



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA

TEMA:

**“ELABORACIÓN DE UN MAGAZINE TELEVISIVO DE LA CIUDAD DE QUITO Y
SUS RECURSOS TURÍSTICOS”**

**AUTOR:
GABRIELA STEFANÍA MOYA YÁNEZ**

**TUTOR:
ING. DIEGO LARA**

2014

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de **Investigación “ELABORACIÓN DE UN MAGAZINE TELEVISIVO DE LA CIUDAD DE QUITO Y SUS RECURSOS TURÍSTICOS”** presentado por la estudiante Gabriela Stefanía Moya Yáñez, estudiante de la Carrera de Producción de Televisión y Multimedia, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado de la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel, UISRAEL.

Quito, Junio 2014

TUTOR

Ing. Diego Lara, MBA
C.C: 100243318-1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA TRABAJO DE TITULACIÓN

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Producción de Televisión y Multimedia, declaró que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniero en Producción de Televisión y Multimedia, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica de su autora.

Quito, Junio 2014

Gabriela Stefanía Moya Yánez.

CC: 020201187-0

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel, UISRAEL, aprueban el Proyecto de Grado de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrados.

Quito, Junio 2014

Para constancia firman:
TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a Dios por ser mi guía espiritual y haber estado conmigo cada día de mi vida y a mis padres por ser mi inspiración y ejemplo a seguir, siendo mi mayor apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, por darme la vida, la fe, la sabiduría y la confianza en mí misma.

A mis padres Marco y Marcela, por sus consejos, apoyo y por criarme bajo los valores de la honestidad, el trabajo constante y el sacrificio, por su esfuerzo y su cariño incondicional. Por creer en mí y hacer posible la culminación de mi carrera profesional.

A mis hermanas Karol y Mishell quienes son mi motivación para seguir siempre luchando por alcanzar las metas de la vida y por estar siempre ahí.

A mi sobrina Isabella, por su hermosa sonrisa que me motiva a continuar, a mi abuelita Segunda Arteaga mi segunda madre, por su cariño y apoyo incondicional.

A Julie y Olmedo mis ángeles y mi inspiración; sin ellos jamás lo hubiese logrado.

A mis amigos, en especial a Alfredo Cajas, Jaime Páez, Juan José Andrade, Javier Zapata, Carolina Escobar y Brenda Guerrón, por su apoyo, amistad y momentos inolvidables.

A mis profesores, especialmente a Miguel Montalvo, Diego Lara, Eduardo Suarez y Mónica Guerra por darme las herramientas necesarias para lograr la excelencia.

Finalmente agradezco a todos aquellos quienes forman parte de la Universidad Israel y a todas las personas que directa o indirectamente me brindaron su apoyo y colaboración para que este proyecto se haga realidad.

A todos... ¡GRACIAS TOTALES!

ÍNDICE GENERAL

A. PRELIMINARES	Pagina
CARRERA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi

B.-CONTENIDOS

Introducción	1
--------------------	---

CAPITULO 1 EL PROBLEMA

Tema	2
Línea de investigación con la que se relaciona	2
Planteamiento del problema	3
Contextualización.....	4
Análisis crítico	6
Elaborado por: el autor	6
Prognosis	7
Delimitación del objeto de investigación	7
Justificación	7
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos	9

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Antecedentes investigativos/ Estado del Arte	10
Marco Conceptual.....	11
Hipótesis de trabajo	24
Señalamiento de variables	24
Enfoque y Tipo de Investigación	25
Población y Muestra	26
Técnicas e Instrumentos.....	28
Plan de recolección, procesamiento y análisis de la información	29

CAPÍTULO III
RESULTADOS

Análisis (cuadros y gráficos estadísticos)	30
Verificación de hipótesis	40

CAPÍTULO IV
DISEÑO DE LA PROPUESTA

Título de la propuesta	41
Datos informativos de la empresa	41
Justificación del proyecto.....	41
Análisis de factibilidad de implementación de la Propuesta	43
Desarrollo del Proyecto	44
Evaluación de impactos y Validación de la Propuesta	56
Conclusiones	57
Recomendaciones	58

