

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO- USFQ
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

MONKEY TRIPS

Proyecto de investigación

EDGAR PAUL. PROAÑO GUIZADO

Producción de TV y medios Digitales.

**Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del
título de Licenciado en Producción de TV y Medios Digitales**

Quito, 8 de mayo de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN DE
TRABAJO DE TITULACIÓN**

MONKEY TRIPS

Calificación

Nombre del Profesor, Título académico: Fabián Varela, M.A.

Firma del Profesor. -----

Quito, 8 de mayo de 2016

Derechos de Autor

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

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

Firma del estudiante:

Nombres y apellidos: **EDGAR PAUL PROAÑO GUIZADO.**

Código: 00100485

Cédula de Identidad: 1716897820

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2016

DEDICATORIA:

A quien tenga los huevos para intentar cambiar al mundo occidental, lejos de si lo logra o no.

....Y a mis errores.

AGRADECIMIENTOS:

A los abuelos Inti y Pacha por acogernos en su seno y brindarnos su sabiduría y abundancias.

A las razones cósmicas y/o aleatorias que hicieron que mis padres se conozcan en el Kitu de los 70.

A mis viejos del alma, por darme la vida un Domingo de votaciones.

A mi hermana, sus 50 zoo hijos y su complicidad sincera e incondicional.

A mi sobrino favorito, mi espejo infantil y mi esperanza anarquista.

A Gaby Go, por aguantar en casas y carreteras las ideas y humores de un desadaptado social.

Al Rock N° Roll y sus variaciones pesadas, sublime manifestación del siglo XX.

A la Jorga Negra por las mejores épocas de calle. Al Orejas, al Cococho y al Guillén, mis ángeles del infierno.

A Mary Jane, por el injusto pero placentero trueque de ideas y pensamientos por minutos de salud y cordura.

A los Hongos del pie del Imbabura y su duende guardián Karanki, por la iniciación interior.

A todos mis profesores con y sin pasión por su trabajo.

Y especialmente a todos quienes no creyeron en este proyecto, por darme la fuerza necesaria para seguir adelante, ¡todo se lo debo a ustedes.! Gracias.

RESUMEN

Este trabajo de tesis comprende la realización de un producto audiovisual WEB aplicada al turismo ecológico, ancestral, autosustentable y comunitario.

El producto audiovisual es una serie de documentales WEB de tipo: viaje interactivo-vivencial en primera persona, desarrollado a través del género documental por medio de las nuevas opciones de interactividad libre ONLINE de YOUTUBE.

Esta serie permitirá al espectador, tener una guía audiovisual-digital de a donde y como viajar por las 4 regiones del Ecuador, explorando viejas y nuevas rutas turísticas, vinculadas con actividades autosustentables ecológicas, culturales y ancestrales. Además, la cosmovisión de las múltiples etnias-comunidades y la relación que guardan con su entorno natural y el mundo occidental.

El usuario no solo es espectador sino que puede interactuar, con el material audiovisual, pudiendo escoger algunas actividades de las que quiere ser parte. La interactividad también llega a darse con distintos productos multimedia dentro del portal que acoge la serie y otros portales.

El tema central de los documentales sería la importancia de visitar comunidades rurales en el Ecuador, entendiendo los elementos de su cosmovisión, aplicarlas y difundirlas a nivel mundial para generar una conciencia de cuidado y preservación del planeta.

Palabras clave:

Interactividad

ECOTURISMO

Turismo comunitario

Autosustentabilidad

ABSTRACT

This thesis work is about making an audiovisual WEB product applied to ecological, ancestral, community and self-sustainable tourism.

The final product is a WEB documentaries series: interactive-experiential travel in first person, developed through the documentary genre through new trends in interactivity ONLINE of YOUTUBE.

This series will allow the viewer to have a digital-video guide about where and how to travel by 4 regions in Ecuador. Exploring new and traditional tourist routes linked to ecological, cultural and ancestral self-sustaining activities. In addition to understand the worldview of the many ethnic groups-communities and how they relate to their natural environment and the world.

The user is just not a passive watcher, instead he can interact with the video and choosing some activities that he wants to be part of. Ancestral, ecological and adventure activities are part of the universe of the web documentary series.

The central theme of the documentary would be the importance of visiting rural communities in Ecuador, understanding the elements of their worldview, implement and disseminate globally for generating awareness of care and preservation of the planet.

Key Words...

Interactividad

Ecoturismo

Turismo comunitario

Autosustentabilidad

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
TABLA DE CONTENIDO.....	8
INTRODUCCIÓN.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
JUSTIFICACIÓN	14
OBJETIVOS	16
Objetivo General	16
Objetivos específicos.....	16
CAPITULO I – ENTENDIENDO EL TURISMO	17
1.1 Turismo.....	18
1.2 Entendiendo el turismo, rural, ecológico y comunitario	20
1.2.1 Turismo Rural	20
1.2.2 Turismo Comunitario.....	22
1.2.3 Turismo ecológico o ecoturismo	23
1.3 Tendencias	25
1.3.1 Tribus 2030	26
CAPÍTULO II – MEDIOS & GÉNEROS	29
2.1 Medios Digitales	30
2.1.1 Multiplataforma	30
2.1.2 Transmedia	30
2.1.3 Documental Transmedia	31
2.2 Web Semántica - Interactividad 3.0	31
2.3 Los géneros	32
2.3.1 Géneros periodísticos no convencionales.....	33
2.3.1.1 La crónica como narrativa.....	33
2.3.1.2 El periodismo Gonzo.....	33
2.3.2 Géneros cinematográficos posguerra	34
2.3.2.1 Cine Directo.....	34
2.3.2.1 Cinema Verité	35
CAPÍTULO III - REFERENCIAS	36
3.1 Referencias	37
3.1.1 MADVENTURES	37
3.1.2 ALAN X EL MUNDO	38
3.1.3 DIARIO DE VIAJE	39
CAPÍTULO IV – EL PORTAL TRANSMEDIA	40
4.1 Un Mapa en La Cabeza - El portal Transmedia.....	41
4.1.1 Como nace	42

4.1.2 Alianzas Estratégicas	43
CAPÍTULO V – EL PRODUCTO	44
5.1 MONKEY TRIPS: Una propuesta de viajes Transmedia - Interactiva.....	45
5.1.1 Sinopsis	45
5.1.2 FICHA TÉCNICA.....	46
5.1.3 Propuesta Argumental.....	46
5.1.4 Tratamiento	49
5.1.5 Montaje	50
5.1.6 Imagen y Sonido.....	51
Tratamiento de Sonido	51
5.1.7 Paleta de Colores.....	52
5.1.8 Logo	52
5.1.9 Lanzamiento.....	53
5.1.10 El personaje conductor.....	55
5.1.11 Equipo de Trabajo.....	56
5.2 La estructura de la serie	56
5.2.1 Minitemporadas	56
5.2.2 Minitemporada No.1 Amazonía.....	56
5.2.2.1 Sinopsis minitemporada No.1	57
5.2.2.2 Capítulos de la minitemporada No.1	57
Cap 0. Como viajar gratis a la amazonía	57
Cap 1. Que hacer si jalas dedo y no te llevan.....	57
Cap 2 Puyo, la puerta a la sabiduría amazónica.	57
Cap. 3 Omaere, el parque de la sanación.	58
Cap. 4 Indichuris.....	58
Cap. 5 Indichuris 2.....	58
Cap. 6 La despedida en Puyo, canela lodge y la sorpresa ancestral.	59
Cap. 7 La Guayusada Shuar	59
Cap. 8 Tzawata, la tortuga que se niega a morir.	59
5.3 PRESUPUESTO	62
CAPÍTULO VI - CONCLUSIONES	67
6.1 Conclusiones	69
6.2 Bibliografía:.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Perspectivas del Turismo ecuatoriano (2006)	13
Tabla 2	Future Tarveller Tribes 2030	27
Tabla 3	Madventures Info	37
Tabla 4	Alanxelmundo Info	38
Tabla 5	Diario de Viaje	39
Tabla 6	Miembros del colectivo	43
Tabla 7	Portada del producto	45
Tabla 8	Ficha Técnica	46
Tabla 9	Paleta de Colores	52
Tabla 10	Logo	53
Tabla 11	Página Web	53
Tabla 12	Página de Facebook	54
Tabla 13	El personaje conductor	55
Tabla 14	Equipo de producción (crew)	56
Tabla 15	Presupuesto	12

INTRODUCCIÓN

Los movimientos y migraciones de personas alrededor del globo han alcanzado niveles importantes de crecimiento y desarrollo en el mundo en las últimas décadas. Las nuevas tecnologías y el proceso de globalización; sin duda han estimulado estos movimientos y han acentado bases de información, experiencia y facilidades para estas movilizaciones, cualquiera que sea su fin.

El acceso a la información que brindan las nuevas tecnologías y los medios masivos, así como los cambios climáticos palpables a nivel mundial, han influenciado en los gustos y las motivaciones de los consumidores. Las tendencias hacia lo sustentable y lo ecológico están predominando como una responsabilidad hacia el planeta, las cuales abarcan también el área del turismo.

Muchos de los viajeros contemporáneos buscan nuevas experiencias de vida ecológicas comprometidas con la vida y la conservación del planeta y quienes lo habitan. (Centre Headlight Vision, 2006, p.10) .

Estas tendencias sociales de la segunda década del siglo XXI, vinculadas a las nuevas tecnologías portátiles, abren una puerta para desarrollar el turismo ecológico – ancestral – comunitario en Ecuador, enmarcado en la responsabilidad social de mejorar los ingresos económicos de los más necesitados.

América Latina por su contexto cultural, historia y sus recursos naturales; es uno de los destinos turísticos más competentes y apetecibles a nivel mundial. El Ecuador, país pluricultural, multiétnico y el más megadiverso del mundo por kilómetro cuadrado es uno de estos grandes competidores latinoamericanos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador es considerado uno de los 12 países megadiversos en todo el mundo. Es rico en diversidad geográfica, topográfica, climática, biológica y pluricultural. Posee una gran variedad de condiciones especiales que pueden ser aprovechadas en múltiples sentidos comerciales sustentables.

