



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Libro de Producción del Programa de Televisión  
Sabores Escondidos**

**Andrés Felipe Moreno Estrella**

**Mario Troya, M.A., Director de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito  
para la obtención del título de Tecnólogo en Medios Masivos de Comunicación

Quito, mayo de 2014

**Universidad San Francisco de Quito**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas:**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**Libro de Producción del Programa de Televisión  
Sabores Escondidos**

**Andrés Felipe Moreno Estrella**

Mario Troya, M.A. ....  
Director de Tesis  
Coordinador de Tec. Medios Masivos  
de Comunicación

Juan Pablo Viteri, M.A. ....  
Miembro del Comité de Tesis

Felipe Terán, M.F.A. ....  
Miembro del Comité de Tesis

Hugo Burgos, P.h.D. ....  
Decano del Colegio de Comunicación  
y Artes Contemporáneas

Quito, mayo de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Andrés Felipe Moreno Estrella

C. I.: 172352470-6

Lugar: Quito, mayo de 2014

## **DEDICATORIA**

Sabores Escondidos está dedicado a todos los amantes de la gastronomía y de los viajes, que además gustan de conocer nuevas culturas, costumbres, comidas y experimentar con sabores poco conocidos y hasta excéntricos para la elaboración de nuevas creaciones culinarias.

## AGRADECIMIENTOS

A César Vásconez, compañero de trabajo e incondicional amigo, cuyo apoyo ha sido indispensable para la creación del programa y producción en sus diferentes etapas, así como para la feliz culminación de este proceso. A su familia, Tania Loyola (madre), César Vásconez (padre), Fernanda Vásconez (hermana) y Angélica Vásconez (hermana), quienes aportaron de diferentes maneras hasta obtener el producto final.

A Ximena Estrella (madre) y Javier Moreno (padre), quienes durante estos 23 años han brindado su absoluto apoyo en los diferentes ámbitos de estudios, trabajo y personales; sin su presencia, paciencia y perseverancia, cada éxito alcanzado y por alcanzar no sería posible.

A Alicia Moreno, Jaime Bonelli y Fernando Almeida, que sus experiencias, sabiduría, conocimientos y consejos han sido eje fundamental en diferentes etapas de la vida.

Finalmente a la Universidad San Francisco de Quito y sus directivos por otorgar una educación de calidad y diferenciada en el País; agradecimiento especial a Mario Troya, coordinador de la carrera y director de tesis, cuyo apoyo ha sido fundamental en este proceso final.

## RESUMEN

El programa piloto de Sabores Escondidos se desarrolla alrededor de las fiestas de Mira, cantón del Carchi, que se realizan cada febrero en homenaje a su virgen. Este es el momento propicio para apreciar con mayor detalle las expresiones culturales y gastronómicas de sus habitantes.

El recorrido empieza por los carreteros del centro sur del Ecuador; se visita la plaza de los ponchos en Otavalo y se continúa el recorrido hasta Mira, en donde se disfruta de actividades tradicionales tales como la pelota nacional, los toros de pueblo y comida y bebidas típicas como el tardón y el café mireño, las paspas, las tortillas de tiesto, la guayusa, entre otros.

El objetivo es encontrar una fruta poco conocida llamada Chamburo, familiar de las papayas y muy parecida al babaco, con la cual la chef y el presentador cocinarán un plato gourmet al final del programa.

## **ABSTRACT**

The pilot episode of Sabores Escondidos develops in Mira, a region of Carchi, the northern province in Ecuador. Each February, their habitants commemorate the virgin with different traditional activities and culinary expressions.

The travel adventure begins in the south center of Ecuador; the first stop is at Plaza de los Ponchos in Otavalo, the largest indigenous town of Imbabura. Immediately, the journey continues to Mira where viewers can explore and enjoy different cultural expressions such as pelota nacional, toros de pueblo, drinks and foods like tardón, paspas, tortillas de tiesto, guayusa, etc.

The objective in Mira is to find a rarely known fruit called Chamburo, a variation and family of papayas which external texture is pretty similar to a little babaco. At the end of the episode the chef and the anchor will prepare a gourmet dish with this fruit.



## TABLA DE CONTENIDO

<b>Resumen .....</b>	<b>7</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
Antecedentes .....	11
<b>GENERALIDADES DEL PROGRAMA.....</b>	<b>16</b>
Origen .....	16
Formato .....	17
Presentador.....	19
Chef.....	19
<b>PROGRAMA PILOTO.....</b>	<b>20</b>
Mira .....	20
El viaje.....	25
Preparación Plato Gourmet .....	25
<b>DISEÑO DE IMAGEN.....</b>	<b>28</b>
Paleta de Color .....	28
Logo.....	29
Arte.....	30
Tiros de Cámara .....	32
Animaciones.....	34
Opening y Close .....	35
<b>PRODUCTO FINAL .....</b>	<b>36</b>
Resultado .....	36
Conclusiones.....	36
Recomendaciones.....	37
Referencias Bibliográficas.....	38

## INTRODUCCIÓN

El siguiente libro de producción de Sabores Escondidos, detalla en su primera parte los antecedentes sociales que influyeron en la creación del programa, los cuales fueron analizados en torno a dos procesos claves que se viven en el Ecuador: el crecimiento del turismo durante los últimos cuatro años; y la crisis de contenido en los medios masivos de comunicación. Para ello, se ha tomado en cuenta datos e investigaciones de instituciones especializadas en cada área como OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador), CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Investigación para América Latina), Defensoría del Pueblo del Ecuador, entre otros.

