

Construcción de la propuesta audiovisual de promoción turística infantil y lúdica "Mapi Club".

Nombre de los Autores:
Brito terreros Jhon Manuel
Chávez loor Solange Yamilié
Cortez sarmiento Henry Alberto
Nombre de la Directora del Proyecto de Titulación:
Msc. María Fernanda Miño Puga
Escuela de Diseño y Comunicación Visual
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
jhombrit@espol.edu.ec
sychavez@espol.edu.ec
hecortez@espol.edu.ec
mfmino@espol.edu.ec

Resumen

“Mapi Club, conociendo la ciudad desde casa” es una propuesta audiovisual lúdica, innovadora, divertida y creativa, dirigida a niños de ocho a catorce años de edad. El objetivo de los autores es proponer a la audiencia local y nacional un producto audiovisual que promueva en los niños el aprendizaje del turismo, usando en su elaboración los elementos técnicos que ofrece la tecnología actual, como es el caso de las animaciones y efectos visuales que armonizan la recepción de información por parte de los individuos.

En el desarrollo del presente proyecto se levantó información de lo que actualmente proyectan los medios de comunicación nacional. Un estudio minucioso que permitió al equipo de investigación identificar las falencias de la programación de los medios de comunicación social y a su vez proponer una posible solución. La propuesta se respalda en el análisis de mercado previamente realizado, el marco legal vigente en el Ecuador para temas comunicacionales y el marco teórico nacional e internacional que patrocina la importancia de que los medios de comunicación social proyecten a sus audiencias programas lúdicos infantiles.

Palabras Claves: audiovisual, lúdico, comunicación, aprendizaje, turismo, audiencia, infantil.

Abstract

“Mapi Club, knowing the city from home” is a playful, innovative, entertaining and creative audiovisual proposal, addressed to children from eight to fourteen years old. The authors’ aim is to propose to the local and national audience an audiovisual product that encourages the learning of tourism in children, using technical features that current technology them in its development, such as animations and visual effects, blending with the reception of the information by people.

In the development of this project, information about what the media currently exhibits was gathered. Through an analysis to the investigation group identified the shortcoming of television programming, but also proposes a possible solution. This proposal is supported by the market analysis done previously, the Ecuadorian current legal framework for communication topics, and national and international theoretical framework that supports the importance of which mass media projecting to people playful programs.

Keywords: audio-visual, playful, communication, learning, tourism, audience (people), infantile (children).

1. Introducción

Las producciones audiovisuales en Ecuador están reguladas por la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), bajo la supremacía de la Constitución de la República del Ecuador. El análisis realizado previo a la ejecución del presente proyecto audiovisual evidenció los escasos de programas lúdicos infantiles en la parrilla de programación de los medios de comunicación con cobertura nacional.

El presente proyecto audiovisual reúne condiciones atenuantes que promueven su ejecución, pues además de poseer respaldo normativo es una obra innovadora, lúdica, creativa y nacional. El target ha sido estratégicamente elegido por los autores, pues del análisis de mercado previamente realizado se concluyó que el grupo social que menos opciones audiovisuales nacionales y nacionales independientes tiene en la actual parrilla de programación son los menores de 10 a 15 años de edad.

La parrilla de programación que manejan, actualmente, los medios de comunicación debe ser modificada hasta antes del 2017, para cumplir el 100% de las disposiciones de la LOC. El presente proyecto tiene como objetivo presentar a la sociedad una obra audiovisual diferente, que fomente el aprecio por las costumbres locales y nacionales desde el turismo, haciendo uso de los recursos técnicos y audiovisuales vigentes.

2. Estado de la cuestión

2.1. Marco legal

El Estado ecuatoriano respalda el derecho a difundir y receptor información, prevaleciendo los contenidos informativos, educativos y culturales [2]. Las obras audiovisuales son creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas cuyo destino es ser mostradas por un aparato de proyección o un medio de comunicación (Ley de Propiedad Intelectual [LPI], 1998: 5). El contenido comunicacional que se difunda por dichos medios, deberá acogerse a la Ley Orgánica de Comunicación [LOC] [4].

Las obras audiovisuales permiten el ejercicio de las actividades artísticas según el artículo 22 de la Carta Magna [2]. Por ello, el Estado reconoce y garantiza la propiedad del mismo a través de la Ley de Propiedad Intelectual, y bajo la tutela del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual [IEPI] [9].

Los medios de comunicación audiovisual, de cobertura nacional, deberán transmitir al menos un 60% de producción nacional en la franja horaria "Apta para todo público", porcentaje que se alcanzará progresivamente hasta el 2017. Para el cómputo de

dicho porcentaje se deberá exceptuar el tiempo dedicado a la publicidad y a los servicios de televenta. A su vez, el 10% del porcentaje antes citado deberá corresponder a producciones audiovisuales independientes, es decir a obras de los productores de cine y producción audiovisual nacional acreditados por la autoridad competente [4].