B.-MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género	30
Gráfico 2: Provincia de procedencia	31
Gráfico 3: Usted mira televisión en la noche.....	32
Gráfico 4: Que tipos de programas mira con frecuencia	33
Gráfico 5: Conoce algún magazine turístico de Quito actualmente	34
Gráfico 6: Considera pertinente la realización de un programa turístico	35
Gráfico 7: Frecuencia con que vería este programa.....	36
Gráfico 8: Segmentos que debería tener el programa	37
Gráfico 9: Nombre que debería tener del programa	38
Gráfico 10: Colores que debería tener la línea grafica	39
Gráfico: 11 Persona elegida en casting	47
Gráfico 12: Logo	49
Gráfico 13: Edición en Final Cut 7.....	53

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Diagrama de Ishikawa	6
Ilustración 2: Modelo de Comunicación General	11
Ilustración 3: La Televisión en el Ecuador	16
Ilustración 4: Cargos y Funciones del personal de producción.....	21
Ilustración 5 Género	30
Ilustración 6: Provincia de procedencia	31
Ilustración 7: Usted mira televisión en la noche.....	32
Ilustración 8: Que tipos de programas mira con frecuencia	33
Ilustración 9: Conoce algún magazine turístico de Quito actualmente	34
Ilustración 10: Considera pertinente la realización de un programa turístico	35
Ilustración 11: Frecuencia con que vería este programa.....	36
Ilustración 12: Segmentos que debería tener el programa.....	37
Ilustración 13: Nombre que debería tener del programa	38
Ilustración 14: Colores que debería tener la línea grafica	39

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
CARRERA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA

TEMA:

Investigación “ELABORACIÓN DE UN MAGAZINE TELEVISIVO DE LA CIUDAD DE QUITO Y SUS RECURSOS TURÍSTICOS”

AUTORA:

Gabriela Stefanía Moya Yáñez

TUTOR:

Ing. Diego Lara, MBA

RESUMEN

Quito poseedora de un faustoso legado colonial hispano; localizada en la Mitad del Mundo y custodia del Centro Histórico más grande y menos alterado de toda América.

La creación del trabajo de tesis titulado “Creación de un Magazine de la ciudad de Quito y sus recursos turísticos”; ha sido desarrollado con el objetivo de promover los espacios turísticos de la capital a través de un medio televisivo, de manera que sea atractiva para los turistas nacionales.

La propuesta se considera atractiva por su funcionalidad y por lo llamativo que resulta el producto. El magazine se establece como una herramienta de comunicación capaz de promover y aumentar el turismo de la ciudad de Quito, mediante varios reportajes de los mismos, utilizando planos, encuadres, composición y contenidos de manera profesional.

Además de promover el turismo de la ciudad, mostrará cada semana un artista de la localidad promoviendo el arte y la cultura, informando y entreteniendo a las familias ecuatorianas, este programa piloto será presentado a un canal televisivo como Ecuador TV “Televisión Pública” canal 7 en donde será transmitido para todo el país, además habrá difusión a través de redes sociales, y materiales de apoyo como trípticos, y demás objetos de publicidad.

Palabras clave: Quito, Magazine televisivos, Turismo, Producción de televisión.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
UNDERGRADUATE
TV PRODUCCIÓN

TOPIC:

DEVELOPMENT OF A TELEVISION MAGAZINE OF QUITO AND ITS TOURIST ATTRACTIONS

AUTHOR:

Gabriela Stefanía Moya Yáñez

TUTOR:

Ing. Diego Lara, MBA

ABSTRACT

Quito possessing a great Hispanic colonial legacy; located on the Equator and custody of the largest and least altered historic center across America.

The creation of the thesis entitled "Creating a Magazine of Quito and its tourist resources"; has been developed with the aim of promoting the tourist areas of the capital by a television station, and to be attractive to domestic tourists.

The proposal is considered attractive because of its functionality and so striking that is the product. The magazine is set as a communication tool capable of promote and increase tourism in the city of Quito, by several reports, using blueprints, framing, composition and content professionally.