En la segunda parte del libro de producción, se detalla el proceso de creación del programa en el que se incluye la investigación de los lugares a visitar y alimentos a preparar: historia, origen, ubicación, etc; así como los elementos técnicos a tomar en cuenta para el rodaje del capítulo piloto: formato, animaciones, tiros de cámara, paleta de color, opening, close. logos, arte.

Cabe recalcar que la idea original de Sabores Escondidos surge en el año 2011, como una propuesta universitaria que durante los últimos dos años ha logrado su madurez tanto en fondo como en forma ( investigación y técnica), para poder ser plasmada en escrito y en el audiovisual adjunto.

## **Antecedentes**

### **Incremento del Turismo**

Durante los últimos 4 años, Ecuadorha experimentado nuevas estrategias de mercado para promocionarse alrededordel mundo. Es así que en el 2010 se lanza la Marca País “Ecuador Ama la Vida”, con la cual empieza la imagen del Ecuador a extenderse alrededor del mundo, promocionando entre otras las entonces nuevas rutas turísticas: Ruta de las Flores, Tren de la Mitad del Mundo y Ruta Spondylus Trail. (Euromundo Global 2011; Panama Post, 2014).

Dentro de este contexto, en el 2012 el Ministerio de Turismo ejecuta diferentes campañas entre las que se puede señalar “Yo Descubrí”, que se difundió en distintos canales de televisión pagada de alta sintonía como Discovery Channel, Fox, CNN, Caracol, etc; así mismo internamente se realiza la campaña “Enamórate del País” y además se efectúa pautajes en las pantallas de aviones de Tame y Lan. Además, se debe recalcar también estrategias web mediante Facebook, Twitter, Youtube, Google Adwords (Ministerio de Turismo, 2012)

De esa manera y de acuerdo a los datos publicados por OPTUR con respecto al ingreso de extranjeros al País, año tras año, mes por mes, se puede identificar una progresiva variación al alza de visitantes como se detalla a continuación:

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86,544	96,109	105,548	127,116	130,842	<b>2.93</b>
FEB	72,742	89,924	86,421	99,521	103,768	<b>4.27</b>
MAR	72,226	82,452	87,495	96,948	113,361	<b>16.93</b>
ABR	72,910	70,540	87,507	92,627	89,669	<b>-3.19</b>
MAY	70,277	77,618	82,870	92,644	98,420	<b>6.23</b>
JUN	89,889	91,602	99,949	118,292	121,742	<b>2.92</b>
JUL	102,571	110,545	117,966	130,779	138,140	<b>5.63</b>
AGO	87,221	95,219	98,962	106,375	112,576	<b>5.83</b>
SEP	68,124	71,776	80,090	85,990	97,372	<b>13.24</b>
OCT	77,960	83,701	88,357	99,145	111,519	<b>12.48</b>
NOV	76,965	81,253	92,573	99,674	112,061	<b>12.43</b>
DIC	91,070	96,359	113,299	122,790	136,799	<b>11.41</b>
<b>TOTAL</b>	<b>968,499</b>	<b>1,047,098</b>	<b>1,141,037</b>	<b>1,271,901</b>	<b>1,366,269</b>	<b>7.42</b>

Gráfico 1. Movimientos Llegadas de extranjeros, OPTUR, 2014.

En este contexto, en el 2012 Ecuador fue galardonado con premios y reconocimientos tales como:

- **World Travel Award:** “Mejor Destino Verde del Mundo”
- **National Geographic:** “Quito, mejor lugar por descubrir en el 2013” Edición impresa diciembre 2012-enero 2013.
- **USTOA (United States Tour Operators Association):** Nominan en enero 2012 a Ecuador como el tercer nuevo destino más importante del mundo.
- **International Living:** Calificó a Cuenca como el Paraíso para Jubilados y lo distinguió en el primer lugar en su Índice Anual de Retiro 2012.

Con estos antecedentes se considera un momento propicio para generar un programa relacionado al turismo en el Ecuador, el cual a través de la gastronomía, presente al País en sus diferentes contextos geográficos, culturales y sociales, sin necesidad de relacionarse necesariamente con la marca país como tal, pero si aprovechando las ventajas que ésta otorgue.

### **Contenido en los medios de comunicación**

De acuerdo al documento investigativo desarrollado por la Defensoría del Pueblo en diciembre del 2012 “Igualdad y no Discriminación, Producción Nacional y Publicidad en Televisión” (resumen ejecutivo), la televisión es el medio de comunicación con mayor cobertura y consumo, logrando un aproximado del 96% de penetración a nivel nacional (96 de cada 100 hogares cuentan con un televisor), posicionándose sobre la radio que alcanza el 93%.

De esa manera, según el mismo informe el raiting de los canales de televisión los clasifican de la siguiente manera según la preferencia (los datos son medidos en Quito y Guayaquil como ciudades principales):

<b>Preferencia según el Raiting</b>	<b>Canal</b>
1	RTS
2	TC Televisión
3	Teleamazonas
4	Ecuavisa
5	Gama TV
6	UHF y Regionales
7	Canal Uno

Por otro lado, a partir de mediados del 2013 tras la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, todos los canales de televisión son obligados a difundir al menos el 60% de su parrilla con contenido nacional:

**Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.-** Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional.

Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.

Sin embargo, ¿qué tipo de contenido tienen los programas de producción nacional?