El turismo es la principal vitrina de la megadiversidad ecuatoriana y la fuente principal de su autosustento. Desde el año 2000 la actividad turística aumenta cada año, con la cantidad de personas que visitan el Ecuador.

Según (Coordinación General de Estadística e Investigación, 2015) en el 2014 arribaron al Ecuador 1`557.006 personas. De acuerdo a (Tendencias mundiales y en el Ecuador Turismo hacia el 2030, 2007), para el 2016 se calcula que 1`591.000 personas arriben al país. “Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial van a crecer en un 3,3% anualmente entre el 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1800 millones.” (OMT, 2015, p.2).

En el mismo informe de la OMT (2015) consta que “entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año).”

Arribo de extranjeros (en miles)

Política 6.3 del PNBV

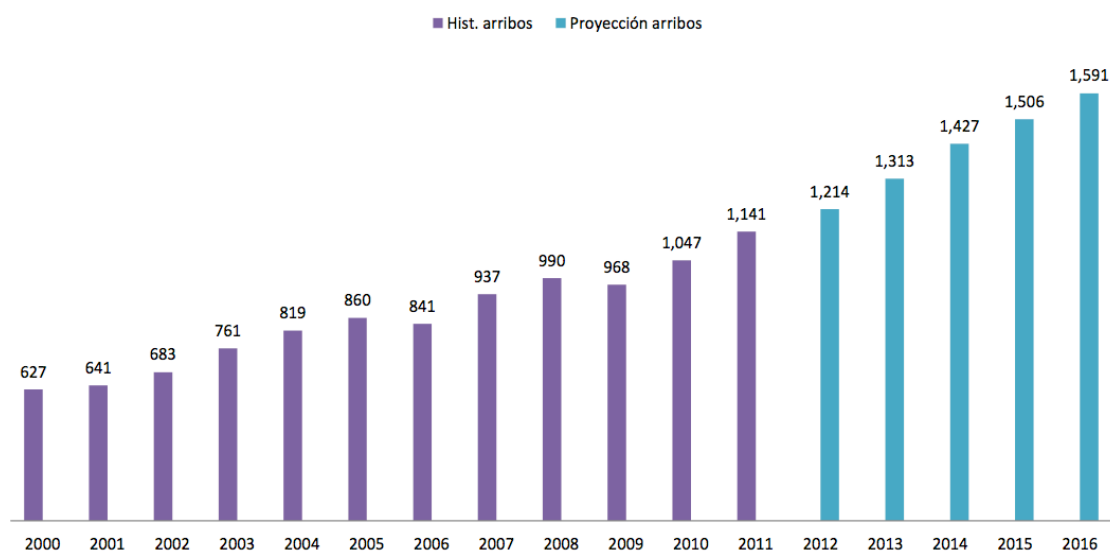


Tabla 1 - Perspectivas del Turismo ecuatoriano (2006)

Los gobiernos e insituciones públicas, así como la empresa privada han impulsado explotar el incremento turístico anual en la primera década y media del siglo XXI. Han aprovechado los recursos naturales y culturales en materia turística, amparados el auge multimedia de internet, su costo y su comunicación de doble vía. El buen momento petrolero del Ecuador a finales de la primera década del siglo XXI, ha dado también un empujón al turismo.

Sin embargo, no todas las áreas de turismo en el Ecuador han sido desarrolladas, apoyadas y tomadas en cuenta en este proceso tecnológico y económico de distribución de los recursos. Se ha descuidado en la distribución y en la publicidad turística a sectores muy importantes como el del turismo rural con fines comunitarios y de carácter ecológico, ancestral, autosustentable. Principalmente los microemprendimientos o emprendimientos iniciales.

Estos 3 tipos de turismo están relacionados a la sostenibilidad, entendiéndose como una forma planificada y responsable de preservar los recursos naturales, culturales e históricos como legado para generaciones futuras. Estos mismos tipos de turismo, pudieran convertirse en la base del desarrollo económico

de estas comunidades, pero ha sido descuidado por las autoridades competentes y la empresa privada.

El turismo denominado comunitario que beneficia a decenas de familias de muchas etnias y nacionalidades de escasos recursos está basado en filosofía del Sumak Kawsay (Buen vivir) . Es decir, no solo un dueño se beneficia de una actividad turística, si no, todas las familias de una comunidad directa e indirectamente, incluso comunidades aledañas.

Los más beneficiados de el incremento turístico anual en el país, siguen siendo la grande y mediana empresa turística nacional. Así mismo, transnacionales turísticas que ya se han instalado en el país y que no dejan acciones de desarrollo en los poblados aledaños y comunidades más necesitadas.

Es decir, siempre tendrán más oportunidades para competir, las empresas quienes cuentan con presupuesto para publicidad y marketing. Desde mi experiencia en muchas comunidades que ofrecen o empiezan a ofrecer turismo comunitario en Ecuador, la mayoría está consciente que no tiene o no sabe como llegar a sus posibles visitantes.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación está enfocada en desarrollar un producto audiovisual web que atienda las necesidades de promocionar el turismo con fin comunitario, apoyado en los recursos ecológicos, culturales, ancestrales que sean sustentables a futuro.

El concepto del producto audiovisual consiste en una serie de docureportajes con toques interactivos para WEB, focalizado en publicitar, promover e impulsar el turismo ecológico, vivencial, ancestral, comunitario y autosustentable en las diferentes comunidades y etnias alrededor del Ecuador.

La serie WEB busca fortalecer, mejorar y revitalizar la oferta y la demanda turística comunitaria en 4 aspectos:

- Difusión mundial, sencilla y accequible.
- Competitividad turística.
- Comercialización sostenible.
- Alianzas estratégicas entre lo público, privado y lo comunitario.

El producto final, y el estudio-análisis al final del mismo, servirá de base constante para futuros estudios de factibilidad, inclusión y asesoramiento de la demanda turística en las comunidades del país, convirtiéndose así en un referente accionario de la actividad turística comunitaria en el Ecuador e incrementando la inversión en el sector.

Con el proyecto se pretende también mejorar la calidad de vida de las comunidades, recintos y parroquias. Que posean un producto a disposición, para mostrarse al mundo e impulsarse en el mercado. Un apoyo complementario en cualquiera de los diferentes proyectos que se desarrollen a futuro en las comunidades del Ecuador, más aún, quienes empiezan.

El producto audiovisual denominado “Monkey Trips” busca además ser un nexo entre diferentes instituciones como gobiernos autónomos descentralizados, municipios, ministerios y ONG’s; con las comunidades que acogen o les interesa; en pro de que estos últimos puedan ser incluidas en sus planes turísticos, entre otros beneficios.

OBJETIVOS

Objetivo General

Promover el turismo ecológico, ancestral, autosustentable y con fin comunitario que ofertan las diferentes comunidades y etnias alrededor del país, por medio de una serie web de docureportajes interactivos que darán a conocer al usuario como podría ser su experiencia vivencial en Ecuador.

Objetivos específicos

- Ser el punto de unión entre las comunidades nativas, las agencias de viaje y los consumidores.

- Evidenciar la utilidad y aplicabilidad de la sabiduría de los pueblos ancestrales a la vida diaria.

- Estimular al turismo comunitario, como un punto de partida del cual se generen, nuevas ideas, así como ingresos económicos para toda una cadena de beneficiarios directos o indirectos.

- Frenar las múltiples formas de sobre-explotación de recursos en las comunidades, además de contribuir al rescate de las culturas locales.

CAPITULO I – ENTENDIENDO EL TURISMO

1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo OMT, el término turismo comprende actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.

En un aparente concepto global se ha entendido por turismo como la actividad de viajar por diversión, descanso y placer. En el estudio de (Matheison & Wall, 1986); el turismo es considerado como el desplazamiento temporal de las personas a lugares fuera de su lugar de residencia y trabajo.

No obstante podríamos hacer una distinción breve y obvia entre unos viajes y otros. En principio será turístico cualquier desplazamiento voluntario de personas en el que el motivo principal del viaje sea el descanso, la diversión, las relaciones humanas o la cultura (incluyendo en esta última a la religión).

Una buena definición clara se debe a dos profesores economistas suizos y se realiza en plena II Guerra Mundial.

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.” (Hunziker & Krapf, 1942)

Según (Universidad de Murcia, 2012, p. 5), Estos dos profesores complementan su definición acotando algunas características más:

- a) El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos). Por eso decimos que el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista.
- b) Ha de existir desplazamiento (de ahí la importancia del transporte), por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.
- c) La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar. El turismo es un viaje de ida y vuelta.
- d) El viaje, como acabamos de decir se realiza siempre fuera de su lugar de residencia, aunque aquí se plantean otros muchos problemas: ¿las segundas residencias cuentan?; cuando hablamos de “lugar” nos referimos a nuestra ciudad, a nuestra provincia a nuestra región?
- e) Se excluyen las actividades lucrativas, con lo cual parece que estos autores desestiman el turismo de negocios.

Podríamos decir entonces resumiendo que el turismo es prácticamente la forma cómo las personas emplean su tiempo para divertirse y recrearse dentro o fuera de su nación de origen o estancia. Pero estas recreaciones humanas a lo largo de los años y con el incremento de esta actividad se han segmentado en distintas clases de turismo. Todas estas están destinadas a distintos tipos de públicos. Están planteadas generalmente de acuerdo a sus preferencias, situación económica, clase social, edad, entre otras.

Basado en el turismo puede ser clasificado en tres grandes categorías (FUSDA, Revista Turismo, 2014, p.19):

Turismo convencional o de tipo vacacional: es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación.

Turismo especializado: es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico.

Turismo de afinidad o de interés común: es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica.

Sin embargo, en la actualidad se han generado una serie de subdivisiones en base a lo planteado anteriormente, con el fin de poder segmentar de mejor forma el mercado, de acuerdo a sus preferencias. Un mayor detalle y definición a la hora de obtener una gran gama de tipos y públicos objetivos existen en la actualidad. Más adelante veremos los que nos competen en este estudio.

1.2 Entendiendo el turismo, rural, ecológico y comunitario

En este estudio se pretende dar importancia a 3 subdivisiones ligadas a las 3 categorías anteriores y que se relacionan y se ligan también entre si, siendo; el turismo ecológico, el turismo ancestral y el turismo comunitario.