Besides promoting tourism in the city, it will show every week a local artist to promote art and culture, informing and entertaining Ecuadorian families, this pilot program will be presented to a television channel as Ecuador TV "Public Television" channel 7 where it will be transmitted to the whole country, there will also be spread through social networks, and support materials such as brochures, advertising and other objects.

Keywords: Quito, TV Magazine, Tourism, Tv Production

Introducción

La televisión se convirtió desde sus inicios en el medio de comunicación más importante, porque despliega dentro de su programación una gama de producciones con diversas temáticas como son: programas educativos, informativos y de entretenimiento. Debido al increíble poder e importancia que tienen los magazines televisivos dentro del amplio mundo de la televisión en el Ecuador, surge la idea de crear este proyecto.

Según esta investigación, actualmente no existe un programa de televisión que brinde información acerca de la ciudad de Quito, detectado el problema, se propone la creación de “Quito eres Tu” un magazine televisivo, que está enfocado a la difusión de los recursos turísticos que posee la capital desde varias perspectivas, como son: musical, gastronómica, cultural, hotelera dirigidas a un público objetivo nacional comprendido entre los 25 y 60 años de edad de clase media.

Para la elaboración de este proyecto se tomo como base la investigación bibliográfica y de campo, plasmada en el documento que lleva como título “Elaboración de un magazine televisivo de la ciudad de Quito y sus recursos turísticos” que abarca las siguientes temáticas.

El Capitulo I, se refiere al tema, línea y sublínea de investigación, planteamiento del problema, contextualización, análisis crítico, prognosis, delimitación del objeto de la investigación, justificación y objetivos.

El Capitulo II contiene el marco teórico y la metodología que se aplicó para la creación de este proyecto, además se analiza hipótesis de trabajo, señalamiento de variables, enfoque, tipo de investigación, población y muestra, técnicas y análisis de la información.

El Capítulo III abarca el análisis de cuadros y gráficos estadísticos de acuerdo a la encuesta planteada, interpretación de datos y finalmente la verificación de la hipótesis.

El Capítulo VI contiene el desarrollo del proyecto con los siguientes temas: Preproducción, Producción, Post producción, perspectiva o evaluación de impactos de la propuesta, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

ELABORACIÓN DE UN MAGAZINE TELEVISIVO DE LA CIUDAD DE QUITO Y SUS RECURSOS TURÍSTICOS.

Línea de investigación con la que se relaciona

Para el siguiente proyecto de investigación se utilizó líneas de investigación que se vincule con la solución de los problemas de la comunidad, ya que este producto audiovisual pretende ser una herramienta de comunicación que promueva el turismo en la ciudad de Quito.

En base a estos lineamientos y percepciones se ha utilizado la siguiente línea y sublínea como son:

COMUNICACIÓN SOCIAL:

Área de Investigación Científica: Ciencias Sociales y del Buen Vivir

Estamos sumergidos en la sociedad del conocimiento y la imagen, en la que las disciplinas gráfico visuales hacen referencia a propuestas de utilidad inmediata a la sociedad, que por un lado, responden a intereses empresariales y, por otro, no persiguen objetivos comerciales ni de réditos económicos en la que se debaten la funcionalidad del objeto construido y la actitud moral de quien la construyó. Sabemos mucho y conocemos poco y esta situación responde al bajo nivel de registro físico y/o digital de las variadas aproximaciones teóricas y prácticas que en el mundo de la problematización construye el hombre de acción. La utilización técnica y metodológica de las tecnologías audiovisuales permite un adecuado nivel de aprovechamiento para la difusión del conocimiento, como también, el acceso a soportes tradicionales como libros, folletos y revistas especializadas que garantizan la construcción y el debate de nuevas posiciones y aportes a la sociedad.

DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Área de Investigación Científica: Ciencias Sociales y del Buen Vivir

Con esta línea de investigación se quiere orientar sobre el tema de un desarrollo sostenible del turismo en diferentes espacios geográficos o en sus respectivas comunidades. Es importante que se conozca que por nivel local “se entiende todo lugar, identificable como tal y capacitado para el desarrollo turístico: ciudades, pueblos, grande centros de atracción turística y zonas rurales, a un nivel inferior al de planificación y desarrollo del turismo”. Adicionalmente, promover la conservación y dinamización de la memoria histórica, saberes ancestrales, técnicas tradicionales, contextos y sitios arqueológicos asociados a lo local, regional, nacional para ser relacionado con los procesos de la globalidad, frente al desarrollo del turismo en la Provincia. (U Israel, Líneas de Investigación. 2013)

Planteamiento del problema

Quito tiene 2.576.287 habitantes según el último Censo realizado por INEC Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), la capital del Ecuador ha ganado varios premios en estos últimos años, como destino turístico a nivel mundial, pero los turistas nacionales necesitan y requieren la creación de un programa televisivo que informe y persuada a las personas a visitar la ciudad. Debido a la carencia de un programa con estas características los turistas nacionales desconocen de los diferentes destinos turísticos quiteños, principalmente los cuales son parte de la historia, cultura y tradición de la ciudad de Quito.

Hace años atrás existió un magazine llamado “Quito Tv” encaminado directamente a la ciudad de Quito y sus temáticas, transmitido por la señal de Ecuavisa Internacional, pero debido a la repetición y desactualización de contenidos salió del aire, lastimosamente desde ese entonces no se ha creado un nuevo producto televisivo que informe al público ecuatoriano sobre la capital, fomentando el crecimiento turístico de la ciudad.

¿Es necesario producir magazines televisivos sobre los recursos turísticos de la ciudad de Quito, para incentivar a turistas nacionales y locales, a realizar turismo en la ciudad capital, además de aportar al crecimiento turístico, promueve la cultura quiteña?

Contextualización

El turismo se concibe como una actividad fundamental en la vida de los pueblos y países, por las repercusiones directas en los sectores sociales, culturales y económicos. Sin embargo, para el desarrollo del sector turístico y su entorno, es fundamental tener planes y proyectos que incrementen las visitas.

En el Ecuador, el turismo se proyecta como una de las actividades económicas de más rápida expansión, por el constante incremento de las ofertas y flujo turístico en todas las regiones. Esto posiciona a este sector, como una base generadora de empleo y por ende, de progreso.

En Quito, particularmente, el turismo se constituye en uno de los núcleos urbanos de atracción, con una demanda persistente. La riqueza cultural, gastronómica, histórica, artística y paisajística la han convertido en uno de los destinos turísticos más visitados a nivel mundial, después de ganar el galardón de World Travel Awards, Quito es el destino Líder de Sudamérica 2013.

“No solamente la capital ecuatoriana, en general el país concursó por 11 diferentes categorías en los World Travel Awards (WTA) 2013, considerados los premios ‘Oscar del Turismo’. Quito participó por el reconocimiento al ganador en ‘Destinos que lideran Sudamérica’; una cualidad que también es reconocida por TripAdvisor, a través de la votación de sus usuarios como uno de los 25 mejores destinos de Sudamérica” (Turismo, Quito destino líder de Sudamérica 2013)

La creación de programas televisivos, como revistas (magazine), que presenten reportajes cortos de los recursos y la riqueza turística de la ciudad, se proyectan como las herramientas que coadyuven al desarrollo turístico de la ciudad capital.

“Ecuador ama la vida”, “Próxima parada” o “La Televisión” son ofertas que presentan, en la televisión ecuatoriana, destinos turísticos. Pero, la producción televisiva, no tiene un espacio específico sobre Quito, siendo esta la ciudad más importante del país, por ser la capital. Tal vez, la falta de interés por parte de las autoridades y empresas de turismo del Distrito Metropolitano, o el temor de las productoras independientes y canales locales de proponer un programa piloto que tal vez económicamente no funcione, sean las razones.