La investigación de la Defensoría del Pueblo a varios programas entre ellos Vamos con La Pareja Feliz, Combo Amarillo, Mi Recinto y Vamos con Todo, revela que alcanzan 4 de 5 criterios utilizados para la observación: racismo, sexismo, machismo, fobia a las diversidades sexuales y xenofobia, éste último es el único que no se contempló en los programas:

Programa	Tipo	Canal	Características
<b>La Pareja Feliz</b>	Comedia	Teleamazonas	Sexista, Machista, Racista
<b>Detalle:</b>	la “Mofle” representa a ese estilo de mujer que no gusta a los hombres: gorda, grosera, escandalosa; el “Panzón” por su parte culpa a su esposa de todo lo que le pasa. En el programa además existe un personaje afro descendiente cuya característica es ser ciego y quien recibe los comentarios discriminatorios.		
<b>Ejemplo:</b>	En el episodio del 22 de mayo del 2012, el horno de la cocina se daña por lo que el personaje ciego acude a arreglalo y se queda atrapado. La Mofle”, la señora de la casa y la coprotagonista de la comedia, le ordena a la empleada que prenda el horno; la empleada le responde que el hombre se va a quemar, ante lo cual “La Mofle” contesta: “no creo que se quemé más de lo que ya está quemado”.		

Programa	Tipo	Canal	Características
<b>El Combo Amarillo</b>	Comedia	Ecuavisa	Sexista, Machista, Racista
<b>Detalle:</b>	La exageración de la cultura indígena y afro descendiente. Existe además el personaje de la chica rubia e ingenua (Selva), que viste siempre ropa muy corta y se insinúa a los hombres.		
<b>Ejemplo:</b>	En el episodio del 21 de mayo del 2012 Selva comenta: cómo celebran el día de Halloween si es el día de la bandera”, “ignorante”, le dice su compañera, “es el día del escudo”, y Selva responde; “da lo mismo porque dentro de la bandera está el escudo”.		

Programa	Tipo	Canal	Características
<b>Mi Recinto</b>	Comedia	Tc Televisión	Sexista, Machista, Racista
<b>Detalle:</b>	Programa escenificado en el campo, que ridiculiza y exagera la vida de ciudadanos montubios, representándolos en personajes pobres, poco educados, ingenuos.		
<b>Ejemplo:</b>	En el Episodio del 22 de mayo del 2012, los compadres “Aristides” y “Tulio”, ambos afro descendientes, tienen la siguiente conversación: Ósea que la culpa es de este negrito”. Aristides dice: “¿negrito fue que me dijo?”. “Claro pues”, responde Tulio, “o caso que quiere que le diga que es blanco”. Aristides contesta: “no seré blanco, pero no soy un negro patirusio como usted”. Y Tulio: “¿patirusio fue que me dijo?”, Aristides: “así fue que le dije”. Tulio: “mírese usted pues esa nariz tiza de sastre”. Aristides, “pero mírese usted semejante bamba que tiene, si llega hasta la otra esquina...”		

Programa	Tipo	Canal	Características
<b>Vamos con Todo</b>	Noticiero Farándula	RTS	Sexista, Fobia a las diversidades sexuales
<b>Detalle:</b>	Programa cuyos conductores bromean con la orientación sexual de Geovanny Dupleint y además explotan los cuerpos de las dos presentadoras.		
<b>Ejemplo:</b>	En la publicidad interna del programa cuando Oswaldo Segura y Carlos José Matamoros promocionan a DirecTV, dicen lo siguiente: Carlos José Matamoros: “Usted elige, o activa su kit prepago DirecTV o va a ver la Eurocopa en la casa del licenciado”, refiriéndose a Geovanny Dupleint. Oswaldo Segura le contesta: “activo y me voy a la casa del licenciado, yo le aflojo de una vez”. Matamoros: “el licenciado no ve fútbol, ve novelas”. Segura: “pero no importa, se le va enseñado, esto es un tiro libre”; Matamoros: “esto es una comba”; Segura: “esto es una chilanita”; Matamoros le agrega un sentido más sexual: “esto es un cañonazo” y empuja su vientre hacia delante; finalmente Segura remata: “aquí le bajo con el pecho”.		

Con lo expuesto, se reafirma la necesidad de generar un programa de entretenimiento que permita difundir al Ecuador desde una perspectiva más investigativa, que no acuda a recursos que incentiven a ofender o simplificar a las personas por su color de piel, orientación sexual o condición social.

## GENERALIDADES DEL PROGRAMA

### Origen

Sabores Escondidos parte en base a dos conceptos claves: viajes y comidas. Sin pretender redundar y ser copia de programas ya existentes que utilizan estos dos términos, se indaga en un plus que brinde un giro único a la producción. En el proceso investigativo se encuentran diferentes alternativas que se consideran para implementar en el programa, como por ejemplo ir en busca de platos típicos o bebidas alcohólicas, como lo hace Adrew Zimmern en su programa “Comidas Exóticas”; también se considera la posibilidad de cocinar en lugares abiertos como Francis Mallman, quien recorre varios países con su auto, que a la vez le sirve de set de cocina y prepara un platillo en particular rodeado de un paisaje único. No obstante, las dos ideas anteriores quedaron descartadas debido a que buscar comidas y bebidas en la pequeña extensión del Ecuador, haría que el programa se quede sin contenido rápidamente; por otro lado cocinar en el lugares abiertos, en los cuales no se puede tener control de los eventos naturales como lluvia, viento, sol, eleva el costo de producción considerablemente.

