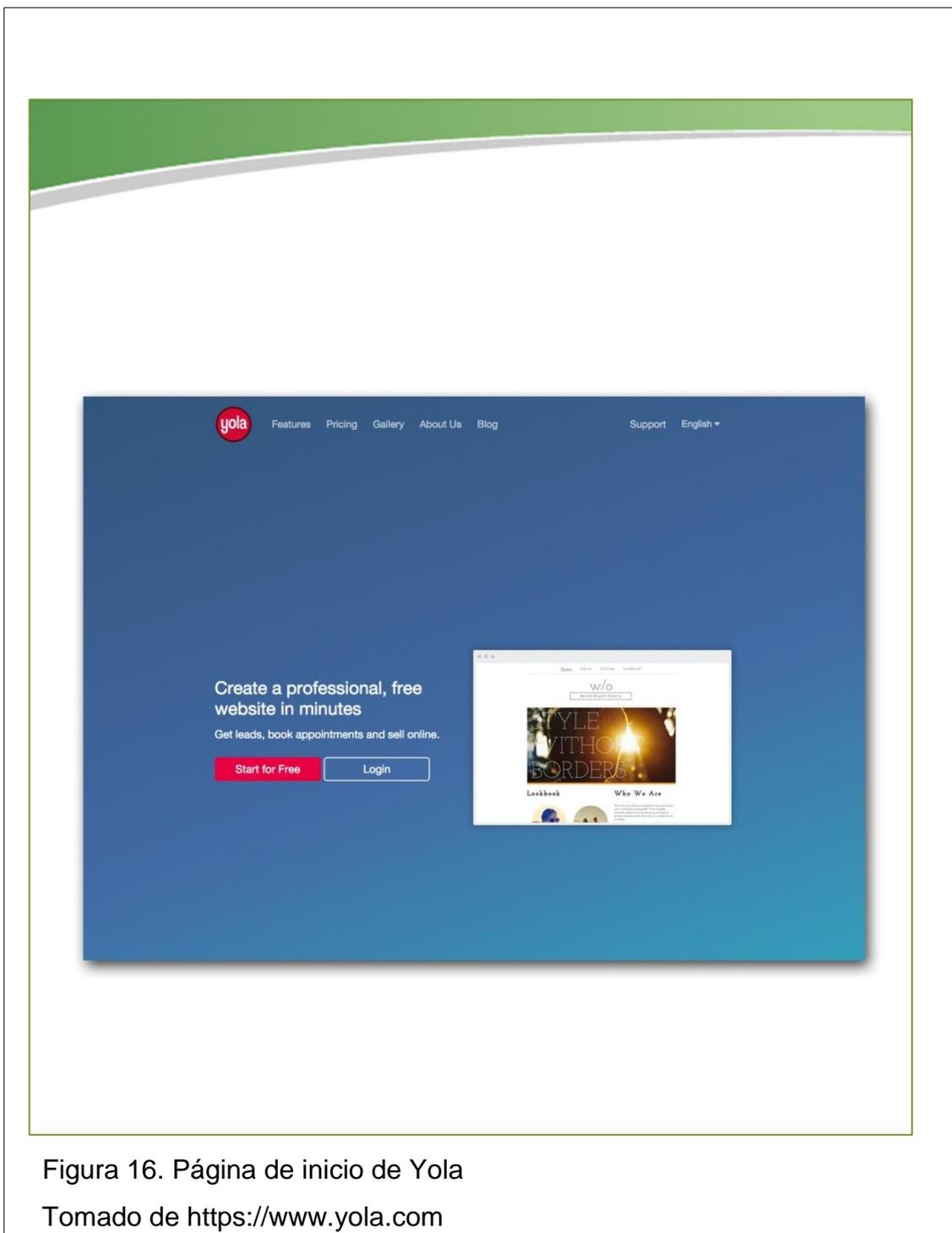


Figura 16. Página de inicio de Yola

Tomado de <https://www.yola.com>

Ahora bien, se manejan estas plataformas para poder crear una página web en base al diseño y la creatividad y con un contenido adecuado y acorde a las necesidades del usuario y como plantea Pratt “Para plasmar esta información, disponemos de diversos soportes: mapas de sitio, flujos de usuario, modelos de interacción, esquemas de maquetación, o wireframes, e informes de las

especificaciones funcionales. Todo ello permitirá tomar decisiones y proponer nuevas soluciones si fuera necesario donde los bocetos poco a poco irán evolucionando hasta reflejar la forma del producto final” (PRATT, 2013, p.13)

4.6.1 Bocetos.

Como en cualquier otro tipo de diseño, está claro que el DCU también presenta la posibilidad de tomar varias direcciones de trabajo y distintos caminos. “Algunos permitirán cumplir mejor los objetivos de negocio del cliente y otros satisfarán más a los usuarios. Unos serán más intuitivos, otros requerirán un mínimo de aprendizaje y otros resultarán más divertidos” (PRATT, 2013, p.126) Hacer bocetos es la mejor manera de explorar, por eso es recomendable hacerse con papel y lápiz o mediante un programa digital, permitiendo probar distintas opciones de diseño y resolviendo muchas dudas antes de emprender el diseño formal.

Al igual que en el video es sumamente importante hacer un boceto de toda la página web desde el home hasta descargas y así de esta manera poder saber cómo se van a ubicar los diferentes elementos dentro de la misma y siempre es bueno mirar referencias de páginas que hablen sobre el turismo reconocidas a nivel mundial para entender de una manera como se manejan los contenidos para poder ser visualmente atractivos para el usuario pero que de igual forma. Es por eso indispensable colocar los bocetos de la página web Mindo Eco Travel desde su creación y concepción hasta su finalización como producto final, ya que así se podrá entender de una mejor manera como se concibe una página web en base a las necesidades de los usuarios. Los bocetos de la página web Mindo Eco Travel con todas sus pestañas se encuentran en la sección de anexos.

4.6.2 Modelos de interacción

Otro método que se utiliza dentro del desarrollo de sitios web según Andy Pratt y el cual sirve para poder tener una aproximación más concreta de lo que se quiere es usando modelos de interacción como bocetos sencillos de una serie

de pantallas que ilustran acciones o tareas clave que realizarán los usuarios en el sitio web. “Son muy útiles para explorar las distintas opciones de navegación, y además contienen suficientes detalles para transmitir el concepto original del proyecto interactivo y la forma de usarlo”. (PRATT, 2013, p.127). Los tres modelos de interacción presentados a continuación ilustran diferentes opciones de navegación se trata de acceder a la imagen de un oso partiendo de la de un gato. El gato está enmarcado con color azul y el oso con verde y el rojo indica el enlace que permite pasar del uno al otro.

En el caso particular de la página web Mindo Eco Travel lo que se busca es diseñar una página que sea visualmente atractiva con elementos que al juntarlos formen un buen diseño ya que un buen diseño siempre atrae a la gente, resaltando los modelos de interacción con fotografías con información de las mismas para que de esta forma el usuario pueda navegar dentro de una plataforma que lo invite a interactuar y entre imágenes y sonido y no se pierda entre tantos textos e información. Como lo hacen la mayoría de páginas que intentan información sobre Mindo sus atractivos y su riqueza natural, pero todas caen en el mismo error, y es el de no manejar una navegación más dinámica para que el usuario pueda identificar mejor el tipo de producto que quiere consumir o el tipo de información que quiere leer.

La primera secuencia se la denomina como animación de diapositivas en miniatura mientras tanto que la segunda secuencia se la denomina como navegación en carrusel y por último tenemos la secuencia que se la denomina como navegación por nodos, cualquier a de las tres funcionan perfectamente únicamente es en base a las necesidades de la página y del contenido que tipo de navegación es más adecuado en este caso vamos a utilizar la navegación de carrusel para el desarrollo del sitio web ya que es ágil y versátil además que es amigable con el usuario ya que es fácil de usar y transmite la descripción de las fotografías de forma clara y concisa.

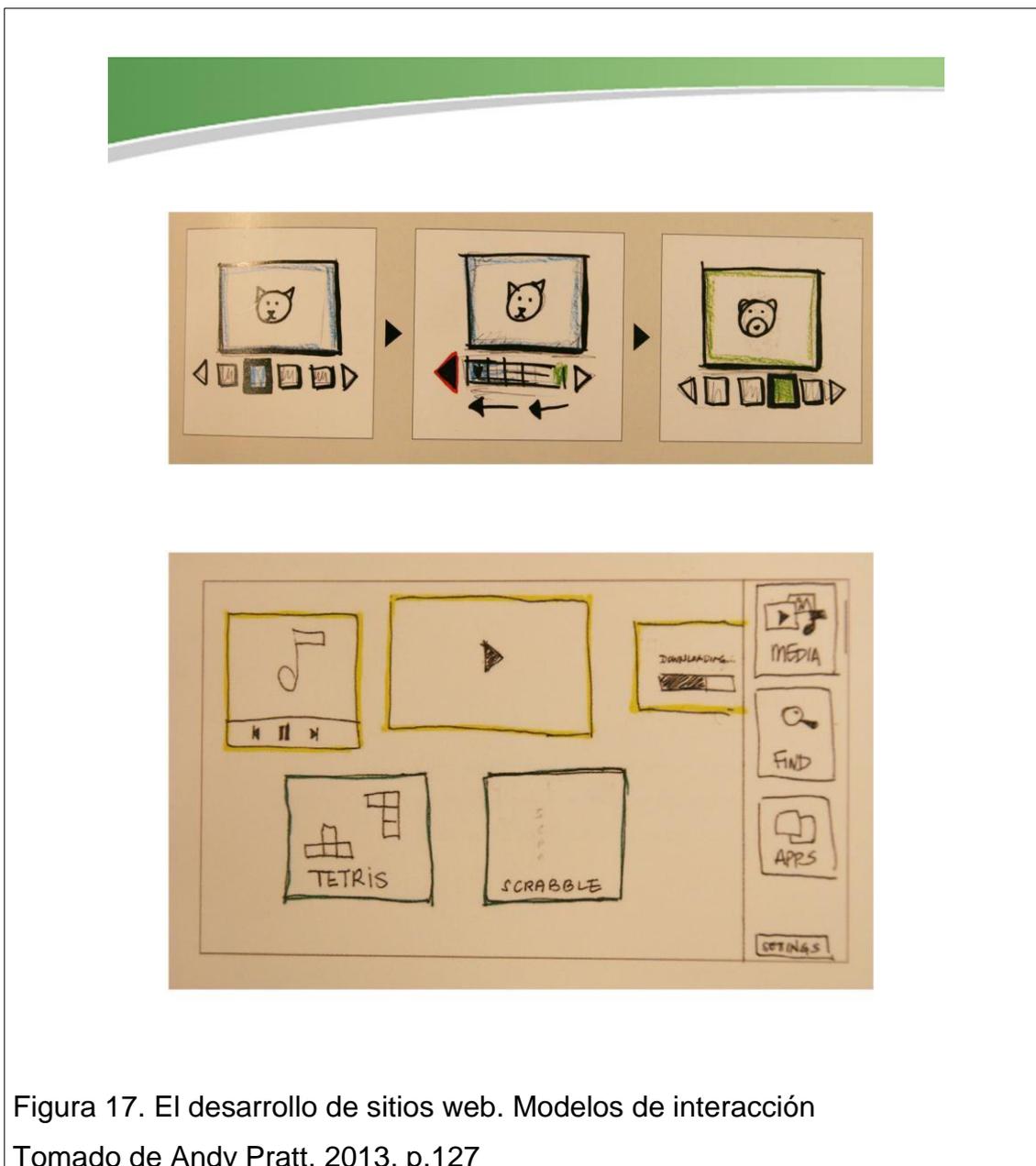


Figura 17. El desarrollo de sitios web. Modelos de interacción

Tomado de Andy Pratt, 2013, p.127

Por esta razón según los modelos de interacción del usuario por Andy Pratt lo que se pretende es que los usuarios la navegar por la página web manejen el contenido fotográfico o de video por medio del modelo de interacción llamado carrusel y por medio del concepto de interacción que se representa debajo del modelo de interacción lo que se quiere con este concepto es el de que el usuario acceda al video, al contenido o a las fotografías por medio de un botón físico y la página de inicio es como un escritorio con un menú de navegación principal, accesos directos a las aplicaciones,, contenidos favoritos y acceso a

todas las tareas en curso y se ha comprobado mediante experimentación con la navegación de la plataforma, que este modelo llega a ser más flexible y atractivo para el usuario ya que es más visual y Mindo es un lugar que enamora y entra por la vista, además de que se acopla perfectamente en los diferentes dispositivos móviles dándole de esta manera al usuario una experiencia más en todo momento y en todo lugar.

4.6.3 Mapa del sitio y esquemas de maquetación

También conocidos como wireframes, los esquemas de maquetación exponen como se distribuyen los elementos y los enlaces entre ellos, tal y como lo menciona Pratt “En estos esquemas no se prioriza el aspecto estético ya sean tipografías, textos o colores sino que se evidencia la funcionalidad de cada una de las páginas”. (PRATT, 2013, p.134) Se desarrolla de una forma bastante parecida a los bocetos solo que en este caso se va a especificar como cada pestaña se vuelve funcional con respecto a la navegación y el contenido que se le quiera dar, este sería el caso de estudio de la página web Mindo Eco Travel para cuando se tenga claro la información y el contenido que se va a colocar en cada pestaña, pero actualmente no es necesario crear un esquema de maquetación desde cero, ya que existen miles de plantillas que brindan una guía de cómo podrían ir los botones, interacción.

Ahora bien para poder entender mejor de qué manera se puede desarrollar una página que cumpla con todos los aspectos de navegación, interacción, y que sea visualmente atractiva para el usuario que la visita, este es el caso de SHFT que es una plataforma multimedia online diseñada por jóvenes diseñadores de Los Ángeles y que sus objetivos son bastante parecidos a los de Mindo Eco Travel ya que buscan ser bastante llamativos pero no descuidan el manejo adecuado y preciso sin cargar mucho a la página web de información.

Para poder entender mejor la teoría aplicada a un concepto real, creativo y funcional vamos a tomar el caso de estudio de SHFT que es una plataforma

multimedia on-line cuyo objetivo es fomentar un estilo de vida más sostenible a través del arte, el diseño y el video.

El proyecto es obra de un pequeño grupo de estudiantes diseñadores de Los Ángeles California, cuyos servicios incluyen desde el DCU hasta el desarrollo y la implementación. Y es aquí, cuando la elaboración de un mapa del sitio y los esquemas de maquetación son fundamentales para haber podido desarrollar una página que contenga la información necesaria para que el cliente y el equipo entendieran la estructura real del proyecto así como la distribución general de los elementos y la funcionalidad de sus páginas maestras y sus páginas interiores.

El grado de definición que utilizo SHFT fue suficiente para que se entendiera el concepto sin anticiparse a su definición final y así los usuarios puedan navegar y encontrar rápidamente el contenido que buscan. Es por esta razón que se ha tomado como referencia a esta página web en específico porque la marca Mindo Eco Travel quiere tener un concepto parecido para sus usuarios en donde además de que van a poder encontrarse con una página web con un diseño atractivo y la información necesaria para entender que es desarrollo sostenible o que es un lodge podrán visualizar contenido audiovisual y en el caso de que quieran conocer más acerca de la parroquia y sus actividades lo podrán hacer.

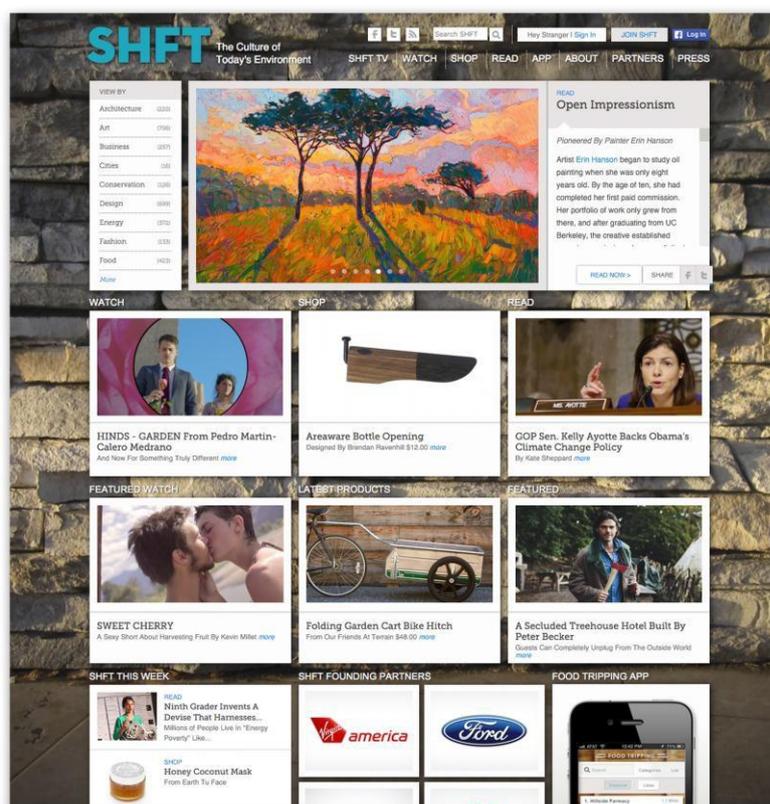


Figura 18. Página web SFHT
Tomado de <http://www.sfht.com>

4.6.4 Especificaciones funcionales

Este tipo de datos permite detallar el comportamiento de los usuarios mientras interactúan con las presentaciones y demás elementos incluidos en los esquemas de maquetación y explican de un amanaera clara y a detalle que quiere el diseñador que muestre el sistema cuando se selecciona un ítem de navegación ose hace clic en un botón. Esta información será fundamental para el trabajo de los programadores. Es aquí cuando Pratt (2013, p.138) se plantea varias interrogantes que van servir de ayuda para poder diseñar de mejor

manera el contenido de la página Mindo Eco Travel. “¿Qué tamaño deben tener las imágenes? ¿Deberán ser horizontales o verticales? ¿Qué tipo de formato de video soporta la página? ¿Es necesario poner pie de foto? ¿Qué extensión van a tener los videos y las fotografías? y por último “¿En que lenguaje hay que programar?” Todas estas preguntas hay que responder cuando se quiere subir de manera adecuada el contenido digital y escrito a la página ya que se deben tomar en cuenta ciertos aspectos técnicos para que la página no se vuelva pesada y el usuario pueda navegar libremente agilizando el proceso de comunicación que la página Mindo Eco Travel quiere transmitir.

Respondiendo a las interrogantes que Pratt plantea y manejadas según las necesidades y requerimientos del producto audiovisual – multimedia las imágenes que se van a utilizar en toda la página web son de 600 píxeles mínimo y 1500 píxeles máximo para que la página no se vuelva lenta por la cantidad de contenido digital que soporta pero tampoco pierda la calidad visual, ya que Mindo es un lugar lleno de colores que con el uso adecuado de la fotografía y el color se puede atraer al usuario de una manera más directa.

La disposición de las fotografías en su mayoría serán utilizadas según como se haya compuesto la escena o si fue netamente una fotografía que fue tomada de forma vertical. Al igual que las fotografías el video tiene que tener una manera de poder subirlo mediante un link ya que de esta manera no se le carga a la página de contenido multimedia, y es aquí cuando la plataforma Wix nos da ciertas facilidades para manejar el contenido de una forma más adecuada y versátil ya que los dos videos documentales están subidos al canal de Youtube Mindo Eco Travel en la más alta calidad 1920 x 1080, mediante esta opción de manejar el contenido digital se comparte dentro de la página un material de excelente calidad que cumplirá el propósito por el que fue desarrollado, que fue el de compartir contenidos audiovisuales que ayuden a transmitir el mensaje de sostenibilidad y práctica de un turismo responsable dentro de la parroquia de Mindo.

Las etiquetas en las fotografías tienen un objetivo y un valor el de que el usuario sepa de qué se trata la fotografía que está viendo en ese momento y con una descripción acertada lo que se pretende es complementar a las imágenes con textos que a la final tengan un mayor impacto en el usuario. El formato de los documentales va a ser en este caso .mov para no perder la calidad de los videos en lo más mínimo y así contar con un material profesional y de calidad que no solo se pueda compartir localmente sino internacionalmente, fomentando el turismo en Mindo pero dando a conocer al Ecuador como lo que se ha convertido, una potencia turística.

Y por último el lenguaje que se va a utilizar para la página web Mindo Eco Travel va a ser HTML Y PHP para poder compartir en redes sociales y que los turistas que visiten la página puedan dejar sus comentarios e impresiones. Después de ver todo los aspectos de forma más exhaustiva se entenderá que el nivel de detalle dependerá de la relación que se tenga con el equipo y con el usuario, pero en todo caso siempre es bueno poder aclarar estas interrogantes desde un inicio.

4.6.5 Pruebas de usabilidad

Al momento de llegar a este punto de la elaboración de la página web nos remontamos cuando concebíamos la página web estudiando la competencia y se decidió analizar los objetivos de la misma. En base a toda la información que se ha recopilado, se empiezan a tomar decisiones con relación al funcionamiento y desarrollo de la misma con el único propósito de satisfacer las necesidades del usuario y del turista que visite la parroquia.

Durante este proceso se espera que todo marche bien siendo la experiencia la que motive a fidelizar el grupo objetivo de la página web interactiva, pero es aquí cuando Pratt se plantea las siguientes preguntas, “¿Cómo podemos saberlo? O ¿Cómo valoramos los objetivos iniciales? O simplemente ¿Cómo sabemos si es fácil o no usar lo que se ha diseñado previamente?”. (PRATT, 2013, p.166) Es se resume a que ya cuando tenemos el producto audiovisual –

multimedia listo como se puede hacer un seguimiento para saber que piensa o de qué manera actúa el usuario cuando visita las redes sociales y de esta manera conocer en qué puntos tenemos que mejorar o en cuales tenemos falencias.

Como lo menciona Pratt el “Feedback es la clave para no perder el contacto con el usuario usando pruebas de usabilidad de las páginas donde interactúan los usuarios, en otras palabras permite evaluar el producto en base a la experiencia del usuario”. (PRATT, 2013, p.166) Y la forma más fácil para poder darse cuenta de que manera los usuarios están navegando por la páginas con la marca Mindo Eco Travel y que impresiones tienen de la misma o que contenidos visitan más seguido y de esta forma se podrá saber las sensaciones que genera la página web interactiva. Como por ejemplo en base a las estadísticas que generan las redes sociales y el número de vistas y percepciones dentro de la página web se pudo apreciar que cuando la página web no tenía una mejor distribución de los elementos y la línea gráfica en un principio no visitaron mucha gente la página pero desde que se mejoró el sentido y ubicación de algunos elementos dentro de la misma al igual que se ahora los usuarios pueden dejar su comentario por medio de Twitter o Facebook y esa opción hizo que más usuarios puedan dejar sus comentarios y compartan la página entre sus amigos o familiares ayudando a mejorar el flujo de usuarios.

Facebook

La red social cuenta con una herramienta de medición de estadísticas, al momento de crear una fan page. Las estadísticas muestran un crecimiento de la página de alrededor de 8 likes semanales. La página tiene un total de 183 likes desde el momento de su creación. Además, el alcance semanal que se consiguió fue de 638 personas, tomando en cuenta que cada publicación tuvo un alcance promedio de 62 personas por post. Es importante recalcar que el público que ha dado “me gusta” a la página son de nacionalidades diversas, donde a pesar de que los ecuatorianos pertenecen a la mayoría de usuarios

que interactúan en la página, existen seguidores de Estados Unidos, España, Francia, Canadá, Costa Rica, Italia y Colombia.



Figura 19. Captura de pantalla, Prueba de usabilidad, Facebook
Tomado de <https://www.facebook.com/MindoEcoTravel/insights>

Twitter

La cuenta de Mindo Eco Travel desde su creación ha realizado 134 posteos entre tweets y retweets. Además, la cuenta tiene 76 seguidores y las 273

cuentas seguidas están directamente relacionadas con el turismo sostenible. Respecto a las publicaciones realizadas, vale la pena destacar que cuentas como Ama la vida TV, World Travel Guide, Travel Industry, The RealCriticsGuide, The Guide Expeditions, y Natgeo han dado retweet o me gusta en publicaciones realizadas por la cuenta de Mindo Eco Travel

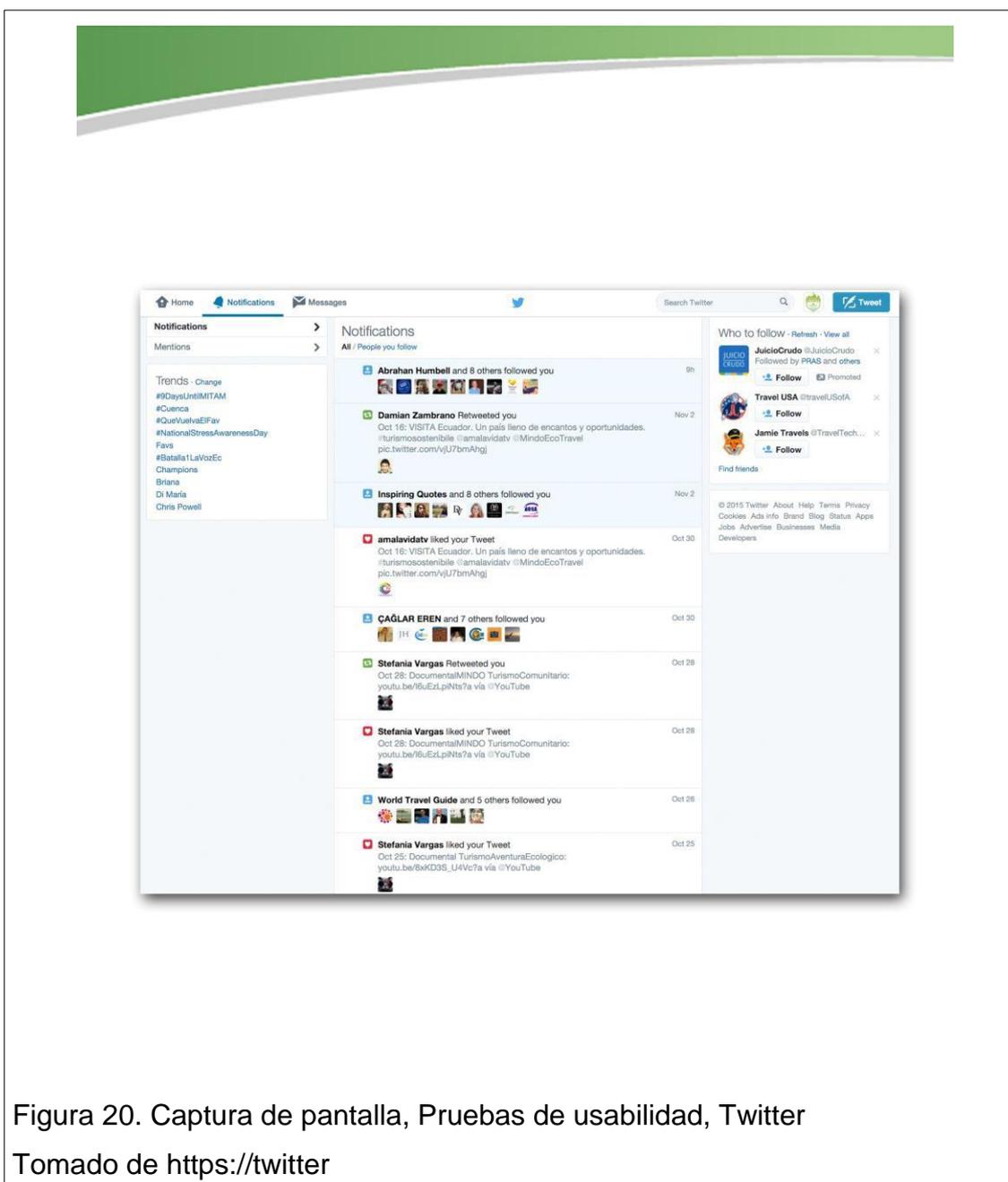


Figura 20. Captura de pantalla, Pruebas de usabilidad, Twitter
Tomado de <https://twitter>

YouTube

El canal de Youtube se decidió utilizar como una plataforma para alojar videos más que como una red social. Sin embargo, los 2 videos alojados en esta plataforma tienen más de 80 vistas. Es importante aclarar que a pesar de que el canal tiene 5 suscriptores, no es el propósito crear una comunidad en esta red social sino usarla como plataforma para difundir videos tanto en la página web como en Facebook y Twitter.

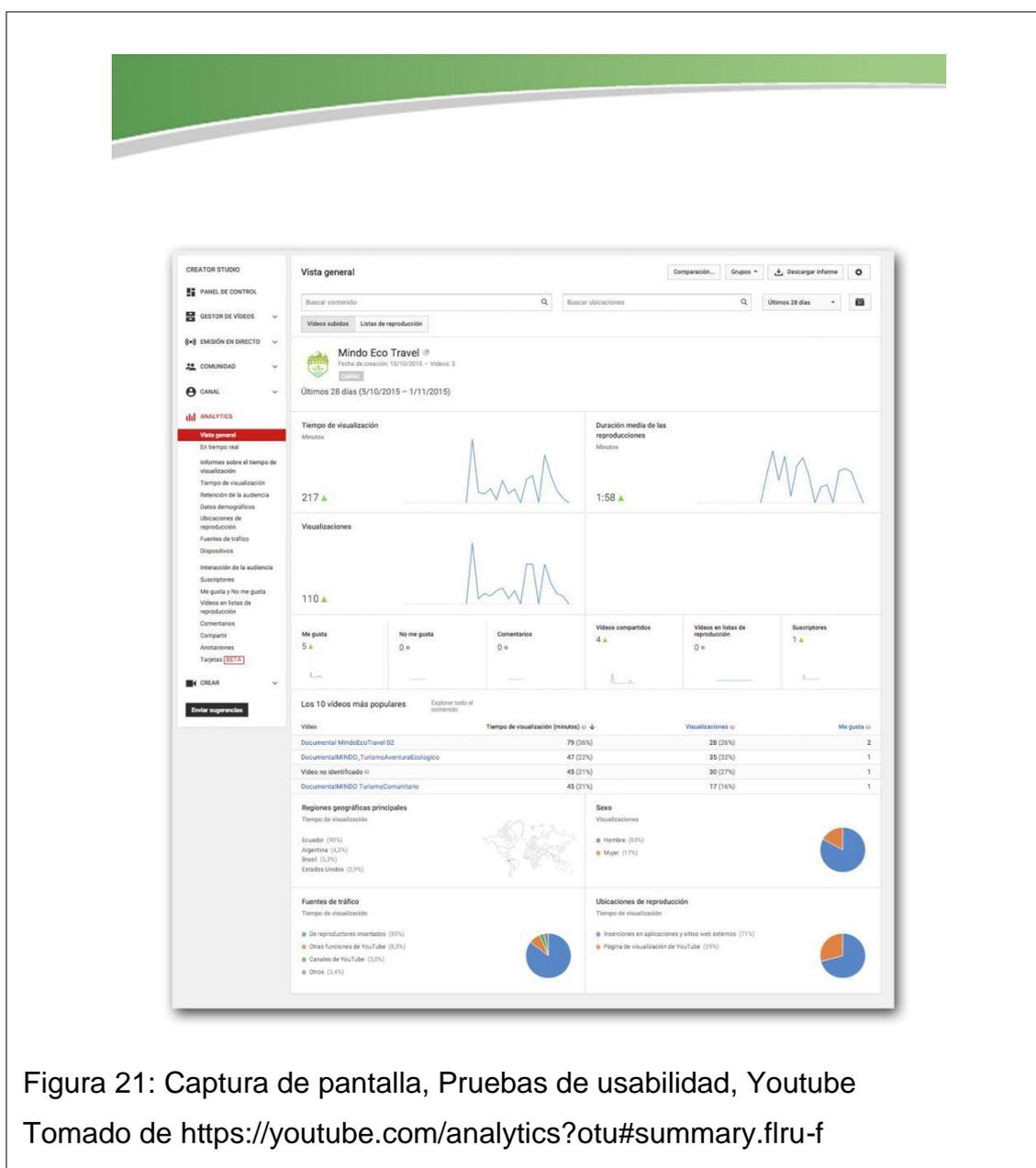


Figura 21: Captura de pantalla, Pruebas de usabilidad, Youtube
 Tomado de <https://youtube.com/analytics?otu#summary.flru-f>

Página web

La página www.mindoecotravel.com busca posicionarse como una plataforma de información e interacción para turistas nacionales y extranjeros. Mindo EcoTravel cuenta con una sección llamada “Tips del viajero” donde personas alrededor del mundo pueden dejar sus comentarios acerca de sus experiencias en locales, restaurantes, hoteles o lugares turísticos de la parroquia, se puede comentar de manera anónima o enlazando el comentario a un perfil de Twitter o Facebook. La plataforma destaca opciones de turismo ecológico que los visitantes pueden visitar, entregando material multimedia que destaca lo positivo de esta comunidad. Dentro de la página principal se visualizan los perfiles de las dos redes sociales que se manejan, esto permite que el usuario pueda replicar su experiencia dentro de la web hacia sus redes sociales y al momento de seguir tanto el perfil de Facebook como el de Twitter podrá mantenerse actualizado con la nueva información que Mindo EcoTravel le puede brindar.

4.7 Lenguaje Multimedia

Cuando se habla sobre del lenguaje multimedia se dice que se compone de algunas modalidades de la comunicación como la visual, gráfica, auditiva y recursos digitales como programas o aplicaciones que permiten promover la comunicación didáctica como los estudios presenciales o a distancia o dentro del carácter educativo, social o cultural. Y es un lenguaje que en los últimos años ha evolucionado a la par de las nuevas tecnologías y de la sociedad aportando significativamente a la rama de la salud por ejemplo y en el momento en que se introdujo la interactividad, es decir la posibilidad de que el usuario manipule la información que recibe haciendo más rápida y fácil la toma de dicha información como se menciona en el documento llamado “Lenguaje Multimedial” realizado por varios autores donde se considera que el lenguaje multimedia:

“Aporta a la sociedad pero especialmente estimula la creatividad e imaginación al involucrar todos los sentidos. Finalmente muestra espacios donde la animación el video y la narrativa interactúan logrando crear un conocimiento enriquecedor cognitivo para el usuario, como es el ejemplo del documental multimedia interactivo”. (L.M, 2009)

En anexos se encuentra el índice de términos en orden alfabético que forma parte del léxico multimedia fundamental.