1.2.1 Turismo Rural

Tomando en cuenta que el turismo se ha convertido en un sector económico de gran importancia para muchas regiones, en la actualidad países pobres, comunidades indígenas, recintos, etc. han incursionado por invertir y apostar por el Turismo Rural con una oportunidad para generar más ingresos económicos para sus familiares, comunidades, etc. sin alejarse de sus tradiciones, costumbres, y cosmovisión que los identifica del resto.

Según la Fundación CODESPA (2011), organización no lucrativa, que apoya a comunidades indígenas ubicadas en zonas de atractivo y flujo turístico, menciona que “El Turismo Rural es toda actividad turística que se desarrolla en zonas rurales, pequeñas localidades o espacios alejados del casco urbano. Adicionalmente incorporan la cultura, formas organizativas, y prácticas productivas rurales como

componente clave del producto”. (p.15)

Sin embargo al analizar un estudio más detallado de la Organización Mundial del Turismo (2002), define al Turismo rural como un componente clave del producto ofrecido a los visitantes brindando contacto personalizado, la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales. Además, participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

Como podemos ver entre los dos conceptos anteriormente mencionados existe mucha similitud acerca de lo que compone y se define como turismo rural, ya que para que exista, siempre deberá tener un componente clave que será en sí la forma de vida de una determinada población local, como factor determinante para el desarrollo de esta actividad.

Un estudio muestra los datos de turismo comunitario en Ecuador. (Carrera, K. 2012, p.19)

A nivel del Ecuador, el turismo comunitario en el año 2002, captó aproximadamente el 3.67% del total de ingresos al país, actualmente no existen datos sobre el incremento de este porcentaje en los últimos años, sin embargo para tener una idea aproximada solo en el mes de Diciembre del 2010, el Ecuador contabilizó 96.358 entradas de extranjeros al país, lo que permite visualizar como una opción de desarrollo sostenible con la triple finalidad de complementar las fuentes de ingreso, preservar los recursos naturales y emprender procesos de afirmación de identidad y revitalización de los valores culturales en las zonas rurales.

Podemos resaltar como dato importantísimo, en la publicación de la OMT “Turismo Panorama 2020” indica que el 3% de todos los turistas internacionales orientan sus viajes al turismo rural, es decir aproximadamente unos 19 millones de turistas (datos 1998) se inclinan por el turismo rural como motivo de viaje.

Al analizar esta cifra y tomar en cuenta que es un dato de 1998 se evidencia claramente como el turismo rural está experimentando un crecimiento con el paso de los años, convirtiéndose en una actividad que va tomando fuerza en el mercado turístico, creciendo a un ritmo del 15% anual. (WWF - Directrices desarrollo turismo

comunitario, 2001)

1.2.2 Turismo Comunitario

La Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), Federación Pluricultural de Turismo Comunitario del Ecuador menciona y define al turismo comunitario como:

...la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados". (Santana, Atiencia, 2014, p.71)

Para la FEPTCE, manifiesta que existen cuatro ejes claves para la implementación y desarrollo correcto de esta actividad. (Carrera, 2012, p.22) .

- **Fortalecimiento Organizativo.-** Es decir fomentar una estructura organizativa fuerte, tomando decisiones en base a las opiniones de la comunidad.
- **Revitalización Cultural.-** Hace mención a consolidar y valorizar todos los principios ancestrales, y relaciones de convivencia de las comunidades.
- **Gestión del Territorio.-** Dentro de este eje se trata de restaurar los lugares sagrados, delimitar los territorios de comunidades, pueblos y nacionalidades, y garantizar su soberanía.

. **Economía Solidaria.-** Este eje hace mención en fortalecer la economía de las comunidades en base al trabajo colectivo y la distribución de los beneficios de forma equitativa, dinamizando la economía local.

Como se puede ver en estas anteriores definiciones, el turismo rural comunitario es una actividad complementaria que se desarrolla de forma

autosostenible y sustentable, mediante la participación de las comunidades indígenas y rurales de diferentes localidades de un país, manteniendo el foco de autosustentabilidad y conservación de sus costumbres, tradiciones y formas de vida de cada comunidad.

Según datos e información la FEPTCE, a escala mundial, el turismo comunitario representa un mercado aproximado de entre 7 y 10 millones de visitantes por año (Ministerio de Turismo 2010). Es decir, acerca del 1% del total. Si este porcentaje se mantiene en el Ecuador, país que registrará en 2016 un ingreso de 1 millón quinientos noventa y un mil turistas por año (tendencias mundiales y en el Ecuador turismo hacia el 2030, 2007) podemos deducir que aproximadamente 15 910 de esos turistas son usuarios potenciales de los programas de turismo comunitario. (De La torre, 2010, p.37)

La lista de los programas de turismo comunitario que se ofrecen para ese mercado de aproximadamente 15.000 turistas en el país según (De La torre, 2010, p.37) es bastante larga. Solo en la FEPTCE en 2010,

..están registradas 101 comunidades con programas en diferentes etapas de implementación, 16 comunidades en la Costa, 33 en la Amazonía y 52 en la Sierra. En otro portal de turismo comunitario, de la Redturs (Red de Turismo Comunitario de América Latina), se presenta una lista de 52 comunidades, muchas de las cuales no están incluidas en la lista de la FEPTCE (Redturs 2010).

En conclusión, desde la teoría y la experiencia hoy existen más de 100 programas reconocidos de turismo comunitario en el Ecuador y muchos más en proceso de creación y formación en todos los niveles.

1.2.3 Turismo ecológico o ecoturismo

Agrega (Ceballos-Lascuráin, 1993) en sus conceptos básicos de Ecoturismo una extensa y precisa definición de Ecoturismo.

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales.

En algo más concreto y resumido, revisamos la definición de MORGADO (2006) la Sociedad Internacional de Ecoturismo lo ha definido como: “el viaje responsable a zonas naturales que conserva el ambiente y sustenta el bienestar de la población local”. Morales (2006)

A primera idea puedo definir relacionar el turismo ecológico con los viajes enfocados principalmente en la interacción, aprendizaje y contemplación de flora y fauna . Así también, decir la participación que ejercemos en su bienestar y su conservación con nuestra visita. Suelen tender a realizarse en áreas poco usadas por el hombre, incluyen prácticas de conocimiento y sensibilización ambiental y cultural.

Objetivos Generales del Ecoturismo

Esta alternativa de turismo ha desarrollado con el pasar del tiempo y su ejecución ciertos principios de sustentabilidad y concientización socio-económica. Estos son, según (Jiménez, 2013, p.16):

1. Proporcionar recursos financieros a las comunidades rurales y suburbanas, que contribuya a la solución de sus necesidades tanto materiales como culturales.
2. Propiciar el encuentro de culturas, para establecer un diálogo de saberes que conduzca a la elaboración de un programa de educación ambiental mancomunadamente concebido, pertinente a la región y/o país y que logre interesar a las

comunidades a participar efectivamente en el desarrollo del ecoturismo.

3. Ofrecer nuevas y diversas actividades alternativas a las tradicionales en las comunidades (sin sustituirlas), sino que las refuerce, las cuantifique y las cualifique continuamente.

4. Facilitar la movilidad social, económica, cultural y política de las comunidades rurales y suburbanas, con base en el flujo y reflujo de los miembros de dichas comunidades, entre las actividades del ecoturismo y las tradicionales, para así lograr el desarrollo sostenible tanto de estas comunidades como del ecoturismo.

5. Establecer compromisos y responsabilidades entre autoridades gubernamentales, nacionales, regionales y locales; autoridades del turismo, empresas de viajes promotoras del ecoturismo, comunidades rurales y suburbanas, turistas de la naturaleza, ONGS y en general todas las empresas y personas involucradas en las actividades del ecoturismo.

6. Propender porque las actividades ecoturísticas desarrolladas en áreas protegidas, pequeñas, medianas o grandes propiedades, sean ambientalmente responsables y no excedan el límite de cambio aceptable (LCA).

1.3 Tendencias

Durante los últimos 15 años varios inversionistas han apostado por invertir en el desarrollo del sector turístico, aprovechando la masificación del Internet. El turismo se ha convertido en una tendencia moderna alrededor del mundo, creando así infraestructuras para la generación del mismo en diferentes áreas de acuerdo a las preferencias de cada tipo de turista. En el transcurso de las últimas décadas han surgido nuevos destinos, formas alternativas de viaje, tipos de hospedaje, etc; diversificando y expandiendo así la oferta para el mercado internacional.

En el contexto de la era de las comunicaciones y el fenómeno de la globalización las distancias se han acortado y los turistas gozan de una cartera considerable en tamaño para elegir su próximo destino o actividad a un click de distancia.

1.3.1 Tribus 2030

De acuerdo a un estudio realizado por Future Foundation & Amadeus (2015), 1800 millones de personas viajarán por todo el planeta. Se identificarán claramente 6 tribus de viajeros que se desarrollarán en su cumbre en el 2030. Estas tribus son la consecuencia de las tendencias tecnológicas y turísticas desde el 2015 y la forma en que interactúan con los seres humanos.



Tabla 2 - Future Traveller Tribes 2030

El informe revela seis perfiles diferenciados de viajeros (Future foundation, 2015):

- **Buscadores de capital social:** estructurarán sus vacaciones teniendo en cuenta, casi exclusivamente, sus contactos en la red, para apoyarse en sus opiniones y recomendaciones y justificar sus decisiones.
- **Los puristas culturales** considerarán las vacaciones como la oportunidad de zambullirse en una cultura extranjera, aunque ello conlleve ciertas incomodidades, y el disfrute de sus viajes dependerá de la autenticidad.
- **Los trotamundos comprometidos** planificarán sus viajes de acuerdo a criterios éticos, como la reducción de la huella medioambiental o la contribución a la mejora de las vidas de otras personas.

- **Los amantes de la comodidad** preferirán un paquete de productos y servicios para evitar la gestión de diferentes aspectos del viaje. Buscan mimarse, con la confianza de que su seguridad y disfrute están garantizados.
- **Los viajeros por obligación** orientarán sus viajes a lograr un objetivo concreto. Ya sean de negocios o de ocio, sufrirán limitaciones de tiempo y de presupuesto; y demandarán una tecnología basada en algoritmos avanzados, capaz de eliminar o resolver las incidencias de los viajes, como cancelaciones o cambios de vuelo.
- **Los cazadores del lujo** se interesarán exclusivamente por los viajes de lujo en su sentido más extremo.