El Ministerio de Turismo (Mintur) administra el desarrollo turístico de la provincia del Guayas a través de la Coordinación zonal cinco, jurisdicción compartida con Los Ríos, Península de Santa Elena y Bolívar [25]. El objetivo de esta es fomentar la participación del turismo en la economía nacional e impulsar al sector como potencial destino turístico. El Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), instrumento que establece directrices para que el Estado alcance el desarrollo social y económico del país, expone doce objetivos específicos [10], siendo el turismo parte de la renovación de la Matriz Productiva [35].

El objetivo uno del PNBV propone incrementar la producción nacional, con prevalencia en la innovación, tecnología y conocimiento [35]. El Objetivo cuatro tiene como finalidad promover el uso y difusión de los conocimientos generados en el país y, el objetivo diez propone el cambio de la matriz productiva diversificando la producción nacional por medio del uso de las nuevas tecnologías. La Carta Magna, en su artículo 380.7 valida lo antes citado, pues en ella se manifiesta que el Estado garantizará que los productos audiovisuales promuevan la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales [2].

Las normas vinculadas al turismo, la cultura y la niñez en el país constan en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) y el Código de la Niñez y adolescencia (CNAdo). El artículo 22 literal E del COPCI indica que el Estado ejecutará acciones específicas para fomentar y fortalecer los proyectos que impulsen la producción nacional, respetando los derechos de las personas, colectividades y naturaleza [3]. Por su parte, el CNAdo indica que es deber del Estado, la sociedad y la familia, en sus respectivos ámbitos, formular y aplicar políticas públicas y sociales que procuren el desarrollo integral del niño, niña y adolescente [8].

2.2. Marco teórico

Los medios de comunicación representan el poder de las grandes masas ciudadanas. El poder que recae sobre ellos se sustenta en el contenido que emiten. "Los medios masivos de comunicación no transmiten ideologías, sino que construyen en sí una ideología" [11].

Los individuos, desde la infancia, se acostumbran a la presencia de un emisor unilateral que dirige sus pasos. La televisión constituye el principal instrumento

de guía y de inspiración en el comportamiento individual, familiar y social de los niños [5]. La influencia que los medios de comunicación social poseen en las colectividades no solo tiene un trasfondo social sino también político (...) a su vez, quien controla el contenido que emiten los medios tiene garantizado el poder político en dicho segmento poblacional [11]

Sin embargo, gracias a la influencia que ellos ejercen en la sociedad, los medios deberían ofrecer contenidos que favorezcan el desarrollo de las personas dentro del respeto a sus costumbres, ideas y tradiciones [1]. Existe la latente necesidad de una verdadera alfabetización audiovisual de los niños, como forma de acceso al conocimiento [5]. Así, mediante la inclusión de programas educativos, los medios pueden transformar la sociedad a través de la enseñanza formal, utilizando a la televisión como medio de conocimiento [1]

El Estado debería formular políticas educativas que promuevan la divulgación del conocimiento a través de la televisión [1]. La formación de los estudiantes evitaría ser monótona y se fomentaría el análisis social desde los medios de comunicación masiva, considerándolos como herramientas didácticas, plurales e innovadoras [1]

La tecnología y la globalización permiten que los medios de comunicación puedan responder a las necesidades y a las demandas sociales [1]. La televisión dejaría de ser el negocio más importante de nuestra época [11] y el contenido que por ella se emite puede fomentar la revolución cultural de las grandes masas [11]

2.3. Análisis de mercado

En Guayaquil, existen siete medios televisivos con señal VHF (siglas en inglés de “señal alta”) Corporación Ecuatoriana de Televisión (Ecuavisa), Red Telesistema (R.T.S.), Teleamazonas, Canal UNO, Gama TV, TC Televisión y Ecuador Tv (ECTV) [38]. Por su naturaleza, están divididos en cuatro medios privados, dos incautados y uno público, citados respectivamente [7].

Analizar la oferta televisiva obliga a elaborar una parrilla general de un día ordinario de programación. Por razones de muestreo fueron considerados solo 5 medios de comunicación televisiva nacional: Ecuavisa, RTS, Ecuador TV, TC Televisión y Canal Uno. El día miércoles 5 de noviembre del 2014 se procedió a elaborar la parrilla de programación del día lunes 3 de noviembre del 2014.

La parrilla de programación estructuró la oferta diaria bajo intervalos de quince minutos. Los parámetros considerados para el análisis fue la

distinción de franjas horarias y clasificación de audiencia de acuerdo a la LOC (Familiar: de 06h00 a 18h00 horas con contenido “A”. Responsabilidad Compartida: de 18h00 a 22h00 horas, con contenido “A” y “B” y, Adultos: de 22h00 a 06h00 horas “A”, “B” y, “C”) y la clasificación (informativo, de opinión, formativo/ educativo/ cultural, entretenimiento, deportivos y publicitarios).