Ante ello, lo que marcó la tendencia para Sabores Escondidos fue el hecho que Ecuador, al ser un país fértil para la producción de alimentos, cuenta con un sinnúmero de productos poco conocidos dentro de los ecuatorianos y mas aun en el mundo, los cuales pueden utilizarse para realizar creaciones gourmet. Adicional, estos productos además suelen encontrarse en zonas no necesariamente turísticas y que por ende son interesantes para mostrar en pantalla.



Finalmente se consolida el formato como un programa de viajes y comidas, en el que el presentador recorrerá todos los rincones más peculiares del Ecuador en búsqueda de un producto (fruto, grano, etc) que no sea común de encontrar o de cocinar. Con éste, el presentador creará en conjunto con el chef un plato gourmet, el cual degustarán al finalizar el episodio.

### **Formato**

Sabores Escondidos se presenta como un programa de viajes y aventuras, en donde se muestran los pueblos de una región, en este caso Ecuador, cuyo presentador se encuentra en la búsqueda de un producto previamente definido, el cual debe cumplir de preferencia con todas las siguientes características:

- Ser desconocido en el imaginario de los pobladores del país
- No ser masivamente comerciable
- Que se consiga únicamente en ciertos lugares, de preferencia uno solo
- Que esté ligado a la historia del pueblo en donde se encuentre el producto

El programa se establece en dos segmentos: el viaje y la preparación del plato gourmet. Está diseñado para una duración de 30 minutos, con dos cortes comerciales de 6 minutos en total. No obstante, este tipo de programas son flexibles con la duración, por lo que de ser el caso se podrá considerar extender el formato a 1 hora si el viaje, el contenido y la preparación del plato lo requieren.

<b>ESTRUCTURA DEL PROGRAMA</b>		
	<b>Detalle</b>	<b>Justificación</b>
<b>Primer Segmento: El viaje</b>  <b>14 min</b>	<p>El presentador emprende el viaje hacia el lugar donde se encuentra el producto, realizando paradas en los pueblos que están dentro de la ruta en donde mostrará brevemente la cultura y platos típicos del sector. Una vez que arriba a su destino, revelará hasta tres platos o bebidas con su respectivo proceso de elaboración, valiéndose de entrevistas informales a personalidades del lugar, extranjeros que se encuentren de visita (de ser posible), explicaciones históricas y finalizando este segmento con el producto en mención.</p>	<p><i>El objetivo del programa es mostrar el Ecuador y sus regiones, por ello es importante que el presentador visite los lugares más atractivos que se encuentren dentro de la ruta hacia su destino.</i></p> <p><i>Se establece tres platos o bebidas a mostrar, ya que alrededor de ellos se cuenta la cultura del sector y permite manejar una narrativa hasta llegar al producto que se busca.</i></p>
<b>Corte comercial-3 min</b>		
<b>Segundo Segmento: Preparación y presentación Plato Gourmet</b> <b>8min</b>	<p>El presentador y el chef preparan el plato gourmet con el producto encontrado. Esto lo realizan en un set del cual el televidente desconoce su ubicación y a donde siempre regresa el presentador.</p>	<p><i>El presentador y el chef son amigos y tienen una relación de complicidad al momento de preparar el plato. Sin embargo, el presentador al ser el protagonista es el que da el giro a la conversación y la dinámica del segmento.</i></p> <p><i>Se considera nunca indicar la ubicación del set, ya que si éste queda distanciado del lugar del primer segmento, se rompe esa cronología de tiempo.</i></p>
<b>Corte comercial-3 min</b>		
<b>Segundo Segmento: Preparación y presentación Plato Gourmet</b> <b>2min</b>	<p>Para finalizar el programa, ambos personajes decoran el plato, presentan al televidente y posteriormente lo degustan.</p>	

**Presentador**

El presentador, figura principal en Sabores Escondidos, es un personaje joven, masculino o femenino, de 25 a 35 años, espontáneo, chistoso cuando la circunstancia lo permite, muy gestual, que transmite seguridad, conocimiento y espíritu de aventura al televidente, que sabe con su voz y físico entretener e informar.

Este personaje debe necesariamente utilizar diferentes recursos para mantener la atención del televidente, la calidad del contenido y el interés en el viaje: interactuar con la cámara, ser conocedor del tema que está tratando, tener la habilidad de socializar rápidamente con cualquier persona, sacar provecho de las situaciones que se presenten en el viaje, ser cómico cuando la situación lo amerite.

**Chef**

El chef es un personaje joven, de 25 a 35 años, de género opuesto al escogido para el presentador. Se ha establecido de esa manera ya que se pretende proyectar ese vínculo de trabajo en una cocina entre el hombre y la mujer, lo que genera además matices visuales cuando ambos se encuentran en pantalla.

El chef es un gran amigo y conocido del presentador, por lo que se convierte inmediatamente en el co-protagonista del segundo segmento del programa. Además, es una figura clave para la preparación del plato gourmet, ya que explica al anchor cómo se debe proceder en cada paso. No obstante, a ningún momento supone ser la guía del programa, ya que el presentador es quien lleva siempre la conversación e interacciones frente a cámara.