CAPÍTULO II – MEDIOS & GÉNEROS

2.1 Medios Digitales

La digitalización de los medios de comunicación les hace dar un paso agigantado en cuanto a la interacción que tiene el contenido con el usuario. La oportunidad de opinión y acción del consumidor, hace que se abra un canal de retroalimentación indispensable para ampliar las ideas o acciones alrededor de la idea principal del contenido.

Desde la digitalización de los medios masivos de comunicación, se ha ido experimentando con nuevas formas activas de consumir productos digitales. Hoy en día las maneras de consumo han evolucionado hacia la interactividad humano – máquina, mediante dispositivos tecnológicos multimediales en los cuales se amplían las posibilidades de consumo de un producto.

2.1.1 Multiplataforma

El concepto de Multiplataforma consiste en narrar una historia en distintos formatos o soportes. Por ejemplo la película “Volver al Futuro” mantiene la misma historia en la película y en el video juego. Muchas personas al hablar de multiplataforma hablan también de Transmedia y WEB 3.0. (Figueiras & Dunjón, 2013)

2.1.2 Transmedia

Lo Transmedia o comunicación Transmedia, es el proceso narrativo basado en la división intencionada del contenido y su difusión a través de múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online). Una misma historia se cuenta en distintos medios o plataformas utilizadas. No hace falta experimentar en conjunto los medios ya que cada uno funciona independientemente.

En los Transmedia el usuario suele colaborar para ampliar el universo de la experiencia con material también mediático. Lo transmedia vendría a ser una

evolución del experimento de llevar contenido escrito, televisivo o cinematográfico a una plataforma digital web con una doble vía abierta. (Figueiras & Dunjón, 2013)

2.1.3 Documental Transmedia

La interactividad ha sido también transmitido al género documental, tanto en el cine como en el periodismo. Las tecnologías digitales y las telecomunicaciones han permitido que el documental evolucionara hacia el llamado "*documental interactivo*", que consiste en un nuevo tipo de relato en base a lo hipertextual, donde el consumidor debe navegar una red de textos escritos, fotos, videos y audios, dentro de entornos interactivos.

Pero la interactividad en el documental contemporáneo nos presenta una nueva puerta de complemento de las ideas centrales de un determinado documental, a través de experiencias en los distintos medios de comunicación masivos tradicionales, radio, tv, prensa, fotografía e incluso cine.

"Si el documental interactivo encontró en la web un espacio privilegiado de expresión, el documental transmedia va más allá y lleva sus contenidos a otros medios y plataformas, buscando siempre la complicidad de los prosumidores" (hipermediaciones, 2012, pág.6)

2.2 Web Semántica - Interactividad 3.0

Como primera impresión se puede decir que la web 3.0 está muy asociada al concepto de personalización. Un mejor flujo de información, datos, metadatos, contenidos (y publicidad, por supuesto) adaptada a nuestros gustos y preferencias de cada individuo.

Para ampliar mejor el concepto es necesaria revisar la definición que ofrece Berners-Lee junto con Miller (2002), en la que también exponen el modo en el que el W3C (World Wide Web Consortium) coordina la consecución de estos objetivos:

La web semántica es una extensión de la actual web en la que a la información disponible se le otorga un significado bien definido que permita a los ordenadores y las personas trabajar en cooperación. La W3C Semantic Web Activity, en colaboración con un gran número de investigadores y socios industriales, se encarga de la definición de estándares y tecnologías que permitan a los datos de la web ser definidos y enlazados de forma que puedan ser usados para una localización más eficaz, automatización, integración y reutilización entre aplicaciones.

Como vemos en la web actual en el 2016, algunos elementos de la web 3.0, ya están presentes en nuestro diario vivir en aplicaciones directas sin necesidad de un buscador, como las de smartphones y Windows 8 o 10, como claro ejemplo. Otras se encuentran en *fase de prueba* mientras navegamos en Internet. El futuro de la web semántica es ofrecernos no muchas opciones de compra, si no la que más se ajuste a nosotros como individuos, basadas en nuestra previa interacción en la web, como ya se viene haciendo.

2.3 Los géneros

El estilo narrativo del producto final, no es algo que se lo pueda encajar fácilmente en un género televisivo, periodístico o cinematográfico. Parte más bien de la influencia y experimentación constante de muchos géneros, así como de la cámara casera y sus oportunidades como herramienta, más que sus características técnicas.

Dentro de los estilos periodísticos, podemos entonces relacionar al producto con estilos periodísticos libres como la crónica y elementos del periodismo Gonzo.

2.3.1 Géneros periodísticos no convencionales

2.3.1.1 La crónica como narrativa

El concepto híbrido entre el periodismo y la literatura propio de la crónica, es apropiado para manejar el discurso narrativo de la serie web en cuestión. Su uso se extiende para los conceptos de investigación, fotografía, montaje y contenido narrado en off.

La crónica es un relato donde van a mezclarse los acontecimientos con los comentarios del autor. (Aulestia, 2013, p.21) Este enunciado resume incluso parte de la sinopsis del programa. Es para el producto final, la característica más importante de la crónica, más que el orden lineal de como es contada la historia.

2.3.1.2 El periodismo Gonzo

El periodismo gonzo tiene una relación muy estrecha con la crónica, sobre todo porque centra al periodista en la historia, tiene también tintes literarios, pero se diferencia por que el periodista puede influir en los hechos con su presencia o su actitud.

Algunos periodistas o catedráticos han ubicado al periodismo Gonzo como una clasificación o una forma de Nuevo Periodismo; sin embargo, al analizar los textos de Hunter S. Thompson y compararlos con libros como *A Sangre Fría*, se puede deducir que entre el Nuevo Periodismo y el Gonzo no existe una relación de influencia, sino más bien de desacreditación o de negación. En el Nuevo Periodismo lo esencial es el estilo ya que se quería construir un texto periodístico con el uso de recursos literarios para que pueda ser apreciado de otra forma; no obstante, el hecho aparece casi en segundo plano al contrario, en el periodismo Gonzo, no importa el estilo, la vivencia del hecho lo es todo. (Aulestia, 2013, p68)

La ingesta de sustancias que cambien la personalidad de un individuo son constantes en la cultura de etnias y nacionalidades aborígenes en Ecuador y

Latinoamérica, lo que haría cambiar la percepción de la persona que conduce, entrevista o está tras la cámara durante el rodaje de la serie. La intención de la narrativa del Gonzo aplicada al audiovisual sería que el personaje, el camarógrafo, la cámara estén bajo los efectos alterados de conciencia a la hora de plasmarlo.

El análisis de la situación y el entorno bajo efectos alterados de conciencia son parte esencial del estilo Gonzo y su creador Hunter S. Thompson. Vivir el hecho intensamente es la única forma de encarnizar los acontecimientos de este tipo de experiencias, vivirlas desde dentro para poder aplicarlas a la narración.

2.3.2 Géneros cinematográficos posguerra

La influencia de las corrientes cinematográficas norteamericanas y francesas, de los años 50`y 60`; *cine directo* y *cinema vérité*, están presentes en el concepto narrativo de la serie. El apareamiento de equipos de grabación portátiles en los 50`y 60`amplio las posibilidades de grabación de video y sonido. Las cámaras de 35 mm quedaron atrás y nuevas formas de cine documental y ficción aparecieron experimentándose mutuamente. (Díaz, 2007, p.03)

El uso y movimientos que se aplica a la cámara y la influencia de esta en la psicología de los personajes, son evidencia también de estos estilos. La cámara en el hombro, su movimiento natural y la subjetividad de sus movimientos ayudan a descubrir mejor la simulación de estar en la piel de quien graba y como el personaje le habla directamente al espectador.

2.3.2.1 Cine Directo

Una de las características principales del cine directo que le distingue de su contemporáneo francés es que la cámara en el cine directo viene a ser un florero, es decir un objeto que capta la naturalidad del personaje. La teoría respalda que en

esta forma de hacer cine, la psicología del personaje es natural cuando se acostumbra a la cámara, tomándole poca importancia. (Díaz, 2007).

2.3.2.1 Cinema Verité

El *cinema verité* contrario al cine directo norteamericano, la cámara toma un giro importante convirtiéndose en elemento catalizador de los personajes a los que capta. La cámara actúa como un ojo e interactúa con los personajes. Se asocia al *cinema verité* a Jean Rouch, cineasta experimentado en este género, siendo también uno de los padres fundadores.

Puede entonces (Díaz, 2007, p.6) hablar un poco de la influencia de Rouch y lo que pretendía hacer con la cámara.

Jean Rouch combina la concepción de Vertov de una cámara viviente y personalizada (la cámara-ojo) con la metodología participativa de Flaherty. Rouch no pretende captar la realidad tal como es, sino provocarla para conseguir otro tipo de realidad, la realidad cinematográfica: la verdad de la ficción.

CAPÍTULO III - REFERENCIAS

3.1 Referencias

Estas referencias, son programas de TV, WEB o Mixtas que son una influencia al proyecto que se pretende realizar en cuanto a temática, tiempo tratamiento.

Son transmitidas por televisión de pago y/o internet, algunas en distintos formatos. Las tres referencias son programas de distinta duración y algunas características se asemejan al producto que se quiere mostrar con Monkey Trips.

3.1.1 MADVENTURES

GÉNERO: Magazine de viajes para TV.

Origen: Finlandia.

Distribuidor: NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL

Creador: [Riku Rantala](#)
Tuomas Milonoff



DESCRIPCIÓN: Madventures es una serie documental de televisión viajes finlandesa que se concentra en la mochila en la mayoría de los destinos fuera de la típica ruta en el planeta. Es presentado por Riku Rantala y Tuomas "Tunna" Milonoff. Como director y los cámaras de la serie, que viajan por todo el mundo a explorar diferentes culturas. Destacan que están en un viaje, no en un día festivo. El espectáculo ofrece a menudo las prácticas locales que son culturalmente inaceptable o controversial donde el aire episodios, hasta el punto que los showmakers han sido acusados de uso deliberado y excesivo de las imágenes de choque.