Como resultado de dicho proceso investigativo se concluyó que Ecuavisa presenta 14 producciones nacionales, de ellas 9 están distribuidas en horario familiar y 4 son de carácter formativo, educativo, cultural: las demás están repartidas en otras franjas horarias. RTS proyecta 10 producciones nacionales, de ellas 6 están organizadas en horario familiar y solo una es calificada como formativa educativa y cultural. Mientras que canal UNO muestra catorce producciones nacionales, nueve de ellos están ubicados en franja horaria familiar y cuatro son de carácter formativo, educativo y cultural

Tabla 1. Análisis de la oferta televisiva.

ECUAVISA	RTS	ECUADOR TV	TC TELEVISION	CANAL UNO	
6:00	Teletón al amanecer	EL DESPERTAR	DESPIERTAR	NOTICIERO UNO local	FAMILIAR CLASIFICACION A
6:30		EL DESPERTAR			
7:00	Contacto Directo	La Noticia Primera Emisión		Noticiario UNO Nacional	
7:30			EL NOTICIERO		
7:42	Teletón en la comunidad	ECUADOR TV NOTICIAS			
8:00				NOTICIERO UNO Local	
8:15			BEN INFORMADO		
8:30		LA NOTICIA EN LA COMUNIDAD			
9:00	EN CONTACTO	LA CASA DE MICKEY MOUSE		Los Contables Noticiario UNO	
9:30					
10:00		EL CLUB DE LA MAFIANA	DE CASA EN CASA	Mujeres	
10:30					
11:00	Lo que por el viento			MWV	
11:30	Por mi tierra	La mujer de Jada	ZONA 7		
11:45				FLIPPER	
12:00	MI corazón sigue		COBAZON APASIONADO RR		
12:30		Lo que callamos las mujeres		EL NOTICIERO II	
12:30			CAFETV	La Primera Rosa	
13:00	Teletón	La próxima Súper Modelo Americana		El programa de Campesinos Nacionales	
13:30			EL EQUIPO	Noticiario UNO Nacional	
14:00			ECUADOR TV NOTICIAS	Noticiario UNO Local	
14:30	Historia de la Virgen morena	VAMOS CON TODO	COBITA LINDA	Se lo dicho	
15:00	Divino Niño		EMBAJA		
15:30				Teletón	
16:00	Chicas y Chicos	Teletón	ZONA 7	ANGEL REBELDE RR	
16:30	Chicas	Lo que callamos las mujeres		Paradiseiro S.A.	
17:00	Discos	Cada quien en su caso	TELEVISION UNO	Teletón	
17:30				Otros Hitos	
18:00	Dragón ball 2		EL PRINCIPE DE LA FESTA	CALLE TV TEMPORADA	
18:30		Caso cerrado	EL PEOR DE LOS CASOS	Panora Rosa	
18:45	Comedia Anuncio		ECUADOR TV NOTICIAS	Noticiario UNO ESTELAR	
19:30	Apuro		LA ESCLAVA ISABELA	EL NOTICIERO III	
20:00	Teletón		COMIDAS EXOTICAS	ESTAS SECRETARIAS	
20:15				Shore Week 2014	
20:30			ECUADOR TV NOTICIAS		
20:45	Rastros De Mentiras			En Carne Propia	
21:00			LA NOTICIA ESTELAR		
21:45	En Otra Pel		EL EQUIPO	SOY EL MEJOR II TEMPORADA	
22:00					
22:30			LA PIEZA CLAVE	Bella La Nueva 2	
22:45	Mercé En Alquiler		COFA		
23:00			CASTLE	EL NOTICIERO III RR	
23:45	Telemundo		EL LIDER DE LA MANADA	LA VIUDA JOVEN RR	
0:00					
0:15	Edgar Paredes	Criminología naval		Noticiario UNO MEDIA NOCHE	
0:30			EL EQUIPO	IGLESIA UNIVERSAL	
0:45	Diez Hombr				
1:00			ECUADOR TV NOTICIAS	fuera del aire	
1:15	The Big Bang Theory			NATURES GARDEN TV	
1:30			ECUATORIANOS EN EL UNDO	TC FM	
1:45					
2:00	La Cq				
2:15					
2:30					
2:45	Amigo Por Siempre			SABIAS QUE	
3:00					
3:15	Clase 606			EL TREQUE	
3:30				LARGOMETRAJE	
4:00					
4:15	Diez Caras		EL EQUIPO	TC FM Repite	
4:30					
4:45					
5:00					
5:15	Encantadora		DESCARGA MUSICAL	IGLESIA UNIVERSAL	
5:30					
5:45	Rompepuntas			DESPIERTAR	
6:00					

Entretención
Informativo
Deportivo
Formativos, educativos, culturales

Ecuador TV, único medio público, es el que concentra mayor número de producciones nacionales de los canales seleccionados. En su programación se contaron 19 programas nacionales, de ellos diez se proyectan en franja horaria familiar y ocho son de carácter formativo, educativo y cultural. Por su parte el medio incautado, TC Televisión, presenta doce producciones nacionales, siete de ellos están distribuidas en horario familiar y uno es calificado como formativo, educativo y cultural. Por tanto, en distintos porcentajes, todos los medios analizados cumplen con la normativa de comunicación, de acuerdo año vigente.