5. CAPÍTULO V. FASES DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

5.1 Producción Audiovisual

Sin lugar a dudas es el cine la referencia histórica de los modelos presentes de producción audiovisual en masa, desde la invención del cinematógrafo hace ya más de un siglo y desde sus inicios empezó a conformarse una industria alrededor del campo audiovisual que con el pasar de los años ha adquirido diferentes matices según cada época. La producción del presente material audiovisual – multimedia es una labor compleja que demanda de una minuciosa planificación dentro de las tres etapas que tiene un proceso de producción para de esta manera obtener el mejor resultado posible.

Para poder llegar a una definición acertada ante un término tan globalizado, se puede afirmar que “la producción es el proceso creativo desarrollado para contar historias reales o ficticias utilizando como base las imágenes y sonidos combinados, de tal manera que se generen emociones, sensaciones y sentimientos que comuniquen, eduquen o diviertan a un público o usuario de un medio audiovisual. En este proceso intervienen y combinan varias ramas culturales, artísticas, financieras, técnicas, tecnológicas, políticas y sociales, que dan como resultado un producto que contiene una intencionalidad y una posición frente a su entorno”. (CARPIO, 2012, p.23) O visto de otra perspectiva, el concepto de producción proviene del ámbito empresarial, y esto significa contar con una línea de montaje perfectamente calibrada que cree productos de excelente calidad. Es decir que cumplan con los requerimientos del cliente y estén a su vez estandarizados.

Mientras que el concepto de televisión hace referencia al de la industria televisiva, fundamentalmente por su emisión diaria y sus rutinas de producción. Y si hablamos de la televisión no se puede dejar pasar por alto la importancia de la televisión norteamericana y como la mayoría de países alrededor del mundo han acogido la estructura de los programas americanos.

En definitiva la Producción Audiovisual genera contenidos para medios de comunicación, principalmente la televisión y el cine, “que se distribuyen y comercializan utilizando en gran medida los mismos patrones y reglas de la oferta y la demanda. Ofrece un intangible, que se comercializa en diferentes mercados. Brinda un servicio de información, educación o entretenimiento. Utiliza grandes cantidades de dinero poniendo en marcha estrategias de marketing y no es solo genera una obra artística, es un producto cultural.

“La diferencia sustancial entre una producción cualquiera y una audiovisual, radica en la construcción de sentido de sus relatos que no solo sirve para satisfacer una necesidad informativa o de entretenimiento, sino que va alimentando la visión del mundo y de su imaginario colectivo. De aquí la responsabilidad social del manejo de sus contenidos”. (CARPIO, 2012, p24)

5.1.1 Productor audiovisual

Una idea, cuando se convierte en un producto, entra a regirse por las leyes que se mencionó anteriormente de la oferta y la demanda de esta manera el productor como jefe del proceso de producción se encuentra en la obligación de buscar rentabilidad y eficiencia con el producto que se piensa mostrar.

Por lo tanto el papel del productor “adquiere aún mayor relevancia y añade más exigencia a la formación y competencia de este profesional, que no solo ha de producir filmes o comerciales adecuados al momento presente, sino que ha de diseñar y gestionar también las actividades encaminadas a la consecución de una óptima explotación de los productos”. (MARTÍNEZ, 2013) El productor es el promotor, gestor y director de proyectos audiovisuales sencillos o con alto grado de complejidad y tiene que estar preparado para coordinar y diseñar todos los procesos encaminados al mejor posicionamiento de su producto audiovisual dentro del mercado competitivo actual. Dentro de cualquier producción audiovisual existen tres etapas fundamentales que son una regla a seguir y dentro de la producción de los dos documentales informativos a que

se va a desarrollar no se pueden pasar por alto, a continuación se describirán estas tres etapas que son: Preproducción, Producción y Postproducción.

5.2 Etapas de la producción audiovisual

5.2.1 Preproducción

La preproducción es la etapa más importante de las 3 ya que es en aquí cuando se contrata a todo el equipo que se encargara de la producción como el director, productor, equipo técnico, de vestuario, de maquillaje, artístico, edición, etc. Cuando se cuente con todo el equipo y se revise el guión se procederá a seleccionar todas las locaciones, sacando los permisos necesarios para evitar contratiempos durante la filmación, además de coordinar todas las necesidades que se requieran durante los días de producción.

“Que encierra las tareas previas al rodaje: desde el desarrollo del primer borrador hasta el plan de rodaje, pasando por la elección del casting y las locaciones, los trabajos del diseño de producción, las labores del departamento de publicidad y marketing, etc.” (SÁNCHEZ, 2014, p.56) Y es precisamente en esta etapa donde consolida el tema del documental mediante una correcta y adecuada investigación sobre el mismo, haciendo la búsqueda respectiva de los personajes y las locaciones que se pretende filmar además se crea la historia del documental a partir de una estructura narrativa un tratamiento adecuado acorde al propósito del mensaje a transmitir, se desarrolla la escaleta para poder manejar de mejor manera los tiempos y los recursos para finalizar escogiendo el equipo humano y el equipo técnico que se va a necesitar durante todo el proceso de producción.

5.2.1.1 Investigación

A esta etapa se la conoce también como investigación e investigación de campo ya que se deben tomar en cuenta ciertos aspectos antes de realizar un documental de cualquier índole, de esta forma teniendo una idea mucho más

clara sobre el tema que se desea investigar, Michael Rabiger (RABIGER, 1987, p.91) sugiere elaborar una hipótesis relacionada al tema del documental, planteándose las siguientes preguntas: “¿Qué es lo que se quiere transmitir? ¿Qué tipos de conflictos se quieren mostrar?, ¿Cuál es el objetivo final de cada personaje?, o ¿Qué contradicciones van a tener los personajes con sus situaciones?, entre otras”. Pero enfatiza un punto y dice que debe ser desarrollado desde el punto de vista de realizador, con el único fin de que el enfoque tenga su cuota de originalidad.

La investigación es una pieza fundamental en el desarrollo del presente producto audiovisual - multimedia ya que a través de ella se podrá conocer todos los lugares turísticos, establecimientos o Lodges donde se practica el Turismo Ecológico y de Naturaleza el Turismo de Deportes y Aventura y el Turismo Comunitario siendo los tres tipos de turismo que más se practican en el país y de esta forma poder coordinar la logística y los lugares más representativos de la parroquia de Mindo. Siendo la hipótesis la que representará las situaciones de los documentales informativos en relación al tema general de la investigación. Por otro lado dentro de la investigación se encuentra la investigación de campo que es la búsqueda de lugares donde se determinará la ubicación y la cantidad de locaciones que se van a utilizar en los dos documentales, haciendo un scouting de los lugares donde se va a filmar, y bajo estos puntos lo que se espera es consolidar un producto homogéneo y que brinde la información y la experiencia que el usuario está buscando para su viaje, además que la información obtenida servirá para poder utilizarla responsablemente dentro de la página web es por esto que es de vital importancia y ética para el investigador, saber usar dicha información de la forma correcta.

5.2.1.2 Proceso de guión documental

Cualquier producción audiovisual siempre parte de algo en esta caso de una idea clara como objetivo del mismo, ya sea de un acontecimiento real o ficticio, en el caso de los dos documentales a desarrollar, no se va a necesitar contra

con un guión literario definido como en la producción de ficción, debido a que no es exacto, ni está completamente definido.

5.2.1.3 Tratamiento Audiovisual

El tratamiento es como una especie de guión que va a servir como su palabra mismo lo indica, como una guía clara para el momento del rodaje. Al no tener un tratamiento adecuado se puede correr el riesgo de documentar material inútil e innecesario que va a ser que se aleje de los objetivos y del tema central de la marca Mindo Eco Travel. Y para poder tener claro el tratamiento a seguir, hay que cuestionarnos en dos aspectos. El uno va ser ¿Cuál va a ser el tema de documental? Y desde ¿Qué perspectiva se lo va a tratar. A demás de detallar los tiempos, la atmósfera y los personajes con sus acciones.

De esta manera es importante tomar en cuenta por ejemplo que el primer documental ecológico y de aventura como va ser la relación de la música de fondo con las imágenes a mostrar y en el segundo que es netamente comunitario lo que se busca es que en base a una narrativa contada por sus entrevistados se defina el hilo conductor del documental, la forma y el estilo que se va a utilizar como el manejo de cámara, el tipo de iluminación a utilizarse o el sonido, entre otros. De esta forma el tratamiento audiovisual tiene como finalidad definir un estilo y una estructura narrativa.

5.2.1.4 Sinopsis

La sinopsis no es más un breve resumen acerca de todos los acontecimientos de la historia que se va a representar en imágenes, debe ser corto conciso y preciso uniendo los tres puntos de la historia el planteamiento el desarrollo y el desenlace, es así como Manuel Segarra en su libro “Quiero hacer un documental” dice que “una buena sinopsis hará que el interesado lea el tratamiento del proyecto, donde estará más detallada toda la historia”. (SEGARRA, 2008, p.56)

5.2.1.5 Escaleta

La escaleta es una de las herramientas más importantes dentro de la preproducción ya que sirve de ayuda al momento de escribir el guión, siempre y cuando hay que tener en cuenta que para poder hacer una escaleta hay que tomar en cuenta el hilo conductor del guión y este puede ser contado por testimonios, narraciones, dramatizado, musicalizado, o puede ser netamente gráfico.

Tal y como lo menciona Segarra “Al tener este esquema se consigue una visión más clara de lo que se quiere grabar, además de que ayuda al momento de realizar el montaje, ya que ordena y brinda un orden lógico a la escenas dentro del documental” (SEGARRA, 2008, p.80) y eso facilitará para poder editar de una mejor manera y en el caso de los dos documentales es importante tener en cuenta el orden de las escenas ya que facilitará organizar de mejor manera el plan de rodaje que se realizará en Mindo durante los días de grabación.

5.2.1.6 Storyboard

El storyboard es una de las herramientas más usadas en cualquier tipo de producción audiovisual, bien a ser un guión gráfico de lo que se quiere plasmar en imágenes, es una representación visual vía dibujos o bocetos representando el contenido visual de cada plano. Según Martín Martínez en su libro el lenguaje del cine “Aparte de las ilustraciones que pueden ser bocetos, se puede incluir descripciones del plano, movimientos de cámara de cada toma específica y una descripción de lo que ocurre por escenas”. (MARTÍNEZ, 2010, p.30)

5.2.1.7 Desglose de producción

El desglose de producción sirve para establecer todas las necesidades que va a requerir el rodaje y se lo puede realizar en base a las escenas o por la división de secuencias que se van a grabar y éstas vendrían a ser las que se

van a filmar dentro de una misma locación y un mismo tiempo. Recordando lo que dice María Bestard licenciada en filosofía y letras en su libro “Realización audiovisual” “El desglose de producción tiene el objetivo de economizar el costo de producción como permisos en locaciones, derechos de imagen, alquiler de equipos, entre otros con el fin de grabar en una misma locación varias escenas” (BESTARD, 2011, p.60). Es indispensable que dentro de las necesidades de la producción se tome en cuenta la utilería, equipo técnico, personajes, iluminación, efectos visuales y locaciones y esto ayudará significativamente para ser mucho más eficaz en tiempo y costos como por ejemplo dentro de un mismo Lodge se realizarán varias escenas que vayan a usarse en cualquiera de los dos documentales, de esta forma el orden grabación no se realizará en un orden cronológico sino más bien por un orden que facilite la organización y simplifique el día de rodaje.

5.2.1.8 Plan de grabación

Después de haber realizado el storyboard, la escaleta y el desglose de producción se elabora un calendario donde estará programado todas las grabaciones que se van a tener que realizar con tiempos exactos o estimados de duración para de esta forma aprovechar de mejor manera los tiempos de grabación, y vendría a ser un documento en base a los tiempos y a las fechas dentro de la grabación al igual que los permisos que se tengan que sacar en el caso de que sea necesario. Según Bestard (2011, p.61) gracias al plan de grabación “Se podrá implantar un orden para el rodaje en cada secuencia, con un tiempo respectivo de grabación para cada lugar donde se desea filmar, y aquí irán todas las necesidades artísticas, técnicas, para cada secuencia y día de grabación”. En el caso de los dos documentales no se va a filmar rigiéndose a la cronología del guión, sino que se van agrupar las escenas en secuencias con relación directa a una locación ya que las distancias son largas unas de otras y de esta forma se economiza tiempo y dinero, además se debe tomar en cuenta las condiciones climáticas que tiene Mindo, el equipo que se va a utilizar en cada locación y para poder ser mucho más exactos y eficientes con

los tiempos de grabación, se debe considerar el orden del rodaje en cada secuencia como la búsqueda del encuadre o movimientos de cámara.

5.2.1.9 Presupuesto

El presupuesto es sumamente importante ya que cuando se habla del costo de la producción de los dos documentales de Mindo y poder desarrollar un presupuesto acorde a las necesidades de la producción, se debe tomar en cuenta los siguientes factores como los recursos humanos, que serían el directos, los productores, sonidistas, actores, etc. Recursos técnicos como cámaras, luces, micrófonos, etc y por último la parte logística como los permisos en las locaciones, traslados, alimentación, etc. Según Bestard (BESTARD, 2011, p.63) “el presupuesto se lo debe elaborar un tanto más holgado ya que siempre ocurren imprevistos y es mejor tener un margen de error mayor, para no sufrir consecuencias durante el proceso.

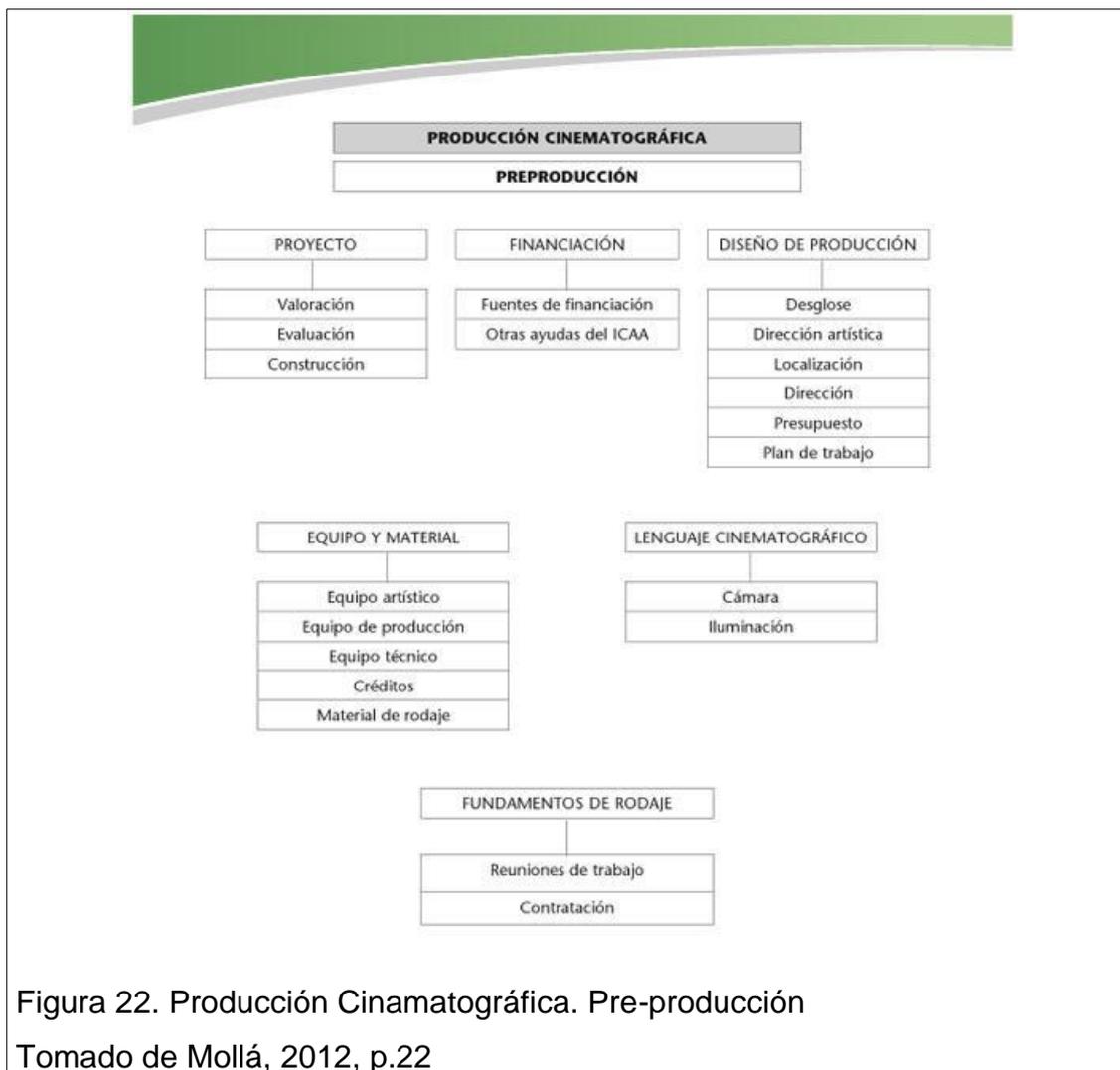


Figura 22. Producción Cinamatográfica. Pre-producción

Tomado de Mollá, 2012, p.22

5.3 Producción o rodaje.

La producción que en la mayoría de los proyectos audiovisuales sería el rodaje que no es más que la puesta en escena de todo lo previsto durante la pre-producción, por tanto cualquier error o desfase de tiempo podría ocasionar un gasto importante de dinero y es aquí donde todo el equipo de producción se involucra directamente con el proyecto como cámaras, vestuario, iluminación, sonido, etc. El trabajo durante esta etapa tiene que ser eficaz y acorde a los tiempos establecidos para que de esta manera al final del día de rodaje se revise el material grabado y se prepare todo para el día siguiente.

“Producción, propiamente dicha, que equivale a la fase de rodaje. En esta etapa, que no suele superar las cuatro o cinco semanas, se filma de manera intensa e ininterrumpida toda la fotografía del video a realizar”.
(SÁNCHEZ, 2014, p.35)

Sea el material audiovisual que se pretenda producir, a lo largo de esta etapa el equipo de producción, según José Martínez Abadía se debe plantear y responder con trabajo las siguientes preguntas:

¿Qué es lo que se quiere producir?

Habrá que partir de la descripción del producto audiovisual (contando con un guión detallado)

¿Cuáles son los medios necesarios para poner en marcha el proyecto? Se determinarán los recursos humanos, técnicos y materiales.

¿Cómo se organizan estos medios? ¿Dónde y cuándo se aplican? Deberá diseñarse un plan de trabajo detallado que asegure la eficacia organizativa de la producción en el tiempo (De preparación, de registro, de montaje, y acabado) y en el espacio (locaciones, estudios, etc.).

¿Cuánto cuesta la aplicación del plan de trabajo?

Se elaborará un presupuesto que contemple todos los apartados de la producción.

¿Cómo se está efectuando el trabajo?

Será preciso controlar la forma en que se está aplicando el plan propuesto, en los plazos, en la calidad y en los costes.

¿La solución adoptada es óptima?

Un balance permitirá detectar los posibles errores susceptibles de mejora para su aplicación en futuros proyectos.

Finalmente habrá que considerar si la orientación respecto al mercado es buena o no. Un producto audiovisual tiene siempre sobre sí imprevistos en los resultados respecto a la satisfacción final de quien nos lo ha encargado o, en múltiples casos, la respuesta del público.

5.3.1 Preparativos

Antes de comenzar con el rodaje, lo que se recomienda es conseguir un equipo de producción acorde con las necesidades del director y el objetivo del producto, los cuales tengan los suficientes conocimientos en el ámbito audiovisual o que al menos hayan tenido experiencias anteriores en grabaciones, esto justamente con el objetivo de que se pueda tener un buen desempeño de trabajo durante los días de rodaje. Y el equipo de trabajo dependerá mucho del tipo de proyecto que se desee realizar, en el caso de los documentales para Mindo el equipo puede estar compuesto por: Un director, productor, asistente de dirección, asistente de producción, camarógrafo, director de arte, sonidista y un utilero. Y el equipo de producción van hacer las personas que van a estar antes, durante y después de las filmaciones en las diferentes locaciones y van a ser los responsables directos de que todo salga según el plan de rodaje.

Tal como lo dice Michael Rabiger en su libro “Dirección de documentales” y fundador del “Centro Documental de Columbia” “Es sumamente importante contar siempre con la documentación de la producción como por ejemplo el plan de rodaje, la escaleta, contactos, permisos, etc.” (RABIGER, 1987, p.129) como no se puede pasar por alto revisar todos los equipos antes de ir a las locaciones a filmar o empezar el día de grabación, verificar que los micrófonos funcionen correctamente, que las baterías de las cámaras estén cargadas, que las tarjetas de memoria estén vacías y contar siempre con equipos extras o equipamiento eléctrico por si acaso llegue a suceder algún imperfecto de última hora.

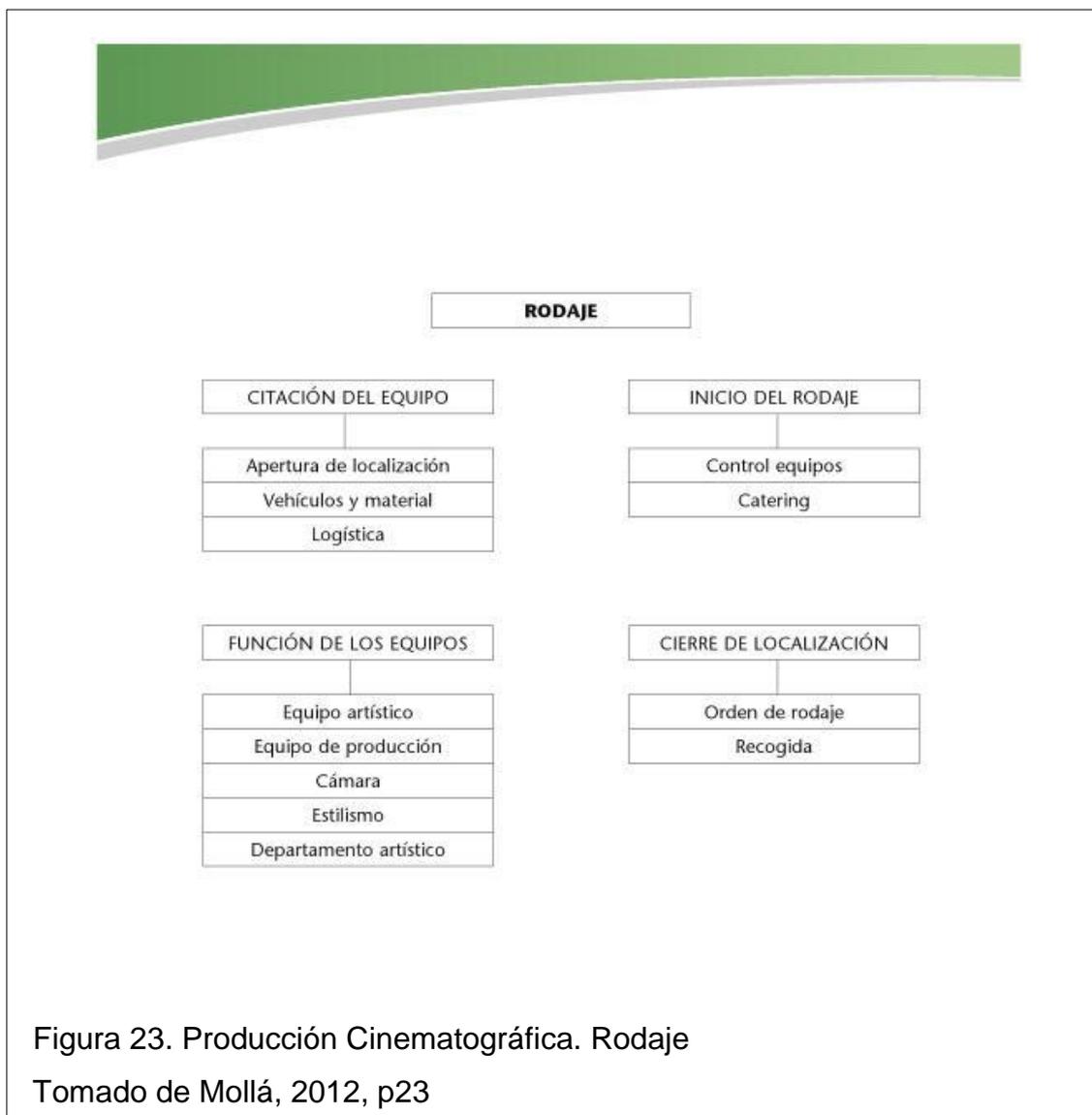
5.3.2 Grabación

Mediante una reunión o cita previa se dará a conocer a todo el equipo de producción el cronograma de actividades para de esta forma organizar todo para que no existan inconvenientes durante el proceso de producción y en base al cronograma de actividades y al plan de rodaje se procederá a grabar tratando de que el cronograma sea un poco flexible ya que Mindo es un lugar donde el clima en la mayor parte del año es húmedo y lluvioso y muchas de las tomas son en campo abierto.

Por eso Rabiger recomienda que al menos en el caso de Mindo donde la mayoría de las grabaciones son en exteriores y por el clima lluvioso que presenta en la mayor parte del año “Es recomendable filmar esa parte primero y a la vez tener un alternativa en interiores y las escenas que son de suma importancia en la narrativa del documental no dejarlas al final del rodaje”. (RABIGER, 1987, p.130) Es en este momento cuando ya disponemos de una previa Pre- producción bien hecha, se inicia con el desarrollo de la filmación y es justamente en este periodo donde se realiza la filmación del video promocional obteniendo todo el material en bruto, que se lo realizara con una cámara Canon Réflex 60D profesional, dos cámaras Gopro Hero 3 Hero 4, la iluminación solo va ser necesaria para el momento de la entrevista al propietario de Mindo Lago ya que el concierto de las ranas que se quiere documentar es en horas de la noche, y una cámara de video Sony HD, que servirá para todo grabar todo el tras cámaras del proceso de producción del video promocional y además las entrevistas que servirán como respaldo para la tesis.

Las entrevistas van a ser el hilo conductor del documental comunitario de Mindo y es por esto que se recomienda conversar con antelación con los personajes a ser entrevistados para de esta manera explicarles sobre que trata la filmación y sobre todo para poder tener su confianza por ende la entrevista salga con más naturalidad. Y al concluir el día de rodaje se debe entregar los respectivos informes al igual que el material para poder trasladar el material a

un disco duro seguro, vaciar las tarjetas de memoria como cargar las baterías e informar al equipo de producción las actividades a realizar al día siguiente como por medio de la hoja de llamado solicitar la presencia de cada uno de ellos a la hora y el lugar que se los necesite.



5.4 Postproducción

Por último tenemos la etapa de la post-producción del material audiovisual donde el equipo técnico de editores y post productores entra en “escena” y se encarga básicamente de seleccionar junto con el director todo el material previamente grabado para de esta forma montar entre imágenes, caracteres y

efectos el video final que será el producto que pasará por la última fase de colorización y sonorización para así culminar con las tres etapas del proceso de producción. “Comprende los trabajos de montaje, sonorización, laboratorio, corte de negativo, edición final de las escenas, hasta que la película o corte de edición esté listo para su estreno entrega al cliente”. (SÁNCHEZ, 2014, p.46) Es aquí donde se finaliza el proceso de producción del material audiovisual – multimedia a tratar, y gracias al uso y manejo de diferentes herramientas tecnológicas al igual que una plataforma virtual para el sitio web se procederá a desarrollar la propuesta multimedia. Además es dentro de este proceso donde se empezará a desarrollar la página web ya con el material audiovisual listo únicamente para armar gráficamente la misma e incluir el video en el home de la página para que el turista o el usuario pueda observar el material al mismo tiempo que pueda navegar por las diferentes pestañas del sitio web. Elementos como “El montaje, la edición, la pre visualización, musicalización, efectos de audio, voz en off, animaciones son elementos que dependerán intrínsecamente del tipo de proyecto que se esté realizando”. (BESTARD, 2011, p.66) Es por esto que todas las tres etapas para la realización del proyecto son indispensables tratarles con el orden antes mencionado, ya que si una de ellas tiene un error o falencia o si bien no se las ha tratado en este orden, se producirán errores de imprevisto y no se podrá tener un producto de calidad y esto implica que debemos seguir en orden el proceso de producción para no tener problemas a futuro.

5.4.1 Pre visualización.

Es en este proceso cuando en base al guión y la escaleta y junto al director se seleccionan las mejores tomas que realmente van a ir en el video pre visualizando todo el material previamente grabado. Después de haber observado todo el material que servirá para los dos documentales, Rabiger menciona que “se debe hacer una clasificación de las posibles tomas que se van a ocupar en el primer corte de edición, con el objetivo de organizar el material y ahorra tiempo durante el montaje”. (RABIGER, 1987, p.198) De esta

forma lo que se pretende lograr con la pre visualización es justamente estos, ganar tiempo facilitar al editor su trabajo.

5.4.2 Guión Montaje

Al realizarse dos documentales informativos donde el hilo conductor de los mismos son las entrevistas el llamado guión de montaje encaja perfectamente en la estructuración debido a su género en el cual no se puede predecir de manera exacta lo que va a suceder ya que muchas veces o hasta en el ámbito profesional no todo lo que se planifica en la etapa de pre producción, se filma como se tenía esperado. Segarra afirma que “a través del guión de montaje se podrá dar una nueva estructura a los documentales, reescribiendo desde la postproducción la nueva estructura del documental, ya que encontrando y descartando tomas se pueden descubrir cosas que no se pensaba”. (SEGARRA, 2008, p.90)

5.4.3 Edición

Proceso clave donde se le da el sentido que quiere el director mediante el orden de todos los planos y escenas seleccionadas, ya que la duración del video es importante ya que tiene que ir ligada al guión técnico de esta forma sabemos se podrá saber cuáles son los tiempos para el uso de las imágenes y el audio. Es justamente en esta etapa del proceso de la edición de los documentales que se recomienda que el director y el editor trabajen conjuntamente para en base al guión de montaje puedan tener el primer corte de edición como comúnmente se lo conoce y es aquí donde el material se lo divide en la línea de edición en bloques, en el segundo corte de edición y casi definitivo en base a la música en el caso del primer documental ecológico y de aventura se trabaja en base al ritmo y se escogen tomas de acuerdo a la intensidad de la música, por ejemplo utilizando tomas de las actividades que se pueden realizar o con una música de menor intensidad pero de gran emotividad se pueden usar tomas de naturaleza en cambio en el segundo video

documental se pueden utilizar tomas de comunidad acompañadas de una música acorde a lo que se desee graficar en base a las entrevistas para crear en el turista una sensación de querer conservar y proteger la naturaleza ya que ese es el fin del producto audiovisual – multimedia, el de crear consciencia en la persona que lo mira.

El tercer corte de edición y el definitivo que viene a ser el corte final como hace referencia Rabiger es donde se “Trabaja en los pequeños detalles hasta poder dejar la edición lista para el montaje final del proceso de producción que sería el de colocar el audio final, los efectos de sonido, la gráfica de entrada y salida de los dos documentales y la voz en off” (RABIGER, 1987, p.201)

5.5 Postproducción de audio

5.5.1 Musicalización

Será uno de las últimas etapas de producción donde se colocará una música de fondo acorde con las imágenes que resalten, enfatizen y generen una sensación en el espectador y el proceso donde se coloca el audio seleccionado en un momento determinado para dar énfasis ciertas imágenes acompañado de una música de fondo que acompañara todo el video, y se utilizará audio directo en muy pocas ocasiones. Pero este es uno de los procesos más importantes ya que con uso adecuado de la música se puede dar un giro a lo que se quiere transmitir y le puede potenciar al solo uso de imágenes es por esto que la música es el alma del video ya que se puede transmitir al espectador diferentes tipos de sensaciones como tensión, emotividad, alegría, consciencia que es lo que se quiere transmitir con los dos documentales informativos.

Haciendo referencia a Rabiger cuando dice que “Al momento de seleccionar la música correcta, hay que tener en cuenta la mayoría de la música tiene derechos de autor, para ello se debe pagar los permisos respectivos si se

desea utilizar, pero si se puede recurrir a las bibliotecas de música gratuita las cuales son libre de derechos”. (RABIGER, 1987, p.202) En el caso de los dos documentales se utilizó música libre de derechos de la página Megatrack.

5.5.2 Sonorización

Se entiende por sonorización, cuando se graba un sonido por encima de una imagen, la cual es totalmente muda o sobre una imagen que ya tiene sonido pero que puede estar defectuoso o simplemente no se quiere usar su audio original, y haciendo referencia a Onoff cuando dice que “Los efectos sonoros se utilizan para darle mayor realismo y un ritmo determinado a una película, creando una forma distinta de percibir las imágenes y condicionar en su interpolación”. (ONOFF, 2010, p.45) Es aquí donde se coloca algunos efectos que se va a seleccionar para los dos documentales al igual que la voz en off del intro de Alexander Von Humboldt.

5.6 Postproducción de la imagen

5.6.1 Colorización

Hoy en día existen herramientas visuales que nos ayudarán a crear y generar efectos de imagen, de color, etc., que serán necesarios para darle una imagen y color homogéneo al video. Y será la penúltima etapa del proceso de producción de todos los dos documentales y según la Web Academia “La colorización se basa en igual la luz y los colores de todas las tomas para de esta forma en base a la luz y el color generar sensaciones en el espectador”. (WEBACADEMIA, 2013).

5.6.2 Generador de caracteres

Es la última etapa del proceso producción donde se generarán los créditos para el final del video donde se nombra a cada persona del equipo de producción al igual que las entidades o lugares que brindaron apoyo para el presente video y para finalizar los agradecimientos. Pero sobre todo es cuando

el postproductor toma el producto final y se encarga de colocar los caracteres para las entrevistas, las animaciones en 2d para los intros y las salida que desarrollaran en After Effects utilizando gráfica con la cromática de la marca con mensajes en texto que ayuden a dar más relevancia a los documentales y más profesionalismo igual que para finalizar colocar lo más importante la marca Mindo Eco Travel en la parte superior izquierda para darle a los documentales un sentido de identidad.

5.7 Propuesta audiovisual

Una vez planteadas las problemáticas que actualmente atraviesa Mindo se procederá a continuación a realizar el libro de producción que nos ayudará a partir de una idea clara acerca del turismo en la parroquia y de esta forma poder transmitir un mensaje por medio de un material audiovisual - multimedia, que intente promover, sensibilizar y educar la práctica de un turismo sostenible dentro de la Parroquia de Mindo.