## PROGRAMA PILOTO

### **Mira**

Mira es el cantón sur de la provincia del Carchi que colinda con Imbabura, conocido como “El Balcón de los Andes” ya que cuenta con una espectacular vista al valle del Chota. Se encuentra a escasos 40 minutos de Ibarra pero es un lugar poco conocido dentro del turista interno y externo, debido a su escasa promoción. La población de este cantón es un muy abierta y solidaria con sus visitantes y entre ellos mismos, cualidades que se encuentran casi extintas en otros sectores del País.

Su fe religiosa católica es bastante grande hacia la Virgen de la Caridad, o Chamisuda, como la conocen entre los lugareños. Tal es su devoción, que de las dos fiestas anuales que realizan, el 2 de febrero y 18 de agosto, la primera es en conmemoración a la virgen, mientras que la segunda es la celebración de la cantonización.

El programa piloto de Sabores Escondidos gira en torno justamente a las festividades del 2 de febrero, en donde se realizan actividades como los toros de pueblo, la pelota nacional, el Novillo de Bombas, el cual se efectúa al anochecer y consiste en prender los cachos del toro mientras toreros aficionados se enfrentan al animal; debido a la susceptibilidad que puede implicar este acto entre los televidentes, así como la pelea de gallos, también típica de las festividades mireñas, se decide no mostrar las imágenes en el programa.

Por otro lado, los visitantes además se deleitan con las tradiciones y costumbre gastronómicas que Mira ofrece, tales como:

## Las Paspas



*Screen shot 1. Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*

Las paspas o pan de maíz son muy parecidos en contextura y sabor a las almojábanas colombianas. En Mira la señora Celia Cruz Rueda fue un personaje icónico en este negocio, ya que distribuía a los pueblos aledaños como la Concepción, Santiaguillo, Salinas, tomando en cuenta que su producto era muy apetecido especialmente por los afro ecuatorianos. Actualmente el negocio está comandando por su hija Isabel Rueda y su nieta, Bertha Castillo, quién provee de este producto no solamente a los moradores de la zona sino también en Quito, España y Estados Unidos a través de sus parientes(Mira, 2013).

La receta para preparar 200 paspas constituye en: 4 quesos, 4 libras de harina de maíz, 10 libras de harina flor, 5 litros de leche, 1 libras de manteca de chanco, 2 libras de mantequilla, 20 huevos, 1/3 de bloque de levadura en masa, 8 sobres de levadura granulada, sal al gusto (Una cucharadita por libra de harina). La preparación como tal consiste en moler los quesos y mezclarlos en un recipiente con los huevos, la levadura y la sal. Posteriormente se agrega la leche caliente y se revuelve agregando los demás ingredientes hasta que quede una masa uniforme y suave; se deja reposar por 30 minutos para posteriormente dar la forma a las paspas y llevar al horno.

## Tortillas de Tiesto



*Screen shot 2. Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*

El maíz es un producto que data de aproximadamente 7000 años de antigüedad y cuyo origen se remonta a México y los países de Centro América, a las culturas aztecas, mayas e incas. Actualmente, en el Ecuador se lo cultiva principalmente en Loja, Azuay y Pichincha, así como en la provincias costaneras de Manabí, Guayas y Esmeraldas.

Este producto históricamente representa la seguridad alimenticia, ya que con el se puede preparar diversos platos con alto contenido energético, tales como las tortillas, tamales, chumales, chachis, quimbolitos, pinol, machica, sopas, chica, entre otros; todos ellos aún existentes en la gastronomía ecuatoriana, aunque de a poco se ha perdido la tradición de saborearlos como es el caso de la máchica. (Proyecto Chakana Ecuador, 2011)

En el caso de las tortillas de tiesto, llevan este nombre ya que son preparadas en un recipiente de arcilla, que únicamente puesto al fuego, cocina y da el sabor peculiar a las tortillas; no hace falta agregar aceites ni mantecas por lo que es bajo en grasas.

## Tardón Mireño



Screen shot 3. Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014

El pueblo de Mira es conocido nacional e internacionalmente por su bebida, el Tardón Mireño. Su nombre se debe a que después de unas cuantas copas acompañadas del “fijador”(puro), las personas no *tardan* en quedarse “picados” y poco tiempo después no *tardan* en embriagarse.

Su historia se remonta a 1900, cuando las haciendas “El Cabuyal” y “Santa Ana” obsequiaban el aguardiente requerido para esta bebida, mientras que las naranjas eran provistas por la hacienda “Huaquer”, que actualmente es el terreno del sector conocido como Tulquizán. Como ingrediente adicional se aumentaba el fermento de la papa, sin embargo éste era el responsable de que las personas enloquecieran por algunas horas, perdiendo totalmente el sentido, por lo cual en la actualidad no se lo utiliza. (Mira, 2013)

La preparación de esta bebida es simple. Primero se requiere mezclar el jugo de naranja con el azúcar hasta que se convierta en almíbar; a esta mezcla se le vierte la misma cantidad de puro y se mece por unos minutos hasta lograr un líquido uniforme.

## Chamburo



*Screen shot 4. Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*

Aunque no es típico de las festividades mireñas, el chamburo es el fruto con el que se preparará el plato gourmet. Esta fruta es familia de las papayas, nativa de los Andes, que en otros países latinoamericanos se los conoce como Chilacuan (Colombia), Papayo (Chile), Papayola (Venezuela). Su forma, nada parecida a una papaya, es ovoidal y su alimento es parecido a la granadilla, aunque un poco más consistente. Este fruto se da en plantas femeninas, ya que también existe la planta masculina pero que no es productora.