Los siete medios televisivos de carácter nacional y otros siete en señal UHF, cuya cobertura es local, deben acatar el acuerdo 0233- 13 del Ministerio de Educación (Mineduc) [22]. En él se crea el proyecto emblemático “Teleducación Modelo Experimental de Finalización de EGB y Bachillerato para Jóvenes y Adultos en edad en Regazo Escolar”, e indica que su posterior publicación será coordinada con la Dirección Nacional de Comunicación Social (actual Secretaria Nacional de Comunicación) [22]. “Educa” es la producción audiovisual que dio como resultado de las disposiciones legales antes citadas.

En la programación de los cinco medios que se utilizó para el presente análisis, se encontró que dos de ellos solo tienen un programa educativo e intercultural en su programación regular de horario familiar: Educa. La LOC indica en su sexta disposición transitoria que los medios televisivos deben completar progresivamente el 60% de producción nacional y producción nacional independiente hasta el año 2017 [4]

3. Planteamiento del problema

3.1. Definición del problema

Ecuador, un país con 16.114.771 habitantes [17] solo cuenta con un programa informativo, educativo e intercultural para niños que cumple con los requisitos propuestos por la Ley Orgánica de Comunicación y que surge de acuerdos ministeriales, “Educa” siendo ésta una producción nacional que proyecta temas de educación infantil por medio del humor y, da cumplimiento a la responsabilidad del Estado de crear políticas públicas encaminadas a la educación intercultural para los niños, niñas y adolescentes [2].

Los medios de comunicación social, al ser de difusión masiva, tienen un compromiso con el desarrollo de la sociedad que se cumple a través de las normas deontológicas [4]. Por tanto, los contenidos que en ellos se presente deben prevalecer los temas educativos, informativos y culturales [2]. Pero, en virtud de intercambios culturales que impulsa el Estado, la parrilla de la televisión ecuatoriana ha sido

programada en su mayoría con “enlatados” provenientes mayoritariamente de Venezuela, Colombia y Corea del Sur [7]. Frente a ello, es preciso citar que “los medios de comunicación masiva no son malos sino que no le damos buen uso (...) y, a partir de que ambos padres trabajan, la televisión es la nana de los niños (...)” [15].

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Proponer un programa infantil que fomente el aprendizaje del turismo en la ciudad de Guayaquil en el marco de la Ley Orgánica de Comunicación.

3.2.2. Objetivo específico

- ✓ Analizar la oferta televisiva actual en base a la Ley Orgánica de Comunicación.
- ✓ Evaluar programas lúdicos que fomenten el aprendizaje infantil.
- ✓ Proponer contenidos audiovisuales que promuevan el aprendizaje del turismo en los niños.
- ✓ Diseñar un personaje animado que facilite la ubicación geográfica de las localidades visitadas.
- ✓ Producir los elementos audiovisuales para la propuesta final del programa.

4. Propuesta y Solución

4.1. Propuesta

“Mapi Club” es un programa lúdico para niños de ocho a catorce años de edad. Fomenta el aprendizaje del turismo y la cultura guayaquileña mediante animaciones y efectos audiovisuales. Además, promueve el aprecio y reencuentro de los infantes con las costumbres porteñas.

El diálogo usado en cada capítulo es simple, entretenido y de fácil entendimiento. Para ubicar al espectador, al iniciar la presentación se creará un mapa de la ciudad, en él se localizará el lugar a presentar en ese capítulo. Los temas que presenta en cada transmisión tratan sobre turismo local y ciencia social.

El personaje que se encarga de atraer a los niños es “Mapi”. Él invita al televidente a recorrer el espacio físico en que se encuentra, mientras los animadores presentan la historia, costumbres, vestimenta, formas de preservar el medio ambiente y de hacer turismo local en el sitio. El aspecto físico del personaje será el mismo en todos los capítulos, solo varía el tema del día.

El programa es animado por dos personas, una de ellas está en el estudio base y la otra visita los lugares asignados. La transmisión sugerida es de 14h00 a

14h30 aproximadamente los días lunes y miércoles. Los capítulos se dividen en tres segmentos y tres espacios publicitarios.

4.1.1. Investigación

Santay es una prolongación de 2.179 ha. de tierra que emergen del Río Guayas [20]. Se ubica a 800 metros del perímetro urbano del cantón Guayaquil pero su jurisdicción es competencia del cantón Durán [27]. Los primeros habitantes llegaron a la Isla en los años 30's, en su mayoría hacendados provenientes de Guayaquil [27].

La Isla Santay es el sexto humedal declarado en Ecuador y actualmente pertenece al Sistema Nacional de áreas protegidas como Área Nacional de Recreación [31]. En su interior coexisten 129 especies de aves acuáticas en medio de mangle, bosque decíduo, sabanas naturales y pastizales para ganado [20]. La Convención Internacional de protección de las aves acuáticas, Ramsar, la ubica como bajo el código 1041 indicando que Santay ofrece Turismo Comunitario y Ecológico [31].