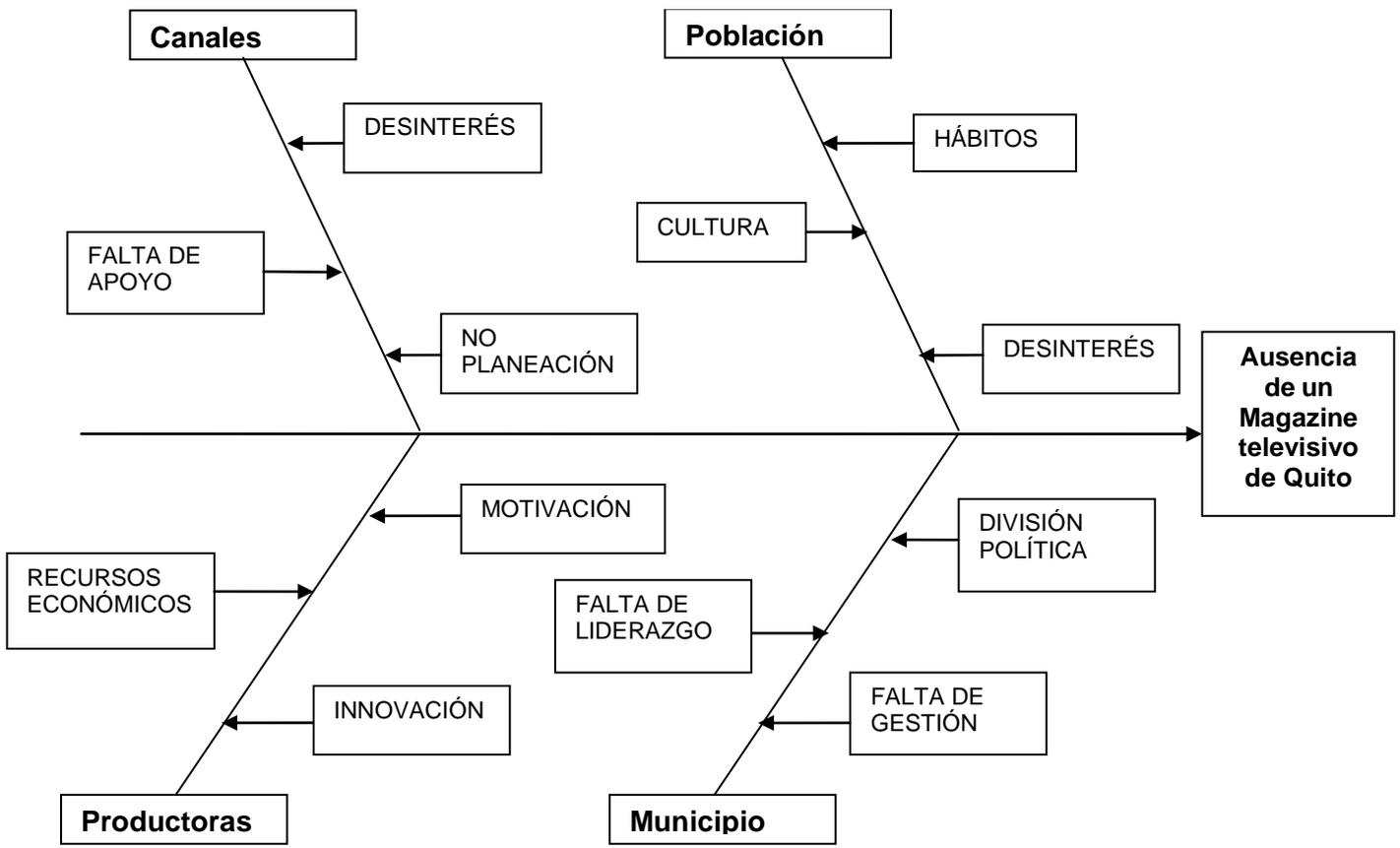
Una excepción encontrada, fue el programa “Quito TV”, transmitido por la señal de Ecuavisa Internacional que en el año 2012 salió del aire debido a que sus contenidos eran obsoletos y repetitivos.

A nivel radial y de manera local existen varios programas que hablan de Quito como el denominado: “Quiero hablarles de una ciudad llamada Quito”, programa de carácter cultural, emitido en Radio Pichincha Universal 93,5 FM, donde se exponen, de una manera general, varios temas sobre la ciudad.

En este contexto, las productoras independientes tienen un campo amplio para explotar su creatividad con la creación de un piloto televisivo que saque a relucir la gastronomía, folclore, cultura, hotelería, y los hermosos paisajes que tiene Quito. Son temas que se los pueden difundir a través de imágenes que informen y entretengan e incentiven a hacer turismo a la sociedad quiteña y ecuatoriana.