5.7.1 Sinopsis

Documental Informativo N.1: Mediante imágenes y sonido se mostrará cómo se puede practicar un turismo responsable en base a la experiencia de turistas locales y extranjeros en las diferentes actividades que ofrece Mindo enfocándose exclusivamente en el Turismo de Deportes y Aventura al igual que el Turismo Ecológico.

Documental Informativo N.2: Se enfocará únicamente en el Turismo comunitario y como la práctica del mismo en Mindo ha hecho que ambas partes sean beneficiadas ya sea los dueños o propietarios de los establecimientos turísticos o lodges como la comunidad local por la práctica del turismo sostenible en la Parroquia.

5.7.2 Tratamiento del documental o storyline

La parroquia de Mindo desde sus inicios ha tenido como estandarte cuidar y proteger la naturaleza ya que se encuentra de una reserva natural protegida por el gobierno Nacional y su entidad que se encarga de controlar las reservas naturales llamado SNAP, es así como desde los noventa la parroquia se ha caracterizado por practicar un turismo sostenible desde los establecimientos turísticos, los turistas y la misma comunidad. Haciendo de Mindo uno de los destinos más visitados en el Ecuador por su biodiversidad y por el cuidado que brinda al medio ambiente mejorando las condiciones de vida de la comunidad local y haciendo que la economía de Mindo se reactive incrementando las fuentes de trabajo y aumentando el comercio de varios productos y frutas de la zona.

El presente proyecto audiovisual multimedia consta con dos videos cortos de 3 a 6 minutos de duración donde los dos están conformados con los mismos patrones de producción ya que muestran la parroquia de Mindo y la experiencia de sus turistas, por medio de imágenes mostrando sus recursos naturales como el Bosque nublado Mindo – Nambillo y su cascada, el santuario de las cascadas, las termas ubicadas en los diferentes Lodges, y sus diferentes tipos de experiencias que ofrece la parroquia dentro del Turismo de Deportes y Aventura al igual que el Turismo Ecológico y de Naturaleza, como por ejemplo la práctica del Canyoning, Tubbing, Canopy, Rafting, Escalada deportiva, Pesca deportiva, paseos en bicicleta, y ecológicos como caminatas, tour nocturno guiado al bosque protector, avistamiento de aves, entre otros.

La única diferencia entre ambos videos es que el uno se centra un poco más al turismo Comunitario con la comunicad local y el otro se basa en la experiencia del turista pero los dos videos tienen algo en común, mostrar al espectador por medio de la herramienta visual, gráfica e interactiva como se puede realizar un turismo consciente y responsable sin que afecte a su entorno. La estructura narrativa del primer video documental, se desarrolla a partir de las entrevistas

realizadas a los propietarios y administradores de los establecimientos turísticos hoteleros o lodges con el principal motivo de que en base a sus experiencias se cuente la historia mediante la graficación. Y el segundo video se desarrolla a partir de la subjetividad de dos turistas mujeres que visitaron Mindo por el un lado una turista local y por otro lado una turista extranjera, con la razón de revivir estas historias contadas por sus protagonistas. Pero principalmente son los lodges el principal motivo para desarrollar la presente propuesta audiovisual - multimedia ya que al combinar actividades sostenibles responsables y conscientes dentro de un establecimiento como un lodge en un lugar tan biodiverso y endémico como Mindo y acompañarlo con sitio web donde en base a la experiencia del turista la gente pueda conocer mejor la parroquia y le sirva como una herramienta para poder entender y practicar un turismo sostenible.

5.8 Propuesta de Fotografía

La fotografía es el punto de partida para poder lograr una propuesta estética creativa de la imagen y de esta forma contribuir y darle soporte a la narrativa de las historias a contar siendo la cámara una herramienta indispensable de registro de los sucesos que ocurren durante todo el rodaje y la realidad capturada por la imagen.

5.8.1 Enfoque fotográfico

Cuando se realiza un documental, en muchas de las situaciones, los acontecimientos que se llevarán a cabo no son planificados, por esta razón y para darle libertad y subjetividad a las historias, se filmará una gran parte del video con cámaras GoPro o cámara en mano y para las entrevistas y tomas de flora y fauna se realizará con trípode. Siempre y cuando tratando de controlar los movimientos demasiado bruscos con movimientos controlados, para de esta manera contar las historias en base a las experiencias del turista.

De esta manera el enfoque que se quiere tener de los dos videos documentales debe ser subjetivo en base a la experiencia del turista tratando

de crear la sensación en el espectador de estar en medio de la naturaleza realizando las mismas actividades que los personajes del video, al igual que deber compartir vivencias y sensaciones de las personas involucradas en la parroquia desde la comunidad hasta los propietarios de los establecimientos turísticos. De esta manera lo que se quiere transmitir en base al enfoque fotográfico es que se puede practicar el turismo sin crear un impacto grande en su entorno. Para terminar, las entrevistas del primer video documental conservarán todas un mismo estilo ya sea luz natural, tipo de encuadre, poca profundidad de campo y dos de las entrevistas su encuadre estará al lado izquierdo y las otras dos a mano derecho utilizando siempre primeros planos medios.

5.8.2 Tiempo y Espacio

Los valores de los planos, los movimientos de cámara y los ángulos que se van a utilizar tienen que ir de la mano con la intencionalidad de lo que se quiere transmitir. Por ejemplo los planos se componen principalmente por la regla de los tercios mediante encuadres que realcen al turista o a la comunidad, los movimientos de cámara serán dinámicos y centrados en dar la sensación de subjetividad al igual que se utilizará bastante la profundidad de campo para exponer y realzar los entornos naturales que ofrece Mindo con planos generales al igual se utilizará bastante planos con poca profundidad de campo que realcen su flora y su fauna. Y se aplicará con el único propósito de crear composiciones y efectos visuales creativos.

5.8.3 Ritmo y Tiempo

En su gran mayoría las filmaciones serán durante el día y en una época del año donde el clima sea favorable para las mismas ya que el clima de Mindo durante la mayor parte del año es nublado lluvioso es por esta razón que la principal fuente de iluminación será la luz natural utilizando rebotes para las entrevistas y en la única entrevista hecha en la noche se utilizará una luz led para el entrevistado.

5.8.4 Atmósferas

Las diferentes atmósferas que se utilizarán van a ser en su mayoría exteriores ya que no se puede hablar de turismo en Mindo sin sus actividades principales, es de esta manera que las tomas en su gran mayoría van hacer en exteriores dentro de o en los alrededores del bosque nublado Mindo – Nambillo al igual que en las áreas verdes de los diferentes lodges donde se van a realizar los dos documentales por otro lado los únicos interiores que se filmarán serán en uno de los establecimientos turísticos reconocidos de la zona donde la elaboración de productos en base al cacao son carta de presentación.

5.9 Propuesta de sonido

En cuanto al sonido se refiere, la voz en off del opening del segundo video documental al igual que las entrevistas del primer video, serán audios que no tengan ningún tipo de ruido ambiente y la voz en off será grabada en estudio. Consecutivamente muchos de los audios grabados como sonido directo se podrán montar en ciertas escenas que lo en realidad requieran de un audio adicional para transmitir diferentes sensaciones como sensoriales, anímicas de paz, alegría, tranquilidad, etc.; siendo el audio un recurso fundamental para reforzar la imagen y el mensaje que se quiera transmitir.

En el caso de los dos documentales el audio va ser el hilo conductor de la historia y la voz en off del opening será montada en la edición acompañada de los diferentes audios a utilizar.

5.10 Propuesta de montaje

La etapa del montaje es una de las etapas más importantes para posteriormente armar una escaleta y un guión acorde al material filmado, de esta manera primero se tendrá que organizar todo el material en base a las tomas ya seleccionadas, lo que se pretende en esta etapa del proceso de producción es mediante el montaje y con la narrativa de las entrevistas como

hilo conductor del primer documental es darle un sentido específico a lo que se quiere transmitir.

A través del montaje se podrá conocer todos los lugares turísticos, establecimientos o lodges donde se practica el Turismo Ecológico y de Naturaleza, el Turismo de Deportes y Aventura y el Turismo Comunitario siendo los tres tipos de turismo que más se practican en el país y de esta forma poder coordinar la logística y los lugares más representativos de la parroquia donde se va a grabar mediante un scouting previo. El objetivo principal de las protagonistas es conocer los diez lugares más representativos de la parroquia de Mindo dándole un sentido de experiencia al turista y que invite a querer viajar a Mindo y realizar las diferentes actividades que ofrece.

En el caso del documental a diferencia del de ficción, la secuencia de los planos es mucho más libre ya que en el caso del documental de ficción se guía netamente por el guión previamente desarrollado y el montaje irá conforme la línea narrativa de las entrevistas en el caso del primer video y en el caso del segundo video la secuencia será determinada por la música que se vaya a utilizar. La duración de los planos tiene una diferencia entre el video número uno y el video número dos, en el caso del primero habrá una relación intrínseca entre los fragmentos de las entrevistas para de esta forma graficar con diferentes planos y tomas y de esta manera tener una relación más directa con lo que se quiera transmitir. Se podrá visualizar planos que describan la vida cotidiana de las personas de la comunidad que se han visto beneficiadas por el turismo sostenible, logrando transmitir el encanto que tienen la comunidad de Mindo. Pero por el otro lado tenemos el documental ecológico y de aventura que la manera de contar la historia será diferente al del primero ya que en este caso la duración de cada plano se usará acorde a la música como hilo conductor de la historia y al mensaje de lo que se quiera transmitir, de esta forma van a existir tomas que duren menos o más que otras, exponiendo planos que describirán las diferentes actividades que Mindo puede ofrecer.

Cuando se habla de la estructura del documental se va a separar el uno de otro, para el primero en su gran mayoría está conformado con tomas de integración de la comunidad y su producto que complementarán lo que los entrevistados hablan y tendrá un inicio con una animación 2d que muestre las diferentes caras de las personas involucradas en el proyecto y las personas beneficiadas por el turismo y desarrollo sostenible. Contará con una barra de caracteres para los entrevistados y con una frase al final del documental que ayude a dar mayor impacto al mensaje que se quiere transmitir.

En el caso del segundo documental, la forma de contar la historia será diferente ya que las tomas irán acorde a la música de fondo pero en este caso se enfocarán única y exclusivamente en la aventura, deportes y ecología. Y comenzará con una animación que va complementada con la voz en off y una frase conocida de Alexander Von Humboldt, al igual que existirán tres frases durante el transcurso del documental que ayuden a realzar el mensaje que se quiere transmitir para terminar con una animación 2d del logotipo de la marca seguido por la página web. De esta forma los dos videos documentales son de carácter turístico que tiene una diferente estructura entre sí pero que a la final el objetivo es el mismo, poder transmitir un mensaje de consciencia para el turista hacia el medio ambiente y que de igual forma se puede practicar un turismo sin contaminar el bosque protector Mindo - Nambillo sino más de bien de cuidarlo y respetarlo.

5.10.1 Scouting

Antes de realizar el scouting dentro de la parroquia de Mindo se tenía que tomar en cuenta los datos investigativos para poder saber cuáles son los lugares idóneas y adecuados para la práctica del Turismo de Deportes y Aventura y el Turismo de Naturaleza, además que dentro del valle de Mindo se realiza turismo Comunitario que en los últimos años ha tenido un crecimiento, gracias a la inclusión social por parte de los Ministerios de Ambiente y Turismo, y los establecimientos que siendo únicamente en algunos casos solo hosterías

y en otros si con el nombre de Lodge han decidido todos en conjunto integrar a la comunidad local, para que de esta forma todos sean beneficiados.

Es por esto que se ha escogido a los 15 lugares en Mindo donde se practica un turismo sostenible consciente y responsable con la naturaleza, sus comunidades locales y su entorno.

Mindo

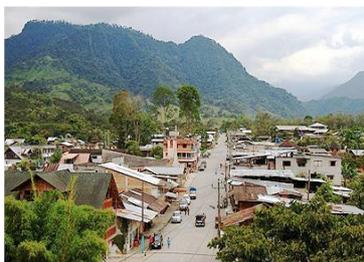


Figura 24. Valle de Mindo

Mindo ropes and canopy



Figura 25. Mindo ropes and canopy

Tarabita y Santuario de las Cascadas



Figura 26. Tarabita y Santuario de las Cascadas

Cascada del río Nambillo



Figura 27. Cascada del río Nambillo

Mindo Nambillo Cloud Forest Reserve

Observación de aves



Figura 28. Mindo Nambillo Cloud Forest Reserve

Mindo lago - concierto de ranas



Figura 29. Mindo lago - concierto de ranas

Mindo Pura Vida



Figura 30. Mindo Pura Vida

Mariposario de Mindo



Figura 31. Mariposario de Mindo

El Quetzal de Mindo



Figura 32. El Quetzal de Mindo

MindoTubing



Figura 33. Mindo Tubing

Mindo Canyoning



Figura 34. Canyoning

Mindo ciclismo de montaña



Figura 35. Mindo ciclismo de montaña

5.10.2 Escaleta del documental informativo Aventura – Ecológico

1. Animación fotografía y texto (Introducción)

(Frase tomada de Alexander Von Humboldt sobre el ecuatoriano)

2. Mindo (ubicación, lugares y actividades)

- 2.1 Plano medio del boque de Mindo
- 2.2 Toma con dron de la torre de escalada de Mindo Pura Vida
- 2.3 Plano subjetivo del turista en el río realizando la actividad del tubing
- 2.4 División de pantalla: Plano subjetivo del turista en la actividad del canyoning y plano subjetivo del turista entrando al agua
- 2.5 Plano subjetivo del turista en el río realizando la actividad del tubing
- 2.6 Plano general de turistas en el río realizando el tubing
- 2.7 Contrapicado de los turistas en el río realizando la actividad del tubing
- 2.8 Toma de dron de turista realizando la actividad de la escalada
- 2.9 Contrapicado de turista subiendo por el muro de escalada
- 2.10 Plano subjetivo turista subiendo por el muro de escalada

3. Mindo canopy – Mindo flora y fauna

- 3.1 Plano medio del turista realizando la actividad del canopy
- 3.2 Plano general del turista atravesando el bosque en canopy
- 3.3 Plano general del turista desde otro ángulo atravesando el bosque en canopy
- 3.4 Plano general del turista saliendo del punto de partida del canopy
- 3.5 Plano general del turista desde otro ángulo atravesando el bosque en canopy
- 3.6 Plano general del turista llegando al punto de llegada del canopy
- 3.7 Plano subjetivo del turista realizando el canopy
- 3.8 División de pantalla: Plano subjetivo del turista realizando el canopy y picado del turista subiendo por el muro de escalada
- 3.9 División de pantalla: Plano general del turista llegando al punto de llegada del canopy y plano subjetivo del turista realizando el canopy
- 3.10 Plano general del turista desde otro ángulo atravesando el bosque en canopy
- 3.11 Contrapicado de colibríes alimentándose
- 3.12 Primer plano de colibríes alimentándose
- 3.13 Primer plano de sapo sobre una hoja
- 3.14 Primer plano de mariposas alimentándose

4. Sobreimposición: Texto blanco (Vive auténtico)

- 4.1 Plano subjetivo del turista dentro del bosque en la torre de avistamiento de aves

5. Mindo flora y fauna

- 5.1 Tilt down de una orquídea
- 5.2 Primer plano de colibríes alimentándose

5.3 Plano detalle de colibríes alimentándose

6. Mindo (ubicación, lugares y actividades)

6.1 Toma de dron del bosque protector Mindo - Nambillo

6.2 Plano subjetivo del turista dentro del bosque protector Mindo – Nambillo

6.3 Tilt up del bosque protector Mindo – Nambillo

6.4 Plano detalle de una flor

6.5 Picado del cielo de Mindo desde el bosque protector

6.6 Primer plano de sardinas dentro del lago

7. Mindo deportes de aventura y ecológicos

7.1 Plano subjetivo turista saltando al río

7.2 Plano subjetivo turista dentro del bosque protector

7.3 Plano subjetivo del turista realizando el tubing

7.4 Tilt up de los turista río abajo realizando el tubing

7.5 Plano subjetivo del turista haciendo bicicleta

8. Mindo (lugares y actividades)

8.1 División de tres pantallas

8.1.1 Picado de turistas realizando la actividad del trekking

8.1.2 Plano medio de voluntario cortando los jardines de un lodge

8.1.3 Plano detalle de unas orquídeas

8.2 Tilt up de lugar donde se reciclan los desechos dentro de un lodge

8.3 Plano detalle de la vegetación dentro del bosque protector

8.4 Plano medio desde otro ángulo de voluntario cortando los jardines de un lodge

8.5 Toma de dron sobre el lodge

9. Sobreimposición: Texto blanco (Vive responsable)

9.1 Plano general del turista atravesando el bosque en canopy

10. Mindo Lodges

10.1 Toma de dron sobre el lodge

10.2 Plano general sobre el río que atraviesa Mindo

10.3 Plano detalle de mariposas alimentándose

10.4 Tilt up del lodge

10.5 Paneo de cielo descubriendo a la luna

10.6 Plano general del lodge y de su lago

11. Sobreimposición: Texto blanco (Vive sostenible)

11.1 Paneo del lodge y sus cabañas tarde noche

12. Mindo Lodges

12.1 Plano general lodge en la noche

12.2 Plano general de las sardinas dentro del lago

12.3 Tilt down turistas dentro del lodge

13. Animación logo (cierre)

13.1 Logo de Mindo Eco Travel aproximándose a la pantalla acompañado de su página web en fondo negro

Escaleta del documental informativo comunitario

1. Mindo (ubicación, lugares y actividades)

- 1.1 Toma de dron dentro de un lodge en Mindo
- 1.2 Contrapicado de turista escalando sobre el muro de escalada
- 1.3 Primer plano de turista con una mano en sus manos

2. Animación de fotografías, textos y video (Intro)

- 2.1 Sobre fondo negro se divide en dos pantallas y anima el texto “historias del turismo – cómo el turismo enriqueció mi vida” acompañados de fotografías de los rostros de las personas que trabajan activamente del turismo

3. Entrevista N.1 – Mariposario

- 3.1 Plano medio del propietario del mariposario de Mindo
- 3.2 Plano americano de los turistas dentro del mariposario
- 3.3 Plano detalle de las mariposas alineándose
- 3.4 Tilt up de turista admirando las mariposas
- 3.5 Plano medio del propietario del mariposario de Mindo
- 3.6 Tilt up de turista con mariposas en su mano
- 3.7 Plano general de los jardines dentro del mariposario
- 3.8 Primer plano de mariposas alimentándose
- 3.9 Tilt down del rio que atraviesa Mindo
- 3.10 Plano americano de turistas compartiendo momentos
- 3.11 Paneo de los jardines dentro de un lodge
- 3.13 Plano medio del propietario del mariposario de Mindo
- 3.14 Plano medio del propietario del mariposario de Mindo
- 3.15 Plano detalle de mariposas alimentándose

4. Mindo y la elaboración de productos a base de cacao

- 4.1 Paneo del guía brindando la fruta del cacao al turista
- 4.2 Plano medio de la administradora del Quetzal Mindo

- 4.3 Plano medio del guía mostrando la planta de cacao
- 4.4 Plano americano del guía y los turistas
- 4.5 Plano detalle de la semilla de cacao secándose
- 4.6 Plano general del guía y los turistas manipulando la semilla del cacao
- 4.7 Tilt up de la administradora y los turistas
- 4.8 Plano americano de los turistas dentro del Quetzal
- 4.9 Travelling del guía y los turistas degustando la semilla de cacao
- 4.10 Plano subjetivo de los turistas escogiendo la variedad de derivados del cacao
- 4.11 Primer plano del guía mientras esta guiando
- 4.12 Tilt up del gua manipulando el futo del cacao
- 4.13 Picado del guía y los turistas mientras degustan el fruto del cacao
- 4.14 Primer plano del guía manipulando el producto ya elaborado
- 4.15 Tilt down del guía y los turistas mientras recorren el tour

5. Entrevista guía del Quetzal y como el turismo comunitario ha beneficiado su vida

- 5.1 Plano medio del guía
- 5.2 Plano medio del guía mostrando el fruto del cacao a los turistas

6. Mindo el lodge y su flora y fauna

- 6.1 Primer plano del colibrí alimentándose
- 6.2 Plano detalle de la mariposa sobre la mano del turista
- 6.3 Plano general del lodge en Mindo
- 6.4 Paneo del lodge en Mindo
- 6.5 Plano general de las sardinas alimentándose dentro del lago
- 6.6 Contrapicado de los turistas observando el concierto de ranas

7. Entrevista N. 4 – Mindo Lago

- 7.1 Plano medio del propietario de Mindo Lago
- 7.2 Paneo de los turistas mientras recorren el concierto de ranas
- 7.3 Plano medio de la vegetación donde se encuentran las ranas
- 7.4 Primer plano de la vegetación donde se encuentran las ranas
- 7.5 Paneo de los turistas mientras recorren el concierto de ranas
- 7.6 Plano medio del propietario de Mindo Lago

8. Mindo Pura Vida Climb Lodge

- 8.1 Toma de dron sobre Mindo Pura Vida
- 8.2 Contrapicado del turista escalando el muro de escalada
- 8.3 Primer plano de los pies del turista mientras escala
- 8.4 Picado del turista escalando el muro de escalada
- 8.5 Travelling del muro de escalada con el turista de fondo
- 8.6 Plano medio de la entrevista con el propietario del lodge
- 8.7 Tilt down del lugar de reciclaje de desechos
- 8.8 Travelling de las lámparas ecológicamente amigables
- 8.9 Plano medio de la entrevista con el propietario del lodge
- 8.10 Primer plano de las orquídeas dentro del lodge
- 8.11 Tilt up de un árbol de frutas ubicado dentro de los jardines del lodge
- 8.12 Plano medio de la entrevista con el propietario del lodge
- 8.13 Primer plano de los pies del turista mientras escala desde otro ángulo
- 8.14 Picado del turista escalando el muro de escalada
- 8.15 Contrapicado del turista escalando el muro de escalada
- 8.16 Plano medio de la entrevista con el propietario del lodge

9. Mindo (Flora, fauna, actividades y un mensaje desde la comunidad)

- 9.1 Plano subjetivo del turista dentro de la actividad del tubing
- 9.2 Contrapicado del turista descendiendo del muro de escalada

- 9.3 Plano subjetivo del turista realizando la bicicleta
- 9.4 Plano subjetivo del turista realizando la actividad del canyoning
- 9.5 Plano general del turista realizando la actividad del canopy
- 9.6 Plano americano de los turistas río abajo realizando el tubing
- 9.7 Plano subjetivo del turista realizando la actividad del canyoning
- 9.8 Plano medio de los turistas puesto a realizar el tubing
- 9.9 Plano general de los turistas río abajo realizando el tubing
- 9.10 Plano subjetivo del turista realizando el canopy
- 9.11 Plano medio del guía de tubing beneficiado por el turismo comunitario el cual nos deja su mensaje para visitar la parroquia
- 9.12 Paneo de los turistas realizando el tubing
- 9.13 Plano general de los turistas río abajo realizando el tubing
- 9.14 Plano general del turista saliendo desde el punto de partida del canopy
- 9.15 Plano general del turista atravesando el bosque protector en canopy
- 9.16 Plano general del turista llegando al punto de llegada en canopy

10. Fondo negro y mensaje final de conciencia

- 10.1 Fondo negro con la frase “El turismo sostenible y consciente enriquece vidas”

11. Mensaje de conservación del medio ambiente acompañado de su práctica dentro de un lodge

- 11.1 Plano medio del propietario del mariposario
- 11.2 Paneo de una flor y una abeja
- 11.3 Picado de un voluntario barriendo y limpiando el lodge
- 11.4 Plano medio de un pájaro carpintero dentro del bosque protector
- 11.5 Paneo de la luna en el cielo
- 11.6 Primer plano de las mariposas alimentándose
- 11.7 Primer plano del turista sosteniendo una mariposa en sus manos

12. Animación de fotografías y textos a fondo negro

12.1 Animación fotográfica de las personas que fueron parte del documental acompañado de la frase “Estas son las caras del turismo”, cierre y a fondo negro

5.10.3 Locaciones

Locación N.1

Locación N.1: Mariposario de Mindo

Dirección: Km 6 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Actividad de los turistas con las mariposas Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 09:00 am – 10:30 am

Datos para tomar en cuenta: Tour guiado duración 45 minutos, seguridad al momento de filmar y llevar efectivo ya que ofrecen suvenires propios del lugar

Locación N.2

Locación N.2: Rio Mindo, Cinto y Blanco (actividad: Tubing) Dirección: Km 5 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Todas las que tengan que ver con el tubing Disponibilidad: La mañana

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 11:00 am – 12:00 pm

Datos para tomar en cuenta: Llevar la ropa adecuada para dicha actividad

Locación N.3

Locación N.3: El quetzal de Mindo (Tour de chocolate) Dirección: A 5 minutos del parque central de Mindo

Escenas a grabar: Turismo comunitario, guianza y elaboración de productos a base de cacao

Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 13:00 am – 2:30 pm

Datos para tomar en cuenta: Preferiblemente ir en horas de la mañana ya que no hay mucha afluencia de turistas, seguridad al momento de filmar y llevar efectivo ya que ofrecen suvenires y productos a base de cacao

Locación N.4

Locación N.4: Cascadas Mindo – Nambillo (actividad: Canyoning) Dirección: Km 15 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Todas las que tengan que ver con el canyoning

Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 3:30 am – 5:30 pm

Datos para tomar en cuenta: Llevar la ropa adecuada para dicha actividad, tomar en cuenta que desde el Km 15 hay que realizar una caminata moderada, llevar bebidas o alimentación en el caso de la necesidad del turista, terreno irregular, precaución con los equipos de filmación

Locación N.5

Locación N.5: Mindo Lago (Concierto de ranas)

Dirección: Km 3 desde el parque central de Mindo (salida de Mindo)

Escenas a grabar: Ubicación Lodge, concierto de ranas y sardinas

Disponibilidad: Mañana, tarde y noche

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 6:30 am –8:00 pm

Datos para tomar en cuenta: Uno de los lodges más representativos y tradicionales de la parroquia, seguridad para las cámaras, tomar en cuenta que el concierto de ranas es solamente a partir de las 6:30 pm, llegar con anticipación para la charla previa.

Locación N.6

Locación N.6: Santuario de las cascadas Mindo – Nambillo (actividad: Canyoning) Dirección: Km 15 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Todas las que tengan que ver con el canyoning
Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 5 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 3:30 am – 5:30 pm Datos para tomar en cuenta:

Locación N.7

Locación N.7: Bosque protector Mindo – Nambillo (actividad: Avistamiento de aves) Dirección: Km 25 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Avistamiento de aves y contacto con la naturaleza
Disponibilidad: Únicamente a primeras horas de la mañana

Fecha de grabación: 6 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 6:00 am – 8:30 am

Datos para tomar en cuenta: Ir lo más temprano posible vestir ropa adecuada para no distraer a las aves, guardar silencio, llevar larga vistas (igual los guías ofrecen unos para los turistas), terreno irregular

Locación N.8

Locación N.8: Mindo Pura Vida Climb Lodge (actividad: Escalada deportiva)
Dirección: Km 10 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Turismo comunitario y escalada deportiva Disponibilidad: Mañana y tarde

Fecha de grabación: 6 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 9:30 am – 11:30 am

Datos para tomar en cuenta: El lodge cuenta con el equipo necesario para poder realizar la escalada, seguridad para las cámaras

Locación N. 9

Locación N.9: Canopy Ropes and Adventure (actividad: Canopy) Dirección: Km 18 desde el parque central de Mindo

Escenas a grabar: Toda actividad que tenga que ver con el canopy Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 6 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 13:00 am – 15:30 pm

Datos para tomar en cuenta: Recientemente los establecimientos que ofrecen el servicio de canopy tuvieron que seguir algunas regulaciones para volver a operar, por lo tanto ese seguro, seguridad para las cámaras, no padecer de vértigo

Locación N.10

Locación N.10: Mindo (actividad: Trekking y bicicleta)

Dirección: Parque central de Mindo (separar tour ya que existen algunos lugares a sus alrededores)

Escenas a grabar: Trekking y bicicleta Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 6 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 4:00 pm – 5:30 pm

Datos para tomar en cuenta: Llevar ropa adecuada, los lugares alquilan bicicletas así que no es necesario llevar una, llevar hidratación

Locación N.11

Locación N.11: Varios Lodges en Mindo Dirección: n/a

Escenas a grabar: Todas las tomas realizadas con el dron Disponibilidad: La mañana y la tarde

Fecha de grabación: 12 de Septiembre del 2015 Horario de grabación: 9:00 am – 14:30 pm

Datos para tomar en cuenta: Ciertos lodges están ubicados en lugares maravillosos junto a la naturaleza, no te lo puedes perder, todos los lodges ofrecen casi las mismas actividades, Las tomas de 2 lodges restantes por motivos inciertos se perdieron y no se pudo recuperar el material)

5.11 Desglose de Producción Documental

5.11.1 Idea

La siguiente propuesta audiovisual es parte a un proyecto de tesis para la Universidad de las Américas en el que su problemática y su enfoque se centran en la parroquia de Mindo a 2 horas de la ciudad de Quito, donde a partir de los años 90 el turismo ha ido tomado impulso dentro de la misma haciendo que con el pasar de los años se regularicen a muchos establecimientos turísticos que brindan servicios ya que al ser el bosque protector Mindo – Nambillo considerado como reserva ecológica la práctica del turismo debe ser más responsable y consciente por parte de los pobladores y de los turistas que visitan Mindo. Es por esto que se tomó la idea de realizar una propuesta audiovisual multimedia que informe al turista y eduque acerca de lo que se trata el turismo sostenible y su correcta aplicación dentro de un entorno natural a través de dos documentales informativos que irán dentro de una página web que será creativa, dinámica y de fácil navegación para que las personas que no hayan conocido la misma o quieran hacerlo conozcan un poco más de la misma y la visiten pero sobre todo entiendan un poco mejor el concepto de la práctica de un turismo sostenible.

5.11.2 Objetivos

En un máximo de 7 minutos hablar y mostrar la importancia que tiene practicar un turismo responsable dentro de un entorno natural sin afectar a la naturaleza y sus recursos además de que integra a la comunidad local haciendo que todo el mundo se vea beneficiado del turismo pero cuidando siempre a la naturaleza ya que si ella no podría existir el turismo. Y de esta forma mediante una página web y las redes sociales poder transmitir un mensaje de cuidado y respeto hacia nuestros recursos naturales.

5.11.3 Público Objetivo

Los documentales de carácter informativo están enfocados al público en general, el cual en un alto porcentaje desconoce cómo se debe practicar un turismo sostenible, término que muchos conocen pero no saben de qué se trata y la importancia que tiene poder practicarlo en lugares como reservas ecológicas donde la idea de lodge se inició justamente en lugares de alto impacto contra la naturaleza pero a la vez se ha logrado mostrar que si se practica el turismo responsablemente y cuidando el medio ambiente tranquilo y en paz alejado de las grandes ciudades en medio de la naturaleza.

5.11.4 Recursos

- Narrativos: Planos detalle, generales, medios, picados contra picados, encuadres, imágenes en locación, iluminación y composición como los principales y más importantes acompañados de los que se requiera y se pueda hacer en ese momento todo para que el producto final culmine de manera satisfactoria
- Dramáticos: Entrevistas a los dueños de los Lodges y establecimientos turísticos de la zona además de sus trabajadores que son parte de la comunidad local, locución (únicamente en el intro), música y efectos.

5.11.5 Estructura

- Ejes temáticos: El tema principal el lodge como turismo consciente dentro de la parroquia de Mindo y como se puede aplicar un turismo sostenible dentro de lugares como reservas ecológicas y poblados que vivan cerca de las mismas.
- Contenidos: El un documental informativo únicamente será imagen y sonido y será el de corta duración que enseñara mediante la experiencia de un turista como se pueden hacer varias actividades dentro de la misma sin contaminar o dañar el medio ambiente. Y el segundo hablará de cómo el turismo comunitario ha beneficiado no solo a los dueños de los establecimientos turísticos o lodges sino a los pobladores y al turista que quiere visitar un lugar lleno de naturaleza y paz.

5.12 Cronograma de Actividades

Tabla 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA	1-3 MESES	3-6 MESES	6-8 MESES	8-10 MESES	12 MESES
PRE-PRODUCCIÓN					
Investigación					
Aprobación					
Investigación					
Desarrollo del guión					
Planificación					
Asignación de roles					
Permisos Aprobación					
Guión Logística					
Scouting					

PRODUCCIÓN Grabación lodges Grabación actividades	
Grabación entrevistas POST-PRODUCCIÓN Verificación de tomas Clasificación de tomas Edición, Sonorización Colorización Post-Producción Verificación	
DOCUMENTACIÓN El Lodge ecológico como turismo consciente en la parroquia de Mindo, provincia de	

5.12.1 Equipo Humano

Tabla 2. Equipo humano

RECURSOS HUMANOS	FUNCIÓN
PRODUCCIÓN	
Director	Encargado de dirigir todas las áreas del proyecto
Productor General	Encarga de coordinar y organizar la producción, obteniendo los equipo requeridos para el Proyecto
Jefe de locacione	Encargado de realizar el scouting respectivo para obtener las locaciones requeridas para llevar a cabo el Proyecto
Guionista	Encargado de escribir un guion para el desarrollo del Proyecto
Making off	Encargado de hacer el tras cámaras del Proyecto

FOTOGRAFÍA	
Director de	Encargado de dirigir las cámaras a su cargo y de tomar las decisiones conjuntamente con el director sobre los planos
SONIDO	
Boom	Encargado de manejar todo lo referente al micrófono boom durante el tiempo de rodaje
ARTE	
Utilero	Encargado de facilitar lo requerido por el Productor y Director General
POST PRODUCCIÓN	
Editor	Encargado de realizar la edición con el material obtenido basándose en lo establecido en el guion
Editor de sonido	Encargado de arreglar desperfectos en el audio del Proyecto
Musicalización	Encargado de musicalizar el Proyecto de acuerdo a lo requerido por el Director y Productor General

Ficha Técnica del equipo de producción y dirección: Pre-producción, Producción, Post-producción.