En el año 2010 el Estado ecuatoriano inicio un proceso de reestructuración de la Isla. El proyecto gubernamental "Eco aldeas" llega a Santay con 56 casas que incluyen paneles solares, desde entonces los comuneros cuentan con energía eléctrica [30]. Las casas están acondicionadas para familias de 5 integrantes, cuentan con 2 dormitorios, sala, cocina y baño [27]. Los senderos que conectan las casas están iluminados con lámparas solares, se encienden a las 18:00 pm y se apagan a las 05:00 am del día siguiente [13]

La elevación máxima en la Isla alcanza los 10 msnm, pero en época invernal se han registrado inundaciones hasta en el 60% de su superficie [20]. La principal actividad económica de la zona es la pesca y el turismo. Los pescadores hacen faena en el Golfo de Guayaquil y comercializan sus productos en el mercado "Caraguay" [27].

A partir del año 2010 el rubro por turismo inició un proceso de crecimiento progresivo debido a que el Gobierno Central busca posesionar a la localidad como uno de los mejores destinos turísticos del sector [30]. Actualmente el proyecto turístico "Eco aldeas" ha concluido dejando como resultado dos formas terrestres para ingresar, recorrer y conocer la Santay pues existe puente que conectan con ella desde el Cantón Durán y desde el Cantón Guayaquil.

4.1.2. Tag line

Un Tagline tiene como misión ayudar en la construcción del posicionamiento, con palabras claves

que comuniquen la ventaja diferencial y los valores del producto [40].

"*MapiClub*, conociendo la ciudad desde casa".

4.1.3. Story Line

"*MapiClub*" visita la Isla Santay. Diego, Mishell y "*Mapi*" nos llevan a conocer las costumbres, tradiciones y formas de vida actual en la Isla, disfrutando de la flora y fauna que rodea a la comunidad.

4.1.4. Sinopsis

La sinopsis es la primera etapa de la producción audiovisual. Brinda al lector información detallada del tema en cuestión, presenta el conflicto e introduce los personajes que aparecen en escena y dónde sucede la acción. [19].

El programa piloto de "*MapiClub*" se desarrolla en la Isla Santay. La bienvenida al programa la realiza el presentador, antes de cruzar el puente que conecta la Isla con la ciudad de Guayaquil. Luego de ubicar a los televidentes en la locación correspondiente, da el paso a la reportera, quien a su vez está cruzando dicho puente.

La reportera recorre la Isla hasta llegar a la comuna, explica a su paso la flora y fauna que se puede apreciar. "*Mapi*", por su parte, recrea los aspectos más importantes que la reportera pronuncia, apoyado en animaciones y gráficos elaborados en post producción, tornado divertido y dinámico el recorrido. Las transiciones entre los personajes indican el cambio de locación, tema a tratar o énfasis en datos específicos e importantes que considera la producción.

El programa se despliega en la comunidad, en donde se realiza una reseña historia y paralelismo entre las condiciones de vida a inicios del siglo XX y la actualidad. El cierre del programa es en el muelle. La reportera da paso al presentador, quien indica la locación en se ubicará para el siguiente programa.

4.2. Pre- producción

4.2.1. Elenco

Los parámetros bajos los cuales se elige al presentador y reportera son principalmente dominio y juego de cámaras, vocalización, registro de imagen, improvisación y agilidad mental para responder a los factores externos que se presenten durante la grabación. Previo a la presente selección, se realizó un casting al que asistieron seis personas, y de las actuaciones que ahí se mostraron el equipo de producción deliberó que quienes reúnen las mejores condiciones para presentar y conducir el programa son Mishell Diana Sánchez

González como reportera y Diego Xavier Romero Ramírez como presentador, dado a que ambos reúnen las características idóneas que la producción requiere.

4.2.1. Presupuesto

El presupuesto tiene como objetivo evaluar el costo total de la producción audiovisual que se va a realizar. [19].

Tabla 2. Presupuesto para la ejecución de la presente producción audiovisual

GASTOS INICIALES	
DETALLE	COSTO
Gastos de constitución	\$832.00
Gastos varios	\$830.00
Total gastos inversiones iniciales	\$1,662.00

COSTOS POR PRODUCCIÓN	
Remuneración del equipo operativo	\$5,604.00
Gastos de servicios básicos	\$337.00
Gastos por alquiler	\$1,330.00
Gastos por alquiler de equipos	\$1,450.00
Total costos por producción	\$8,721.00

Total- gastos iniciales y costos por producción	\$10,383.00
--	--------------------

Costo por capítulo	\$2,595.75
---------------------------	-------------------

4.2.3. Desglose de Guión

El desglose consiste en detallar las necesidades del equipo de producción para llevar a cabo el guión, desde el punto de vista artístico, material, técnico y de actores; secuencia por secuencia. Esto permite determinar el conjunto de elementos necesarios para el rodaje. [19].