SINOPSIS

Madventures es un programa de viajes que rompe las barreras de entretenimiento televisivo. Dos mochileros sin miedo viajar por todo el mundo en una búsqueda para revelar los secretos más extraños y peligrosos del planeta.

La TV de la serie de comedia llena de acción no se trata de lugares de interés turístico. En cambio, el loco, pero ingenioso anfitrión Riku Rantala y su director siempre fiable y camarógrafo Tunna Milonoff; exploran los destinos más locos y extraños en todo el mundo con humor y actitud.

CADENA: Fue transmitida su segunda temporada por TRAVEL CHANNEL pero es una producción independiente finlandesa.

WEB : www.madventures.tv

Tabla 3 – Madventures Info

3.1.2 ALAN X EL MUNDO

GÉNERO: WEB Magazine de viajes en primera persona.

Origen: México.

Distribuidor:

AlanXElMundo.com

Creador: Alan Estrada



DESCRIPCIÓN: ALANXELMUNDO es UNA WEB magazine de viajes en primera persona que se concentra en la experiencia de países, lugares y servicios. Es presentado por Alan Estrada y su cámara personal. Alan es director y camarógrafo, viaja por todo el mundo a explorar y probar hoteles, espectáculos y gastronomía.

SINOPSIS

Alan X El mundo es un VLOG (video blogger) un diario de viaje audiovisual WEB donde Alan Estrada viaja por Diferentes Países del Mundo conociendo lugares urbanos y rurales y probando hoteles y gastronomía local.

CADENA: Fue transmitida su segunda temporada por TRAVEL CHANNEL pero es una producción independiente finlandesa.

WEB : www.alanxelmundo.com

Tabla 4 – Alanxelmundo Info


3.1.3 DIARIO DE VIAJE	
<p>GÉNERO: WEB Magazine de viajes en primera persona.</p> <p>Origen: México.</p> <p>Distribuidor: AlanXEIMundo.com</p> <p>Creador: Alan Estrada</p>	
<p>DESCRIPCIÓN: Los países que conforman Latinoamérica son tan hermosos como espectaculares, y la calidez humana que los caracteriza, se hace patente al primer contacto. La majestuosidad de sus escenarios naturales, sus ciudades antiguas y modernas, así como la diversidad de sus pueblos étnicos, proyectan la riqueza de cada país. Los países que conforman la ruta de este viaje son: Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, Paraguay, Perú, Colombia, Panamá y Costa Rica.</p>	
<p>SINOPSIS Diario de Viaje con Damián Alcázar te invita a recorrer diversos países de Latinoamérica en 13 episodios para conocer variadas tradiciones y costumbres, descubrir gastronomías, música y bailes típicos, además de maravillarnos con lugares arqueológicos que son patrimonio cultural de la humanidad.</p>	
<p>CADENA: Fue transmitido por CANAL 11 MÉXICO y es una producción del mismo.</p>	
<p>WEB : http://www.oncetv-ipn.net/diariodeviaje/</p>	

Tabla 5 – Diario de Viaje Info

CAPÍTULO IV – EL PORTAL TRANSMEDIA

4.1 Un Mapa en La Kabeza - El portal Transmedia

La necesidad de una multiplataforma 3.0 eje y soporte de varios productos mediáticos que sea un punto de unión, interacción y conversión, es requisito para cualquier producto web digital en la actualidad ya que es un terreno relativamente amplio y nuevo que requiere constante experimentación.

Una casa virtual que albergue información y contexto del producto final y que además sea punto de partida de otras interacciones de entretenimiento y comerciales alrededor del concepto, tanto virtuales como físicas.

Un Mapa en la Kabeza Es un colectivo de viajeros que promueve el arte, cultura y ancestralidad de los diferentes pueblos, nacionalidades y tribus urbanas alrededor del Ecuador; por medio de una plataforma WEB – MULTIMEDIA.

El portal ***www.unmapaenlakabeza.com*** es una ventana de medios: ESCRITO, RADIAL & WEB TELEVISIVO, al servicio de las comunidades en el Ecuador y esperamos a futuro el de Latinoamérica.

Es un equipo de producción artística audiovisual y musical, basada en el trabajo colectivo colaborativo. Utiliza el espacio web como un punto de intervención y difusión para generar un intercambio cultural, virtual y vivencial mediante la creación de distintos productos multimedios digitales.

Pretende contribuir socialmente al desarrollo del país a través del apoyo audiovisual y comunicacional a comunidades indígenas, afroamericanas y mestizas mediante prácticas sustentables de turismo y eventos que protejan el patrimonio natural, cultural y ancestral, impulsando las economías locales.

Un Mapa en la Kabeza es una plataforma WEB también una actividad alrededor del arte y la cultura de intercambio y apoyo de generación de ideas a proyectos sociales y artísticos.

Los principios que fundamentan las acciones del El colectivo Un Mapa en la Kabeza - Culturas Híbridas, y que se quieren transmitir al mundo son:

- Valoración de las culturas ancestrales.
- Defensa del patrimonio natural.
- Economía Solidaria.
- Relaciones Interculturales.
- Auto sustentabilidad

4.1.1 Como nace

El colectivo UN MAPA EN LA KABEZA nace por la necesidad de una plataforma 3.0 de información, difusión e intercambio de actividades alternativas culturales, ancestrales, ecológicas, turísticas, medicinales y comunitarias. Además todas las manifestaciones y experiencias artísticas - culturales posibles, vinculadas al desplazamiento e interacción humanas en los viajes y la estadía en otros territorios.

El foco inicial del colectivo se centra en potenciar distintas actividades a través de la auto organización y gestión independientes, a partir de la materialización de audiovisuales, artículos escritos, galerías fotográficas, programas de radio y una serie web de docu-reportajes. Se pretende integrar a las diferentes comunidades por medio de espacios virtuales creadas con y para la autogestión y el trabajo colaborativo.

Un Mapa en la Kabeza productora audiovisual es gestora de los proyectos y propuestas desarrolladas entorno a la producción audiovisual. Un grupo de

profesionales con y sin título son la fuerza de trabajo detrás de los proyectos tangibles e intangibles.

• Quienes conforman:	
• Paul Proaño	Realizador Audio Visual
• Alejandro Villagómez	Comunicador
• Jhonnatan Gonzáles	Sonido directo y posproducción
• Silvana Olalla	Producción escénica
• Paul Latorre	Diseñador Grafico
• Oscar Karanki	Gestor Turístico & Cultural

Tabla 6 – Miembros del Colectivo

4.1.2 Alianzas Estratégicas

Las acciones ejercidas mediante la autogestión de investigación y producción ha permitido crear alianzas con las diferentes organizaciones, fundaciones, comunidades y la empresa privada en distintas regiones del Ecuador. Estas alianzas han generado ya un intercambio de servicios, conocimientos culturales y tecnológicos, que son el principal motor del posicionamiento del colectivo.

• PARQUE ETNOBOTÁNICO OMAERE
• YANACocha REFUGIO DE VIDA SILVESTRE
• RESERVA TAMANDÚA.
• JUNTA PARROQUIAL DE BOLÍVAR - ESMERALDAS.
• .COMUNIDAD KICHWA TZAWATA - NAPO.
• COMUNIDAD PAQUIESTANCIA - CAYAMBE.
• COMUNIDAD "CADENA", LA ESPERANZA - IBARRA
• FLOR DE CANELA LODGE.

Tabla 8 – Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas permitieron que personas de otras provincias del país se unan al Colectivo y su fin común. Personas de otras nacionalidades y pueblos aborígenes miembros del colectivo son ejes estratégicos posicionados cerca a lugares de altísima influencia turística. El Colectivo UN MAPA EN LA KABEZA – CULTURAS HÍBRIDAS tiene miembros fundadores en las provincias de Imbabura, Napo y Pastaza.

CAPÍTULO V – EL PRODUCTO

5.1 MONKEY TRIPS: Una propuesta de viajes digital 3.0.



Tabla 7 – Portada Producto

5.1.1 Sinopsis

Un viajero (Paul Ramón 27 años), solo o con amigos, recorre las 4 regiones del Ecuador en viajes de mochila improvisados. Durante su viaje nos muestra historias de gente que va conociendo en su camino, además de nuevas propuestas turísticas ecológicas, ancestrales, comunitarias y alternativas.

5.1.2 FICHA TÉCNICA

TÍTULO DEL PROYECTO: MONKEY TRIPS
GÉNERO: SERIE WEB DOCUMENTAL DE VIAJES DE AVENTURA POR ECUADOR con un toque interactivo.
TARGET: Hombres y mujeres de 25 a 40 años de edad de un nivel sociocultural MEDIO-ALTO.
EPISODIOS: Minitemporada de 15 (SEIS) capítulos de 8 a 10 minutos.
DIRECCIÓN & PRODUCCIÓN: Paul Proaño
TIEMPOS DE PRODUCCIÓN: <ul style="list-style-type: none"> * PREPRODUCCIÓN * PRODUCCIÓN (15 CAP) 2 SEMANAS * POST PRODUCCIÓN Y ESTRENO, (1 CAP) CADA semana, a partir del 22 de Mayo. (15 CAP) EN 4 MESES.
FORMATO: Programa pregrabado en HD NTSC 16:9 color.

Tabla 8 – Ficha Técnica

5.1.3 Propuesta Argumental

La serie WEB en desarrollo es una guía audiovisual de viajes con toques de interactividad que permite YOUTUBE. La serie tiene un personaje conductor en todos los capítulos quien solo o con distintos viajeros recorren el Ecuador buscando historias y visitando lugares vinculados al turismo ecológico, ancestral, cultural y comunitario. La serie no es en sí dramática, en su lugar es descriptiva, analítica y publicitaria. Los beats de drama, los dan la espontaneidad de obstáculos que encuentren durante el viaje los personajes conductores, la gente que

aleatoriamente conozcan en el camino y el riesgo de las actividades deportivas o activas de un viaje de mochila.