Según el diagnóstico realizado por Participación Ciudadana publicado en la página web del SEMPLADES sobre la producción audio-visual en el país nunca ha sido una prioridad, ni vista como un espacio fundamental para construir una cultura y una identidad. En el país ha sido escasa la producción nacional pero en un porcentaje bajísimo en comparación a Colombia y Venezuela reconocidas a nivel mundial como verdaderas industrias en lo que producción de telenovelas y películas se refiere, exportando su identidad y cultura al mundo, además de ser una fuente importante de entrada de divisas y de empleo.

Ilustración 1: Diagrama de Ishikawa



Elaborado por: el autor

Como causas del problema objeto de estudio, la ausencia de un magazine televisivo de la ciudad de Quito origina principalmente por el desinterés, falta de gestión, división política y falta de liderazgo de parte de los 4 ejes fundamentales de este problema como son productoras independientes, canales de televisión, Municipio del Distrito Metropolitano y la población. A esto se suma la falta de recursos económicos, motivación e innovación por parte de las productoras independientes. Y finalmente la falta de apoyo, falta de cultura y hábitos en la población, disminuyendo la posibilidad de que exista un magazine televisivo de la ciudad que informe acerca de los recursos turísticos de la capital.

Prognosis

Mediante la Investigación y el diagnóstico de un problema existente en la sociedad, siendo este, la falta de producciones televisivas que utilicen recursos turísticos de la ciudad de Quito, se pueden dar varias alternativas de soluciones en función a la información obtenida.

Posteriormente la ejecución y elaboración correctamente estructurada de un programa piloto de la ciudad de Quito, genera un producto útil para la productora Media Raymi Comunicación Integral y a la vez para locales y nacionales, solucionando determinado problema.

Delimitación del objeto de investigación

Campo: Televisivo

Área: Turística

Delimitación Espacial: Distrito Metropolitano de Quito

Delimitación Temporal: Abril 2013 – Abril 2014

Unidades de Observación: Hombres y Mujeres entre 25 y 60 años de edad de clase media, de nacionalidad ecuatoriana, residentes en el país.

Basados en el planteamiento anterior, se delimita el objeto de investigación, con quienes se trabajará mediante encuestas, que generen información para la construcción del producto.

Justificación

Con este trabajo se pretende profundizar y renovar los conocimientos en el área de producción de televisión y multimedia, mediante el aprendizaje y desarrollo del

problema objeto de estudio, acumulando conocimientos y llenando vacíos que el investigador posee.

El desarrollo de este proyecto permitirá que los habitantes y visitantes de Quito y del Ecuador puedan conocer la ciudad capital. También se pretende promocionar la ciudad y así incrementar el turismo en la misma.

Este programa piloto, sobre turismo en Quito, se realizará mediante la estructura de un magazine televisivo, que mostrará a la ciudad desde sus diferentes ámbitos turísticos. Se incluirán pequeñas animaciones que proporcionen dinamismo al programa, utilizando una línea gráfica colorida y con un diseño que sea fácil de identificar y recordar por la audiencia.

La promoción que este magazine pretende dar a la ciudad, está enmarcada en una perspectiva informativa y cultural, que bien manejada, logrará generar mayor afluencia de turistas a la capital, lo que aportará a favor del desarrollo del sector turístico y la generación de varias fuentes de empleo. También el crear este tipo de programas abrirá un nuevo espacio de trabajo para los realizadores de televisión.

Particularmente, este equipo de producción, cuenta con los recursos económicos y tecnológicos necesarios para ejecutar la investigación y la realización del producto audiovisual. El investigador posee el tiempo suficiente para investigar y preparar la información referente al problema objeto de estudio, y cuenta con el respaldo de la productora “Media Raymi Comunicación Integral” asociada a la Televisión Pública Ecuador Tv.