En el Ecuador el fruto se encuentra en vías de extinción y su poca producción se realiza en las provincias del callejón interandino. Crece únicamente a partir de los 2000 hasta los 3600 metros sobre el nivel del mar y se la puede encontrar en Carchi, Imbabura, Tungurahua, Pichincha, Bolívar y Loja. (Mora, Pablo, 2011) Lastimosamente, esta fruta quedó olvidada durante el tiempo y ahora se la encuentra como un árbol de patio, como es el caso de Angelita Quitacan, moradora de Mira, quien conserva su planta en su vasto terreno.



## **El Viaje**

El recorrido hacia Mira inicia con paisajes de la serranía ecuatoriana y con una primera parada en la Plaza de los Ponchos en Otavalo. El presentador realiza un recorrido por el lugar, en donde incluye los churos, caracoles cocinados que se sirven como bocadito y se acompañan con limón y sal. Posteriormente se realiza una segunda parada en la mitad del carretero, a lado de un cactus con Tunas, para saborear la fruta directo de su mata.

Finalmente, una vez en Mira se muestra lo especificado anteriormente y se culmina el segmento con las festividades nocturnas del 2 de febrero.

## **Preparación Plato Gourmet**

Para el segundo segmento del programa, se decide preparar dos platos gourmet que involucran al chamburo, los cuales fueron creaciones originales del Chef.

### **Recetario 1: Cupcake relleno con mermelada de Chamburo.**

Para preparar el cupcake se requiere los siguientes ingredientes:

- 100 gr de Chamburo
- 200 gr de mantequilla
- 1 taza de azúcar
- 3 huevos
- 3 tazas de harina

Para la masa del cupcake se mezclan todos los ingredientes en un recipiente, a excepción de la fruta, y posteriormente se vierte la mezcla en reposteros para ingresarlos al horno por 30 minutos.

Para la mermelada de chamburo se debe agregar el contenido de la fruta en una olla con agua hirviendo y azúcar al gusto; batir la mezcla hasta que se caramelize y una vez lista dejar enfriar.

Finalmente, una vez horneados los cupcakes se debe colocar la mermelada desde la base, con una manga pastelera. Si se desea decorarlo, se puede hacerlo con crema chantillí en su tope.

### **Recetario2: Rollo de carne de llama en salsa de chamburo.**

Los ingredientes requeridos para los rollos son:

- 150 gr de lomo de res
- 350 gr de mortadela de llama
- 50 gr de chamburo
- 50 gr de uvilla

Con el lomo de res previamente fileteado y adobado únicamente con sal, se enrolla la mortadela de llama y se lo ata con un cordón de cocina; se envuelve la preparación en papel aluminio y se lo vierte a baño maría por 20 minutos. Posteriormente se lo introduce en un sartén con un aceite al gusto, para que se dore y tome color. Es importante considerar que debido a la dificultad de conseguir la carne de llama, la cual hasta el momento se la vende únicamente cerca de Salinas de Guaranda, se puede proceder a realizar el rollo con un embutido de pollo.

Por otro lado, la salsa de chamburo se prepara mezclando la fruta con la frutilla en trocitos, lo cual otorga color a la mezcla, dentro de un sartén con una taza de agua hirviendo. Se deja al fuego hasta que se caramelicen.

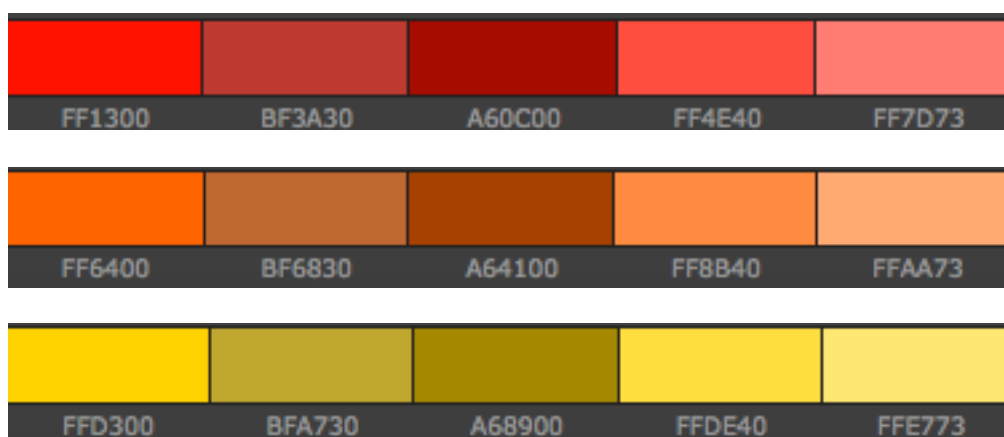
El plato puede decorarse con una guarnición de peras de papas, que se consigue dando la forma de pera al puré de papa con queso, al cual se lo apana con harina de maíz y se lo lleva a la sartén.

## DISEÑO DE IMAGEN

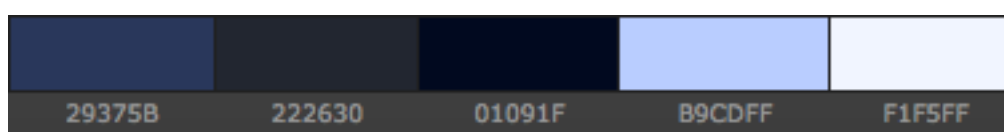
### Paleta de Color

Lo que caracteriza a Sabores Escondidos es la creación de platos gourmet y los viajes vía terrestre. En este segundo punto, por lo general las imágenes que se mostrarán (paisajes, comida, vestimenta, artesanías) estarán compuestas por tonalidades tierra, por lo que se decide trabajar con esos colores e involucrarlos en la temática del programa.