Esce- na	Día / Noch	Interior / Exterior	Locación	Personajes	Utilería	Horas	Grabación		
							Fecha	Lugar	Dirección
1a	Día	Exterior	Area de descanso	Diego	----	13:00	S 07/02/2015	Guayaquil	Vacas Galindo s/n y Viveros
2	Día	Exterior	Entrada	Mishel	----	10:00	D 08/02/2015	Guayaquil	Vacas Galindo s/n y Viveros
3a	Día	Exterior	Principio del puente	Mishel	Bicicleta/casco	10:30	D 08/02/2015	Puente Santay	Riveras del Río Guayas
3b	Día	Exterior	Medio del puente	Mishel	Bicicleta/casco	11:00	D 08/02/2015	Puente Santay	Riveras del Río Guayas
3c	Día	Exterior	Final del puente	Mishel	casco	11:30	D 08/02/2015	Puente Santay	Riveras del Río Guayas
4	Día	Exterior	Area de descanso	Diego	----	11:30	S 08/02/2015	Guayaquil	Cda. E. Sendera
5a	Día	Exterior	Area de descanso	Mishel	Bicicleta/casco	12:00	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
5b	Día	Exterior	División entra	Mishel	----	12:15	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
6a	Día	Exterior	Durán/escalda	Mishel	casco	12:45	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
6b	Día	Exterior	Sendero	Mishel	Bicicleta/casco	13:15	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
7	Día	Exterior	Final del sendero	Mishel	----	13:30	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
7b	Día	Exterior	Piqueo Isla santay	Mishel	----	13:30	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
8	Día	Exterior	Area de descanso	Diego	----	14:00	S 07/02/2015	Guayaquil	Vacas Galindo s/n y Viveros
9	Día	Exterior	Entrada Sendero	Mishel	----	13:15	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
10	Día	Exterior	Huaguillas	Mishel	----	13:30	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
11a	Día	Exterior	Vivienda	Mishel	----	13:45	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
11b	Día	Exterior	poste de luz	Mishel	----	13:55	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
12	Día	Exterior	Restaurante	Mishel	----	14:00	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
13	Día	Exterior	Casa Comunal	Mishel	----	14:15	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
14	Día	Exterior	Restorais	Mishel	----	14:35	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
15a	Día	Exterior	Centro de visitantes	Mishel	----	14:35	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
15b	Día	Exterior	Puente de madera	Mishel	----	15:00	D 08/02/2015	Ecaldea	Isla Santay
16	Día	Exterior	Puente la cocodilera	Mishel	----	15:15	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
17	Día	Exterior	Mirador cocodilera	Mishel	----	15:25	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
3d	Día	Exterior	Area de descanso	Mishel	----	15:40	D 08/02/2015	Isla Santay	Isla Santay
18	Día	Exterior	Puente	Diego	----	14:30	S 07/02/2015	Puente Santay	Riveras del Río Guayas
18	Día	Exterior	Muelle	Mishel	----	16:10	D 08/02/2015	Isla Santay	Riveras del Río Guayas
3e	Día	Exterior	Puente	Diego	----	15:00	S 07/02/2015	Puente Santay	Riveras del Río Guayas

Tabla 3. Desglose guión

4.3. Producción

La grabación del programa piloto se realizó en dos días, fines de semana. Las locaciones fueron: el Centro de Atención turística para visitar la Isla Santay, ubicado en el Cantón Guayaquil, el puente que conecta la Isla Santay con Guayaquil y los senderos de la Isla Santay.



Figura 1. Presentador en el Centro de admisión al puente de la Isla Santay desde el Cantón Guayaquil.



Figura 2. Reportera recorriendo el sendero hacia la Ecoaldea.

4.4. Post Producción

4.4.1. Logotipo

El Logotipo es la identidad visual de la marca, le permite al usuario identificarlo en cualquier soporte. Por cuestiones de resolución de pantalla el logotipo suele requerir un tratamiento gráfico, para lograr una buena adaptación al canal digital [40].



Figura 3. Presentación del imagotipo Blanco/ Negro

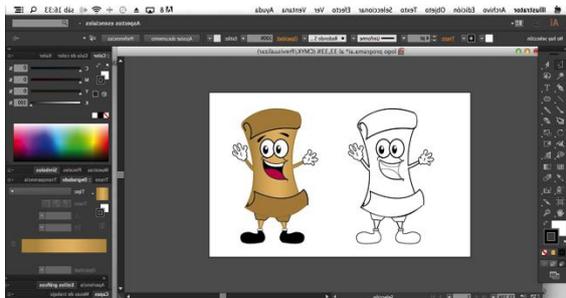


Figura 4. Boceto inicial y final de Mapi.



Figura 5. Presentación del imagotipo color.