Nombre: Juan Carlos Vargas Altamirano

Fecha de Nacimiento: 13 de mayo de 1986

Profesión: Estudiante de la Universidad de las Américas
Multimedia y Producción Audiovisual

Director, Dirección de fotografía, cámara y escaleta



Nombre: José Luis Racines

Fecha de Nacimiento: 23 de junio de 1972

Profesión: Camarógrafo del programa Día a Día
cámara



Nombre: Cecilia Estefanía Vargas Moreta

Fecha de Nacimiento: 24 de abril de 1986

Profesión: Licenciada en Turismo

Guía, asistencia de producción



Nombre: Juan Camilo Soto

Fecha de Nacimiento: 24 de abril de 1986

Profesión: Licenciado en Hotelería y Turismo

Guía



Nombre: David Bastidas

Fecha de Nacimiento: 06 de diciembre 1978

Profesión: Editor, sonidista en el programa Día a Día
Editor, música y color



Nombre: Rodrigo Proaño

Fecha de Nacimiento: 16 de agosto 1967

Profesión: Presentador en el programa Día a Día
Locución (opening frase Humboldt)



Nombre: José Luís Herrera Merchán

Fecha de Nacimiento: 08 de noviembre 1986

Profesión: Post Productor, animador, operador de Dron
Phantom 3.

5.12.2 Equipo Técnico

Los recursos materiales que serán indispensables para nuestro proyecto audiovisual son los siguientes:

- Cámara Canon EOS 60D
- Cámara GoPro Hero 3 y Hero 4 (Con accesorios: Pechera y Casco)
- 1 trípode
- Luz Led puntual (únicamente para entrevistas)
- Luz Led integrada a la cámara Canon EOS 60D
- Corbatero (micrófono)
- Computadora MacBookPro para pasar el material
- Computadora Imac para el trabajo de edición, musicalización y color
- Computadora Mac Pro para el proceso de post –producción y desarrollo del sitio web y redes sociales
- Cámara fotográfica Canon EOS 200D
- Dron Phantom 3

5.13 Permisos

5.13.1 Permiso de uso de imagen

Autorización para el uso de Imagen, Reproducción de Audio y Video

En _____, a ____ de _____ del 2011.

Yo, _____ con C.I.# _____,
Designado como domicilio a estos efectos _____ y
con número de teléfono _____, presto mis servicios de Imagen,
Audio o Video, bajo mi pleno conocimiento, autorizo el uso de los mismo, en
beneficio del Documental turístico "MindoEcoTravel" realizado por el estudiante de
Multimedia y Producción Audiovisual de la **Universidad de las Américas** Juan
Carlos Vargas Altamirano con C.I. # 1715961437.

Firma de Autorización.

C.I. #

5.13.2 Permiso de uso de Audio

Sustainability			
▶ 12	Beauty In Your Eyes	Gentle Country, flowing guitar, piano, sensitive, peaceful	▶ ⌂ ⌂
▶ 13	Common Life	Sunny Pop, light piano, guitar, enjoying, happy & carefree	▶ ⌂ ⌂
▶ 14	Majestic	Pleasant Pop, gentle piano, guitar, cozy, musing, soothing	▶ ⌂ ⌂
▶ 15	Connecting The World	Light Pop, calm piano, guitar, strings, pleasant & peaceful	▶ ⌂ ⌂
▶ 16	Release Of Mind	Moving Folk, light piano, guitar, floating, optimistic, enjoying	▶ ⌂ ⌂
▶ 17	Life Improvement	Optimistic Filmscore, artful piano, cello, positive, touching	▶ ⌂ ⌂
▶ 18	The Warmth Of Kindness	Thoughtful Atmosphere, soothing pads & piano, floating	▶ ⌂ ⌂

La música utilizada en los dos documentales, es música libre de derechos es decir, que no requiere una licencia o suscripción pagada en su página web para ser reproducida en cualquier momento o lugar, por ende se va a utilizar varios temas de la página “Megatrack – The Sound of Entertainment”.

Página web: <http://www.megatrax.com/browse-details.php?id=502416> Temas utilizados en los dos tipo de documentales

5.14 Presupuestos

Para el presente producto audiovisual - multimedia se ha realizado un estudio de mercado y está basado en la información brindada por las Productoras: Planeta Trébol y Estación Web, las cuales ya tienen más de 10 años brindando servicios de Producción Multimedia y Audiovisual a nivel nacional. Hace ya algunos años las numerosas Agencias de Publicidad que se han establecido en el país trabajan conjuntamente con las Productoras para que de esta forma con un equipo apto para cada producción se lleven a cabo productos audiovisuales de calidad.

5.14.1 Presupuestos productoras

- Productora Planeta Trébol

Establecida en la ciudad de Quito, con 12 años de experiencia en TV, Planeta Trébol, es una empresa comprometida con la imagen y la producción de piezas

comunicacionales. Con un staff de creativos, productores, gráficos y directores han realizado cine y televisión con mucho concepto.

Planeta Trébol mediante alianzas estratégicas con directores nacionales y extranjeros han formado un equipo muy versátil y con ideas innovadoras, es por esto que según Marco Proaño, Gerente General de la Productora, cada proyecto audiovisual dependiendo del cliente se lo valora entre \$10000 en adelante.

Tabla 3. Estudio de Mercado - Productora Planeta

ESTUDIO DE MERCADO		
Productora Planeta Trébol		
Proyectos Recientes	Duración de Rodaje	Costo Producción Total
Proyecto Presidencia de la República del Ecuador	7	\$29000
Spot TV "Ya tenemos Presidente, tenemos a Rafael"	2	\$13000

Tomado de: Marco Proaño Gerente General

Tabla 4. Productora Planeta Trébol

Estudio de Mercado	
Productora Planeta Trébol	
Alquiler de Equipos	Costo Diario
1 KINO FLO y 2 rebotes	\$110
Cámara Canon 5D	\$200
Micrófono Boom Profesional Rode	\$40
Micrófono Corbatero Inalámbrico Sennheiser Fp12	\$60
Mini Dolly Track System	\$40
Trípode Sunpak	\$30
Lentes Canon 18-25-50-85-130	\$350

Estudio de Mercado	
Productora Planeta Trébol	
Equipo Humano	Costo por Día
Director	\$700
Productor General	\$600
1 Asistente de Producción	\$200
2 Asistente de Producción	\$200
Director de Fotografía	\$400
Post-Productor (por proyecto)	\$650

Tomado de: Marco Proaño Gerente General

- **Estación Web**

“EstaciónWeb es una productora de televisión especializada en multimedia e Internet. Cuentan con profesionales en comunicación, especialistas en la realización de programas de televisión que cubren áreas tradicionales y no tradicionales en el medio, como son: comunicación institucional externa, educación, salud, temas de desarrollo, promoción social y turismo, de igual manera ofrecen servicios de televisión, radio y publicidad en general”. (ESTACIONWEB, 2008)

Tabla 5. Productora Estación Web

ESTUDIO DE MERCADO	
Productora Estación Web	
Proyectos Recientes	Costo Producción Total
Nómadas Sudamérica	\$62000

Tomado de: Lenin Baquero Gerente General

Tabla 6. Productora Estación Web

Estudio de Mercado	
Productora Estación Web	
Alquiler de Equipos	Costo Diario
1 KINO y 2 rebotes	\$80
Cámara SONY Z1	\$150
Micrófono Boom Profesional	\$25
Micrófono Corbatero	\$50
Mini Dolly	\$25
Trípode	\$15
Estudio de Mercado	
Productora Estación Web	
Equipo Humano	Costo por Día
Director	\$400
Director de Fotografía	\$300
1 Asistente de Producción	\$75
Productor General	\$300
Post-Productor (por proyecto)	\$500

Tomado de: Lenin Baquero Gerente General

5.14.2 Presupuesto real tesis

Después de analizar los valores reales de los costos de producción para obtener un material audiovisual, se realizará una comparación con los costos reales y el costo de la presente investigación.

Tabla 7. Presupuesto Proyecto Audiovisual

PRESUPUESTO PROYECTO AUDIOVISUAL					
Ítem #	EQUIPO HUMANO	Cantidad	Pago por día	Costo Real	Costo de Tesi
1	PRODUCCIÓN				
1.1	Director	1	\$500	\$5000	0
1.2	1er Asistente de dirección	0	0	0	0
1.2	2do Asistente de dirección	0	0	0	0
1.3	Dirección de extras	0	0	0	0
1.4	Asistente de dirección de extras	0	0	0	0
1.5	Director de casting	0	0	0	0
1.6	Guionista (por proyecto)	1	0	\$250	0
1.7	Investigador	0	0	0	0
1.8	Actores	0	0	0	0
1.9	Productor General	1	\$400	\$4000	0
1.10	Jefe de producción	0	0	0	0
1.11	Productor en línea	0	0	0	0
1.12	Coordinadora de producción	0	0	0	0
1.13	Asistente de producción	1	\$80	\$800	0
1.14	Scouting	0	0	0	0
1.15	Asistente de locaciones	0	0	0	0
1.16	Foto fija	0	0	0	0
1.17	Making off	2	\$120	\$2400	0
2	FOTOGRAFÍA				

2.1	Director de fotografía	1	\$300	\$3000	0
2.2	Primer asistente de fotografía	1	\$130	\$1300	0
2.3	Segundo asistente de fotografía	0	0	0	0
2.4	Gafer	0	0	0	0
2.5	Grip	0	0	0	0
2.6	Script	1	\$80	\$800	0
2.7	Eléctrico	0	0	0	0
2.8	Video assist	0	0	0	0
3	SONIDO				
3.1	Sonido Directo	0	0	0	0
3.2	Boom	1	\$50	\$500	0
4	ARTE				
4.1	Director de arte	0	0	0	0
4.2	Primer asistente de arte	0	0	0	0
4.3	Segundo asistente de arte	0	0	0	0
4.4	Diseñador de set	0	0	0	0
4.4	Asistente de decoración	0	0	0	0
4.6	Escenógrafo	0	0	0	0
4.7	Coordinador de arte	0	0	0	0
4.8	Utilero	1	\$50	\$500	0
4.9	Asistente de utilero	0	0	0	0
4.10	Vestuario	0	0	0	0
4.11	Asistente de vestuario	0	0	0	0
4.12	Maquillaje y peinado	0	0	0	0
5	POST PRODUCCIÓN				
5.1	Editor	1	\$150	\$1500	0

5.2	Post productor efectos especiales	1	\$200	\$200	0
5.3	Editor de sonido	1	\$160	\$1600	0
5.4	Musicalización	1	\$200	\$2000	\$200
Ítem #	EQUIPO TÉCNICO	Cantidad	Alquiler por día	Costo Real	Costo de Tesi
6	EQUIPOS DE CÁMARA, GRIP Y LUCES				
6.1	Cámara Canon 60D	1	\$100	\$1000	\$200
6.2	Lente Canon 3 en 1 18-75-270mm	1	\$90	\$900	0
6.3	Lente Canon 85mm	1	\$65	\$600	0
6.4	Dron Phantom 3	1	120	240	0
6.5	Kit Lowell 500w	1	\$50	\$50	0
6.6	Pluma	0	0	0	0
6.7	Micrófono Boom	1	\$30	\$300	0
6.8	Micrófono corbatero	1	\$20	\$200	0
6.9	Alquiler de equipos de comunicación	0	0	0	0
6.10	Planta eléctrica	0	0	0	0
6.11	Dolly-grúa	0	0	0	0
6.12	Mini Dolly	1	\$50	\$500	\$150
6.13	Steady cam	0	0	0	0
6.14	Video assist	0	0	0	0
6.15	Mac Book Pro	1	\$120	\$1200	0
7	GASTOS DE ARTE				
7.1	Diseño grafico	1	\$120	\$1200	0
7.2	Investigación y compras de prueba	0	0	0	0
7.3	Construcción y decoración	0	0	0	0
7.4	Costos de utilería	0	0	0	0

7.5	Costos de vestuario	0	0	0	0
7.6	Costos de maquillaje y peinado	0	0	0	0
7.7	Alquiler set	0	0	0	0
8	GASTOS CONSUMIBLES				
8.1	Movilización para 5 personas	1	\$10	\$100	\$100
8.2	Alimentación para 5 personas	1	\$50	\$500	\$250
8.4	Disco duro externo 1.5 TB	1	\$50	\$50	0
SUBTOTAL				\$30450	\$900
IMPREVISTO S 10%				\$3045	\$90
TOTAL EN DÓLARES				\$33495	\$990

Recursos Físicos y Consumibles

Para el desarrollo del producto audiovisual - multimedia, el cual tendrá un proceso de producción de 1 a 3 meses, se dividirá en 3 fines de semana de rodaje, ya que la parroquia de Mindo se encuentra ubicada a dos horas y media de Quito. Por lo que, se tiene estimado un presupuesto que cubra principalmente alquiler de equipos y luces para entrevistas, movilización y alimentación del personal humano en las diferentes locaciones asignadas para este proyecto.

Tabla 8. Presupuesto Proyecto Nota: Formato UDLA

Materiales para tesis			
Cantida	Descripción	Precio (USD)	Total (USD)
3	Libro de Tesis	30,00	90,00
100	Fotocopias para encuestas	0,05	5,00
.....			
SUBTOTAL			95,00
Equipos			
3	Alquiler de equipos de grabación de video y audio	150,0	150,00
2	Mantenimiento de los equipos	45,00	90,00
.....			
SUBTOTAL			240,00
Viajes			
2	Alquiler automóvil	150,0	300,00
12	Días de alojamiento y alimentación (x persona)	25,00	300,00
6	Automóvil propio uso gasolina por viaje	30,00	180,00
SUBTOTAL			780,00
Otros Gastos			
1	Edición música v	200,0	200,00
20	Discos DVD	1,50	30,00
3	Resmas de hojas	7,00	21,00
2	Anillados	6,00	12,00
3	Empastados	25,00	75,00
200	Fotocopias para la	0,05	100,00
1	Matrícula anual	300,0	300,00
SUBTOTAL			738,00
TOTAL PRESUPUESTO DE			1853,0

5.15 Objetivos de la investigación

Están relacionados directamente con la experiencia y las necesidades del turista y la comunidad, en base a este parámetro está basada la presente investigación, por cuanto, a pesar de ser un lugar que recibe cada año

gran afluencia de turistas, y que en los últimos años los establecimientos hoteleros con infraestructura ecológica y de aventura, han crecido considerablemente en la zona. El aporte de datos reales en base a sus experiencias nos permite tener un alcance real de la situación que actualmente vive la parroquia de Mindo, en lo que turismo sostenible se refiere. Siendo dirigida exclusivamente a los turistas locales y extranjeros que hayan visitado la parroquia de Mindo principalmente los lodges ubicados dentro de la zona, luego de implementarse el plan de comunicación.

5.16 Conclusiones y recomendaciones

- La parroquia de Mindo en los últimos años ha logrado dar grandes pasos y cambios importantes con respecto al turismo sostenible dentro del país y es por esto que nace la necesidad e importancia de cuidar los recursos naturales, haciendo que los lodges se vean comprometidos a utilizar adecuadamente el espacio donde van operar estableciendo normas de cuidado y respeto hacia el medio ambiente.
- Se desarrolló una propuesta audiovisual – multimedia que visibilice las vivencias y experiencias de los turistas que visitan la parroquia de Mindo. El contenido de la propuesta se concretó como participativa por medio de herramientas multimedia para que los viajeros o potenciales turistas se involucren directamente con un turismo consciente y responsable.
- Se incluyeron dos documentales informativos dentro de un sitio web interactivo donde el usuario podrá conocer cómo se maneja el turismo responsable dentro de la parroquia, buscando que las imágenes también sean atractivas para los potenciales turistas.

El producto audiovisual – multimedia aportará significativamente a la parroquia de Mindo, dando información relevante sobre lo que es el desarrollo turístico sostenible y equilibrado con su entorno según las entrevistas realizadas a los dueños de lodges ecológicos.

- El mayor aporte de Mindo Eco Travel es para la población de turistas y potenciales turistas quienes se beneficiarán de los productos realizados ya que permite la interacción de los usuarios y en base a su experiencia se logrará crear un feedback, mismo que se obtendrá mediante el uso de redes sociales.
- Los documentales informativos realizados aportaron al entendimiento por parte de los entrevistados y por ende de futuros turistas de cómo se puede practicar el turismo sin destruir el medio ambiente.
- Mediante la creación de una página web atractiva e interactiva para los turistas, donde pueden conocer el destino al que se dirigen por medio de información y vivencias, se buscó generar conciencia sobre la práctica de un turismo sostenible y responsable que beneficiará a los habitantes de la parroquia de Mindo en captación de turismo y prácticas seguras para el cuidado del medio ambiente.

Recomendaciones

Recomendaciones Generales

- Que los ministerios especialmente el MINTUR y el MAE se encarguen de controlar el manejo adecuado de algunas de las actividades que ofrece la parroquia para que de esta forma no hayan accidentes en un futuro
- Incrementar lugares de atención turística en el parque central de Mindo ya que de esta manera los turistas que lleguen por primera vez podrán ayudarse y de esta manera poder encontrar el mejor lugar para hospedarse
- Capacitar a los pobladores en términos de atención y calidad para que de esta forma puedan brindar un mejor servicio a los turistas que visitan la parroquia
- Educar a los pobladores y a las personas que visitan Mindo con videos educativos que concienticen a la gente sobre el uso adecuado de los recursos

Recomendaciones Técnicas

- Al momento de grabar durante el día dentro de la parroquia de Mindo se recomienda hacerlo durante horas de la mañana entre las 7 y las 10 para de esta forma poder capturar la belleza del bosque húmedo y sus encantos ya que Mindo al ser un lugar húmedo es lluvioso y la mayor parte del año pasas con ese clima así que se recomienda llevar ropa adecuada para la aventura
- En varias ocasiones se recomienda llevar filtros para los lentes de la cámara ya que al ser la mayoría de locaciones en exteriores no se tiene control de la luz, de esta manera se podrá capturar mejor la iluminación ambiente y así no tendremos el problema de que la luz sea plana y se dañe la toma, siempre y cuando usemos rebotes, paneles, o lentes luminosos ya que al no tener un toma corriente cerca se complica un poco la movilización de los equipos
- Al momento de grabar las actividades o deportes de aventura que ofrece la parroquia es necesario e imprescindible, utilizar una cámara en mano controlada, o una Gopro la cual permita registrar lo que este sucediendo en ese momento de manera más ágil y dinámica, ya que el uso del trípode brinda una sensación muy estática para lo que se quiere hacer.

REFERENCIAS

- (1987). Asamblea general-Cuadragésimo segundo periodo de sesiones, (Recuperado en mayo 19 del 2014), p.13
<http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>.
- ALBERICH J. (2005). “Comunicación Digital, Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas”. La Comunicación Digital como caleidoscopio, Oberta UOC Publishing, Barcelona, p.6.
- ALBERICH J. (2005). “Comunicación Digital, Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas”. La Comunicación Digital como caleidoscopio, Oberta UOC Publishing, Barcelona, p.8.
- ALSINA M. (2001). “Teorías de la Comunicación”. Ámbitos, Métodos y perspectivas, Universidad autónoma de Barcelona, p.50-51.
- ALSINA M. (2001). “Teorías de la Comunicación”. Ámbitos, Métodos y perspectivas, Universidad autónoma de Barcelona, p.52.
- ANDER-EGG E. AGUILAR M. (2005) ¿Cómo elaborar un proyecto? , Buenos Aires, Argentina: Lumen – Humanitas, p.12.
- ANDES, (2012). Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, El turismo es el cuarto rubro que aporta a la economía ecuatoriana, (Recuperado en mayo 19 del 2014)
<http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa-turismo/5243.html>,
- ASEC, (2002). Reglamento presidencial sobre Ecoturismo,(Recuperado en marzo 15 del 2015).
<http://www.ecoturismo.org.ec/paginas/reglamento.htm>
- BARBERO, (1987). De los medios a las mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía, (Recuperado en mayo 19 del 2014)
<http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>
- BARROSO J. (2009). “Realización de documentales y reportajes”, Editorial ES Castellano, España, p. 77.
- BISQUERRA. R. (2009). “Metodología de la investigación educativa”. Editorial La Muralla, S.A.

- BLASCO, J. E. P. (2007). "Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes". Editorial Club Universitario. España.
- BOU, G. (2000). El guión Multimedia, (Recuperado en mayo 13 del 2015), <http://www.scribd.com/doc/32470712/El-Guion-Multimedia-Guillem-Bou-Anaya-1997#scribd>
- BRUNDTLAND, GH. (1987). Nuestro futuro común. (Recuperado en mayo19del2014),p.1<http://www.aytotoledo.org/medioambiente/a21/BRUNDTLAND.pdf>.
- BRUNDTLAND, GH. (1987). Report of the World Comission on Enviroment and Development, Our Common Future (Recuperado en diciembre 19 del2014), p.16-17 <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
- CARPIO, S. (2012). "Arte y gestión de la producción audiovisual". Introducción, UPC, Perú, p.73-75
- CASTRO, B. (2007). "El auge de la comunicación corporativa". Una definición de Producción Audiovisual, Creative Commons, Sevilla, p.9 -12.
- CDWP, (2009). Wordpress.com, Collaborative Documentary Workshop Porto´09 (Recuperado en mayo19del2014), p.1 <https://collaborativedocumentary.wordpress.com/6-types-of-documentary/>
- CEBRIAN, M. (2000). "Géneros informativos audiovisuales". Documental periodístico o informativo, ILCE, Madrid, p.87
- CEMPET, (1999). "Código Ético Mundial para el Turismo". Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas.
- CESD, Travel Planner, (2003). "Una guía simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo". CESD: N.1, p.32-35
- CHAVEZ DE LA PEÑA, J. (2005). "Ecoturismo TAP". Editorial Trillas; Ciudad de México – México.
- COMISIÓN MUNDIAL SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO, (1987). Asamblea general-Cuadragésimosegundo periodo de sesiones, (Recuperado en mayo 19 del 2014), p.162, <http://www2.minedu.gob.pe/digesutp/formacioninicial/eds/documentos/0>

4_

marco_normativo/planteamiento_teorico_y_conceptual_del_desarrollo_sostenible.pdf

COMISIÓN MUNDIAL SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO, Diciembre 13 del 2014) <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

ECUADOR, Travel Planner, (2007). "Ecoturismo y turismo rural". Ecuador la vida en estado puro, p.43

ENCALADA, P. Geovanna A. (2011). El desarrollo del turismo sostenible en los Lodges de la Amazonía ecuatoriana: análisis de tres experiencias, (Recuperado en marzo 22 del 2015), p.49, <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1695>

ENCALADA, P. Geovanna A. (2011). El desarrollo del turismo sostenible en los Lodges de la Amazonía ecuatoriana: análisis de tres experiencias, (Recuperado en marzo 22 del 2015), p.52,

ENCALADA, P. Geovanna A. (2011). El desarrollo del turismo sostenible en los Lodges de la Amazonía ecuatoriana: análisis de tres experiencias, (Recuperado en marzo 22 del 2015), p.46, <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1695>

FETPTCE, (2007). "Guía de Turismo Comunitario del Ecuador". Editorial FEPTCE, p.80

GALEANO C. (1997). "Modelos de comunicación, desde los esquemas de "estímulo – respuesta" a la comunicación contingente". Fondo Medellín, Ediciones Macchi. Buenos Aires. p.17.

GALEANO, M. María E. (2004). "Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa". Fondo Medellín, Editorial Universidad EAFIT. Colombia.

GALEANO, M. María E. (2004). "Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa". Fondo Medellín, Editorial Universidad EAFIT. Colombia.

Gallo capitán, 1980, p.164-169

Gallo capitán, 1980, p.164-169

GAUDENZI S. (2009). Digital Interactive Documentary: From representing reality to co-creating reality, (Recuperado en marzo 25 del

- 2015), http://www.interactivedocumentary.net/wp-content/2009/07/sg_panel-yr3_2009_ch1.pdf
- GESTIÓN, (2013). El Turismo en un Ecuador mega diverso, (Recuperado en 15 del 2015 marzo), p.48, http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
- GESTIÓN, (2013). El Turismo en un Ecuador mega diverso, (Recuperado en 15 del 2015 marzo) p.49, http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
- GÓMEZ M. (2006). "Introducción a la Metodología de la Investigación Científica". Editorial. Brujas. Córdoba, Argentina.
- GONZÁLEZ J.F. (2004). "Aprender a ver cine". El lenguaje audiovisual. Léxico cinematográfico fundamental, Editorial RIALP. Madrid, España. p.16.
- GONZÁLEZ J.F. (2004). "Aprender a ver cine". El lenguaje audiovisual. Léxico cinematográfico fundamental, Editorial RIALP. Madrid, España. p.21-30.
- GUDYNAS E. (2008). "The New Bonfire of Vanities". Soybean cultivation and globalization in South America, p.512-513
- HERNÁNDEZ F. B. (2006). "Metodología de la Investigación". Editorial MacGraw- Hill Interamericana, México D.F.
- HERNÁNDEZ F. B. (2010). "Metodología de la Investigación". Editorial MacGraw-Hill Interamericana, México D.F.
- HERNÁNDEZ S. (2004). "Communication & Society". Hacia una definición del documental de divulgación histórica, (Recuperado en agosto 12 del 2015), http://www.unav.es/fcom/communicationsociety/es/articulo.php?art_id=82
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1695>
- HURTADO J. (2010). "El Proyecto de investigación". Editorial Quirón, Bogotá-Colombia.
- IDONEOS. (2009). Teorías críticas de los medios de comunicación, , (Recuperado en agosto 15 del 2015), <http://comunicacion.idoneos.com/338244/>

- IISD. (1999). "International Institute for Sustainable Development". What is Sustainable Development?, (Recuperado en marzo 12 del 2015), <https://www.iisd.org/sd/>
- INEC. (2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo de Población y de Vivienda – Nacional, (Recuperado en marzo 12 del 2015), <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>
- JAMESON F. (1990). "Signatures of the visible". Nueva York y Londres: Routledge, p. 9.
- JENKINS H. (2006). "Convergence Culture: Where old and new media collide".
- JIMÉNEZ P. (2008). Lenguaje Audiovisual, zemos98, (Recuperado en marzo 12 del 2015), <http://www.zemos98.org/descargas/eacine/04LenguajeApuntes.pdf>
- KLAPPER J. (1974). Los efectos de la comunicación de masas, Síntesis del libro, (Recuperado en marzo 12 del 2015), http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/30_Rodriguez_M75.pdf
- KONIG H. (2005). "Basic Instinct". Zum gegenwertigen Stand des Geschlechterkampfes und seiner kulturindustriellen Inszenierung, Monchengladbach: Hochschule Niederrhein. p.113.
- L.M. (2009). Lenguaje Multimedial, (Recuperado en marzo 27 del 2015), <http://lenguaje-multimedial.blogspot.com/>
- LESCANO, J. (2008). Planteamiento Teórico y conceptual del desarrollo sostenible, (Recuperado en mayo 19 del 2014) http://www2.minedu.gob.pe/digesutp/formacioninicial/eds/documentos/04_marco_normativo/planteamiento_teorico_y_conceptual_del_desarrollo_sostenible.pdf, The Global Compact, p. PRÓLOGO.
- MARTÍNEZ M. (2002). "El lenguaje del cine". Barcelona, España: Edición I, UOC, p.30.
- MARTÍNEZ J. (2013). "Manual del Productor Audiovisual". Introducción, Edición I, UOC, p.9.

- MARTÍNEZ J. (2013). "Manual del Productor Audiovisual". Principales misiones de la producción, Edición I, UOC, p.13.
- MERCADO S. (2010). "¿Cómo hacer una tesis?". Licenciatura, maestría, doctorado, México, Limusa, p.55-57.
- MERCADO S. (2010). "¿Cómo hacer una tesis?". Licenciatura, maestría, doctorado, México, Limusa, p.68.
- MIQUEL R. (2011). Modelos de comunicación, Hacia la legitimación académica, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. (Recuperado en marzo 27 del 2015), http://www.portalcomunicacio.org/uploads/pdf/20_esp.pdf
- MOHONK (2000). Acuerdo de Mohonk, Adoptado por los participantes en el taller de Certificación de turismo Sostenible y Ecoturismo, Mohonk Mountain House, New Paltz, New York. (Recuperado en marzo 27 del 2015), <http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf>
- NAVARRETE M. J. (2000). "El muestreo en la investigación cualitativa". Investigaciones sociales, Edición IV, número 5.
- NICHOLS F. (1997). "La representación de la realidad", Cuestiones y conceptos sobre el documental, PAIDOS, Edición I, Barcelona-Buenos Aires-México, p.42.
- NÚÑEZ F. (2005). "Guía de Comunicación Digital: Hacia la autonomía en la contribución de mensajes en bits", ¿Por qué Comunicación Digital? UCAB, Edición I, p.27.
- OMT (1975). "Organización Mundial del Turismo". Documentos básicos de la OMT. Volumen I - Estatutos, reglamentos, acuerdos, cuarta edición, Madrid
- ONOFF (2010). La sonorización (Recuperado en mayo 28 del 2015) <http://www.onoff.cl/aula-det.php?ida=38/idcat=17>
- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Análisis diagnóstico general del turismo en Ecuador, Oferta turística general, p.12

- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Análisis diagnóstico general del turismo en Ecuador, Recursos para el turismo de Naturaleza, p.12
- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Antecedentes generales del proyecto, Informe Final, p.10
- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Objetivos del PLANDETUR 2020, p.7
- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Misión del PLANDETUR 2020, p.127
- PLANDETUR 2020 (2007). "Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador". Misión del PLANDETUR 2020, p.447
- PRATT A. (2013). " Diseño interactivo, Teoría y Aplicación del DCU". El DCU (Diseño centrado en el Usuario), Edición I, Océano, p.12.
- PRATT A. (2013). " Diseño interactivo, Teoría y Aplicación del DCU". Porqué es tan útil el DCU, Edición I, Océano, p.16.
- PRATT A. (2013). "Diseño interactivo, Teoría y Aplicación del DCU". El desarrollo de sitios web: mapas, esquemas, y prototipos, Edición I, Océano, p.124.
- PUCE (2013). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Síntesis Informativa Diaria (Recuperado en diciembre 28 del 2014) <http://www.puce.edu.ec/documentos/sintesis/2013/Sintesis-Informativa-050-2013.pdf>
- RABIGER M. (2005) "Dirección de documentales", Madrid, España RTVE, p. 129.
- RADRIGAN R. M. (2005). Metodología de la Investigación, (Recuperado en julio 15 del 2014) <http://www.scribd.com/doc/56494150/Modelo-de-InvestigacionCientifica>
- RAE (2001). Real Academia de la Lengua, Sostenible (Recuperado en diciembre 15 del 2014) <http://lema.rae.es/drae/?val=sostenible>
- RAE (2001). Real Academia de la Lengua, Sustentable (Recuperado en diciembre 15 del 2014) <http://lema.rae.es/drae/?val=sustentable>

- RIDGELY&GREENFIELD, El Hornero revista de Ornitología Neo tropical, The birds of Ecuador, (Recuperado en mayo 20 del 2014) http://digital.bl.fcen.uba.ar/Download/008_ElHornero/008_ElHornero_v017_n02_articulo114.pdf
- RODRÍGUEZ P. (2008). "Material de Seminario de Tesis". (Guía Para Diseñar Proyectos de Investigación de Tesis del Doctorado en Estudios Fiscales de la FCA de la UAS).
- ROJAS R. (2010) "El proceso de la investigación científica", Planteamientos metodológicos básicos, Trillas, p. 197.
- SALAVERRÍA R. (2005). "Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España". Introducción conceptual: del medio al cibermedio, Comunicación social ediciones y publicaciones, Sevilla - España, 2005, p.39-42
- SALOMÓN F. (1980). "Los señores étnicos de Quito en la época de los incas".
- SALOMÓN F. (1980). "Los señores étnicos de Quito en la época de los incas".
- SAMPIERI R. (2010) "Metodología de la Investigación", México D.F. México, MacGraw-Hill Interamericana, p. 130-133.
- SANCHEZ A. (2014). "Estrategias de guion cinematográfico, el proceso de creación de una historia". El guión en el proceso de pre-producción, Planeta, Barcelona, Edición II, p.19
- SCHWEPPENHAUSER G. (2011). Industria cultural, cultura popular y la economización de la formación, (Recuperado en mayo 20 del 2014) http://www.constelaciones-rtc.net/03/03_23.pdf
- SCOLARI C. (2008). "Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva". Barcelona - España, Editorial Gedisa, p.14.
- SEGARRA M. (2008). "Quiero hacer un documental". Madrid, España: 3R Editores, p.80.
- SEGURA R. (1999). "Diccionario de Publicidad y Diseño Gráfico". Colombia, 3R Editores, p.100.
- SELLÉS M. Y RACIONERO A. (2008). "El documental y el lenguaje cinematográfico". España, UOC, p.8.

- SELLÉS M. Y RACIONERO A. (2008). "El documental y el lenguaje cinematográfico" España, UOC, p.33.
- SELLÉS M. Y RACIONERO A. (2008). "El documental y el lenguaje cinematográfico". España, UOC, p.58.
- SELLÉS M. Y RACIONERO A. (2008). "El documental y el lenguaje cinematográfico". España, UOC, p.74.
- SELLTIZ, C., JAHODA, M., DEUTSCH, M., y COOK, 5. W. Métodos de investigación en las relaciones sociales. Madrid: Ed. RIALP Octava edición
- SHANNON E. Y WEAVER W. (1981). "Teoría matemática de la comunicación". Madrid: Forja.
- SUDMAN, (1976). Applied Sampling. Nueva York: Academic Press.
- TPM, (2003). Taller de producción de mensajes, (Recuperado en marzo 27 del 2015 http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf)
- Transmedia Storytelling, NYUP, United States.
- TRIPADVISOR, (2015). Acerca de Tripadvisor, (Recuperado en marzo 19 del 2015) http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c6-About_Us.html
- TURISMO, (2010). Ministerio, Mindo: el centro del avistamiento de aves, de fiesta, (Recuperado en mayo 19 del 2014) <http://www.turismo.gob.ec/mindo-un-paraiso-para-las-aves-que-descansa-al-pie-de-los-andes-ecuatorianos/>
- TURISMO, (2012). Ministerio, Ecuador subió seis posiciones en competitividad turística mundial en los dos últimos años, (Recuperado en mayo 20 del 2014) <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-subio-seis-posiciones-en-competitividad-turistica-mundial-en-los-dos-ultimos-anos/>.
- UNWTO, (2013). Entender el turismo – Glosario básico, (Recuperado en UNWTO, (2013) . Red de la Organización Mundial del Turismo, Sustainable Development of Tourism, (Recuperado en mayo 20 del 2014) <http://sdt.unwto.org/es/content/definición>,
- UNWTO, (2013) . United Nations World Tourism Organization, Sustainable Development of Tourism, (Recuperado en mayo 20 del 2014) <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>,

UNWTO, (2013). Día Mundial del Turismo, (Recuperado en Diciembre 13 del 2014) <http://wtd.unwto.org/es>

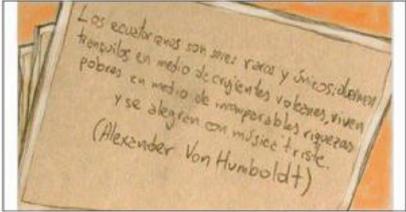
WEAVER. W (1981). "Contribuciones a la teoría matemática de la comunicación". Madrid: Forja, p.17-42.