La Serie de Docureportajes muestra también al mundo la cosmovisión de las múltiples etnias – comunidades y la relación sustentable que guardan con su entorno natural y la naturaleza, contrastándola con la cultura occidental durante las experiencias de ciudadanos o campesinos sudamericanos y la influencia mediática extranjera con la que les formó su cultura. La evidencia de hibridaciones culturales funcionales o dotadas de nuevos usos o significados (Canclini, 1990) son fundamentales a la hora de escoger los temas o los contenidos.

Cada capítulo tiene en promedio de 10 a 12 minutos, los cuales están conectados mediante links a otros capítulos o complementos del mismo durante el transcurso de la reproducción del video. Así también botones de llamada a la acción que interactúan con redes sociales o suscripciones a la página, canales on-line de video o audio y publicidades relativas al tema o lugar del capítulo.

El usuario dispone de una guía audiovisual que comprende desde tips de cómo llegar a cada ciudad o lugar, hasta trasladarse dentro de ella y las actividades relacionadas al objetivo de la serie, opciones gastronómicas, hoteleras y valoraciones de las mismas.

El elemento funcional más importante recae en la información y preparación que pueda adquirir el usuario a partir de visualizar la experiencia que matienen los personajes guía. Otro elemento importante radica en el ejemplo y mensaje de autosustentibilidad y riqueza no material que muestran muchas de las comunidades y personajes tratados en la serie.

El tema central de la serie web es el sentir humano a través del viaje. Cómo el desplazamiento humano por el espacio geográfico de una pequeña nación, permite autoconocernos en distintas facetas del sentir y pensar de humanos, de diferentes culturas, etnias, razas y comunidades.

Así también como las consecuencias inevitables de un viaje son el intercambio cultural en pro de aprender cosas nuevas que mejoren nuestra calidad de vida. La experiencia y difusión de tradiciones ancestrales, en pro de ser expuesta como una alternativa de vida, armonía y salud desde el individuo hacia el planeta.

El cambio que puede tener el espectador-visitante al entender los elementos de las distintas cosmovisiones aborígenes, es generar una conciencia de cuidado y preservación del humano y La Tierra.

La expectativa para la serie WEB, es ser un medio de promoción de nuevas rutas turísticas en conjunto con las herramientas tecnológicas gratuitas actuales. Un portal al servicio de los microemprendimientos y los usuarios de información e interactividad en cada capítulo, obteniendo en la vida real un nexo con la comunidad que oferte turismo.

El usuario genera una mayor asimilación de la Información y el aprendizaje desde la experiencia del elegir las actividades a realizar en el destino mostrado. Paralelo al video se busca generar para el usuario un espacio 3.0 que complemente la experiencia y le permita, satisfacer y despejar sus dudas e incertidumbres antes de viajar a estos lugares.

Además, se busca con esta serie WEB articular un discurso narrativo - social que derribe fronteras, primero entre el usuario y los personajes que aparecen en la serie y luego entre pueblos, países, regiones y todo tipo de líneas y divisiones imaginarias.

Además evidenciar la exageración, generalización de los medios masivos informativos, contrarestando el estado de paranoia, miedos y prejuicios hacia la acción de viajar; y desplazarte en el mundo como fomenta el sistema occidental capitalista.

Uno de los métodos para este derribe de fronteras son el uso de un lenguaje espontáneo e informal, así como el uso y aplicación de géneros narrativos cinematográficos, televisivos, web y periodísticos.

5.1.4 Tratamiento

En sus aspectos generales, la composición estética narrativa de cada capítulo, está basada en la espontaneidad de un viaje improvisado y de aventura. Se busca un estilo que combine la narración en primera y tercera persona con un look de video improvisado; Casero o de Celular, sin trípode.

La atmósfera de las escenas depende de las condiciones geográficas o las regiones del Ecuador, el clima, el contexto cultural donde se encuentren y la espontaneidad del momento.

Los personajes conductores y/o narrador emiten un juicio sobre lo que están conociendo y explorando. El periodismo se fusiona con el cine documental.

El empleo de las cámaras y el sonido son manejadas mayoritariamente por el personaje conductor aunque quienes lo acompañan también graban. La cámara posee 4 estilos:

- En el primero busca narrar y graficar las acciones del conductor; además de los personajes que el conductor vaya acompañado o conozca durante el viaje.
- El segundo es narrar y graficar los lugares y el contexto usando planos generales, gran angulares y timelapses.
- El tercero es el “selfie” que narre y grafique con la opinión subjetiva antes, durante y después de una acción o actividad.

- El cuarto, La cámara también grafica los lugares y sus contextos con planos generales y timelapses.

5.1.5 Montaje

Cada documental sería una interacción de montaje conceptual a partir del sonido directo, música diegética y/o extradiegética. Existen dos recursos narrativos que coexisten entre sí, pueden ser independientes y pueden ser complementarios:

El primero, el de selfie; que generay acentúa la experiencia interactiva en primera persona, además de brindar información que haga avanzar la historia y el objetivo de cada capítulo.

El segundo, el de las imágenes subjetivas grabadas por cada miembro del grupo o amigos del personaje presentador, armadas con audios de ambiente y diálogos que conceptualicen una idea determinada apoyada en música diegética y/o extradiegética.

Estos dos últimos estilos de montaje enfatizan los objetivos de describir, brindar información, analizar y documentar un viaje improvisado.

Se da prioridad a tomas grabadas con movimientos dinámicos y hasta bruscos para contextualizar o presentar lugares. Imágenes shock o contrastes culturales del lugar son aprovechados para dar una nueva idea del lugar sin salirnos de su contexto cultural establecido.

5.1.6 Imagen y Sonido

Uso de Cámara

El propósito de las cámaras es transmitir al espectador todas las sensaciones y experiencias que obtengan el personaje conductor y quienes lo acompañan mientras se desplazan o realizan actividades de aventura. Así también, poder transmitir las ideas y sensaciones de las historias, personajes y paisajes que se encuentran en sus viajes.

El uso de cámaras de acción portables *GoPro* en el cuerpo de los personajes conductores o los personajes guías de un determinado pueblo, son indispensables para transmitir la experiencia en primera persona en deportes de aventura y acuáticos. Además el rango de captura de estas cámaras es de 170° lo cual permite tener una visión amplia en lugares estrechos.

El uso de estas y lentes gran angulares, sumado a una estética tradicional cinematográfica con cámaras video HD handycam marca Sony, conforman la estética visual y narrativa de los documentales.

El uso de un Ipod es indispensable tanto en video como en Audio. Estos dispositivos móviles tienen la ventaja de brindarnos cámara HD de 6 MP y el acceso a aplicaciones audiovisuales que pueden enriquecer la narración y estética de la Serie Web. Videos Full HD, fotos, time-lapses, monitor para GoPro.

Tratamiento de Sonido

La atmósfera sonora es un 30% sonidos ambientales, música intradieгética y extradieгética, que dan contexto a la región donde se encuentra la ruta o el lugar donde se encuentra los personajes conductores. El 50% restante es el sonido original directo que incluye las voces de quienes nos guían por la comunidad. El

20% corresponde a el montaje conceptual y de transición entre una escena o secuencia.

5.1.7 Paleta de Colores



Tabla 9 – Paleta de Colores

5.1.8 Logo



Tabla 10 – Logo

5.1.9 Lanzamiento

El lanzamiento está segmentado en dos partes, el lanzamiento del capítulo 0 y el lanzamiento en sí de la primera temporada. El lanzamiento del capítulo 0 y la temporada se realizará en la página web “unmapaenlakabeza.com”, mediante una campaña de expectativa web de 2 semanas. Así como en la página de facebook.



Tabla 11 – Página web

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Un Mapa En la Kabeza'. The page header features a profile picture of a stylized head with a map, a cover photo with the text 'Un Mapa En la Kabeza' and 'Sito web de atracciones locales/viajes', and navigation buttons for 'Ver video', 'Te gusta', 'Mensaje', and a menu icon. Below the header are tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Más'. The main content area includes a search bar, a post creation prompt 'Escribe algo...', and a post from 'Un Mapa En la Kabeza' in 'Centro Histórico Quito' dated May 3, 2016. The post text reads 'SE VIENE PRÓXIMAMENTE...!! Espéralo cuando menos lo pienses,,!!! unmapenlakabeza.com' and features a video player showing a website interface. The right sidebar displays statistics for the week: 440 reach, 47 interactions, 2 video views, 0 clicks, and 0 responses. A 'Reciente' section lists the years 2016 and 2015. The bottom of the page shows '177 personas alcanzadas' and a 'Promocionar publicación' button.

Tabla 12 – Página de Facebook

5.1.10 El personaje conductor


El personaje conductor	
<p>GÉNERO: WEB Magazine Documental de viajes en primera persona.</p> <p>Origen: Ecuador</p> <p>Distribuidor: www.unmapaenlakabeza.com</p> <p>Creador: Paul Proaño</p>	
<p>DESCRIPCIÓN: PAUL RAMÓN, 28 años, Productor Audiovisual, fotógrafo, diseñador multimedia, viajero empedernido y músico improvisado. Ha realizado cortometrajes de ficción, documentales, reportajes y ha trabajado en canales de TV. Se encuentra en fase de post-producción de su primer Largometraje Documental "MAR DE NUBES".</p>	
<p>Es un presentador que se representa a si mismo a través de un personaje viajero multifacético y multioficio. Le toca resolver sus situaciones de viaje durante los últimos 11 años y se ha creado a si mismo a través de experiencias de viaje.</p>	

Tabla 13 – El personaje conductor

5.1.11 Equipo de Producción (crew)

Dirección, Producción & Realización:	Paul Proaño.
Cámaras:	Jonnathan Gonzáles, Giussepe Escobar, Gabriela Molina y Paul Ramon.
Montaje:	Paul Ramon.
Asistentes de Montaje:	Milton Manobanda, Alejandro Villagómez, Andrés Loja.
Postproducción y Color:	Paul Ramon.
Diseño Gráfico & Multimedia	Paul Latorre, Andrés Vinueza, Paul Ramon.

Tabla 14 – Equipo de Producción

5.2 La estructura de la serie

Hemos dividido la serie primero en regiones y luego en minitemporadas. Cada minitemporada, está dada por un capítulo 0. Pueden existir algunas minitemporadas dentro de una misma región.