4.4.2. Edición del Programa Piloto

La edición de documentales y noticias suele respetar la secuencia lógica de la acción: introducción, nudo y desenlace. Conviene combinar tipos de plano que sean muy distintos entre sí en cuanto a proporción. [40]. El programa piloto del presente proyecto audiovisual se edita en el software Adobe Premier Pro CC 2014 perteneciente a Adobe Master Colección CC, el mismo permite realizar corrección de color, montaje de audio y edición de la producción.



Figura 6. Video con efecto de Sombra/Iluminación.



Figura 7. Empatando audio de voz con video.

5. Resultados

El presente proyecto de titulación concluyó dejando como resultado:

- ✓ Parrilla de programación repetitiva: el análisis de mercado realizado, previo la ejecución del presente proyecto de titulación que consta como anexo del mismo, muestra que la programación en los canales de señal abierta a nivel nacional están saturando las emisiones televisivas con mayor audiencia, si bien cumplen la LOC, no están brindando variedad ni calidad en su programación a los televidentes.
- ✓ Escasos de producción nacional y producción nacional independiente: Ecuador ha firmado convenios internacionales que favorecen la proyección de obras audiovisuales extranjeras en los medios de comunicación. La LOC respalda los

- derechos de los productores nacionales independientes, en los próximos años se podrá encontrar sus producciones al aire.
- ✓ Programación lúdica infantil poco explotada: en señal abierta solo existen programas gubernamentales cuyo fin es educar de forma entretenida a los infantes. El presente proyecto de titulación logra satisfacer esa necesidad del colectivo infantil.
 - ✓ Creación de Mapi: elemento audiovisual representativo del programa MapiClub que logra conectarse con el televidente de forma agradable mientras les enseña y educa sobre turismo local.
 - ✓ Creatividad, ingenio y preparación técnica: los autores del presente proyecto de titulación evidenciaron la calidad de su preparación académica precedente. Recursos audiovisuales usados e implementados según los requisitos que la producción requiere.

6. Conclusiones

- ✓ Guayaquil no solo es la ciudad Perla del Pacífico reconocida por su predominio en el área comercial, sino también la cuna de importantes tradiciones y políticas de protección al medio ambiente. En ella coexisten los seres humanos con especies animales y vegetales autóctonas del sector.
- ✓ Las políticas ambientales que desarrollan los comuneros en la Santay, de no botar desechos orgánicos e inorgánicos indiscriminadamente, promueven la educación ambiental de los turistas, conservando la flora y fauna circundante, lo cual les permite seguir siendo uno de los principales pulmones de la ciudad de Guayaquil y del Cantón Durán.
- ✓ El Gobierno Nacional, a través de la Secretaría de Estado correspondiente, promueve la conservación del medio ambiente por medio del turismo. Las campañas turísticas internacionales como “All you need is Ecuador” favorecen y fortalecen los proyectos de turismo comunitario en el país.

7. Recomendaciones

- ✓ Ampliación de la locación. Los programas a futuro podrían desarrollarse fuera de la ciudad de Guayaquil, dando a conocer en espacios de máximo media hora sectores poco visitados por los turistas pero con gran reseña histórica y social.
- ✓ Herramientas tecnológicas: para los próximos programas se debe tomar en cuenta la evolución de la tecnología en temas de animación, considerando que las animaciones utilizadas en el programa piloto fueron básicas.

- ✓ Entrevistas con lugareños. La recopilación de material investigativo de fuente primaria produce aceptación y credibilidad de lo que expuesto en pantalla, siempre y cuando dicho material sea útil y coherente según el target al que vas dirigido el programa.

8. Agradecimientos

Los integrantes del presente proyecto de titulación agradecemos a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, en especial a la Escuela de Diseño y Comunicación- EDCOM, por la preparación académica que nos ha brindado desde nuestro ingreso a la institución.

9. Referencias

- [1] Aguaded J. (1999) Convivir con la televisión familia y competencia televisiva de niños y jóvenes. Paidós, Barcelona, España.
- [2] Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Ecuador: Autor. Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- [3] Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Autor: Ecuador.
- [4] Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador: Autor.
- [5] Blanco I. y Romer M. (2010) Los niños frente a las pantallas. Editorial Universitas. Madrid, España.
- [6] Chomsky-Z, N. (2000). ¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?. Recuperado de: http://www.rebellion.org/hemeroteca/chomsky/chomsky_medios100700.htm
- [7] CIESPAL (2011) La ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática
- [8] Congreso Nacional . (2003). Código de la Niñez y Adolescencia. Quito, Ecuador.
- [9] Congreso Nacional. (1998). Ley de Propiedad Intelectual. Ecuador: Autor. Recuperado de: <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/80.pdf>
- [10] Consejo Nacional de Planificación. (2013). Resolución No. CNP- 002- 2013. Ecuador: Autor.
- [11] Costa Joan, (2010). La comunicación 10 voces esenciales. PCP Editor. Trillas, México.
- [12] Ecuavisa. (2014). Programación. Recuperado de: <http://www.ecuavisa.com/programacion>