Es así que se seleccionan las siguientes gamas a considerar:



Para evitar una sobre carga de colores fuertes, se incorpora además detalles con tonalidades frías y azuladas, que ejercerán como una gama de colores secundarios y que se podrán apreciar sobre todo en el logo y en el set de cocina, que son elementos manipulables, aunque por su puesto serán percibibles también en las situaciones no controlables como los paisajes:



## Logo

La imagen que se desea proyectar con el programa y particularmente con el logo, es una combinación entre la elegancia de la cocina gourmet, con la aventura y vivencias de los viajes. Es por ello que se ha elegido los siguientes elementos como integrantes del logo:



*Figura 1. Propuesta Logo Sabores Escondidos*

- **Tabla:** es el fondo sobre el cual se asienta los demás elementos. Su concepto parte a raíz que la tabla es la base sobre la cual se preparan los alimentos y está presente en todas las cocinas. Se juega con su color y se pretende dar una cierta textura parecida a la Tierra vista desde lo alto. Su tonalidad se mantiene en café, como la tradicional tabla de picar.
- **Brújula:** su contraste con las tonalidades azules, grises y rojas resaltan a este elemento con elegancia y se sobrepone frente a todos los demás. La brújula es típica de un viajero, por lo que se considera importante dentro de la imagen del logotipo.

Su fondo azul hace referencia al océano que cubre todos los continentes, lo que invita a reflexionar que el programa es de carácter mundial. Así mismo la parte culinaria se encuentra presente gracias a la aguja compuesta por un tenedor y una cuchara.

- **Nombre:** por encima se encuentra el nombre del programa, que es el vínculo que uno a todos los elementos. Su tonalidad en una gama de colores tierra que sobresalen gracias a la brújula y al degradé en cada letra.

## Arte

La cocina, presente en el segundo segmento del programa, es el lugar donde se expondrán la mayor cantidad de elementos decorativos, ya que es la única en donde se cuenta con el control total de todos los componentes.

Siguiendo la línea gráfica del manejo de colores del logo, se utiliza de base elementos de color tierra, resaltando la imagen con utencillos de colores fuertes como el verde, rojo, naranja, que jugarán con los contrastes en pantalla. Justamente aquí se involucran los alimentos y sus colores vivos que realzan la comida.

Así mismo, se juega con elementos de madera, plástico y metal, elegantemente distribuidos alrededor del set y combinados con pequeñas plantas que otorgan la vitalidad que todo espacio necesita.



*Foto 1. Decoración Set de Cocina*



*Foto 2. Decoración Set de Cocina*

## Tiros de Cámara

El programa en set es posible realizarlo con dos cámaras. La cámara 1 deberá estar dispuesta casi frente con frente a los presentadores y será la responsable de seguir a uno de ellos; estará siempre realizando planos generales y medios.

En el costado contrario, casi diagonal a los presentadores se ubica la cámara 2 encargada de seguir a uno de ellos y mantener siempre planos medios; además esta es la responsable de capturar los planos de talle de todos los elementos del programa. De esta manera se cuenta con otra perspectiva para realizar los cortes adecuadamente con las tomas de la cámara 1 y mantener en edición el dinamismo requerido en este tipo de formatos.



*Foto 3. Disposición de cámaras*





*Foto 4. Plano Medio Cámara 1*



*Foto 5. Plano Medio Cámara 2*



*Foto 6. Plano Detalle Cámara 2*

Con lo anterior expuesto, no quiere decir que el programa deba regirse necesariamente a estas normas establecidas para el capítulo piloto. Siempre puede considerarse el manejar una tercera cámara, lo cual permitirá capturar primeros planos y planos detalle con mayor agilidad y liberará a la cámara dos a que pueda manejar planos generales y planos medios. Así mismo, aumentará la riqueza en movimientos si el espacio permite la utilización de recursos como el dolly y la pluma, los cuales no fueron considerados en esta ocasión.

### **Animaciones**

Las animaciones en el programa se revelan en el segundo segmento, para mostrar las recetas con los respectivos ingredientes. El diseño de las mismas es bastante sobrio, basándose en la paleta de color, el blanco como color de fondo, lo que permite tener una mejor lectura del televidente y resaltando los títulos con un tono café rojizo.

A estas acompaña siempre la foto del plato a preparar, lo cual da una mayor perspectiva del resultado del producto que se quiere lograr.



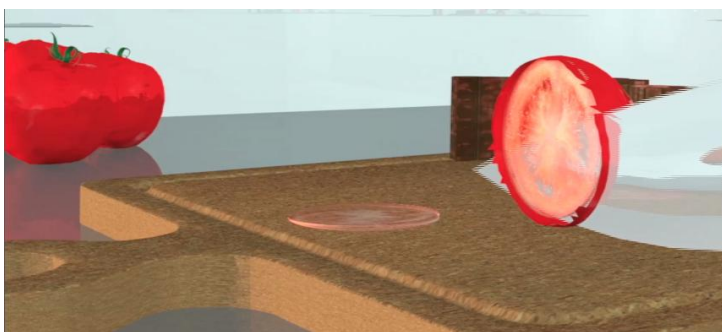
*Foto 7. Animaciones*

## Opening y Close

El opening y close del programa es una animación de 18 segundos que juega con elementos culinarios como el mesón, la tabla, el cuchillo, copas y finalmente el logo del programa, manteniendo la armonía de colores fuertes combinados con tonalidades tierra.