5.2.1 Minitemporadas

Las minitemporadas son conjuntos de 8 a 15 capítulos sobre determinadas poblaciones, lugares o ciudades dentro de una misma región. Una minitemporada está dada a veces por el hilo conductor de un solo viaje en que se recorre múltiples lugares. A veces está dado por algunos capítulos grabados en distintas veces, pero que guardan una relación.

5.2.2 Minitemporada No.1 Amazonía

La minitemporada para este trabajo de titulación está comprendida dentro de la región Amazónica. Se recorren las ciudades de Puyo, Tena, Misahuallí y Archidona, así como sus alrededores, buscando historias y atractivos turísticos.

Esta minitemporada es iniciada por un capítulo 0, o capítulo núcleo. Del cual se desprenden algunas posibilidades interactivas tanto de otros videos como de contenido multimedia. Este capítulo 0 es una base para que la serie funcione tanto en sentido lineal como no lineal, ya que cada capítulo está pensado para funcionar independientemente como unidad.

5.2.2.1 Sinopsis minitemporada No.1

Paul Ramón aprovecha el feriado de fin de año para junto a sus amigos Giuseppe y Diente, hacer un viaje de autostop a la amazonía para conocer Puyo, Tena, Misahuallí y Archidona.

5.2.2.2 Capítulos de la minitemporada No.1

Cap 0. Como viajar gratis a la amazonía.

Paul Ramón junto con 2 amigos, Diente Y Giuseppe emprenden desde Quito un viaje a la amazonía jalando dedo. Dan tips de cómo lograrlo hasta llegar a Archidona, donde tienen problemas para avanzar. Durante el trayecto del viaje hay puntos de interactividad que conducen a otros lugares.

Cap 1. Que hacer si jalas dedo y no te llevan

Paul Ramón y sus 2 compañeros de viaje están en las afueras de Archidona varados. No pueden avanzar porque están mal situados, unos pequeños tips nos pueden hacer salir de ese problema. Avanzan hasta Pto. Napo pero está empezando a caer la noche. La música les ayuda a avanzar un poco y finalmente llegan a Puyo.

Cap 2 Puyo, La puerta a la sabiduría amazónica.

Paul Ramón y sus amigos llegan en la noche a Puyo, se topan con Gaby una nueva amiga que les esperaba allá. Al otro día, mientras caminan haciendo música en la ciudad, describen el Puyo que ven y recuerdan sus datos principales. Termina recorriendo un paseo turístico gratuito, donde encuentran al final de un parque los principales árboles amazónicos medicinales, que difunden conocimientos científicos de medicina natural ancestral.

Cap. 3 Omaere, el parque de la sanación.

Paul y sus amigos hacen el recorrido de las plantas en el parque Omaere, los guías les enseñan sobre tradiciones shuar y waorani. Luego de visitar el parque van con destino a Indichuris a 40min de Puyo. Giuseppe se despide, viaja a Palora. Se van para el terminal a coger un bus por que está tarde, les informan mal y se pierden.

Cap. 4 Indichuris

Es 31 de Diciembre Paul y sus amigos están perdidos al intentar llegar a Indichuris, llueve pesadamente. Se encaminan bien pero les coge la noche. No logran dar con el Shaman a quien Diente les llevaba a visitar. se instalan en unas cabañas ecológicas y salen a despedir el año.

Amanece y visitan a la cascada Hola vida como un ritual de inicio de año. Terminan el día visitando el mirador Indichuris.

Cap. 5 Indichuris 2

Paul y sus amigos visitan el mirador Indichuris, entran a las cavernas y juegan en el columpio. Visitan ríos y animales. Pasan la última noche en unas cabañas mega rústicas sin luz. Vuelven a Puyo en una volqueta, no tienen dinero. Acuden a restaurantes a ver si consiguen dinero.

Cap. 6 La despedida en Puyo, canela lodge y la sorpresa ancestral.

Llegan a Puyo desde Indichuris en una volqueta, no tienen dinero, van a restaurantes y consiguen dinero para hospedaje, comida y cerveza y un contrato musical para el día siguiente en una fiesta comunal.

Al día siguiente todo sale mal, se les pierde la llave del hotel, se rompen las cuerdas de la guitarra, el dinero escasea. Sienten que es el momento de regresar. Paul decide quedarse junto a Gaby, quieren conocer mucho más todavía.

Paul consigue que Canela Lodge apoye el proyecto UN MAPA EN LA KABEZA y se hospedan por dos días más. Vuelven al parque OMAERE y coinciden con que al día siguiente, se llevará una ceremonia de Guayusa a las 4 AM.

Cap. 7 La Guayusada Shuar

Paul y Gaby madrugan a las 4am y se dirigen a un ritual de Guayusa en el parque OMAERE. El ritual empieza y es dirigido por Cris Canaday, un biólogo estadounidense que conoce de cerca a los nativos.

Un Shuar, un portugués, un gringo y dos quiteños son parte del ritual hasta el amanecer donde terminan con un vómito que les deja renovados.

Se despiden de Puyo, Gaby ha contactado con un amigo en TZAWATA, una comunidad Kichwa entre Puyo y Tena, toman un bus hasta allá.

Cap. 8 Tzawata, la tortuga que se niega a morir.

Paul y Gaby llegan a TZAWATA, Modesto, un nativo KICHWA les hospeda en su casa para enseñarles la vida tradicional de las comunidades KICHWAS, coinciden con las fiestas de la comunidad.

Al día siguiente madrugan para acompañar a las mujeres de la comunidad a preparar los alimentos para las celebraciones, mientras trabajan beben también guayusa pero con un fin energético más que limpiador.

Prueban distintas clases de chicha desde tempranas horas de la mañana, las mujeres reparten por todo el pueblo chicha a los invitados. Danzas nativas, comida y deportes son las diversiones de sus fiestas.

Al día siguiente hacen rafting hasta llegar a vistar la piedra sagrada de los petroglifos.

Cap. 7 Tena, ciudad canela

Cap. 8 Misahuallí, el 1er puerto amazónico

Cap. 9 Visitando caimanes en la noche.

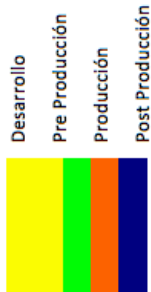
Cap. 10 El gigante amazónico que calma tus penas con un abrazo.

Cap. 11 Archidona, la antiquísima ciudad ecuatoriana.

Cap. 12 Cotundo, el amazónico valle sagrado

5.3 Calendario

CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES



		Noviembre 2015						Dic. 2016 ▶
◀ Dic. 2016	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Vie	Sáb		
		Configuración de la página WEB y primeros experimentos.	1 Configuración de la página WEB y primeros experimentos.	2 Configuración de la página WEB y primeros experimentos.	3	4 Escritura de conceptos generales del concepto de la serie.	FODA	
6	7 SINOPSIS ARGUMENTO OBJETIVOS	8 Inicio del Desarrollo de libro de producción, conceptos iniciales.	9 Inicio del Desarrollo de libro de producción, conceptos iniciales.	10 Desarrollo de libro de producción, conceptos estéticos	11 Desarrollo de libro de producción, conceptos estéticos	12		
13	14 Primer libro de producción guí	15	16 Diseño del logo UN MAPA EN LA KABEZA	17 Diseño del logo UN MAPA EN LA KABEZA	18 Desarrollo del facebook de UN MAPA EN LA KABEZA Y página web	19 Desarrollo del facebook de UN MAPA EN LA KABEZA Y página web		
20	21 Desarrollo de contenido escrito. Artículos de viaje.	22 Desarrollo de contenido escrito. Artículos de viaje.	23 Desarrollo de contenido escrito. Artículos de viaje.	24 Inicio edición Primer teaser de la serie WEB.	25 Edición Primer teaser de la serie WEB	26 Edición Primer teaser de la serie WEB		
27	28 Edición Primer teaser de la serie WEB	29 Estreno primer teaser serie web en la página web.	30	Notes:				

Diciembre 2015						
Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
		1 Reunión de Preproducción Crew.I	2 Investigación Amazonía	3 Investigación Amazonía	4 Investigación Amazonía	5 Investigación Amazonía
6	7 Investigación Amazonía	8 Investigación Amazonía	9 Desarrollo de guiones y escaletas.	10 Desarrollo de guiones y escaletas.	11 Desarrollo de guiones y escaletas.	12 Desarrollo de guiones y escaletas.
13	14 Desglose de guiones y gastos de producción..	15 Sondeo, Cálculos e investigación de costos.	16 Sondeo, Cálculos e investigación de costos.	17 Desglose de guiones y gastos de producción.	18	19 Reunión crew de rodaje y diseño de producción.
20	21 Desarrollo diseño de producción	22 Desarrollo diseño de producción	23 Desarrollo diseño de producción	24 Desarrollo diseño de producción	25 Desarrollo diseño de producción	26
27	28	29 Inicio de rodaje. Viaje jalando dedo a la amazonía. Destino Puyo. Paso por archidona, tena y el Capricho.	30 Rodaje Puyo	31 Rodaje Puyo		

AÑO 2016

Enero 2016							Feb 2016 ▶
◀ Dic 2015	Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
						1 Rodaje Puyo	2 Rodaje Puyo
3 Rodaje Puyo	4 Rodaje Tzawata	5 Rodaje Tzawata	6 Rodaje Tzawata	7 Rodaje Tzawata	8 Rodaje Misahualli	9 Rodaje Misahualli	
10 Rodaje Misahualli	11 Rodaje Misahualli	12^f Rodaje Tena	13 Rodaje Tena	14 Rodaje Tena	15 Rodaje Tena	16 Rodaje Archidona	
17 Rodaje Archidona	18 Rodaje Archidona	19	20	21 Revision del material.	22 Revision del material.	23 Revision del material.	
24	25 Revision del material.	26 Revision del material.	27 organizacion del material en el software de edición	28 organizacion del material	29 organizacion del material	30 Primeras estructuras en línea de tiempo.	
31	Notes:						