ANEXOS

ANEXO I. Storyboard (Referencial) Documental informativo Mindo-Aventura Ecológico

" **Mindo EcoTravel** " ~ Escena 1-4 ~ Página 1 de 6 ~ 28 / 10 / 20 15 ~

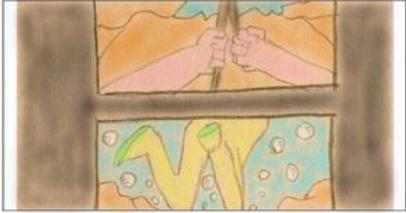
Nº: 1 - Animación Humboldt 



Nº: 2 - Tomas diferentes actividades Aventura(Tubing) 



Nº: 2 - División de pantallas actividades Aventura 



Nº: 2 - Tomas diferentes actividades Aventura(escalada) 



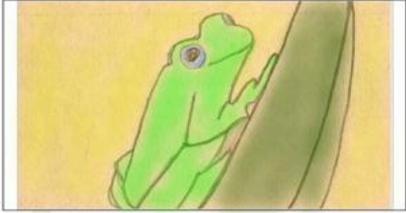
Nº: 3 - División de pantallas actividades Aventura(Canopy) 



Nº: 3 - División de pantallas actividades Aventura 



Nº: 3 - Tomas diferentes actividades ecológicas 

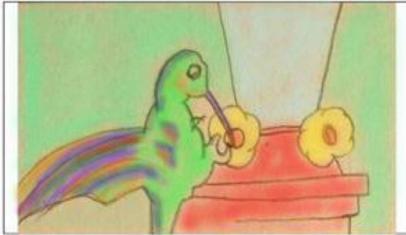


Nº: 4 - Sobreimpresión texto blanco 

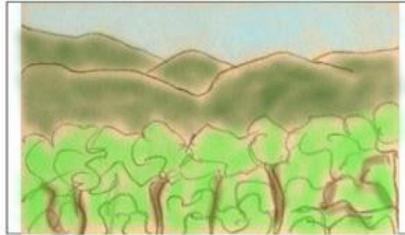


" **Mindo EcoTravel** " ~ Escena 5-10 ~ Página 2 de 6 ~ 28 / 10 / 2015 ~

Nº: 5 - Tomas flora y fauna Mindo



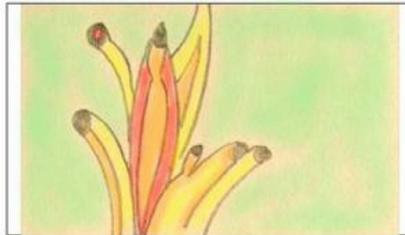
Nº: 6 - Panorámica de bosque protecto Mindo - Nambillo



Nº: 6 - Tomas dentro del bosque protector



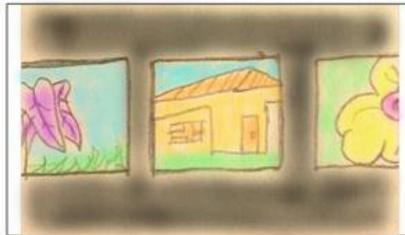
Nº: 6 - Tomas flora y fauna del bosque protector



Nº: 7 - Tomas diferentes actividades aventura



Nº: 8 - División de pantallas, tomas de Mindo



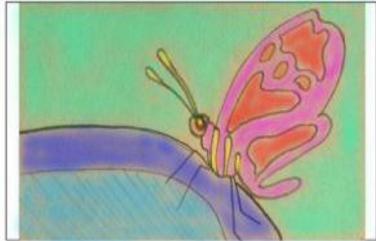
Nº: 9 - Sobreimpesión texto en blanco



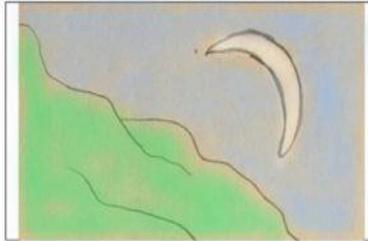
Nº: 10 - Panorámica lodge



Nº: 11 - Tomas flora y fauna Mindo



Nº: 12 - Panorámica Mindo y tomas de paso Mindo



Nº: 13 - Sobreimpesión texto en blanco



Nº: 14 - Fondo negro animación logo y página web



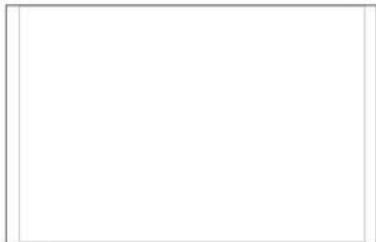
Nº:



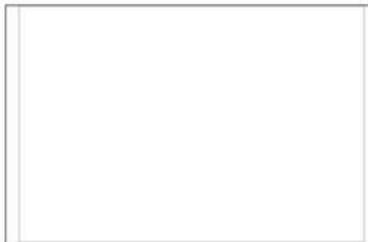
Nº:



Nº:



Nº:



ANEXO II. Storyboard (Referencial) Documental informativo Mindo-Turismo comunitario

" **Mindo EcoTravel** " ~ Escena 1-4 ~ Página 4 de 6 ~ 28 / 10 / 20 15 ~

Nº: 1 - Tomas de paso de Mindo y varias actividades 



Nº: 2 - Intro, animación fotografías con videos 



Nº: 3 - Entrevista N.1 



Nº: 3 - Tomas de mariposario Mindo y naturaleza 



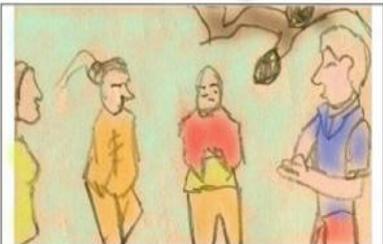
Nº: 4 - Tomas de turistas y degustando el producto 



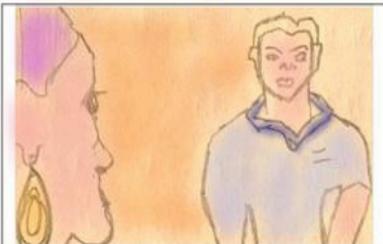
Nº: 4 - Entrevista N.2 



Nº: 4 - Tomas de turistas guiados por guía local 



Nº: 4 - Contraplanos de turistas y guía 



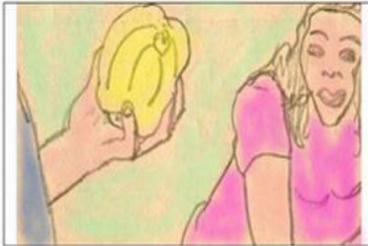
Nº: 4 - Tomas guia y producto



Nº: 5 - Entrevista N 3



Nº: 5 - Tomas guia y turistas



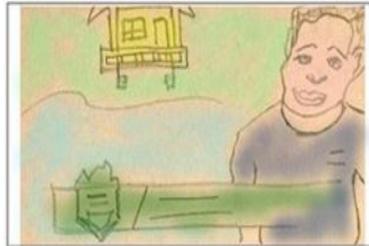
Nº: 6 - Tomas flora y fauna Mindo



Nº: 6 - Tomas Lodge



Nº: 7 - Entrevista N 4



Nº: 7 - Tomas turistas y lodge



Nº: 8 - Tomas escalada



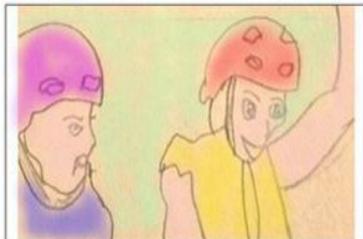
Nº: 8 - Entrevista N.5



Nº: 8 - Tomas cuidado del medio ambiente



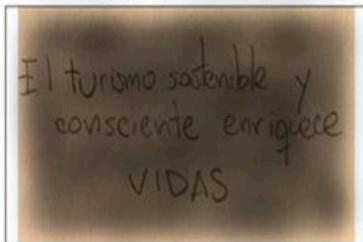
Nº: 9 - Tomas de todas las actividades Aventura



Nº: 9 - Tomas de flora y fauna Mindo y mensaje turístico



Nº: 10 - Fondo negro y mensaje final



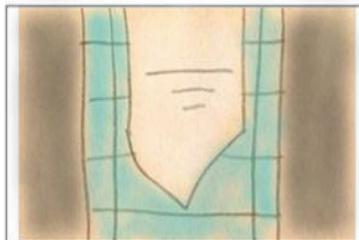
Nº: 11 - Mensaje conservación medio ambiente



Nº: 11 - Tomas de cuidado del medio ambiente



Nº: 12 - Animación, salida a fondo negro



Anexo III. Nuestro Futuro Común

Nuestro Futuro Común

En Octubre de 1984 se reunió por primera vez la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (World Commission on Environment and Development) atendiendo un urgente llamado formulado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el sentido de establecer una agenda global para el cambio (A global agenda for change). La Comisión partió de la convicción de que es posible para la humanidad construir un futuro más próspero, más justo y más seguro.

Con ese enfoque optimista publicó en abril de 1987 su informe denominado "Nuestro Futuro Común" (Our Common Future). El informe plantea la posibilidad de obtener un crecimiento económico basado en políticas de sostenibilidad y expansión de la base de recursos ambientales. Su esperanza de un futuro mejor, es sin embargo, condicional. Depende de acciones políticas decididas que permitan desde ya el adecuado manejo de los recursos ambientales para garantizar el progreso humano sostenible y la supervivencia del hombre en el planeta. En palabras de la misma Comisión, el informe no pretende ser una predicción futurista sino un llamado urgente en el sentido de que ha llegado el momento de adoptar las decisiones que permitan asegurar los recursos para sostener a ésta generación y a las siguientes. Cuando se conformó la Comisión en 1983 como un cuerpo independiente de los Gobiernos y del sistema mismo de las Naciones Unidas, era ya unánime la convicción de que resultaba imposible separar los temas del desarrollo y el medio ambiente.

Tres fueron los mandatos u objetivos impuestos a la Comisión:

- 1.Examinar los temas críticos de desarrollo y medio ambiente y formular propuestas realistas al respecto.
- 2.Proponer nuevas formas de cooperación internacional capaces de influir en la formulación de las políticas sobre temas de desarrollo y medio ambiente con el fin de obtener los cambios requeridos.
- 3.Promover los niveles de comprensión y compromiso de individuos, organizaciones, empresas, institutos y gobiernos.

Observó la Comisión que muchos ejemplos de "desarrollo" conducían a aumentos en términos de pobreza, vulnerabilidad e incluso degradación del ambiente. Por eso surgió como necesidad apremiante un nuevo concepto de desarrollo, un desarrollo protector del progreso humano hacia el futuro, el "desarrollo sostenible".

Muchas acciones actuales supuestamente orientadas hacia el progreso resultan sencillamente insostenibles, implican una carga demasiado pesada sobre los ya escasos recursos naturales. Puede que esas acciones reflejen utilidades en las hojas de balance de nuestra generación, pero implican que nuestros hijos heredarán pérdidas. Se trata de pedirle prestados recursos a las siguientes generaciones a sabiendas de que no se les podrá pagar la deuda.

Por eso la Comisión planteó que la humanidad tiene la capacidad para lograr un "desarrollo sostenible", al que definió como aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El concepto de desarrollo sostenible implica limitaciones. Considera la Comisión que los niveles actuales de pobreza no son inevitables. Y que el desarrollo sostenible exige precisamente comenzar por distribuir los recursos de manera más equitativa en favor de quienes más los necesitan. Esa equidad requiere del

ANEXO IV. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

NACIONES
UNIDAS

A



Asamblea General

Distr.
GENERAL

A/42/427

4 agosto 1987

ESPAÑOL

ORIGINAL: ARABE/CHINO/
ESPAÑOL/FRANCÉS/
INGLÉS/RUSO

Cuadragésimo segundo período de sesiones
Tema 83 e) del programa provisional*

DESARROLLO Y COOPERACION ECONOMICA INTERNACIONAL: MEDIO AMBIENTE

Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

Nota del Secretario General

1. En su resolución 38/161, de 19 de diciembre de 1983, la Asamblea General, entre otras cosas, acogió con beneplácito el establecimiento de una comisión especial que debería presentar un informe sobre el medio ambiente y la problemática

ANEXO V. Asamblea General ONU, Cuadragésimo segundo periodo de sesiones

119. El desarrollo ambientalmente racional no puede garantizarse únicamente mediante las medidas que adopten las organizaciones gubernamentales, intergubernamentales o internacionales. Requiere también la participación de otras entidades, en particular, organizaciones industriales, no gubernamentales, tanto ambientales como de desarrollo, así como de la comunidad científica. Las organizaciones no gubernamentales pueden contribuir de manera importante en diferentes esferas, entre ellas las de la educación y de la conciencia ambiental, así como la elaboración y aplicación de programas a nivel popular. La comunidad científica habrá de seguir desempeñando un papel relevante en la investigación ambiental y la evaluación de riesgos, así como en la cooperación científica internacional.

120. Se están estableciendo arreglos regionales y continentales de cooperación para hacer frente a problemas ambientales comunes. Por ejemplo, el primer periodo de sesiones de la Conferencia Ministerial Africana sobre el Medio Ambiente, celebrado en El Cairo en 1985, aprobó el Programa de El Cairo para la Cooperación Africana y las modalidades para aplicarlo. Los gobiernos y los organismos de cooperación para el desarrollo deben apoyar tales arreglos y programas institucionales.

42/187. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

La Asamblea General,

Preocupada por la aceleración del deterioro del medio humano y los recursos naturales y por las consecuencias de ese deterioro para el desarrollo económico y social,

Estimando que el desarrollo sostenible, que entraña la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades, debe convertirse en el principio central de orientación de las Naciones Unidas, los gobiernos y las instituciones, organizaciones y empresas privadas,

Reconociendo, en razón del carácter mundial de los principales problemas ambientales, el interés común de todos los países en la aplicación de políticas encaminadas hacia un desarrollo sostenible y ambientalmente adecuado,

Convencida de la importancia que reviste la reorientación de las políticas nacionales e internacionales hacia modelos de desarrollo sostenible,

Recordando que en su resolución 38/161, de 19 de diciembre de 1983, sobre el proceso de elaboración de la perspectiva ambiental hasta el año 2000 y más adelante que habría de preparar el Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, acogió con beneplácito el establecimiento de una comisión especial, que posteriormente adoptó el nombre de Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, que debía presentar un informe sobre el medio ambiente y la problemática mundial hasta el año 2000 y más adelante, incluidos proyectos de estrategias para lograr un desarrollo duradero.

Reconociendo la valiosa función desempeñada en la elaboración del informe de la Comisión Mundial por el Comité Intergubernamental Preparatorio entre periodos de sesiones del Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, prevista por la Asamblea General en su resolución 38/161

o examinando, fuera la Asamblea la que considerara los aspectos pertinentes del informe de la Comisión,

Tomando nota de la decisión 14/14, de 19 de junio de 1987⁴⁶, del Consejo de Administración, por la que se transmitió a la Asamblea General el informe de la Comisión,

Observando que en la Perspectiva Ambiental hasta el Año 2000 y Más Adelante⁵¹ se han tenido presentes las principales recomendaciones hechas en el informe de la Comisión,

Reconociendo la importancia de la función que la Comisión desempeña para revitalizar y reorientar los debates y deliberaciones sobre el medio ambiente y el desarrollo, mejorar la comprensión de las causas de los actuales problemas del medio ambiente y el desarrollo y mostrar las formas en que trascienden las fronteras institucionales, así como para abrir nuevas perspectivas sobre la relación entre el medio ambiente y el desarrollo como una orientación para el futuro,

Poniendo de relieve la necesidad de un nuevo enfoque respecto del crecimiento económico, como requisito previo esencial para la erradicación de la pobreza y para fortalecer la base de recursos de la que dependen la generación presente y las futuras,

1. *Acoge con beneplácito* el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo titulado "Nuestro futuro común"⁵²;

2. *Toma nota con reconocimiento* de la importante aportación de la Comisión en la sensibilización de los encargados de la adopción de decisiones de los gobiernos, las organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales, la industria y otras esferas de actividad económica, así como al público en general, sobre la necesidad imperiosa de hacer realidad la transición hacia el desarrollo sostenible, y exhorta a todos los interesados a aprovechar plenamente en este sentido el informe de la Comisión;

3. *Conviene* con la Comisión en que, al tiempo que se trata de resolver los problemas ambientales existentes, es imperioso influir sobre las fuentes de dichos problemas en la actividad humana, y particularmente la actividad económica, propiciando así un desarrollo sostenible;

4. *Conviene además* en que la participación equitativa en los costos y beneficios ambientales del desarrollo económico entre los países y dentro de éstos, así como entre la generación presente y las futuras, es imprescindible para lograr el desarrollo sostenible;

5. *Está de acuerdo* con la Comisión en que los objetivos decisivos para las políticas sobre el medio ambiente y el desarrollo que tienen su origen en la necesidad de lograr el desarrollo sostenible deben comprender la preservación de la paz, la revitalización del crecimiento y el cambio de su calidad, la solución de los problemas de la pobreza y la satisfacción de las necesidades humanas, la consideración de los problemas del crecimiento de la población y de la conservación y fortalecimiento de la base de recursos, la reorientación de la tecnología y la ponderación de los riesgos, y la adaptación del medio ambiente a la actividad humana.

puestos se aliente el desarrollo sostenible y se fortalezca la función de sus organismos encargados del medio ambiente y los recursos naturales al asesorar y prestar asistencia a los organismos centrales y sectoriales en dicha tarea;

8. *Exhorta* a los órganos rectores de los organismos, organizaciones y programas del sistema de las Naciones Unidas a que examinen sus políticas, programas, presupuestos y actividades respectivos orientados a contribuir al desarrollo sostenible;

9. *Exhorta* a los órganos rectores de otras instituciones multilaterales financieras y de asistencia para el desarrollo competentes a que comprometan más plenamente a sus

prendan actividades complementarias, tales como conferencias, de ámbito nacional, regional y mundial;

17. *Exhorta* a los gobiernos a que promuevan una mayor participación de las organizaciones no gubernamentales, la industria y los medios científicos en actividades nacionales e internacionales de apoyo a las medidas orientadas a lograr el desarrollo sostenible;

18. *Invita* a los órganos rectores de los organismos, organizaciones y programas del sistema de las Naciones Unidas a que, cuando proceda, presenten informes, por conducto del Consejo Económico y Social, a la Asamblea General a más tardar en su cuadragésimo cuarto periodo

ANEXO VII El Hornero Revista de Ornitología Neotropical

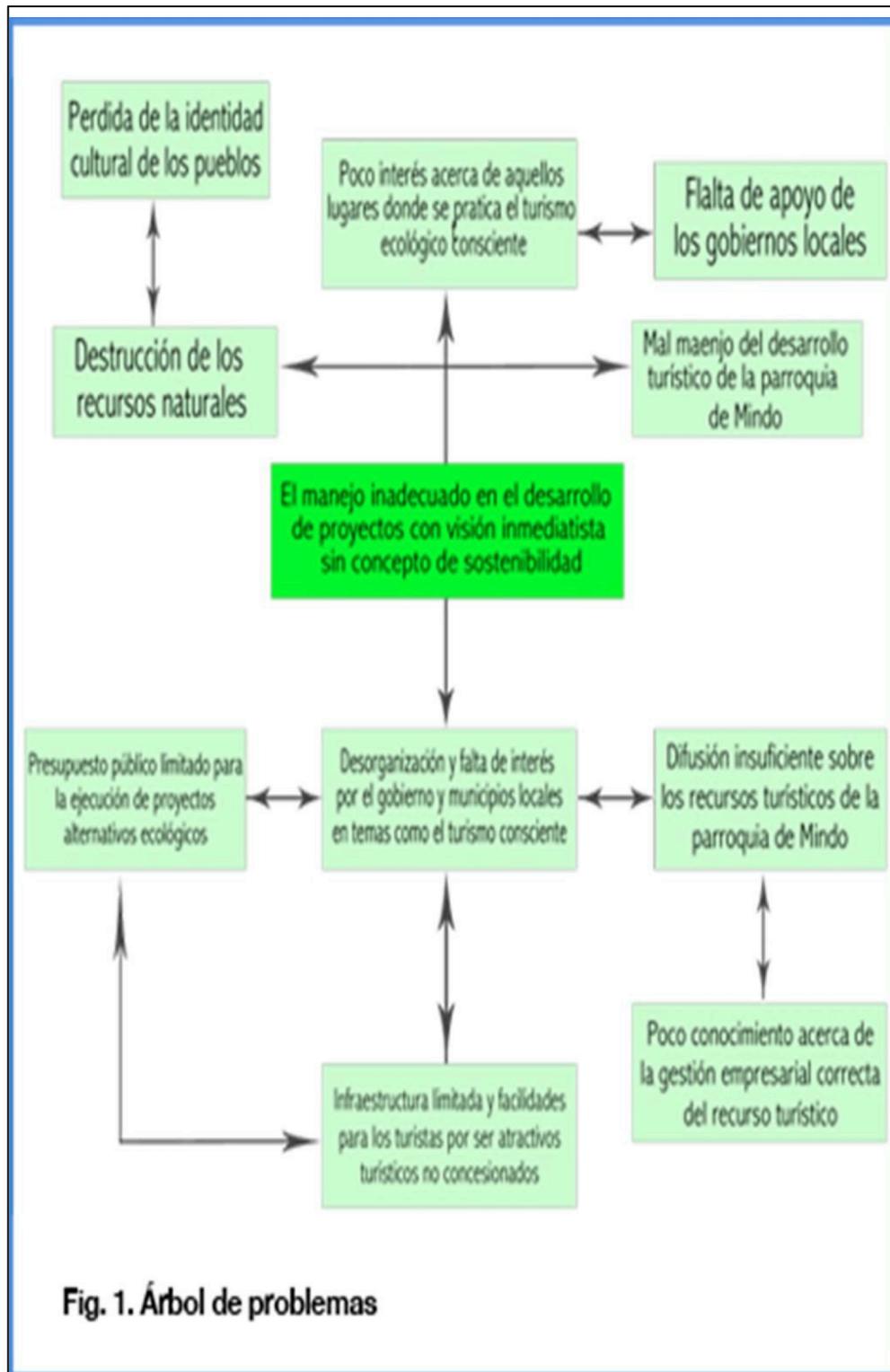


Fig. 1. Árbol de problemas

ANEXO VIII. Árbol de Problemas



ANEXO IX. Matriz Causa y Efectos

CAUSAS	EFFECTOS
C1 Desarrollo de proyectos con poco concepto de sostenibilidad	E1 Mal manejo del desarrollo turístico de la parroquia de Mindo
C2 Poca participación de los pobladores del sector en el área turística en los hoteles llamados cinco estrellas	E2 Destrucción de los recursos naturales y afectando directamente al Bosque protector
C3 Presupuesto del estado limitado para la ejecución de proyectos alternativos como parte del turismo ecológico	E3 Poca interés acerca de aquellos lugares donde se practica el turismo ecológico y consciente
C4 Poca difusión sobre lugares turísticos de conservación y de aventura	E4 Pérdida de la identidad cultural de los pueblos del sector

Fig. 4. Gráfico 2. Matriz Causa y Efectos

Relación causas con efectos:

C1> E1, E2,

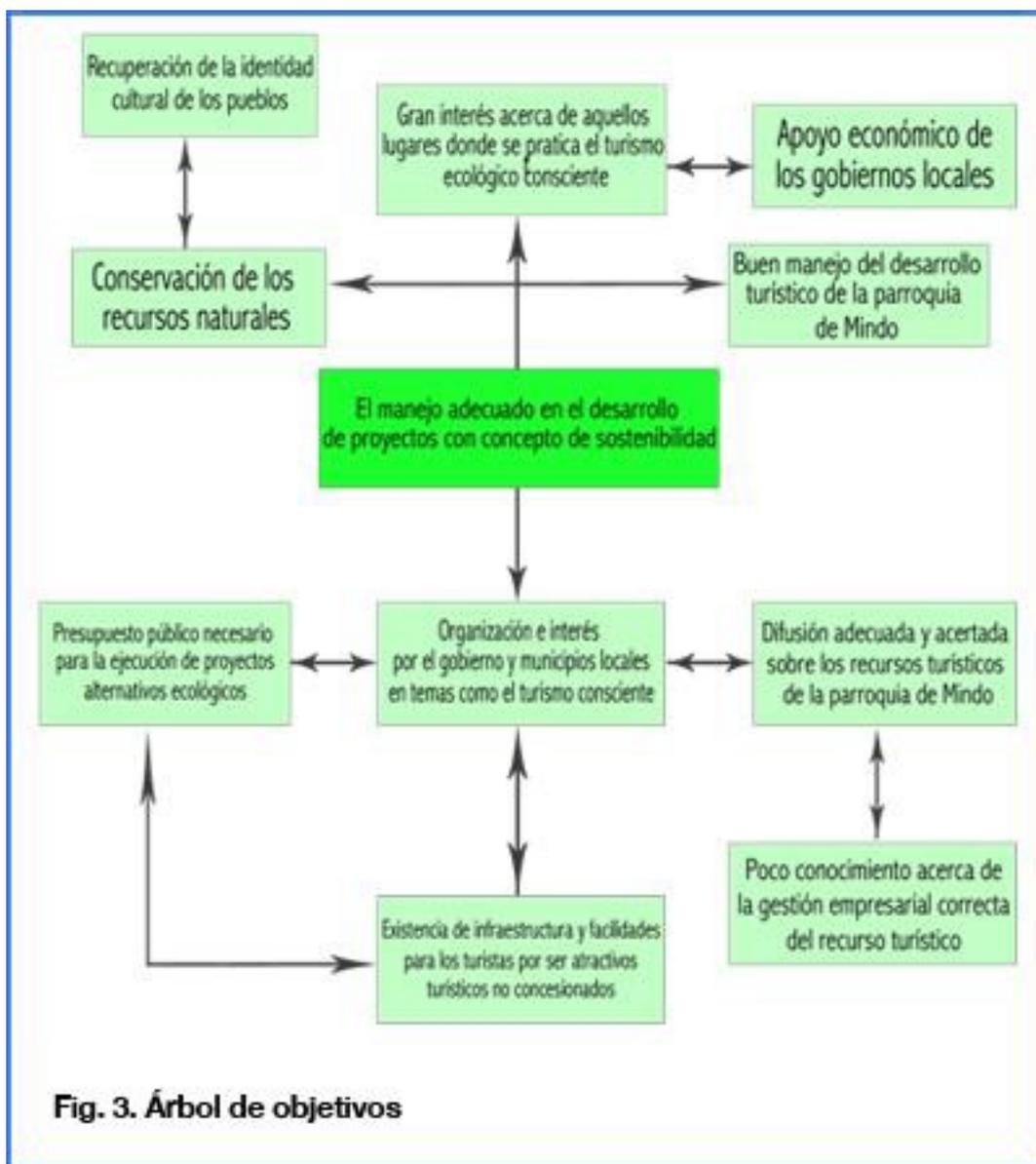
C2> E4

C3> E1, E3

C4> E3

Fig. 4. Gráfico 2. Matriz Causa y Efectos

ANEXO X Árbol de Objetivos



ANEXO XI. Matriz de Involucrados

Grupos	Intereses	Problemas Percibidos	Recursos Mandatos	Interés en el Proyecto	Conflictos
Gobiernos Locales	Regular el uso apropiado de los espacios verdes en los diferentes cantones	Destrucción de recursos naturales del sector, manejo de los mismos y poco conocimiento sobre el manejo adecuado del turismo ecológico	Ordenanzas municipales regidas por las leyes locales	Manejo apropiado de los diferentes recursos que brinda la parroquia de Mindo además de alternativas económicas para los moradores del sector	Instituciones privadas interesadas en el manejo adecuado de los recursos turísticos de la parroquia
Juntas parroquiales	Descentralización para el manejo correcto de los recursos turísticos	Poco interés, desorganización y principalmente poco conocimiento sobre gestión empresarial en cuanto a los recursos turísticos se refiere	Espacios de discusión entre los pobladores del sector	Nuevas alternativas económicas para impulsar el turismo ecológico en el sector	Tenencia responsable de tierras con potencial turístico

Entidades del gobierno (turismo)	Beneficios para la comunidad del sector	Entidades del gobierno no poseen presupuesto para inversión turística del sector	Biólogos, técnicos de que puedan asesorar y brindar apoyo en el proyecto	Generación turística en la parroquia	Grupos privados interesados en tierras
ONG's	Ejecución de planes turísticos por desarrollar	Carecen de presupuesto para inversión turismo ecológico	Técnicos especializados que podrían ayudar en el proyecto turístico	Generación de proyectos alternativos turísticos en la parroquia de Mindo	Competencia para saber cuál es el proyecto más viable
Entidades privadas (turismo)	Beneficios privados	No existen proyectos privados que trabajen con juntas parroquiales, municipales o el gobierno	El ingeniero del proyecto puede aportar y capacitar en el desarrollo del proyecto	Inversión privada puede dimensionar el proyecto	Competencia entre empresas privadas para la ejecución de proyectos

ANEXO XII: Presupuesto página web

Página Web Mindo Eco Travel			
Cantidad	Descripción	Precio (USD)	Total (USD)
1	Dominio por un año en la plataforma web Wix.com	45,00	45,00
	Impuestos tarjeta de crédito para Ecuador	25,00	25,00
SUBTOTAL			70,00
Extras de visualización y navegación			
1	Poder recibir más de 10 comentarios en tips del viajero	10,00	10,00
1	Poder tener la opción de descargas a mas de 10 elementos	6,00	6,00
1	Tener Google Maps sin ningún tipo de restricciones	10,00	10,00
SUBTOTAL			26,00
Extras de redes sociales			
1	Tener Facebook sin ningún tipo de restricciones	6,00	6,00
1	Tener Twitter sin ningún tipo de restricciones	6,00	6,00
....		0,00	0,0
SUBTOTAL			96,00
TOTAL			108,00

ANEXOS III: Desarrollo del desglose de producción del documental.