*Screen shot 5. Animación Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*



*Screen shot 6. Animación Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*



*Screen shot 7. Animación Sabores Escondidos, capítulo piloto, 2014*

## **PRODUCTO FINAL**

### **Resultado**

El capítulo piloto de Sabores Escondidos, fue mostrado a diferentes personas de indistintas edades, género y condición, para comprobar la acogida que éste pueda tener. Sin embargo, se programará una proyección masiva con personas del medio y varios invitados, para lograr el feedback necesario y poder posteriormente ofrecer este producto al mercado televisivo.

De manera general, se ha obtenido positivos comentarios en cuanto a la técnica, imagen, edición y contenido, pudiendo ciertamente realizar unas futuras variaciones cuando el programa vaya a ser emitido, sin que esto afecte a la idea original.

### **Conclusiones**

Realizar un programa de viajes y comidas, con un formato nuevo en el medio ecuatoriano, con un crew profesional y apasionado por el tema, es una experiencia alentadora en la que cada capítulo son situaciones novedosas para todos, nuevos conocimientos y experiencias que además, permiten conocer desde otra perspectiva al Ecuador, o cualquier país en donde se produzca.

Con el capítulo piloto, se comprueba que es posible generar diferentes contenidos de interés para el público, entretenidos, de carácter ecuatoriano y capaz de ser emitido en cualquier región.

Así mismo, es siempre importante tomar en cuenta que los contenidos que se muestren respeten en todo momento la ley de comunicación vigente en cada país, que se mantengan al margen de susceptibilidades políticas y religiosas, que no inciten a la violencia, maltrato animal o humano de cualquier índole y discriminación, ya que su formato no está orientado a generar polémica de este estilo por ningún motivo.

### **Recomendaciones**

Para poder producir el programa de manera masiva, se deberá tomar en cuenta revisar los siguientes aspectos:

- Tipografía del nombre en el logotipo y si esta es la adecuada para una rápida lectura.
- El diseño de la voz en off que ofrezca mayor matices auditivos.
- Definir una chef que tenga mayor experiencia frente a cámara y que sepa interactuar de mejor manera con el presentador.
- Tiempo real de producción del programa, ya que este fue realizado en el transcurso de un semestre universitario.
- Potenciar la musicalización y diseño de sonido en general.
- Generar un presupuesto que incluya un diseño de producción, así como todos los elementos de pre producción, rodaje y post producción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bastidas, Renato (2014). *Entrevista personal*. 1 de febrero de 2014

CIESPAL(2013). *Justicia de Género en medios de comunicación ecuatorianos: Estereotipos y Representaciones Sobre la Mujer*. Obtenido el 1 mayo 2014 de [http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/pdf/informe\\_justicia\\_de\\_genero.pdf](http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/pdf/informe_justicia_de_genero.pdf)

Defeensoría del Pueblo del Ecuador (2012). *Igualdad y no Discriminación Producción nacional y Publicidad en Televisión. Resumen Ejecutivo*. Obtenido el 20 de abril del 2014 de [http://www.dpe.gob.ec/index.php?option=com\\_jdownloads&Itemid=82&view=finish&cid=80&catid=27](http://www.dpe.gob.ec/index.php?option=com_jdownloads&Itemid=82&view=finish&cid=80&catid=27)

Euro Mundo Global (2011). *Ministro de Turismo de Ecuador lanzó marca País: "Ecuador Ama la Vida"*. Obtenido el 5 de abril 2014 de <http://www.euromundoglobal.com/noticia/50635/Aviacion-y-Turismo/Ministro-de-Turismo-de-Ecuador-lanzo-marca-pais:-Ecuador-ama-la-vida-.html>

Ley Orgánica de Comunicación (2013). *Sección VI Producción Nacional*. Artículo 97.

Ministerio de Turismo (2012). *Resumen Ejecutivo, Planes Estratégicos*. Obtenido el 20 de febrero del 2014 de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>

Mira Balcón de los Andes (2013). *Nuestra Cultura*. obtenida el 31 de enero de 2014 de <http://www.mira.ec/gastronomia>

Mora, Pablo (2011). *Investigación del Chamburo y Propuesta Gastronómica*. Pag 10,57 [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15969/1/45456\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15969/1/45456_1.pdf)

OPTUR (2014). *Estadísticas de Turismo en el Ecuador*. Obtenido el 10 de abril 2014 de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Panaman Post. (2014). *All You Need: Una Campaña Turística que no puede esconder el pasado de Correa*. Obtenido el 10 de abril del 2014 de <http://es.panamapost.com/alexandra-veloz/2014/04/03/all-you-need-una-compana-turistica-que-no-puede-esconder-el-pasado-de-correa/>

Proyecto Chakana Ecuador(2011). *Tortillas de Tiesto*. Obtenido el 1 mayo 2014 de <http://proyechakanaecuador.blogspot.com/p/antropologia.html>

Quitacán, Angelita(2014). *Entrevista personal*. 1 de febrero de 2014

Victoria, Ian. *Entrevista personal*. 8 de febrero de 2014

Zimmern, Andrew. *Bizarre Foods*. Obtenido del 1 al 31 de enero de 2014 de <http://www.travelchannel.com/tv-shows/bizarre-foods/video>