Febrero 2016							Mar 2016 ▶
Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	
	1 Primaeras estructuras en línea de tiempo.	2 Primaeras estructuras en línea de tiempo.	3 Edición	4 Edición	5 Edición	6	
7	8 Prperoducción final para Paquiestancia y La Rinconada y la Esperanza.	9 Prperoducción final para Paquiestancia y La Rinconada.	10 Prperoducción final para Paquiestancia y La Rinconada.	11 Prperoducción final para Paquiestancia y La Rinconada.	12 Producción Paquiestancia	13 Producción Paquiestancia	
14 Producción Paquiestancia	15 Producción Paquiestancia	16 Producción La ríconada	17 Producción La Rinconada	18 Producción La Rinconada	19 Producción La Rinconada	20 Producción La Esperanza	
21 Producción La Esperanza	22 Producción La Esperanza	23 Producción La Esperanza	24	25	26	27	
28	29	Notes:					



Marzo 2016						
Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
		1 Revisión del material.	2 Revisión del material.	3 Revisión del material.	4 Revisión del material.	5 Revisión del material.
6	7 organización del material en el software de edición	8 organización del material en el software de edición	9 Primeras estructuras en la línea de tiempo.	10 Primeras estructuras en la línea de tiempo.	11 Primeras estructuras en la línea de tiempo.	12 Edición
13	14 Edición	15 Edición	16 Edición	17 Edición	18 Edición	19 Edición
20	21 Preproducción Manabí y Esmeraldas	22 Preproducción Manabí y Esmeraldas	23 Preproducción Manabí y Esmeraldas	24 Rodaje Viaje jalando dedo con destino a El Carmen	25 Rodaje La Manga del Cura	26 Rodaje La Manga del Cura
27 Rodaje La Manga del Cura	28 Rodaje Pedemales	29 Rodaje Pedemales	30 Rodaje Portete	31 Rodaje Portete	Notes:	

Mayo 2016							Jun 2016 ▶
Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	
1	2 Diseño y montaje interactivo Edición	3 Diseño y montaje interactivo Edición	4 Diseño y montaje interactivo Edición	5 Diseño y montaje interactivo Edición	6 Diseño y montaje interactivo Edición	7 Diseño y montaje interactivo Edición	
8	9 Campaña de expectativa Edición	10 Campaña de expectativa Edición	11 Campaña de expectativa Edición	12 Campaña de expectativa Edición	13 Campaña de expectativa Edición	14 Campaña de expectativa Edición	
15	16 Campaña de expectativa Edición	17 Campaña de expectativa Edición	18 Campaña de expectativa Edición	19 Campaña de expectativa Edición	20 Campaña de expectativa Edición	21 Campaña de expectativa Edición	
22 ESTRENO	23 Edición PGRM 02	24 Edición PGRM 02	25 Edición PGRM 02	26 Edición PGRM 02	27 Edición PGRM 02	28 Edición PGRM 02	
29	30	31	Notes:				

5.4 PRESUPUESTO

MONKEY ROADS - MINI TEMPORADA AMAZONIA							
ITEM	DESCRIPCIÓN	CAPITULOS	CANTIDAD	COSTO POR CAPITULO	COSTO POR TEMPORADA	IVA 12 %	TOTAL
INVESTIGACIÓN & PREPROD.							
INVESTIGADOR #1	Por temporada (15 días)	12	1	150,00	800,00		800,00
Guion/escaleta	Por temporada (15 días)	12	12	50,00	600,00		600,00
SUBTOTAL							1.400
PRODUCCIÓN							
Director	Por temporada (15 días)	12			900,00		900,00
Productor de General y de Campo	Por temporada (15 días)	12	1		800,00		800,00
Asistente de Producción	Por temporada (15 días)	12	1		500,00		500,00
TRANSPORTE & ALIMENTACIÓN	Por temporada (15 días)				1.200,00		1.200,00
SUBTOTAL							3.400
FOTOGRAFIA - SONIDO							
Director de Fotografía (Cámara 1)	Por temporada (15 días)	12	1	25,00	600,00		600,00
Sonidista	Por temporada (15 días)	12	1	25,00	500,00		500,00
SUBTOTAL							1.100
POSPRODUCCIÓN							
Editor	Por capítulo	12	1	80,00	960,00		960,00
Posproductor sonido	Por capítulo	12	1	80,00	960,00		960,00
Posproductor de video & Diseñador Gráfico	Por capítulo	12	1	80,00	960,00		960,00
SUBTOTAL							2.880
DIFUSIÓN							
Desarrollador WEB & Community Manager	MENSUAL	12	1		400,00		365,00
Plataforma Online y mantenimiento anual	ANUAL		1		150,00		150,00
SUBTOTAL							515
TOTAL							9.330

Tabla 15 – Presupuesto

CAPÍTULO VI - CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

Durante la convivencia de investigación y rodaje con las comunidades KICHWAS TZAWATA y LA RINCONADA, en la amazonía y sierra respectivamente, se pudo determinar que existe ya organización, trabajo y consciencia de desarrollo alrededor de las actividades turísticas, a pesar que son emprendimientos relativamente nuevos. La autosustentabilidad es un termino que manejan en sus diario vivir aplicado directamente a la producción de agroalimentos.

Según palabras y experiencias generales de sus autoridades, existe mayor oferta y demanda de turismo en sus comunidades actualmente. El esfuerzo y trabajo en comunidad está permitiendo el desarrollo de emprendimientos que circundan el turismo y sus prácticas, así como el internet. Esta evolución está basada en el reflejo y actitud tomada del éxito de ofertas turísticas de otras comunidades aledañas que conocen bien sus habitantes y que son prácticamente cercanas.

Como dato interesante y común a todos los emprendimientos visitados, investigados y rodados, es que todos se quejan de la falta de publicidad para ellos, así como la persona con los conocimientos que les permita realizar esas actividades que desde luego saben que les generará más entradas.

La tecnología juega un papel fundamental a la hora de acercar a proveedores y consumidores de viajes y turismo. Esta será la base indiscutible de acercamiento personalizado en el futuro, en la que el turismo con fines comunitarios tenga su base y su vía de contacto.

Las herramientas digitales se han abaratado lo suficiente como para aprovecharlas para los sectores más necesitados. Los microemprendimientos de toda índole incluyendo y resaltando el turismo necesitan ser publicitados y difundidos. Existen muchos microemprendimientos e ideas que no pueden surgir

por causas de apoyo económico aplicado a un correcto manejo comunicacional audiovisual.

Es el internet entonces por su fuerza de propagación, la mejor opción para contenidos transmedia enfocada en la interactividad, que apoyen estos emprendimientos. Está también el futuro de la TV, asociado al concepto de interacción online por lo que cualquier producto transmedia pensado para web puede aplicarse a TV convencional o TV digital interactiva.

Según diversos estudios internacionales, no cabe duda de que la demanda de servicios de viajes y relacionados, continuará aumentando progresivamente en el futuro hasta 2030. Se calcula que los turistas en 2030 llegarán a 1800 millones de turistas a nivel mundial (Future Foundations, 2015). El trasfondo de unas condiciones geopolíticas y sociales rápidamente cambiantes inmersas en los procesos de globalización puede influir en el turismo mundial.

Es el turismo comunitario una posibilidad de solución a la pérdida de identidad de las comunidades aborígenes, amenazadas por la globalización, es el apoyo y fomento de la actividad turística en la comunidad.

6.2 Bibliografía:

- Aulestia, Ana (2013) *El periodismo Gonzo como Contracultura*,
-Análisis de los textos “El Derby de Kentucky” y “Miedo y Asco en las Vegas”.
Recuperado de
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8195/T-PUCE-5762.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aznarte, J (2007) *El Documental Posguerra*
http://www.agifreu.com/v_angles/com_audiovisual/documental/4_postguerra.pdf

- Berners-Lee, T. & Miller, E. (2002) “*The Semantic Web lifts off*”.
Recuperado de
http://www.ercim.org/publication/Ercim_News/enw51/berners-lee.html

- Carrera, K. (2012) *Estudio del Turismo comunitario de acuerdo a las agencias de la ciudad de Quito*. Recuperado de
<http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/436/1/ESTUDIO%20%20DEL%20TURISMO%20COMUNITARIO%20DE%20ACUERDO%20A%20LAS%20AGENCIAS%20D.pdf>

- Ceballos & Lascuráin (1993) *Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. Recuperado de
<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

- Coordinación General de Estadística e Investigación (2015) *PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO*. Recuperado de
<http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-junio-2015.pdf>

- De la torre (2010) *Revista Cuatrimestral del Instituto de Economía de la Universidad San Francisco de Quito*

http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika_005_006_articulo003.pdf

- Figueras, R. & Dunjó, G. (2013). *Producció i distribució multiplataforma*. Recuperado de <http://multimedia.uoc.edu/blogs/narrativa/es/uncategorized/multiplataforma-vs-transmedia-vs-crossmedia/>
- Fundación CODESPA, (2012): *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA*. Edición 2011
- FUSDA (2014) *El Turismo*. Recuperado de <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Future Foundation (2015) *Future Traveller Tribes 2030*.
- García, N. (1990) *Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. México.
- Henley centre headlight vision, Amadeus (2006): *Future Traveller Tribes 2020*. <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2020.pdf>
- Jiménez, H. (2013), *Ecoturismo: Oferta y Desarrollo Sistémico Regional*. Ediciones Bogotá
- Mathieson, A. y Wall, O. (1986): *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. Trillas, México.
- Ministerio de Turismo (2007) *Perspectivas del turismo ecuatoriano, tendencias mundiales y en el Ecuador turismo hacia el 2030*
- Morales, H (2006). *Turismo comunitario una nueva alternativa de desarrollo indígena*. Recuperado de <http://www.aulaga.info/archivos/documentos/cursoSostenibilidad/EcoturismoEcoTourEducaAulaga11.11.10.pdf>

-OMT, (2015) *Panorama del Turismo Internacional*. Edición 2015.

Recuperado de

<http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2015>

-Organización Mundial del Turismo. (2002) Recuperado de

http://www.unwto.org/regional/europe/PDF/SPEECHES/2002/Jaen%20_Spain_.pdf

-Santana, C. & Atiencia, M. (2014) *Turismo Comunitario Reflexiones*.

-Universidad de Murcia (2012) : *El Turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual*.

<http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>

-WWF Internacional, (2001): *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*.