Escena 1: Mariposario de Mindo		
Sinopsis de las escenas: Entrevista al propietario, introducción a los personajes, expectativas y objetivos de los propietarios de un lugar tan representativo como el Mariposario de Mindo		
Personajes: Participación de las dos protagonistas	Extras: Turistas que visitan en ese momento el Mariposario, Guías turísticos	
Locación: (Exteriores e interiores – Día) Mindo Km 6, cerca del río de Mindo donde inicia el tubing – Mariposario (Entrada, manantial, jardines, área central, patio)		
Otros elementos a tomar en cuenta: Incubadoras (fases del proceso de la mariposa desde oruga hasta convertirse en una mariposa)	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Se utilizará siempre para todas las entrevistas un corbatero
Efectos visuales: Animación 2d para el intro	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Gopro Hero3, Gopro Hero4, accesorios de montaje, Trípode.	Fotografía: Se realizarán planos generales para describir entornos, primeros planos y planos detalle para mostrar mejor a los insectos, plano medio para la entrevista y cámara en mano para graficación específica de detalles

Escena 2: Río Mindo – actividad (Tubing)		
Sinopsis de las escenas: Viaje río abajo en boyas unidas para que el turista esté más seguro donde la experiencia es la base fundamental de este deporte		
Personajes: Participación de la protagonista número uno	Extras: Turistas que visitan en ese momento el tubing y la comunidad local	
Locación: (Exteriores – Día) Mindo Km 6, a unos pasos del mariposario es donde inicia el tubing (Río Mindo, naturaleza, vegetación)		
Otros elementos a tomar en cuenta: Dependiendo de las lluvias el río puede crecer y ser mas rápido y profundo	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Sonido directo de la cámara Gopro
Efectos visuales: n/a	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes	Fotografía: Con la Canon 60D Se realizarán planos generales desde

	Canon: 18mm, 25-50-75, Gopro Hero3, Gopro Hero4, accesorios de montaje, Trípode.	varios puntos del río para describir mejor el entorno, y con las Gopro se dará la sensación de subjetividad del turista y con la misma Canon 60D se realizara cámara en mano para graficación específica de detalles como reacciones del protagonista.
--	--	--

Escena 3: El Quetzal de Mindo (Tour de chocolate)		
Sinopsis de las escenas: Recorrido de los tres protagonistas en las instalaciones del Quetzal para mostrar como se elaboran varios productos a base del cacao guiados por un guía de la comunidad		
Personajes: Participación de los tres protagonistas	Extras: Turistas nacionales y extranjeros que recorren a la par el tour de chocolate	
Locación: (Exteriores – Interiores Día) A 5 minutos del parque central, El Quetzal Mindo (Establecimiento principal, Lobby, restaurante, cafetería, donde se produce el chocolate, cocina, lugar de secado)		
Otros elementos a tomar en cuenta: Granjas de crecimiento del cacao, al igual que otras frutas, árboles de cacao, senderos, maquinaria artesanal	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Se utilizará siempre para todas las entrevistas un corbatero y Sonido directo de la cámara Gopro
Efectos visuales: n/a	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Gopro Hero3, Gopro Hero4, accesorios de montaje, Trípode.	Fotografía: Con la Canon 60D Se realizarán planos generales, planos medios y planos americanos desde varios puntos de la guianza para describir mejor el entorno, y con las Gopro se dará la sensación de subjetividad del turista que usarán las tres protagonistas y con la misma Canon 60D se realizara cámara en mano para graficación específica de

		detalles como reacciones de los turistas locales y extranjeros al igual que todo el producto desde la fruta hasta el producto ya terminado y empacado.
--	--	--

Escena 4: Mindo Lago (concierto de ranas)		
Sinopsis de las escenas: Entrevista al propietario, expectativas y objetivos de los propietarios de un lugar tan representativo y tradicional como Mindo Lago		
Personajes: Participación de las tres protagonistas	Extras: Turistas que visitan en ese momento el concierto de ranas	
Locación: (Exteriores – Noche) Mindo Km 2, a 5 minutos antes de llegar a Mindo (Lobby principal, jardines, cabañas, entorno, lago, vegetación)		
Otros elementos a tomar en cuenta: Pequeño manglar donde habitan en su gran mayoría las ranas al igual que el lago donde habitan las sardinas	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Se utilizará siempre para todas las entrevistas un corbatero
Efectos visuales: Sobreimposición de texto en blanco con la frase “Vive sostenible”	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Trípode, Luz led y dron	Fotografía: Se realizará un plano medio para la entrevista acompañado de una luz led ya que el concierto de ranas es por la noche y cámara en mano para graficación específica de detalles como el pequeño manglar

Escena 5: Bosque protector Mindo – Nambillo (avistamiento de aves)		
Sinopsis de las escenas: El protagonista se internará en el bosque hacia la torre de avistamiento de aves donde permanecerá en silencio para a primeras horas de la mañana captar el movimiento de las aves		
Personajes: Participación únicamente de un protagonista	Extras: El guía, el camarógrafo que servirá de extra al igual que el director del proyecto	
Locación: (Exteriores – Día) Mindo Km 26 alejado de Mindo dentro de un área privada y protegida (Torre de avistamiento de aves, vegetación, senderos)		

Otros elementos a tomar en cuenta: Lugares donde existen tomadores de comida y agua para que las aves puedan llegar y poder apreciarla mucho más cerca y de una mejor manera		Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Será únicamente el sonido directo de la cámara Canon 60D, para poder captar mejor el sonido del bosque y de sus aves
Efectos visuales: Sobreimposición de texto en blanco con la frase “Vive auténtico”	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Trípode, Cámaras Gopro y accesorios	Fotografía: Contaremos con la cámara Gopro para dar planos subjetivos realizando la experiencia del turista dentro del bosque, y se jugará con una variedad amplia de planos desde los planos detalle hasta el plano general para sacar el máximo provecho del bosque, la mayoría de planos serán con trípode y los de grabación serán cámara en mano	

Escena 6: Mindo Pura Vida Climb Lodge (actividad escalada deportiva y turismo comunitario)		
Sinopsis de las escenas: Entrevista al propietario, expectativas y objetivos del propietario al igual de cómo un lodge es sostenible mediante el uso adecuado de los residuos, diseño de jardines, inclusión de la comunidad local al igual que voluntarios internacionales		
Personajes: Participación únicamente de un protagonista	Extras: Turistas que practican la escalada comúnmente en la parroquia	
Locación: (Exteriores – Día) Mindo Km 10, a 5 minutos antes de llegar al Tubing o al mariposario (Jardines, torre de escalada, cabañas, plantas frutales, área de reciclaje)		
Otros elementos a tomar en cuenta: También se realizan actividades con colegios de Quito o la comunidad local es por esto que puede haber poco o mucha	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Se utilizará siempre para todas las entrevistas un

gente, además hay como acampar en sus jardines		corbatero
Efectos visuales: n/a	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Trípode, Cámaras Gopro y Dron	Fotografía: Se realizará un plano medio para la entrevista y cámara en mano para graficación específica de detalles como los jardines, lugares de reciclaje, y manejo adecuado de residuos, al protagonista escalando, y la participación activa de los voluntarios, de igual manera el uso de las Gopro será importante para tener planos subjetivos que ayudan a magnificar la experiencia del turista

Escena 7: Mindo Canopy Ropes and Adventure (actividad canopy)		
Sinopsis de las escenas: En base a la experiencia del turista, los protagonistas podrán trasladarse en varias rutas que ofrece este complejo turístico dentro del bosque protector Mindo - Nambillo		
Personajes: Participación de las dos protagonistas	Extras: Turistas que deciden ser grabados en el momento que salen del punto de partida y al momento que llegan	
Locación: (Exteriores – Día) Mindo Km 18, cerca este establecimiento turístico se encuentra otro lugar que brinda servicio de Canopy justo al lado (Áreas verdes, punto de partida principal y de llegada)		
Otros elementos a tomar en cuenta: No confundir con el otro servicio de canopy que brinda Mindo ya que en el otro lugar fue donde falleció un apersona aunque ahora los dos cuentan con todos los estándares de seguridad que pide el MINTUR	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Sonido directo de las cámaras Canon 60D y Gopro
Efectos visuales: Sobreimposición	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes	Fotografía: Se realizarán básicamente planos generales con la Canon60D

de texto en blanco con la frase “Vive responsable”	Canon: 18mm, 25-50-75, Gopro Hero3, Gopro Hero4, accesorios de montaje.	para describir de un mejor manera el bosque protector, cámara en mano para mostrar la salida y llegada de los protagonistas, y aquí es donde la Gopro nos ayudará a potenciar la experiencia del turista con planos subjetivos del recorrido de los protagonistas entre el bosque y sus encantos.
--	---	---

Escena 8: Santuario de las cascadas Mindo – Nambillo (actividad: Canyoning)		
Sinopsis de las escenas: En base a la experiencia del turista, los protagonistas podrán trasladarse en varias rutas que ofrece este complejo turístico dentro del bosque protector Mindo - Nambillo		
Personajes: Participación de las dos protagonistas	Extras: Turistas que deciden ser grabados en el momento que salen del punto de partida y al momento que llegan	
Locación: (Exteriores – Día) Mindo Km 18, cerca este establecimiento turístico se encuentra otro lugar que brinda servicio de Canopy justo al lado (Áreas verdes, punto de partida principal y de llegada)		
Otros elementos a tomar en cuenta: No confundir con el otro servicio de canopy que brinda Mindo ya que en el otro lugar fue donde falleció un apersona aunque ahora los dos cuentan con todos los estándares de seguridad que pide el MINTUR	Utilería: Cuaderno de apuntes	Sonido: Sonido directo de las cámaras Canon 60D y Gopro
Efectos visuales: Sobreimposición de texto en blanco con la frase “Vive responsable”	Equipos de cámara: Canon 60D, lentes Canon: 18mm, 25-50-75, Gopro Hero3, Gopro Hero4, accesorios de montaje.	Fotografía: Se realizarán básicamente planos generales con la Canon60D para describir de un mejor manera el bosque protector, cámara en mano para mostrar la salida y llegada de los protagonistas, y aquí es donde la Gopro nos ayudará a potenciar la

ANEXOS IV: Hoja de casting

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos Cecilia Estefania Vargas Altamirano
Edad 26 Fecha de Nacimiento 24/04/1989
Domicilio Martin de utreras y las casas Email anulazul24@gmail.com
Teléfono 098373487 Estado civil Casada
Ocupación actual Administradora del museo ecuatorial

II. RASGOS FISICOS

Estatura 1.63 Medidas 92- 68 - 91
Calzado 37 Camisa Medium
Color de Ojos cafes oscuros Tez/cabello castaño claro

III. PERFIL

Estudios Tercer Nivel
Experiencias Anteriores Largometraje Quito tradiciones - Comercial bunky
Aptitudes y Habilidades Liderazgo - Creativa
Hobbies Deportes Aventura

IV HORARIO DISPONIBLE

..... Fines de semana
.....
.....

V OBSERVACIONES NO LLENAR)

..... Considero que podría ser apta para el perfil N.1 de Deportes y Aventura
.....

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos Laura Cecilia Benavides Nieto
Edad 26 Fecha de Nacimiento..... 09/11/1989
Domicilio Pablo del Solar E7-37 y Francisco de Izazaga Email laurac.bnieto@gmail.com
Teléfono 0983511274 Estado civil..... Union libre
Ocupación actual..... Community manager - ministerio de Educación

II. RASGOS FISICOS

Estatura 1.65 Medidas 93- 66 - 93
Calzado 37 Camisa Medium
Color de Ojos cafés claros Tez/cabello..... castaño oscuro

III. PERFIL

Estudios Tercer Nivel
Experiencias Anteriores Curso actuación y guión Incine y extra corto plan B
Aptitudes y Habilidades Extrovertida - Creativa .
Hobbies Música - Lectura - Radio

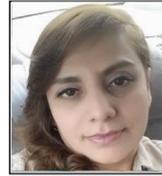
IV HORARIO DISPONIBLE

Fines de semana
.....
.....

V OBSERVACIONES NO LLENAR)

..... Considero que podría ser apta para el perfil N.2 de Deportes y Aventura
.....

FICHA DE CASTING



I. DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos Sandra Montesdeoca

Edad 43 Fecha de Nacimiento..... 08/23/1972

Domicilio Narrison New Jersey Email Sandra_mdeoca@yahoo.com

Teléfono n/n Estado civil..... Divorciada

Ocupación actual..... Manager New jersey groserly market

II. RASGOS FISICOS

Estatura 1.58 Medidas 95- 69 - 91

Calzado 35 Camisa Small

Color de Ojos cafés oscuros Tez/cabello..... castaño claro

III. PERFIL

Estudios Tercer Nivel

Experiencias Anteriores Dramatización programa Día a Día

Aptitudes y Habilidades Talentosa - soñadora - emprendedora

Hobbies Familia - caminatas

IV HORARIO DISPONIBLE

..... Fines de semana

.....

.....

V OBSERVACIONES NO LLENAR)

..... Considero que podría ser apta para el perfil N.3 turismo comunitario

.....

ANEXOS V: Tabulación entrevistas académicos

Entrevista 1 Nombre: Lisset Jaramillo

Funcionario pública del Ministerio de Turismo especializada en turismo sostenible

Abstract

Soy Lisset Jaramillo y soy funcionaria pública, trabajo en temas de turismo y mi especialización de mi maestría fue en turismo sostenible y estude en Hong Kong, fuimos un grupo de 40 chicos donde la única ecuatoriana era yo, y todo esto fue gracias a una beca del gobierno y siempre que había la oportunidad de escoger algún tema de investigación escogía a Ecuador. Y por eso hablando del turismo creo que el turismo en el Ecuador ha crecido de la mejor manera, cuando yo tenía 18 años fue la primera vez que pude salir del país y nadie sabía de Ecuador, pensaban que Ecuador estaba en África y lo relacionaban con Etiopía y era triste saber que nuestro país teniendo tantos lugares hermosos no fuera conocido, más adelante cuando fui a Inglaterra en cambio ahí la gente si sabía de Ecuador obviamente porque ahí hay mucha migración que en Londres donde yo vivía hay una comunidad grande ecuatoriana y conocían ya de Ecuador de su equipo de fútbol al igual que en Hong Kong por el mundial de fútbol Corea y Japón y que bonito es que los profesores y muchos de mis compañeros ya supieran del país, saben mucho de Galápagos de Quito y realmente eso es lindo que ahora sí, se ve más conocimiento del país a comparación de diez años atrás y cada vez hay más interés en los chicos en aprender más especializaciones en turismo en formarse más porque creo que antes era una actividad más informal, ya que la gente no estudiaba y comenzaba solo a trabajar en los hoteles y parecía que no había una especialidad que realmente demostrará un conocimiento técnico también de turismo y todo esto, entonces yo creo que todas las campañas que ha implementado el gobierno, el país, las embajadas a nivel internacional, nacional lo que hacen los municipios están muy bien hechas porque realmente están causando un gran impacto, el número de turistas ha aumentado, tenemos ahora mercados que jamás nos hubiéramos imaginado o íbamos a incursionar de todas las partes del mundo, entonces eso demuestra que entonces hay un enfoque muy claro de lo que es lo que queremos para nuestro país y es importante que no solamente se

concentren en que lleguen más turistas y que gasten más verdad, porque yo creo que lo más importante es que como, así como el turista viene acá y disfruta de su estadía, también las comunidades lo hagan, también se respeten los recursos y sea un crecimiento de la mano, entonces Ecuador está haciendo ahora un muy buen trabajo.

- **¿Cuál es el enfoque que tiene en la actualidad el Gobierno Nacional y en este caso el Ministerio de Turismo frente al desarrollo turístico en el Ecuador?**

Si, como tu sabes ahora nuestro slogan es Ecuador como potencia turística y una potencia no solamente se hace porque tiene muchos ingresos o porque todo el mundo hable del país verdad, sino porque realmente está haciendo las cosas bien hechas y como lo dice la ministra de turismo no, cuando llueve todos nos mojamos verdad, entonces es tan importante ese mensaje porque muestra la responsabilidad que todos tenemos porque no se puede decir esto es responsabilidad del Gobierno, jamás, porque así nunca funcionaría entonces esa corresponsabilidad que existe entre los distintos sectores ya sea académico, incluso incluyendo a los turistas que viene, porque a veces solo se lo ve de manera local, haber nosotros estamos haciendo esto y creo que el turismo es tan amplio es una industria que te relaciona con otras no, es un sistema, yo recuerdo en la universidad cuando nos enseñaban como funciona el turismo, nos pusieron como un dedal mas o menos con los hilos y nos iban preguntando, cuando tu viajas que es lo primero que haces? Entonces algunas personas decía por ejemplo, pedir permiso en el trabajo, otros sacar la visa, otros decían ver cual es el mejor periodo del año para conocer un lugar, entonces hay tantos pasos, entonces ahí es cuando uno se da cuenta que si necesitas visa no es solamente que te pongan una estampa y ya, entonces de donde sacas el papel, del árbol, y entonces es un proceso inmenso y a mi me encanta, porque veo que como cualquier otra industria también nos damos la mano pero aquí es más interactiva aún, porque no solamente es el hecho de que tengas un producto turístico, sino que realmente tienes esa relación con el turista, con la comunidad, con el medio ambiente, es hermoso. Y nos enfocamos mucho en la calidad y este año lo que se quiere es excelencia turística y eso se consigue a

través de el compromiso de todos los actores del turismo, mediante ferias como la expo Milán, workshops, ósea todas las gestiones que se están realizando para fomentar el turismo, ayudan y yo lo veo desde lo más pequeño, no solamente es lo que tu ves, sino algo tan amplio como una promoción turística en televisión como lo del Super Bowl, sino desde el trabajo que cada persona hace, como un tour operador, una agencia de viaje, entonces es tan amplio no porque si solo nos enfocamos en el Gobierno, sabemos que son políticas públicas, sabemos que es la parte mucho de gestión pero en ese proceso se ve la interacción con todas las partes. Y recordar que se quiere que el turismo sea la primera fuente de ingresos no petroleros para el 2018 esa es la visión, entonces vamos por buen camino.

- **¿De qué manera se puede diferenciar un establecimiento que sea responsable con su entorno e integre a la comunidad local y cumpla con las normas básicas para operar con otro que no lo haga y existe algún tipo de certificación para los establecimientos hoteleros?**

Ahora existen certificaciones internacionales por las normas a respetar ya también pueden haber a nivel local, yo creo que el MINTUR esta haciendo un excelente trabajo con esto de la marca Q que es la marca de calidad turística, entonces ahí se reconoce realmente a ciertos parámetros, entonces si es un establecimiento de que tipo de categoría o estrella por decirlo así, pero es un proceso que cuesta pero que vale la pena, porque yo creo que si tu ves que este establecimiento es reconocido, entonces estás más interesado en ir pero entonces es tan importante que eso sea real, entonces si recibió una certificación es porque esta cumpliendo con algo, pero en muchos caso se ha visto incluso a nivel mundial entonces esto que le llaman el “Green washing” entonces te dicen que si es una empresa súper ecológica y no lo es, es por esto que es tan importante que siempre haya una plataforma que donde uno pueda decir los comentarios así como Tripadvisor por ejemplo y tu puedas decir si, ok, este hotel me pareció excelente el servicio excelente, porque esto del turismo sostenible no solamente es el hecho de que el agente lo relaciona con lo ecológico, no se queda ahí ya que son tres parámetros súper importantes, entonces sabemos que es la cultura, la sociedad, la economía el medio

ambiente, entonces cuando se entienda eso bien estos términos va ser muy bueno porque cuando yo era estudiante, porque recién al mes pudimos entender lo que realmente significaba eso, porque no es un término tan sencillo de explicar, y para las personas que no han estudiado turismo, es aún más difícil de entender por eso creo que es tan importante ponerlo de la manera más sencilla y que no solamente es ecoturismo o turismo de naturaleza, porque en cualquier tipo de producto turístico lo puedes encontrar entonces dentro de nuestro país que Napo WildLife es un excelente ejemplo que realmente trabajan con la comunidad, porque es tan lindo que si es algo que esta en tu comunidad, tu te preocupas de eso, entonces viene el turista y sale satisfecho porque en muchos caso se ve que vas a un lugar que es turístico que sabes que tienes la mejor atención, pero tienes que pagar tanto, entonces cuando vas a un lugar tiene un precio razonable, que tienes una excelente atención que los recursos son cuidados, que la gente que te visita también los respeta es lo mejor no, pero para eso yo creo que debe haber un proceso, como que se le debe guiar al turista, yo sueño por decirte que cuando venga un turista, se le de un top ten, antes incluso cuando este en el proceso de confirmar el destino o no, ah ok entonces si vas a Ecuador necesitas cumplir con estas reglas, porque nosotros realmente somos un país que amamos nuestros cuatro mundo en uno y yo que se es prohibido botar la basura en las calles, es prohibido escupir, como lo hacen en China por ejemplo, no hacen este top ten pero si tienen sus señaléticas que ayuden a que el turista diga, ah entonces, esto tengo que cumplirlo desde el principio me lo dijeron y yo lo sé. Porque se corre el riesgo de que luego vienen los turistas y la justificación de ellos va ser no sabía, entonces esto hay que evitar y si enseñar, entonces nos darían un valor agregado de que sepan, ah entonces este país hace algo que otros no lo hacen, como cuidan sus recursos y que bonito ver eso.

- **¿Crees que los medios de comunicación masivos son importantes para transmitir o comunicar un mensaje y de que forma los mismos han ayudado para potenciar al Ecuador como una marca bien posesionada alrededor del mundo y crees que falta difusión sobre la parroquia de Mindo y sus principales atractivos?**

Creo que son una herramienta súper importante, porque creo que no hay manera más efectiva que la gente de todo el mundo pueda ver algo, como paso con el Super Bowl, que en segundo millones de personas puedan ver sobre nuestro país entonces es eso hay que aprovechar el segundo y al hacerlo en redes sociales es lo que sucede hoy en día por ejemplo tu pones un artículo que te llamo la atención algo de Ecuador, entonces tu amigo en la China le encanto eso y lo va a compartir con alguien más, es algo que tu no le has obligado sino que lo hacen por voluntad propia, entonces ese círculo que se vuelve tan interesante, de que no para y es una inversión excelente me parece y sobre todo creo que los ecuatorianos somos tan orgullosos de nuestro país y creo incluso que el grupo de personas que han sido migrantes son personas que van hacer nuestros mejores promotores, porque extrañan tanto al país porque anhelan tanto regresar porque extrañan a su familia, su comida, entonces cuando ven una imagen lo que más les hace feliz es compartirla, entonces hay tantas maneras de difundir las bellezas que tiene el país que las redes sociales siendo los medios de comunicación la mejor herramienta para comunicar un mensaje.

- **¿De qué manera el MINTUR utiliza el internet como herramienta para que en los últimos años llegue a ser tan importante más no decir indispensable dentro de la comunicación y de que forma ésta ha ayudado a que en el Ecuador no solo se practique el turismo sino se practique un turismo consciente y responsable?**

Nosotros tenemos varias plataformas y existen varias páginas en el internet que te pueden llevar a la información del Ministerio como ente público obviamente es turismo.gov.ec pero ahí ya tienes información clave, la misión, la visión, la ferias que se están dando, los procesos de contratación internacionales, para que la gente que realmente quiere participar en una promoción de país en Europa por ejemplo, igual tienes la que es más para la industria turística, los tour operadores los entes de viaje es el ecuador.travel, incluso personas que no son y son de la industria y que quieran organizar su viaje, puedan ingresar a la página y ahí van a ver y toda la información, como por ejemplo si desean ver información de la costa, ahí van a ver las opciones que se generan o incluso el viaje de la semana, entonces te ayuda porque sabes que tienes opciones hasta

decir basta entonces eso es súper importante, los funcionarios dentro del Ministerio tienen también acceso al intranet que también está toda la información acerca del turismo, el Facebook, Twitter, Instagram, ósea tantas formas de llegar a la gente, entonces si se ha dado mucha importancia y que bueno que sea así porque así llegas al mundo y no solamente a Sudamérica digamos, sino a nivel internacional.

- **Mi proyecto de tesis es el desarrollo de una página web interactiva donde el usuario o el viajero pueda navegar y entender de mejor manera el turismo sostenible, el lodge, turismo comunitario además de nombrar las principales actividades turísticas acompañado de dos documentales informativos que muestren al turista como es vivir la experiencia en Mindo, pero sobre todo que fomente el turismo responsable, de que forma crees que podría ser de utilidad un proyecto así en el Ecuador?**

Yo creo que si se hace una página web que hable sobre temas del turismo sostenible tiene que ser lo más sencilla posible, ósea que sea tan visual para que la gente vea esas partes fundamentales del turismo sostenible, que sea interactiva que tu veas videos, que no solamente te enfoques en lo que se hace acá en el país, en un inicio es excelente pero que también a nivel mundial puedas saber lo que está sucediendo y puedas aprender mutuamente, por esto es importante que haya como en Tripadvisor esa parte donde tu puedes tener esa comunicación con personas de distintas partes del mundo, que puedan dar su opinión que siempre creo que no es para destruir sino más bien para crecer y mejorar, por ejemplo que se pueda ver el ingreso de cuantas personas visitan la página y si realmente es efectiva o no, y que se la difunda ya que si está en preparación excelente pero cuando este lista que los entes que trabajan en estas áreas tengan conocimiento por ejemplo el MINTUR y el MAE, los municipios, todos estos organismos internacionales como National Geographic, The International Ecotourism & Society, porque ellos ya tienen páginas así, porque cuando tu ves a gente que comparte tu misma pasión, entonces no les va a costar ayudarte a que mejores algo.

- **¿Qué mensaje darías a los turistas que visitan Mindo para que practiquen un turismo responsable y sostenible con el entorno que brinda?**

Yo creo que para que las personas puedan practicar un turismo responsable y consciente, tienen que aprender a apreciar lo que visitan y depende de que forma tu aprendes a querer algo, para mi siempre es importante ir paso por paso, entonces si voy a visitar un lugar que realmente me interesa voy a informarme del lugar, ver cuales son las medidas que se deben llevar a cabo para cuidarlo, interesarme un poquito más, si se que en el lugar, hablan un idioma que yo no conozco, interesarme como saber palabras básicas, creo que es tan importante que se viva y para vivir tu tienes que compartir con la comunidad, entonces si vas a Mindo, sabes que las personas son muy amigables, no tengas miedo comunícate con ellos, si sabes que ahí hacen acciones de reciclaje entonces se parte de eso, que se involucren creo que es muy importante y que así como ellos quieren para los lugares de los que vienen, sean turistas nacionales o internacionales, que apliquen ese amor a lo de ellos para lo nuevo que visiten.

Entrevista 2 Nombre:

Paola Freire

Guía de Turismo Nacional de la Universidad de Especialidades Turísticas

Abstract

Mi nombre es Pamela Freire y yo estoy encargada de lo que es la coordinación de guía de turismo nacional aquí, en la Universidad de Especialidades Turísticas (UDET) este cargo lo vengo desempeñando hace aproximadamente un año y tengo una licenciatura en Guía de Turismo Nacional como saben esta carrera es única y se da en esta universidad y nosotros nos especializamos en lo que es la carrera de Guía de Turismo Nacional por otro lado tengo una maestría en Turismo Sostenible y también estoy siguiendo una maestría en Gestión de

Turismo, entonces sí, lógicamente en los últimos años, diría en los últimos treinta años el turismo ha evolucionado de una manera enorme y se le da la importancia que debe tener esta dentro de la matriz productiva y es un eje principal del Gobierno y lo que conlleva el Plan Nacional del Buen vivir y también lógico, a nivel mundial el turismo ha evolucionado enormemente gracias, primero a la aviación, y ahora también por toda la tecnología que tenemos, entonces claro es una base importantísima el turismo no solamente como ocio sino también para que la gente conozca nuevas culturas, nuevas tierras entonces es algo muy importante.

- **¿Cuál es el enfoque que tiene en la actualidad el Gobierno Nacional y en este caso el Ministerio de Turismo frente al desarrollo turístico en el Ecuador?**

Como te decía ahora se toma en cuenta muchísimo el turismo y es una industria que realmente da dinero eso es lo que logra hacer lo que quiere hacer y todo lo que está trabajando junto al Ministerio del Turismo y tratar de que el turismo sea una fuente más de ingresos para nuestro país y hoy por hoy está en el cuarto puesto luego declaro, quitando en cuenta los ingresos del petróleo y quizás con la crisis que estamos sufriendo actualmente por la caída del precio del petróleo pues esto de un poco más de realce e importancia a lo que significa el turismo y lógicamente a lo que significa mejorar la infraestructura, el Ministerio de Turismo está muy enfocado en lo que es la calidad y la seguridad que son base para que el turismo se pueda desarrollar en nuestro país.

- **¿De qué manera se puede diferenciar un establecimiento que sea responsable con su entorno e integre a la comunidad local y cumpla con las normas básicas para operar con otro que no lo haga y existe algún tipo de certificación para los establecimientos hoteleros?**

Yo creo que igual hace unos diez a quince años se ha dado mucho hasta de moda lo que es el ecoturismo, entonces por un momento hay turistas que están interesados y que ya te digo es más una moda pero ya se ve mucho más gente que es consciente con el ambiente y que quiere buscar alternativas que te

lleven a buscar este tipo de turismo entonces si nuestro país es uno de los ejemplos dado a toda la naturaleza que tiene nuestro país, este tipo de turismo se puede dar plenamente aquí y en zonas como el noroccidente como Mindo aún más entonces dentro de ellas en muy importante las certificaciones hay algunas certificaciones que se necesitan y se han desarrollado dentro de nuestro país y hay algunas empresas que también sin tener una certificación como tal, pues manejan estas herramientas para ayudar al ambiente, entonces creo que es muy importante que se de esto porque si queremos hacer del turismo un ingreso también tenemos que mantener el ambiente. Y pienso que sí son importantes certificaciones como la Rain Forest Alliance como la Smart Voyager pero siempre vistas desde un lado objetivo, que el trabajo y las certificaciones que entreguen sean correctas en base a un estudio al establecimiento en base a una certificación como tal.

- **¿Crees que los medios de comunicación masivos son importantes para transmitir o comunicar un mensaje y de que forma los mismos han ayudado para potenciar al Ecuador como una marca bien posesionada alrededor del mundo y crees que falta difusión sobre la parroquia de Mindo y sus principales atractivos?**

Bueno si realmente los medios de comunicación son totalmente importantes para la difusión del turismo y de cualquier otra industria, pienso que falta en lo que se refiere a Mindo falta muchísimo si bien Mindo es muy reconocido a nivel local pero a nivel internacional le falta mucha difusión, creo que falta mucho apoyo y tal vez unión de los gremios no te puedo decir exactamente si es que están o no pero lo que yo veo es que les falta unión y deben trabajar más en conjunto para desarrollar el turismo y ser una potencia no solo local sino también a nivel nacional.

- **¿De qué manera el MINTUR utiliza el internet como herramienta para que en los últimos años llegue a ser tan importante más no decir indispensable dentro de la comunicación y de que forma ésta ha ayudado a que en el Ecuador no solo se practique el turismo sino se practique un turismo consciente y responsable?**

Bueno, realmente el internet ya es para todos es una herramienta que realmente la utilizamos a diario para cualquier cosa que queramos hacer en nuestra vida y en el turismo lógico también se ha entrelazado muy bien, hace alguno años era imposible visitar no se París, estar en toro sitio sin haber comprado el ticket aéreo ahora tu puedes meter la palabra País y si quieres en el Lubre si quieres estar en el Sena entonces lo puedes hacer, entonces el internet es una herramienta fantástica que nos ayuda a todos, pero lógico ahí se ve como lo puedes utilizar, siempre tienes que darle un buen manejo pero claro yo creo que es una herramienta básica y también muchísima gente, como ahora la tendencia es que las personas que tiene entre 20 -30 – 35 años viajen, entonces claro, esa gente esta conectada todo el tiempo al internet. Y lo que busca es un establecimiento que tenga wifi, que pueda conectarse, que haya aplicaciones del hotel y bueno claro con todas las páginas web que tú tienes ahora, puedes saber del lugar que tú quieras y también puedes saber cuan bueno o malo puede ser un lugar y puedes encontrar comentarios en la web unos positivos otros negativos pero los hay entonces ahí va a definir cuál es tu criterio y tú como consumidor sabrás si vas o no a un lugar pero claro que si es importante toda esta apertura que nos da el internet.

- **Mi proyecto de tesis es el desarrollo de una página web interactiva donde el usuario o el viajero pueda navegar y entender de mejor manera el turismo sostenible, el lodge, turismo comunitario además de nombrar las principales actividades turísticas acompañado de dos documentales informativos que muestren al turista como es vivir la experiencia en Mindo, pero sobre todo que fomente el turismo responsable, de que forma crees que podría ser de utilidad un proyecto así en el Ecuador?**

Por lo tanto sí, me parece excelente tu idea de tu proyecto de tesis realmente creo que si tu quieres dar un enfoque mucho más turístico, interactivo a lo que es Mindo entonces lo vas a lograr porque es algo que si necesitamos no solo Mindo sino todo el Ecuador porque si bien como naturaleza tenemos mucha riqueza nos falta todavía mucho por dar entonces yo creo que si el turista pude ver esto desde afuera y escucho por algún lado por alguna cuestión Mindo o

quiere saber sobre aves o quiere saber sobre mariposas, sobre naturaleza, cascadas entonces quizás pueda caer en tu página entonces sí me parece que es excelente, entonces pienso que es base para todos nosotros como turistas, para gente que este estudiando cualquier carrera y quiera viajar es importantísima la tecnología y como nos podemos comunicar mediante ella. Y Ecuador tiene la gran ventaja que al ser un territorio inhóspito entonces estamos todavía dentro de lo que podría llamarse un turismo responsable entonces la gente local es la que más debe apoyar a esto porque los turistas que vienen saben el valor que tienen unas islas Galápagos un Yasuni un Amazonía entonces ellos si conservan muy bien lo nuestro, entonces nosotros los ecuatorianos debemos poner un poco más de empeño con los niños que son nuestro futuro, que la educación se fortalezca más en lo que son valores en lo que significa sostenibilidad porque ya te digo los extranjeros son los que más cuidan a veces y son los que más se preocupan por cuidar nuestro propio territorio, entonces creo que es muy importante que nosotros como ecuatorianos valoremos lo que tenemos y que apoyemos estas campañas que lanzan los Ministerios tanto el MAE como el MINTUR y trata de salir adelante en proyectos como el tuyo ya que tenemos una joya, una joya invaluable que si sabemos cuidarla bien, esto va a quedar para futuras generaciones, entonces yo creo que más allá de cualquier comentario o ejemplo para el resto sería más bien dirigido a los ecuatorianos para que valoremos lo que tenemos

- **¿Qué mensaje darías a los turistas que visitan Mindo para que practiquen un turismo responsable y sostenible con el entorno que brinda?**

Pienso que si de deben tomar un poco más de medidas en cuento se refiere sobre todo a seguridad y también un poco a lo que es el control de precios en Mindo, porque claro a veces hay demasiado oferta la gente tiene a abusar o a bajar demasiado los precios, si sería importante que Mindo y sus pobladores y la gente que hace turismo que es la mayoría, porque la mayoría de gente que esta en Mindo se dedica al turismo sobre todo los fines de semana y en vacaciones porque va gente de Quito, gente de la costa entonces sería importante que haya gremios o alguna institución puedan normar este tipo de

cosas y yo te digo la seguridad por los problemas que se han dado anteriormente no cierto entonces que estén de acuerdo en lo que señala el Ministerio de Turismo en sus nuevos lineamientos esta la seguridad entonces esas vienen unidas entonces es importante que trabajen como un equipo y que estén alineados para el beneficio de toda la población porque esto no solo es para unos pocos sino para toda la gente de la localidad y lógico también nosotros como país, porque si saben que es un sitio seguro que tiene buenos precios, que la calidad es buena y que la gente es amable entonces pues, lógicamente van a comentar va a venir la gente entonces es lo que nos conviene a todos los ecuatorianos.

Entrevista 3 Nombre: Paul

Abad

Director digital de GroupM Ecuador

Abstract

- **¿Qué tipo de cargo cumples en GroupM y como evalúas la transición de los medios de comunicación hacia la era digital?**

Soy director de GroupM de la unidad que da soporte a todo el grupo de empresas del grupo Norlop y nosotros nos encargamos de todo lo que tiene que ver con la pauta del grupo Norlop, a nivel país creo que la transición ha sido mucho más tardía a comparación de otros países, pienso que en el último año las marcas de acá o de afuera han optado por desviar su atención hacia el mundo digital, porque en cierta parte la ley de comunicación benefició en cierta parte al mundo digital, porque se encarecieron ciertos medios, por necesidad y varios factores las marcas tuvieron que migrar a otros medios, por el consumo que existe ahora sobretodo en ciertos nichos como son los jóvenes, tiene sentido que las marcas migren hacia lo digital. Pero creo que son pocas marcas que se han lanzado al mundo digital y otra no lo han hecho por medio, y ha sido una

transición lenta de ir evaluando porque es un campo que no conocen, y a pesar de no tener todavía cifras a nivel digital, siento que es mucho más rápido el crecimiento a nivel digital como en otros medios, incluso el nivel inversión ha decrecido como en años pasados, y pienso que el próximo año tendría que ser un año más consolidado en el internet sobre todo como medio, como medio principal para cada una de las marcas, ya que su primer paso sería la optimización de redes sociales con pautas sería conocer el medio vamos a ver marcas que le apunten más a lo digital por eso creo que por el momento ha sido una transición leve con mucho cuidado pero alto a nivel de inversión y creo que el próximo año será un año bueno para la parte digital.