- [13] El Ciudadano (2014) La Ecoaldea de Santay dejó en el pasado la precariedad habitacional de 56 familias. Recuperado de: <http://www.elciudadano.gob.ec/la-ecoaldea-de-santay-dejo-en-el-pasado-la-precariadad-habitacional-de-56-familias/>
- [14] El Comercio. (2014). Jorge Glas explica las bases del cambio de matriz productiva. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com.ec/video/jorge-glas-explica-matriz-productiva-industrias.html>
- [15] García, N. (2009). Malestar docente y televisión. México: Universidad Pedagógica Nacional. (pp. 35-40)
- [16] Greenfield Marks. (1999). El niño y los medios de comunicación. Madrid, España. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/>
- [17] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INEC. (2014). Ecuador en cifras. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- [18] Jiménez, T. Vacacela, L. (2011) El escaso contenido educativo de los programas televisivos infantiles en los canales, influye en el desarrollo social- educativo en los niños de formación básica de la ciudad de Loja, periodo 2009- 2010 propuesta alternativa. Tesis previa a la obtención de grado. Universidad Nacional de Loja. Loja. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/123456789/2985>
- [19] Lara T., Piñero A. (2015) Producción Audiovisual. España: Aire Comunicación (pp. 01-15) Recuperado de: http://www.airecomun.com/sites/all/files/imce/PUBLICACIONES/ProduccionAudiovisual_AndresTiscar.pdf
- [20] López-Lanús Bernabé y Blanco Daniel E.. (2004) El Censo Neotropical de Aves Acuáticas 2004. Una herramienta para la conservación. Recuperado de <http://wi2014lac.40fingers.eu/Portals/4/Teplates/NWC2004.pdf#page=71>
- [21] Ministerio de coordinador de Sectores Estratégicos. (2014). Recuperado de: <http://www.sectoresestrategicos.gob.ec/>
- [22] Ministerio de Educación. (2013). Acuerdo Ministerial 0233. Ecuador: Autor
- [23] Ministerio de Educación. (2014). Educa. Ecuador: Autor. Recuperado de: <http://www.educa.ec/index.php?start=64>
- [24] Ministerio de Turismo. (2013) Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por procesos de Ministerio de Turismo.
- [25] Ministerio de Turismo. (2014). Planificación Estratégica del Ministerio de Turismo. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/coordinacion-zonal-5/>
- [26] Ministerio de Turismo. (2014). Servicios del Ministerio de Turismo. Recuperado de: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30
- [27] Ortega D. (2012) Geografía turística del Ecuador. Isla Santay. Recuperado de: http://docs.universidadecotec.edu.ec/tareas/2012F/TUR116/alum/2007401155_2088_2012F_TUR116_Isla_Santay.pdf
- [28] Prefectura del Guayas. (2014). Guayas turístico. Recuperado de: <http://www.guayas.gob.ec/turismo/>
- [29] Revista de negocios EKOS. (2013). Entrevista a Ministro Richard Espinosa: “El momento de cambiar de matriz productiva es ahora”. Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/736.pdf>
- [30] Revista digital Ecuador Terra incógnita (2011) Reservas: Isla Santay. Recuperado de: https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/eti_73_islasantay.pdf
- [31] Revista digital GalápagosNet. (2010) Isla Santay. Recuperado de: <http://www.galapagosnet.com/Santay.PDF>
- [32] Sánchez, Jacqueline. (2008). Pequeños Directores: niños y adolescentes creadores de cine, vídeo y televisión. Sevilla, España. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/>
- [33] Sandeep S. Atwal. (2014). Collected Speeches, debates and interviews (1960-1965)
- [34] Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo- Senplades. (2007). Plan Nacional de Desarrollo 2007- 2010. Ecuador: Autor.
- [35] Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo- Senplades. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Ecuador: Autor.
- [36] Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). Recuperado de: <http://www.planificacion.gob.ec/programas-y-servicios/>
- [37] Secretaria Técnica del Comité Interinstitucional para Cambio de la Matriz Productiva. (2013). Objetivo General, Objetivos estratégicos y Entorno para el Cambio. Recuperado de: <http://www.vicepresidencia.gob.ec/objetivo-general-objetivos-estrategicos-y-entorno-para-el-cambio/>
- [38] Superintendencia de Telecomunicaciones-SUPERTEL. (2013). Operación de las estaciones de televisión abierta analógica en canales adyacentes de la banda III VHF. Recuperado de:

http://www.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/cuadernillo_3.pdf

- [39] Valle, M. (2003) Preproduccion para el programa piloto de television infantil educatiuvo “Club tv” (Tesis de Grado) Universidad Internacional SEK del Ecuador. Quito. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/123456789/126>
- [40] Vallet, G. (2005) eBranding La creación de marca digital en la era de la conectividad. Tesis doctoral de Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Autónoma de Barcelon, U.A.B. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4125/gvs1de1.pdf;jsessionid=A4F0BDC34BBC347CA89AF4308094056D.tdx1?sequence=1>