- **¿De que manera crees que una agencia digital maneja su contenido a diferencia de una agencia de comunicación tradicional?**

Al haber pasado por agencias creativas el proceso de creación y manejo de contenidos es diferente es el único medio que te puede dar un feedback directo esa interacción y relación que te dan hacia con los usuarios, entre marca y usuario que no se daba antes, entonces hay que cambiar el chip y pensar en el feedback del usuario porque va mucho mas allá del pautaaje donde antes se acababa la interacción y hay que pensar más allá de solo lanzar un video o un producto, porque va haber una respuesta del usuario entonces hay que estar preparado para la respuesta del usuario, entonces el proceso creativo para creación de contenido va mucho más allá completo e incluso existen mucho más recursos y muchos más formatos que se pueden explotar, entonces las agencias tienen que ver al internet mas que un medio un mundo, que tiene que tener y es muy importante la capacitación al cliente, y que cada formato tiene que tener un objetivo claro y que este se cumpla, no hay que lanzar un video o un banner solo por lanzarlo hay que tener un criterio creativo para ello, por eso cada campaña tiene que tener un objetivo claro ya que el mundo digital cambia día a día entonces hay que saber aplicar los formatos a la parte creativa y viceversa ya que tenemos una infinidad de recursos que Atl no tiene, en televisión existen 5 a 10 formatos ya establecidos, y en internet tenemos decenas, centenares de formatos y por eso se complica un poco más, entonces es súper importante el análisis del medio como tal ya que hay que pensar y conocer al usuario para

poder tener un producto digital relevante.

- **¿Como ves el futuro de los medios de comunicación tradicionales y el futuro de los medios hacia la era digital?**

Muchos medios se han visto preocupados por el crecimiento del internet como medio si se lo podría decir un medio porque obviamente parte del consumo del usuario se esta volcando a dispositivos móviles y demás pero lógicamente la tendencia de consumo de ciertos medios va a decrecer hacia los nuevos medios entonces yo creo que es normal y natural ese paso pero creo que debería ser más bien el internet un aliado de ciertos medios mas no una competencia y no veo porque deberían desaparecer sino más bien debería sacar provecho de ello y así convivir dentro del medio digital más como un aliado ya que no necesitas ser algo solo digital para tener éxito, para poder tener ese paso natural no tan dramático, el tipo de contenido que va a seguir consumiendo el usuario va a ser exactamente el mismo lo único que va a cambiar va ser de qué manera lo consumen, ya que el usuario es ahora el que maneja el contenido, y de esta manera ver la forma de enganchar al usuario para ver de que manera viene hacia nosotros y poder capitalizar todas esas visualizaciones y comentarios y demás, entonces por eso insisto que tienen que ser un aliado porque no cabe duda que los usuarios van a migrar hacia nuevas tecnologías y el consumo de radio, de televisión, de revistas o diarios va a decaer a nivel consumo pero tienen que adaptarse a nivel consumo y trasladarse hacia nuevas plataformas de consumo para el usuario.

- **¿Tú que has estado dentro del mundo digital cómo crees que productos como Mindo Eco Travel podrían mejorar como marca para que de esta forma se pueda tener una mejor relación y crecimiento con el usuario?**

La estrategia dentro de este nicho digital es tener suma importancia en las necesidades del usuario y saber cuales son sus requerimientos y que es lo que necesita o no e gusta dentro de tu página web Mindo Eco Travel, hay turistas que quieren ir a Mindo por ejemplo, que es lo que buscan? Quieres opciones de hotel eso es lo que buscan, quieren actividades, hay que comenzar a entender y saber

mucho más al usuario y no tanto el contenido que tú esté manejando, aquí no es tanto tu cuña, tu comercial etc, sino el rey es el usuario y como adaptas el mensaje que quieres transmitir para que de esta forma sea mucho más específico y bien enfocado y tiene una infinidad de posibilidades de poder transmitir tu mensaje como dispositivos, varios formatos y varias formas de llegar hacia el usuario, pudiendo ser mil veces más efectivo que televisión con una inversión mil veces menor, creo que podrías ser mucho más efectivo con una inversión y alcance medible y real del que puedes tener en televisión.

- **¿Cuáles son tus percepciones de la página web Mindo Eco Travel de su contenido y la parte visual de la marca?**

Estuve revisando la página y creo que se adapta muy bien realmente a cualquier tipo de dispositivo y lo que más me atrajo de esta página justamente el contenido que tiene la página, ya que no estamos hablando de un hotel puntual aquí realmente el rey no es el producto como tal sino todo el contenido que genera para el turista para el usuario lo que creo que la página seduce a los turistas con su contenido para hacer maravillas ya que lo importante es saber que es lo que quiere el usuario ya que tienes una página muy bien estructurada con un contenido escrito interesante, y ahora hay que preguntarse quienes son tus usuarios, que es lo que buscan y que necesitan y como estaría listo para cuando ellos lleguen con un contenido que se adapte a cualquier plataforma ya que a nivel contenido están bien hechas y es un gran diferencial y la clave aquí es diferenciarse de cualquier otro tipo de página que hable sobre Mindo y sus servicios y que tenga un contenido gráfico que sea atractivo para el usuario y para el turista que quiera visitar y yo realmente creo que no haya nadie que te pueda hacer la competencia directa en este momento con lo que tú estás presentando y es un muy buen proyecto en ese sentido y creo que puedes sacarle todavía mucho más provecho siempre y cuando sepas el objetivo y lo tengas claro, y conocer y tener súper claro saber donde está tu usuario, por eso debes saber si tu usuario está en Facebook, o redes o no, o solo el usuario va a llegar a ti por medio de un buscador, por eso es saber y conocer a tu usuario ya que a nivel contenido está muy bien hecha.

ANEXOS VI: Léxico Audiovisual Fundamental

Se procederá a enumerar de manera alfabética los términos básicos primordiales que se debe conocer para cuando se va a realizar una producción televisiva o cinematográfica.

Ambientación

Reafirmando lo que dice en su libro “El lenguaje audiovisual - Aprender a ver cine” Gonzales hace referencia a la ambientación como “la actividad que consiste en crear o reconstruir una realidad según las necesidades del rodaje utilizando elementos como: El color, la fotografía, decorados, vestuario, etc.” (GONZÁLEZ, 2004, p.32)

Argumento

“Es la idea fundamental o sinopsis de la película y tiene varias características como la de ser redactado en presente indicativo, resumiendo de forma clara la temática, sin una terminología técnica, presenta a los personajes principales y secundarios de la historia, estableciendo la estructura clásica del conflicto dramático que consta de una Introducción acompañada del desarrollo y culminación de la historia”.
(GONZÁLEZ, 2004, p. 32)

Barridos

Considerando los conceptos utilizados por Pedro Jiménez en su libro el “Lenguaje Cinematográfico” donde hace referencia a los barridos como “movimientos de cámara mas agresivos, bruscos y rápidos. (JIMÉNEZ, 2008, p. 56)

Cámara al hombro

“Se utiliza en la televisión de manera habitual y también para brindar la

sensación de subjetividad”. (JIMÉNEZ, 2008, p.56)

Cámara en mano

“Brinda movimientos bruscos que denotan velocidad riesgo o torpeza”. (JIMÉNEZ, 2008, p.56)

Campo Visual

“Es el campo visual que tiene la cámara que siempre esta delimitado por el encuadre. Y según el tamaño del plano tiene una variación diferente por ejemplo cuando mayor es un plano, el campo visual será mayor”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 33)

Contra campo

“Inverso simétrico a campo. La técnica del campo y contra campo consiste en mantener a un personaje a la vista del espectador (campo), y a otro no; por ejemplo, de espaldas mientras los dos hablan (contra campo). El plano y contra plano o campo y contra campo hace referencia a dos o más realidades (personajes u objetos) que aparecen dentro de la pantalla”. (GONZÁLEZ, 2004, p.33)

Contrapicado (Picado)

Se realiza cuando se filma de abajo hacia arriba, con lo que se obtiene un efecto amplificador de las figuras. Los personajes, amplificados, ofrecen un aspecto impresionante, con fines cómicos o dramáticos. Y al hablar de contrapicado tenemos que mencionar el “picado” que es la toma que se realiza desde arriba hacia abajo. Este procedimiento disminuye a los personaje y objetos, normalmente denota el abatimiento psíquico o físico, el derrumbamiento de alguien afectado por alguna situación. (GONZÁLEZ, 2004, p. 34)

Composición

Recordando el documento el “Lenguaje Audiovisual” del Taller de Producción de Mensajes donde se denomina a la composición “como la distribución de los elementos que intervienen en una imagen dentro de un encuadre que se lo realiza a partir del formato de la imagen”. (TPM, 2003, p.13)

Continuidad

“Es la relación que existe entre los diferentes tipos de tomas a realizar pero sobre todo que no se rompa la relación de continuidad con el espectador. Por lo tanto cada toma debe tener una relación con la anterior y servir de base para la siguiente”. (TPM, 2003, p. 13)

Credibilidad

“La credibilidad de algún elemento dentro del proyecto en general puede condicionar a todo el proyecto”. (GONZÁLEZ, 2004, p.35) Y en el caso de la presente investigación donde se trata de documentar aspectos reales, o se inspiran de datos objetivos, la credibilidad está en función directa de la veracidad de los hechos narrados, que no puede ser reducida o expuesta parcialmente.

Créditos

“Lista de todo el equipo humano desde los técnicos pasando por los actores hasta el director general que de una u otra manera han participado en la producción de la película o en nuestro caso un documental, generalmente aparece al final de cualquier producción, dividiendo los cargos en distintas áreas comenzando con el reparto, la dirección de la producción, la fotografía, técnicos, etc.” (GONZÁLEZ, 2004, p.35)

Cuadro

“Espacio imaginario que se selecciona del todo para enmarcar lo que queremos

que se vea, utilizando diferentes tipos de plano para ello”. (JIMÉNEZ, 2008, p.57)

Diégesis

“Es el mensaje general que intenta transmitir el video o película. Es todo lo que la historia evoca o provoca en el espectador: permite una comprensión coherente de la historia y del argumento”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 57)

Director cinematográfico

“Responsable de la realización de una película. Dirige a los intérpretes, cuida todos los aspectos estéticos y escenográficos, controla el equipo técnico, vigila el estilo y unidad narrativa del filme. Y dentro de un proyecto audiovisual un director cumple las mismas funciones al igual que coordinar el trabajo del director de fotografía, de arte, y del responsable del sonido”. (GONZÁLEZ, 2004, p.36)

Director de fotografía

“Técnico encargado de la iluminación del rodaje o del set, ya sea exterior o interior controlando toda la parte técnica de la cámara como el diafragma en cada plano, la disposición de las luces y, en la fase de montaje, dirige el proceso justo al director”. (GONZÁLEZ, 2004, p.36)

Director de producción

“Técnico encargado de administrar y llevar a cabo los gastos previstos en el plan de producción”. (GONZÁLEZ, 2004, p.37)

Distancia Focal

“Es la distancia que hay entre el centro de la lente del objetivo enfocado al infinito y la película fotográfica”. (TPM, 2003, p. 14)

Doblaje

“Acción de registrar los diálogos en la lengua originaria del país, haciendo que el movimiento de los labios coincida lo más posible con el referente”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 37)

Doble

“Persona que sustituye al intérprete principal o secundario por razones habitualmente de eficacia o seguridad”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 37)

Efectos especiales.

“Conjunto de procedimientos utilizados para la consecución de una serie de impresiones, ilusiones o sensaciones que son difíciles de obtener en la realidad o que son totalmente irreales”. (GONZÁLEZ, 2004, p.37)

Elipsis.

“Espacio o tiempo en el que aparecen, sin que se muestren de forma nítida. Omisión consciente de un fragmente de la acción dentro del montaje final del relato”. (GONZÁLEZ, 2004, p.38)

Encuadre

“Es la composición final de la imagen y se la define como la manera en que el director selecciona y equilibra el contenido material de la imagen, al dirigir el objetivo de la cámara hacia el campo que se desea filmar, permitiendo centrar la atención del espectador en un punto preciso o en varios puntos a la vez vistos en perspectiva, según la profundidad de campo”. (GONZÁLEZ, 2004, p.38)

Enfoque

“Enfocar consiste en ajustar la cámara a la distancia a la que esta el objeto que

se escoge como elemento principal, y se lo realiza ajustando la distancia entre el objetivo y la película o mediante el enfoque y desenfoco del lente de la cámara hasta obtener una imagen nítida del objeto principal”. (TPM, 2003, p.15)

Escena

“Conjunto de planos unidos por un criterio de unidad”. (JIMÉNEZ, 2008, p.58)

Estudio o Plató

“Es el lugar donde se construye y ambienta los escenarios donde se llevará a cabo el rodaje y en su mayoría son cubiertos”. (GONZÁLEZ, 2004, p.38)

Flashback

“Plano que nos sitúa en una acción de tiempo pasado en relación con el acontecimiento que se está representando: es una mirada hacia atrás en la dinámica narrativa cinematográfica”. (GONZÁLEZ, 2004, p.38)

Flash forward

“Es un inserto cronológicamente futuro respecto al tiempo presente de referencia en algunos casos se utiliza para presentar la visión particular del futuro propia de algún personaje”. (GONZÁLEZ, 2004, p.38)

Fotograma

“Cada una de las fotografías que se impresionan sobre la película negativa cinematográfica”. (JIMÉNEZ, 2008, p. 38)

Hipérbole

“Es una exageración que lo que busca es provocar un mayor impacto al espectador y comúnmente se presentan utilizando imágenes irreales, arte y

efectos especiales”. (TPM, 2003, p. 15)

Hipérbaton

“Es una alteración del orden lógico de los elementos dentro de una imagen o secuencia. Como por ejemplo el cambio de perspectiva”. (TPM, 2003, p. 15)

Iluminación

“Además de su valor funcional tiene un valor expresivo ya que puede resaltar o suprimir formas y crear atmósferas que generen distintas sensaciones y existen diferentes tipos de iluminación como la iluminación suave y dura, iluminación principal y de relleno, iluminación posterior y de fondo”. (TPM, 2003, p.16)

Montaje o Edición

“En cuanto a definiciones son lo mismo la diferencia radica en que el montaje se aplica el corte físico o sea con tijeras, cinta y se pega, visualizando todo en una moviola, lo que en video es un proceso digital”. (TPM, 2003, p.16)

Profundidad de campo

“Es el espacio que esta enfocado desde el punto más cercano al punto más lejano del encuadre. Amplía la profundidad de visión del espectador y permite establecer la relación entre dos personajes o entre un personaje y un objeto que están distantes, pero visibles en el encuadre”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 38)

Reparto

“Es la distribución artística de los papeles de la película entre los intérpretes elegidos todo esto posterior al casting correspondiente”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 39)

Secuencia

“Es la unidad narrativa de espacio y tiempo visto de otra manera es la sucesión de planos siguiendo una continuidad u orden determinado”. (GONZÁLEZ, 2004, p.39)

Storyboard

“Conjunto de dibujos o bocetos que representan las secuencias o planos de una película o producción audiovisual”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 39)

Travelling

“Es una serie de desplazamientos de cámara ya sean paralelos, perpendiculares u oblicuos a la acción siempre y cuando sean armoniosos y para poder realizarlo se necesita una trama de carriles y una plataforma con ruedas sobre la que se sitúan la cámara y el operador, para de esta forma captar progresivamente lo real ya que dependiendo de la velocidad se puede transmitir tensión, sosiego, incluso permite crear la sensación al espectador que es él quien avanza”.
(GONZÁLEZ, 2004, p.39)

Voz en off

“Ruido, efecto o diálogo que se produce fuera del campo visual del operador y, consecuentemente, fuera de la vista del público”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 40)

Zoom

“Es el tipo de óptica de distancia focal variable que permite, gracias al movimiento de sus lentes interiores, un acercamiento o alejamiento de la acción sin necesidad de mover o desplazar la cámara”. (GONZÁLEZ, 2004, p.40)

Tipos de plano por tamaño

Plano General (P.G.)

“Plano descriptivo de la acción y su entorno donde los personajes tienen bastante espacio a sus alrededor”. (JIMÉNEZ, 2008, p.40)

Plano Americano (P.A.)

“Plano descriptivo por la expresión del actor y sus acciones. Corta al personaje por encima de las rodillas, y sus orígenes son el Western donde tenían que aparecer en cuadro las pistolas”. (JIMÉNEZ, 2008, p.40)

Plano Medio (P.M.)

“Es el más utilizado en las producciones cinematográficas o audiovisuales donde el personaje se corta a la altura de la cintura y se dividen en dos: Plano Medio Largo (P.M.L.) o medio corto (P.M.C.) por debajo de la cintura o por encima respectivamente”. (JIMÉNEZ, 2008, p.40)

Primer Plano (P.P.)

“Plano descriptivo en el cual el propósito del encuadre es por ejemplo una parte concreta del rostro de un personaje capaz de definir su expresión o de un objeto determinado”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 40)

Primerísimo Primer Plano (P.P.P.)

“Centra la atención en un lugar específico del personaje o de un objeto determinado y comunica al espectador el terreno más íntimo del personaje y su respuesta anímica ante un acontecimiento”. (GONZÁLEZ, 2004, p. 41)

Plano Detalle.

“Recoge un detalle del cuerpo humano o de algún objeto al que se le da un relieve particular con uso expresivo, dramático y simbólico”. (GONZÁLEZ, 2004, p.41)

Léxico Multimedia Fundamental

Animación

“Es el conjunto de varios gráficos por segundo que generan al espectador la sensación de movimiento”. (BOU, 2000, p.26)

Argumentación

“Tiene como función la persuasión de una idea”. (BOU, 2000, p.26)

Composición

“Es la intervención o la alteración sobre la imagen”. (BOU, 2000, p.26)

Creatividad

“Ingenio acompañado de talento que aportan a la narración”. (BOU, 2000, p.26)

Diseño Web

“Se encarga de recoger las tendencias establecidas en la red para de esta forma con la conjunción de el diseño y el video se pueda brindar soluciones puntuales al usuario o al cliente”. (BOU, 2000, p.27)

Guión multimedia

“Es la fase inicial de un producto multimedia el cual orienta y dispone de los detalles necesarios para su realización, organiza la producción y planifica su realización, definiendo el uso de elementos multimedia”. (BOU, 2000, p.28)

Guión Grafico

“Es el encargado de planificar y construir los escenarios mediante bocetos, dibujos o ilustraciones”. (BOU,2000, p.28)

Grafico

“Elemento utilizado para poder representar planos, esquemas, infografías datos estadísticos, etc.” (BOU,2000, p. 28)

Hipertexto

“Texto que en la pantalla de una computadora o dispositivo móvil conduce a otro texto relacionado, no se limita a datos textuales sino también video, imagen y sonido de un elemento específico”. (BOU, 2000, p.28)

Hipermedia

“Término que se nombra al conjunto de métodos o procedimientos para escribir, componer o diseñar contenidos multimedia que tengan texto, video, audio, mapas u otros medios, y que además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios”. (BOU,2000, p.28)

Imágenes

“Archivos formados a base de píxeles y se pueden generar por medio de una fotografía digital y se usan en grandes ficheros”. (JENKINS, 2006, p.63)

Interactividad

“Termino que describe la relación de comunicación entre el usuario y un sistema, que puede ser informático, video u otros. Siempre teniendo en cuenta que para exista interactividad necesita haber una interfaz

homogénea y atractiva para que el usuario pueda interactuar con el contenido". (BOU, 2000, p.29)

Marca

“Es una señal o rasgo distintivo que forma parte de un mensaje visual de afirmación aviso o diferenciación”. (BOU, 2000, p.29)

Narración

“Arte de contar historias de forma entretenida para el usuario”. (BOU, 2000, p.29)

Signo

“Imágenes que transmiten una indicación, orden o prohibición y su fin es el de transmitir una información con la máxima rapidez”. (BOU, 2000, p.29)

Símbolo

“Distingue a la imagen que representa una idea, un sentimiento o un recuerdo”. (BOU, 2000, p.29)

Storyboard Interactivo

“Es el conjunto de nuevas reglas de sucesión de imágenes para construir esquemas visuales”. (BOU, 2000, p.29)

Transmedia – Storytelling

“Representa un proceso donde los elementos integrantes de una ficción se dispersan de manera sistemática a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia unificada, coordinada y entretenida. Y donde cada canal hace su propia contribución en el desarrollo de la historia”. (JENKINS, 200, p.63)

Wireframe

“Es una representación esquemática de una página web sin elementos gráficos que muestran la distribución de los elementos gráficos y del contenido a su vez el comportamiento de sus páginas”. (BOU, 2000, p.30)

ANEXOS VII: Glosario de términos

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OMT: Organización Mundial del Turismo

CESD: Centro de Ecoturismo y Desarrollo Sostenible

RAE: Real Academia Española

IISD: Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible

TIES: The International Ecotourism Society

MOHONK: Mohonk Mountain House, Miembro oficial de la National Trust for Historic Preservation

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

UNWTO: The United Nations World Tourism Organization

FEPTCE: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador

ASEC: Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo

MINTUR: Ministerio de Turismo

T&L: Tourism & Leisure Advisory Services

BUNGALÓS: Modelo práctico de vivienda, muy popular en las afueras de las ciudades o en reservas Naturales

IFC: International Finance Corporation

MAE: Ministerio del Ambiente

TRIPADVISOR: Sitio web de viajes más grande del mundo, donde los viajeros pueden planificar y reservar su viaje

CIBERNÉTICA: Es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente las máquinas electrónicas

ONG: Organización No Gubernamental

TIC: Tecnologías de la información y la comunicación

BRAINSTORMING: Una de las técnicas de creatividad más usadas antes de desarrollar un proyecto más conocido como “lluvia de ideas”.

DCU: Diseño centrado en el usuario

DRAG AND DROP: Elementos de contenido (como texto, fotos, mapas y videos) se añaden a su sitio web simplemente arrastrando y soltando en su lugar

SCOUTING: Visita previa a las locaciones donde posiblemente se va a filmar para que de esta forma el director pueda escoger los lugares donde se va a filmar

FEEDBACK: Capacidad de un emisor para recoger reacciones de los receptores y modificar su mensaje, de acuerdo con lo recogido

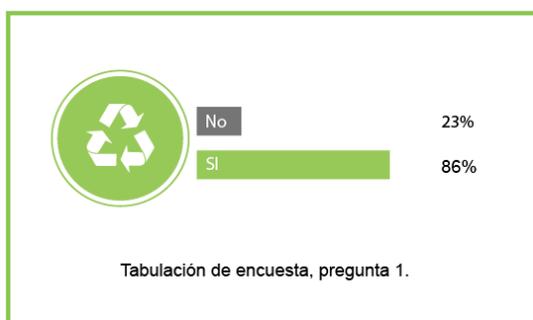
ANEXOS VIII: Encuestas antes y después de ver los documentales

La tabulación de resultados es de suma relevancia dentro del proceso investigativo porque va arrojar datos que serán muy útiles para saber las necesidades o requerimientos que tienen los turistas cuando pretendan visitar Mindo en alguna ocasión, para que de esta manera se puedan cumplir los objetivos que se trazaron desde un inicio encuestando a 60 personas mujeres y hombres entre ellas 30 turistas nacionales que conozcan de alguna manera o hayan oído alguna vez sobre Mindo y el Lodge dentro de la parroquia y 30 turistas extranjeros que de la misma manera haya visitado Mindo durante su estadía en Ecuador o pretendan hacerlo, la edad promedio de este grupo focal es de 20 a 60 años de edad, de clase media baja – alta y de una u otra manera les guste la naturaleza y ser parte de ellas por unos momentos, ya sean amantes a las aves, o al los deportes de aventura o simplemente les guste pasar un rato en un Lodge en medio del bosque nublado. Formulario de encuesta para evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados en este proyecto.

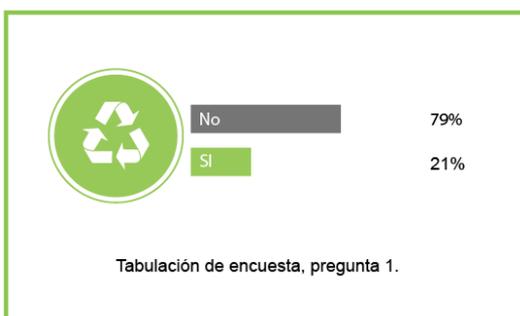
Las encuestas para evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados en este proyecto se las realizó a 60 personas antes y después de ver los dos videos documentales informativos que van dentro del producto audiovisual – multimedia; estos fueron los resultados:

ANEXOS IX: Tabulaciones encuestas antes y después de ver los documentales (Turistas nacionales y extranjeros)

1.- ¿Ha viajado alguna vez o conoce la parroquia de Mindo ?

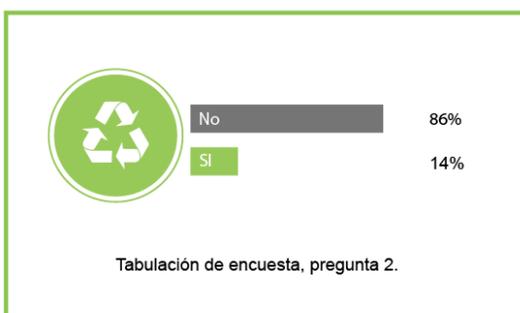


El 86% de los turistas nacionales han viajado alguna vez o han oído hablar de Mindo.

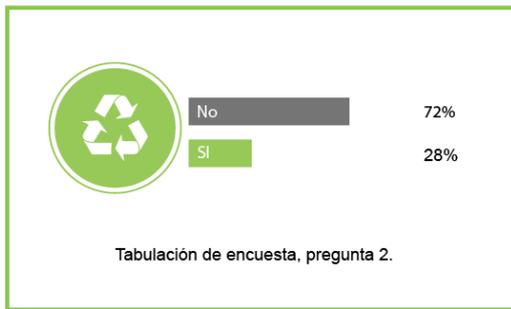


El 79% de los turistas extranjeros no conocen Mindo

2.- ¿Ha oído hablar del lodge ecológico en Mindo y su actividad turística sostenible?



El 86% de los turistas nacionales no han oído hablar del lodge ecológico en Mindo.



El 72% de los turistas no han oído hablar del lodge ecológico en Mindo

3.- ¿Conoce las actividades que puede ofrecer un lodge?



El 72% de los turistas nacionales no conoce que un lodge puede ofrecer todas las actividades que hay en Mindo.



El 75% de los turistas extranjeros no conoce que actividades puede ofrecer un lodge.

4.- ¿Crees que debería haber una página web que hable mejor acerca de estos términos donde puedas encontrar toda la información necesaria para tu próxima visita a Mindo?



El 28% de los turistas nacionales cree que con las páginas que hay ahora es suficiente aunque mencionan que debería haber páginas de todos los lugares turísticos del Ecuador.

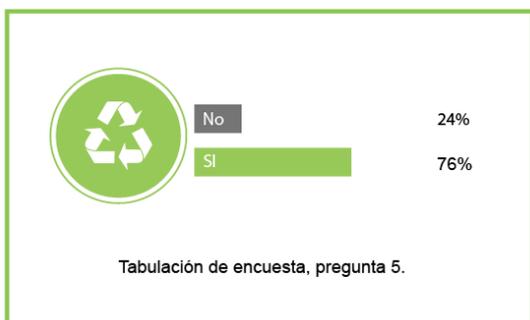


El 10% de los turistas extranjeros no le interesaría que haya un sitio web que hable sobre Mindo.

5.- ¿Te gustaría conocer todas las actividades que ofrece un lodge en Mindo y entender mejor de que se trata el turismo sostenible por medio de dos documentales informativos que estén dentro de la página web?



El 30% de los turistas nacionales dice que no le interesaría mucho tener videos aunque depende de que manera ya que menciona que solo se encuentran videos promocionado el lugar donde dan el servicio.



El 24% de los turistas extranjeros no estaría interesado en que haya videos dentro de la página web.

Resultados de las encuestas posterior haber visto los documentales navegado por la página web (turistas nacionales y extranjeros)

1.- ¿Después de ver los documentales, viajaría alguna vez a la parroquia de Mindo para conocer sus atractivos?



Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 80% de los turistas nacionales se animaron a visitar Mindo por primera vez y conocer todas las actividades y riquezas que puede ofrecer la parroquia siempre y cuando se cuide el medio ambiente.

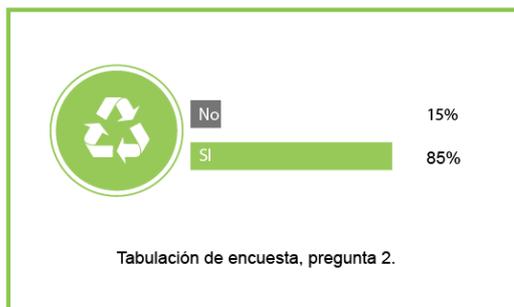
Objetivo General cumplido: Establecer las características de la práctica del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente para el desarrollo de una propuesta audiovisual y multimedia que conciencie al usuario el respeto al medio ambiente.



Después navegar por la página web, el 82% de los turistas extranjeros se quedaron con muchas ganas de conocer a Mindo más a fondo y de saber que más puede ofrecer, en general les gusto la idea de que haya una página así.

Objetivo General cumplido: Establecer las características de la práctica del lodge ecológico como turismo sostenible y consciente para el desarrollo de una propuesta audiovisual y multimedia que conciencie al usuario el respeto al medio ambiente.

2.- ¿Conocería Mindo por sus lodges ecológicos y las actividades turísticas sostenibles que brinda la parroquia?



Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 85% de los turistas nacionales conocen un poco más acerca de los conceptos, de los objetivos del producto, y su mensaje fue claro cuidar el medio ambiente

Objetivo específico cumplido: Determinar las características del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente.



Después de probar el producto audiovisual - multimedia, el 82% de los turistas extranjeros pudieron entender mejor en general la mayoría de los conceptos, cabe recalcar que todos tienen un promedio de español medio que la mayoría de las cosas entienden son turistas que manejan bastante bien el español, pero si recomiendan que la página podría ser en inglés pero para el turista nacional y el latinoamericano esta perfecta y tiene toda la información que uno necesita saber de Mindo.

Objetivo específico cumplido: Determinar las características del Lodge ecológico como turismo sostenible y consciente.

3.- ¿Cree que el contenido de la página web es amigable con el usuario y transmite un mensaje de conciencia y respeto hacia el medio ambiente?



Después de navegar por la página web, el 91% de los turistas nacionales quedaron satisfechos de lo que vieron y a más de dejar sus comentarios dentro de la página web dijeron que en su próximo viaje o feriado visitarían Mindo.

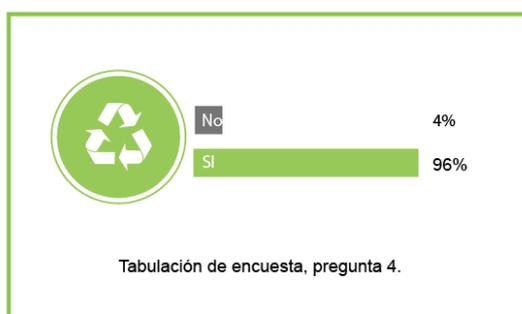
Objetivo específico cumplido: Analizar los elementos de una campaña de comunicación audiovisual que favorezca la participación de la comunidad y de los turistas que la visitan a la práctica de un turismo sostenible y consciente.



Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 90% de los turistas extranjeros conocieron como en Mindo se practica un turismo ecológico, comunitario que integra la comunidad local y además les pareció bastante interesante los productos que puede ofrecer la zona, además que dicen que tiene actividades para toda la familia y de esta manera todos pueden disfrutar de las actividades.

Objetivo específico cumplido: Analizar los elementos de una campaña de comunicación audiovisual que favorezca la participación de la comunidad y de los turistas que la visitan a la práctica de un turismo sostenible y consciente.

4.- ¿Cree que dentro de la página web Mindo Eco Travel pudo encontrar toda la información necesaria para tu próxima visita a Mindo?



Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 96% de los turistas nacionales creen necesario que exista este tipo de propuestas pero para todos los lugares turísticos del Ecuador y de esa forma el turista pueda encontrar en un solo lugares toda la información que necesita para realizar su próximo viaje.

Objetivo específico cumplido: Definir los componentes de un proyecto audiovisual y multimedia que permita la difusión de proyectos de turismo sostenible que contribuya con la concienciación y educación de la ciudadanía

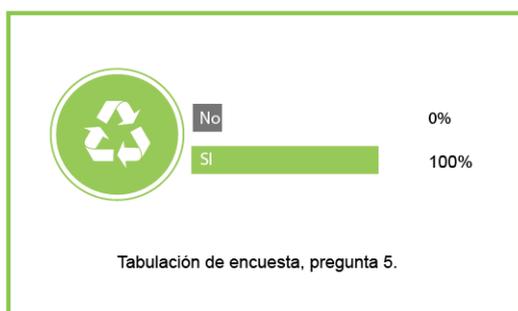
con el medio ambiente.

5.- ¿Está usted de acuerdo con que la propuesta audiovisual – multimedia Mindo Eco Travel promueve la práctica de un turismo ambiental y responsable con la cultura de la parroquia?



Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 100% por ciento de los turistas nacionales decidieron que es necesario tener este tipo de proyectos para que no solo el turista tenga a la disposición material de importancia sino que también fue muy útil tener un lugar donde recomienda como se debe realizar la práctica del turismo en Mindo, sino que toda la familia puede hacer uso del producto.

Objetivo específico cumplido: Desarrollar un micro sitio web interactivo orientado hacia los turistas que visitan la parroquia donde puedan compartir sus experiencias, criterios pero sobre todo que se trate de crear consciencia hacia el usuario que lo visite.



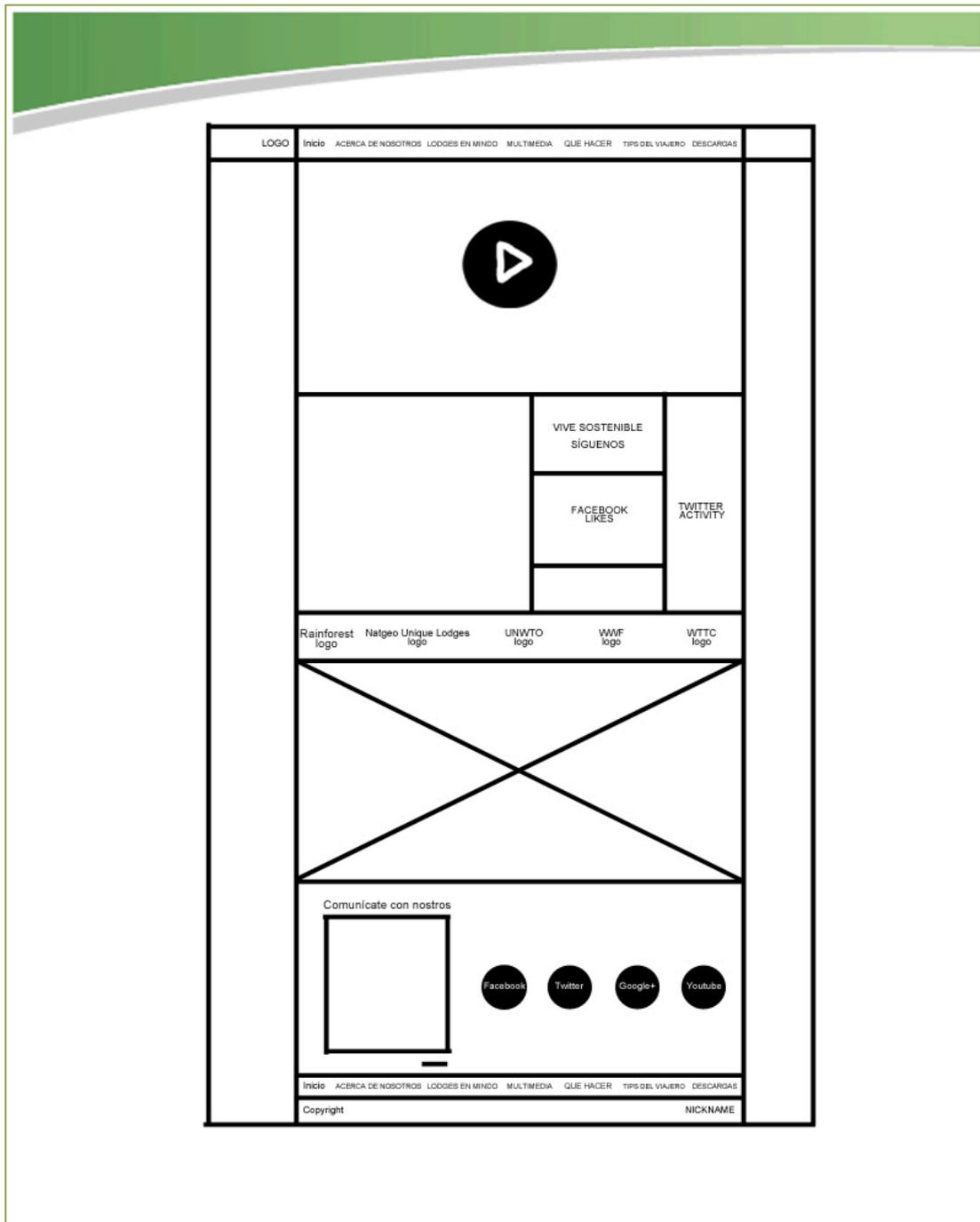
Después probar el producto audiovisual - multimedia, el 100% de los turistas extranjeros están de acuerdo con que existan proyectos así ágiles, atractivos, y que por sobre todas las cosas promueva la práctica de un turismo sostenible

dentro de un lugar que es muy reconocido a nivel mundial, sacando una conclusión simple dentro de la presente investigación y es que muchas veces los turistas extranjeros se preocupan por nuestros recursos naturales y si hay algo que se debe copiar con el ejemplo es eso, cuidar y amar a nuestro país en todo sentido, ya que en esta tierra nacimos, crecimos y moriremos.

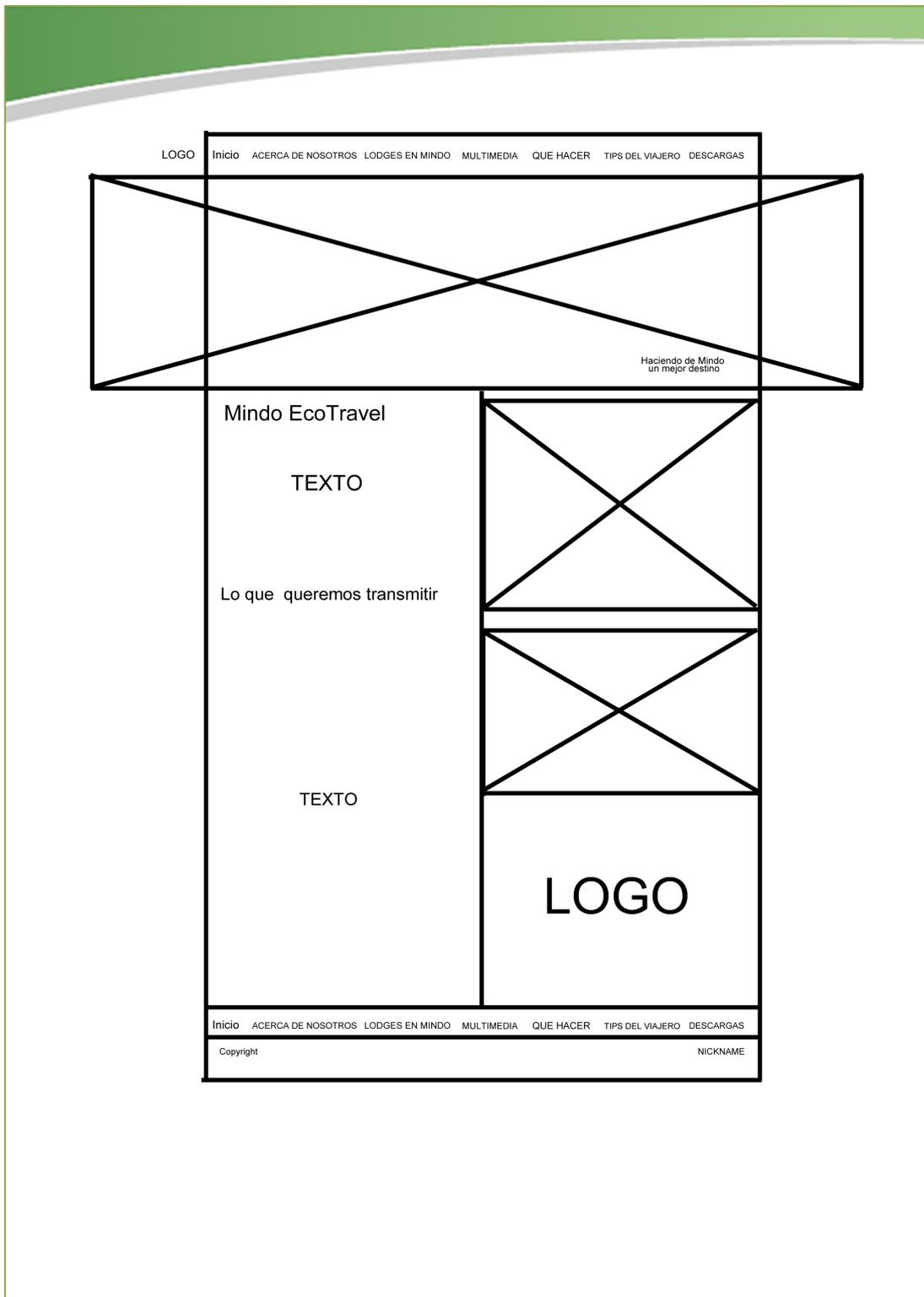
Objetivo específico cumplido: Desarrollar un micro sitio web interactivo orientado hacia los turistas que visitan la parroquia donde puedan compartir sus experiencias, criterios pero sobre todo que se trate de crear conciencia hacia el usuario que lo visite.

ANEXOS XII: Bocetos página web Mindo Eco Travel

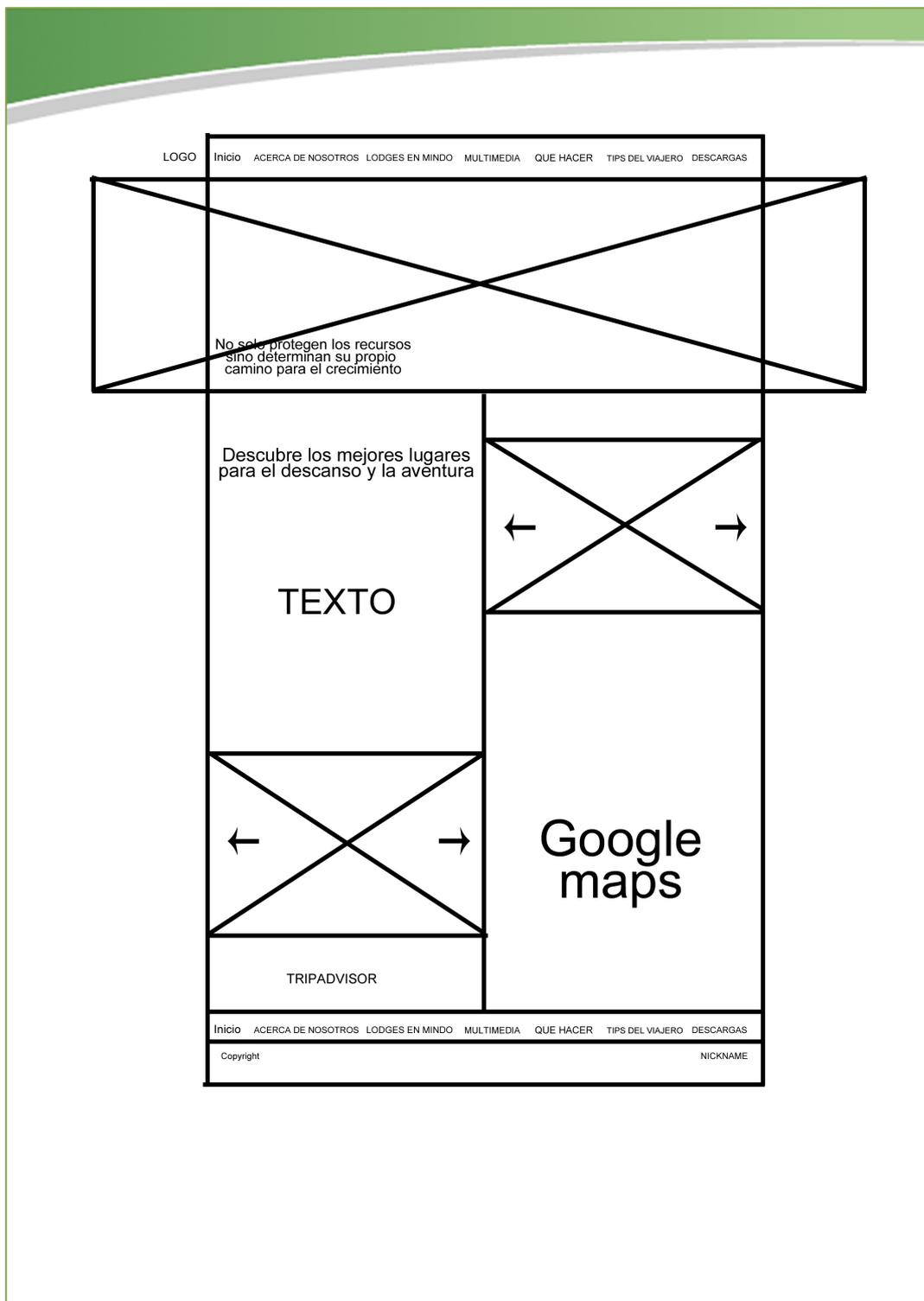
Home



Acerca de nosotros



Lodges en Mindo



Multimedia

LOGO Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS

Quédate donde lo sostenible se junta con lo magnífico

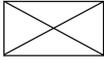
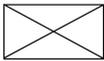
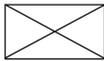
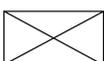
Mindo EcoTravel -Galería Audiovisual



Texto



Texto

Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS

Copyright NICKNAME

¿Qué hacer?

LOGO

[Inicio](#) [ACERCA DE NOSOTROS](#) [LODGES EN MINDO](#) [MULTIMEDIA](#) [QUE HACER](#) [TIPS DEL VIAJERO](#) [DESCARGAS](#)

Mindo es el lugar ideal para realizar turismo ecológico y turismo de deportes de aventura.

TEXTO

-  Tubing
-  Trekking
-  Tarabita
-  Sant. Cascadas
-  Quetzal
-  Aves
-  Mariposario
-  Ciclismo
-  Canyoning
-  Canopy

[Inicio](#) [ACERCA DE NOSOTROS](#) [LODGES EN MINDO](#) [MULTIMEDIA](#) [QUE HACER](#) [TIPS DEL VIAJERO](#) [DESCARGAS](#)

Copyright NICKNAME

Tips del viajero

LOGO Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS

<p>BIODIVERSIDAD</p> <p>TEXTO Biodiversidad</p> <p>Leer más</p>	<p>Campo de texto</p> <p>f t g+</p> <p>Escoge un nombre</p> <p>Enviar</p>
<p>RECOMENDACIONES</p> <p>TEXTO Recomendaciones</p> <p>Leer más</p>	Comments Usuarios
<p>ATRATIVOS</p> <p>TEXTO Atractivos</p> <p>Leer más</p>	
<p>GASTRONOMÍA</p> <p>TEXTO Gastronomía</p> <p>Leer más</p>	
<p>Fechas Publicaciones Etiquetas</p>	
Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS	
Copyright NICKNAME	

Descargas

LOGO Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS

Lugares excepcionales
experiencias inolvidables

PDF PDF PDF

GUÍAS GUÍAS GUÍAS

GUÍAS GUÍAS GUÍAS

Inicio ACERCA DE NOSOTROS LODGES EN MINDO MULTIMEDIA QUE HACER TIPS DEL VIAJERO DESCARGAS

Copyright NICKNAME

ANEXOS XI: Manual de usuario para uso del sitio web

Para poder tener mejor conocimiento de la interfaz que tiene la página web Mindo Eco Travel es necesario crear una guía donde el usuario pueda entender de mejor manera como esta estructurada la misma, pestaña por pestaña se explicará de manera mas detallada como están ubicados los accesos, botones, enlaces, campos de texto y en base a los bocetos se podrá armar la estructura final que tendrá la página web.

Home

El Home esta compuesto principalmente por 7 pestañas colocadas en la parte superior de la página y básicamente todo el diseño de la página web contiene esta misma ubicación de las pestañas ubicadas en la parte posterior respectivamente, por debajo de las pestañas se encontrará el video principal de la página que es uno de los dos documentales que se están dentro del proyecto.

Colocados en la mitad de la página a mano derecha están ubicados los enlaces para las redes sociales Facebook para poder dar likes y Twitter para seguir la página, y colocados de manera horizontales se encuentran los enlaces para las páginas más importantes y reconocidas en el ámbito del turismo sostenible y su correcta aplicación entre los pueblos. En la parte posterior del Home se encuentra un mapa de cómo llegar a Mindo y su ubicación junto a la información básica de Mindo acompañado del slogan de la marca Mindo Eco Travel.

Al final del Home se podrá encontrar con un campo de texto para que las personas se puedan comunicar con la página en el caso de que necesitarán alguna información sobre la misma juntos a este campo de texto se encuentran todas las redes sociales que maneja la Marca Mindo Eco Travel como lo es: Facebook, Twitter, Google +, Youtube al igual que Pinterest pero esta se encuentra en la pestaña Multimedia.

Acerca de nosotros

De aquí para todas las pestañas sin incluir el Home y Tips del Viajero el diseño será el mismo encabezado por una fotografía que muestra varios lugares en Mindo ya que tiene una transición de 4 fotografías por pestaña y contara con fotografías de Lodges en Mindo acompañado del Logo de la marca Mindo Eco Travel. Y en lado lateral izquierda habrá texto que hable acerca de la marca y el propósito de crear una página web como la que ofrece Mindo Eco Travel en la que el usuario podrá conocer un poco más acerca de el presente proyecto y lo que realmente se quiere transmitir con el mismo. Y en la parte posterior se encuentra un recuento de las últimas premiaciones de Tourism World Awards en las que Ecuador gano algunos premios incluyendo el de país verde de Sudamérica 2015.

Lodges en Mindo

La ubicación de los elementos será la misma una fotografía de un lodge en Mindo con su respectiva frase de sostenibilidad, en el lado lateral izquierdo habrá un texto donde ayudará al usuario a entender primero que es un lodge y segundo a conocer los mejores lugares de hospedaje en la parroquia para que el turista o la persona que nunca ha conocido Mindo pueda visitarlo ahora. Acompañado de fotografías en transición. Y por debajo de estos elementos se encuentra el logo de la página Tripadvisor con el enlace directo hacia los mejores 32 lugares de Mindo donde el turista se podrá hospedar.

En la parte lateral derecha tendremos igual fotografías de lodges en Mindo en transición acompañado de la aplicación de google maps de la parroquia de Mindo para que las personas que naveguen la página puedan ver varias alternativas según esta aplicación.

Multimedia

La distribución de los elementos y el diseño será el mismo con una fotografía de Mindo en la parte superior y su respectiva frase posterior a la fotografía de

encabezado se encuentran los dos documentales informativos que se realizarán para el presente proyecto el uno es el que esta en el Home de la página web y el otro habla de cómo el turismo sostenible y comunitario ayudado a crecer a la parroquia con la ayuda de la comunidad local y los turistas pero sobre todo el mensaje que tiene es el de cuidar y proteger el medio ambiente. Debajo de los dos documentales informativos se encuentran 25 fotografías tomadas y recolectadas de fotógrafos que han visitado Mindo y han podido plasmar su belleza y captar la naturaleza en estado puro. Junto a ellos esta el logo de Pinterest con su respectivo enlace.

¿Qué hacer?

El diseño para esta pestaña es de fotografías acompañadas de la información básica pero indispensable para poder realizar de manera segura todas las actividades que ofrece la parroquia enumeradas de la siguiente manera, tal y cual como lo muestra el gráfico y que al momento de darles doble clic se agrandan para que la visualización sea más nítida pero sobre todo sea legible para el usuario.

Tips del viajero

En esta pestaña se encontrará toda la información necesaria para que las personas que visten la misma puedan solucionar cualquier tipo de inquietud que tengan, el diseño y la disposición serán netamente verticales donde al lado lateral izquierdo se encuentran todas las ventanas con información básica de Mindo como por ejemplo, Biodiversidad, recomendaciones, atractivos, reconocimientos, gastronomía, etc.

Y en el lado lateral derecho se encontrará un campo de texto donde todas las personas que visten la página y quieran dar una opinión de la misma lo podrán hacer al igual que podrán dejar comentarios acerca de sus experiencias y recomendaciones para las personas que nunca han visitado Mindo.

Descargas

En esta pestaña y la última de la página web Mindo Eco Travel el usuario tendrá la posibilidad de descargar guías y documentos importantes acerca de lo que a sostenibilidad concierne. La ubicación de los elementos será la misma con una fotografía en la parte superior y una frase y el fondo para toda la página será de color pastel con un collage de hojas.

A continuación se colocará las captura de pantalla por orden de navegación comenzando por el Home de todas y cada una de las pestañas que conforman la página web interactiva para que de esta forma se pueda observar el acabado final que va a tener el sitio web ya cuando este en funcionamiento con todos los elementos colocados acorde a las facilidades del usuario, aportando siempre una cuota de creatividad y diseño para que se convierta en una página diferente para todo aquel que viste Mindo Eco Travel se vaya satisfecho con su visita siendo no solo una página sino un producto audiovisual – multimedia que ayude y concientice a los turistas nacionales y extranjeros que la visitan.

- Home



Figura 26. Captura de pantalla , Home - Mindo EcoTravel

Tomado de <http://www.mindoecotravel.com/>

- **Acerca de nosotros**



Figura 27. Captura de pantalla , Acerca de nosotros- Mindo EcoTravel
Tomado de <http://www.mindoecotravel.com/#!acerca-de-nosotros/cjg9>

- **Lodges en Mindo**



Figura 28. Captura de pantalla , Lodges en Mindo- Mindo EcoTravel
 Tomado de <http://www.mindoecotravel.com/#!/lodges-en-mindo/cee5>

- **Multimedia**



Figura 29. Captura de pantalla , Multimedia- Mindo EcoTravel
 Tomado de <http://www.mindoecotravel.com/#!multimedia/cfvq>

- ¿Qué hacer?



Figura 30. Captura de pantalla , ¿Qué hacer?- Mindo EcoTravel
 Tomado de <http://www.mindoecotravel.com/#!-qu--hacer-!qhvd4>

- **Tips del viajero**

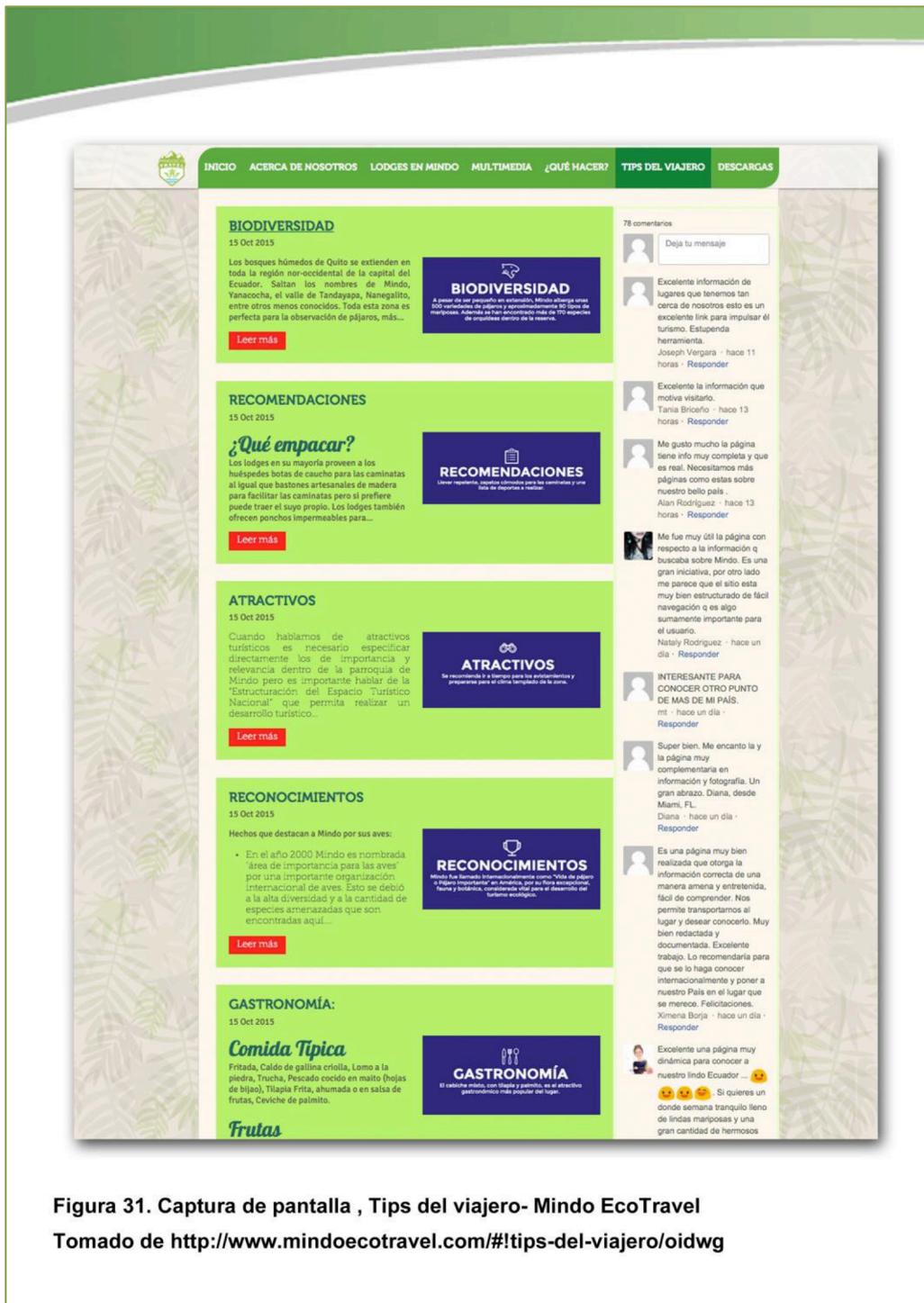


Figura 31. Captura de pantalla , Tips del viajero- Mindo EcoTravel
 Tomado de <http://www.mindocotravel.com/#!/tips-del-viajero/oidwg>

- Descargas

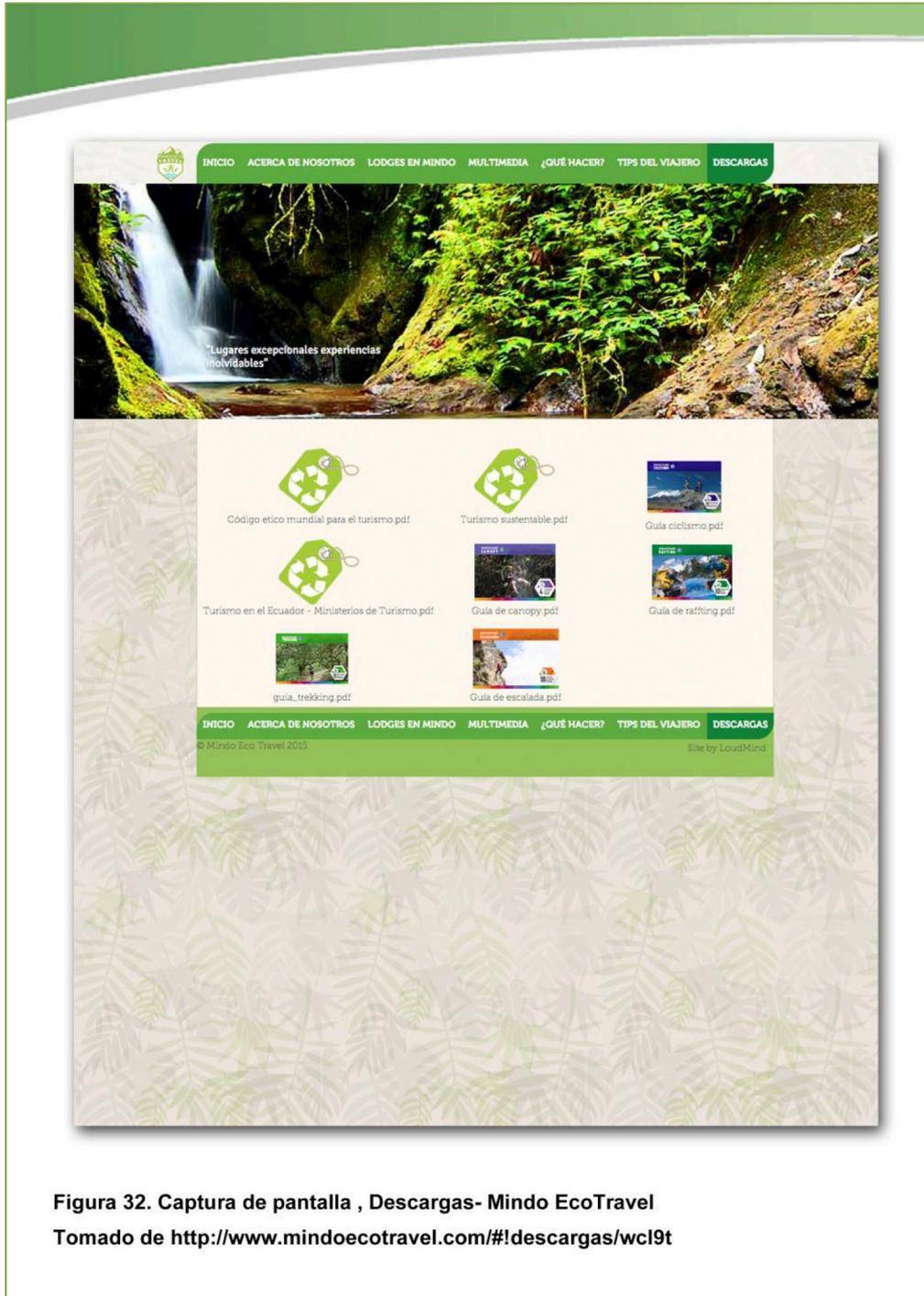


Figura 32. Captura de pantalla , Descargas- Mindo EcoTravel
Tomado de <http://www.mindocotravel.com/#!descargas/wcl9t>

ANEXOS XII: PLAN DE RODAJE

Tabla 9. Desarrollo del plan de rodaje del documental. N. 1

Sábado 3 y 4 de Octubre del 2015					
H. Inicial	H. Final	Actividad	Escena	Personajes	Locaciones
6:00	7:00	Traslado de crew y equipos			MINDO PURA VIDA
7:00	7:15	Alistar equipos			
7:15	8:15	rodaje	3 Mindo (Int Mariposario)	1 turista (principal) dueño mariposario	Mariposario
8:15	9:00	rodaje	2 y 7 Mindo (rio tubing)	1 turista (principal)	Rio Mindo Nambillo
9:00	9:15	Traslado de crew y equipos			Mindo
9:15	10:00	rodaje	7 y 8 Mindo (rio canyoning)	2 turistas (principales) dueño lodge	Rio Mindo Nambillo
10:00	10:45	rodaje	2 y 8 Mindo (Interior lodge escalada)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo Pura Vida

10:45	12:00	rodaje	2 y 9 Mindo (Interior lodge)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo Pura Vida
12:00	12:20	Almuerzo			
12:20	14:00	rodaje	4 y 10 Mindo (interior lodges flora y fauna)	2 turistas (principales) dueño lodge	El Quetzal
14:00	16:00	rodaje	4 y 10 Mindo (interior lodges flora y fauna)	2 turistas (principales) dueño lodge	El Quetzal
16:00	17:00	Traslado de crew y equipos			Mindo

Domingo 4 de Octubre del 2015

H. Inicial	H. Final	Actividad	Escena	Personajes	Locaciones
7:45	8:50	rodaje	6 Mindo (Interior bosque)	2 turistas (principales)	Bosque Protector
8:50	9:00	Alistar equipos			Mindo Pura Vida
9:00	10:30	rodaje	5 y 8 Mindo (Interior lodge)	2 turistas (principales) dueño lodge	
10:30	12:00	rodaje	5 y 8 Mindo (Interior lodge)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo Pura Vida

12:00	13:00	rodaje	8 Mindo (Exterior Dron)		Mindo
13:00	13:30	almuerzo			
13:30	14:00	Traslado de crew y equipos	3 Mindo (Exterior canopy)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo canopy
14:00	15:15	rodaje	4 y 10 Mindo (Exterior canopy)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo lago
15:15	16:45	rodaje	4 y 10 Mindo (Exterior canopy)	2 turistas (principales) dueño lodge	Mindo lago

ANEXOS XIV: Permisos

Autorización para el uso de Imagen, Reproducción de Audio y Video

En Mindo, a 9 de enero del 2016.

Yo, Bernardo Garzón con C.I.# 1708453309

Designado como domicilio a estos efectos La Independencia, Km 78 vía Mindo
con número de teléfono 0997093544, presto mis servicios de Imagen,
Audio o Video, bajo mi pleno conocimiento, autorizo el uso de los mismo, en
beneficio del Documental turístico "MindoEcoTravel" realizado por el estudiante de
Multimedia y Producción Audiovisual de la **Universidad de las Américas** Juan
Carlos Vargas Altamirano con C.I. # 1715961437.



Firma de Autorización.

170845330 - 9

C.I. #

Autorización para el uso de Imagen, Reproducción de Audio y Video

En Minbo, a 9 de Enero del 2016.

Yo, Juan Canilo Soto con C.I.# 1714896014-3,
Designado como domicilio a estos efectos Via las Cascadas, 400mts y
con número de teléfono 0987390620, presto mis servicios de Imagen,
Audio o Video, bajo mi pleno conocimiento, autorizo el uso de los mismo, en
beneficio del Documental turístico "MindoEcoTravel" realizado por el estudiante de
Multimedia y Producción Audiovisual de la **Universidad de las Américas** Juan
Carlos Vargas Altamirano con C.I. # 1715961437.


Firma de Autorización.

1714896014-3
C.I. #

Autorización para el uso de Imagen, Reproducción de Audio y Video

En Mindo, a 9 de enero del 2016.

Yo, Lesly Sarmiento con C.I.# 170253188-2,
Designado como domicilio a estos efectos 9 de Octubre y
con número de teléfono 0986263805, presto mis servicios de Imagen,
Audio o Video, bajo mi pleno conocimiento, autorizo el uso de los mismo, en
beneficio del Documental turístico "MindoEcoTravel" realizado por el estudiante de
Multimedia y Producción Audiovisual de la **Universidad de las Américas** Juan
Carlos Vargas Altamirano con C.I. # 1715961437.



Firma de Autorización.

170253188-2

C.I. #

Autorización para el uso de Imagen, Reproducción de Audio y Video

En Mindo, a 9 de Enero del 2016.

Yo, Alberto Gómez de la Yene con C.I.# 1706139510-8,
Designado como domicilio a estos efectos Pector la Jiguira a 2 Km Pk66 y
con número de teléfono 0997511988, presto mis servicios de Imagen,
Audio o Video, bajo mi pleno conocimiento, autorizo el uso de los mismo, en
beneficio del Documental turístico "MindoEcoTravel" realizado por el estudiante de
Multimedia y Producción Audiovisual de la **Universidad de las Américas** Juan
Carlos Vargas Altamirano con C.I. # 1715961437.



Firma de Autorización.

1706139510-8

C.I. #

ANEXOS XIII: Encuestas

30

ENCUESTA, Documentales informativos, (El lodge como turismo consciente dentro de la parroquia de Mindo) Después de ver los documentales.

1. ¿ Después de ver los documentales, viajaría alguna vez a la parroquia de Mindo?

Si No

2. ¿Conocería Mindo por sus lodges ecológicos y las actividades turísticas sostenibles que brinda la parroquia?

Si No

3. ¿ Cree que el contenido de la página web es amigable con el usuario y transmite un mensaje de consciencia y respeto hacia el medio ambiente?

Si No

4. ¿ Cree que dentro de la página web Mindo Eco Travel pudo encontrar toda la información necesaria para su próxima visita a Mindo?

Si No

5. ¿ Está usted de acuerdo con que la propuesta audiovisual – multimedia Mindo Eco Travel promueve la práctica de un turismo ambiental y responsable con la cultura de la parroquia?

Si No

30

ENCUESTA, Documentales informativos, (El lodge como turismo consciente dentro de la parroquia de Mindo) Antes de ver los documentales.

Edad: 20-25 ____ 26-31 32-36 ____ 37-45 ____

Género: M F ____

1. ¿ Ha viajado alguna vez o conoce la parroquia de Mindo?

Si No

2. ¿Ha oído hablar del lodge ecológico en Mindo y su actividad turística sostenible?

Si No

3. ¿ Conoce las actividades que puede ofrecer un lodge?

Si No

4. ¿ Crees que debería haber una página web que hable mejor acerca de estos términos donde puedas encontrar toda la información necesaria para tu próxima visita a Mindo?

Si No

5. ¿ Te gustaría conocer todas las actividades que ofrece un lodge en Mindo y entender mejor de que se trata el turismo sostenible por medio de dos documentales informativos que estén dentro de la página web?

Si No