- Carta de respaldos Media Raymi “Comunicación Integral” **(Ver Anexo 1)**

Objetivo general

Elaborar un magazine televisivo que muestre los recursos turísticos de la ciudad de Quito, con el fin de promover las visitas de locales y nacionales en la ciudad.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la implementación de un magazine televisivo y las etapas para su realización.
- Elaborar un piloto de magazine televisivo de ocho capítulos sobre la ciudad de Quito desde sus diferentes perspectivas turísticas, dirigido a un público de 25 a 60 años de un nivel socioeconómico medio.
- Validar la funcionalidad del proyecto propuesto de acuerdo al criterio de profesionales en el área de Producción de Televisión.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Antecedentes investigativos/ Estado del Arte

Para escribir sobre la televisión en el Ecuador, hay que remontarse a la introducción de esta tecnología al país en la década de los cincuenta. Fue la manabita Linda Zambrano y su esposo, el alemán Michael Rosembaum, quienes trajeron este curioso invento por primera vez al Ecuador. Fue el 1 de Junio de 1960, el presidente de la República de la época, el Doctor José María Velasco Ibarra, quien otorgó el permiso para que la “Primera Televisión Ecuatoriana”, emita su señal. Hoy, esta red se la conoce como RTS, con sede en Guayaquil.

Los primeros programas transmitidos tuvieron una gran variedad, pero predominaron los noticieros, espacios de opinión, programas de música y los magazines cuyo contenido era muy variado.

Desde la década de los cincuenta hasta la actualidad, la televisión en el Ecuador se ha convertido en un tema de discusión permanente en los diferentes hogares, no sólo por el desarrollo tecnológico que ha experimentado, sino también porque este medio masivo, se ha implantado como un miembro más en las casas de los ecuatorianos, generando información, educación y criterios a cada persona que la mira.

Por ese desarrollo y la creciente demanda de los usuarios por ver más y mejor programación, se han creado varias productoras de televisión, las que, de una manera profesional, han presentado en los diferentes canales, propuestas de programas con una alto nivel de información y entretenimiento. En Quito y desde el 2001, la productora JComunicaciones, una empresa familiar del conocido periodista Jaime Cornejo, ha producido programas referentes a la ciudad capital. Pero, es desde el 2003, que crea un espacio, a manera de magazine, relacionado a los diferentes espacios turísticos de la capital y desde una perspectiva cultural, “Quito Tv”, es el nombre de este espacio transmitido por la señal de Ecuavisa Internacional. Lamentablemente, porque sus contenidos eran obsoletos, este programa salió del aire en el 2012.

Existen otros espacios televisivos con temas sobre la ciudad, pero únicamente en canales locales, Por ejemplo, en Telesucesos, canal 21 en UHF, el programa “Nuestras Parroquias”, es un espacio de carácter cultural, cuyo presentador a modo de visitas, entrevista a personajes característicos de los barrios y parroquias rurales de Quito. La informalidad y la forma cacerera de presentar las imágenes, son sus características.

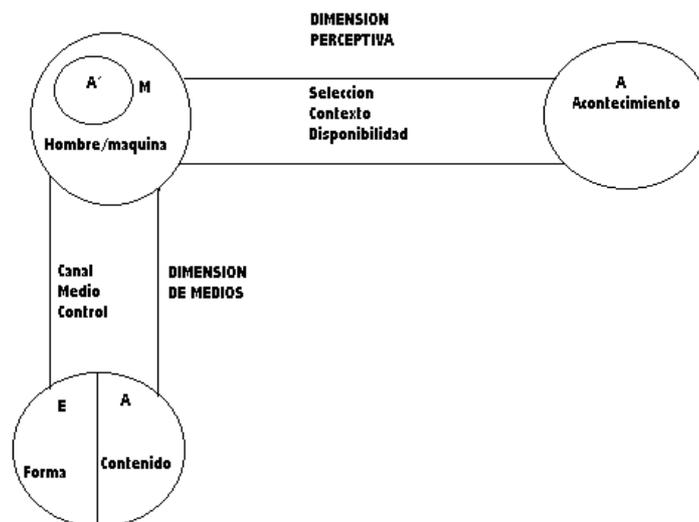
Esa falta de programación específica sobre Quito y sus recursos turísticos, hace que el proyecto “Quito eres Tú” sea una alternativa positiva para entretener e informar a los ecuatorianos.

Marco Conceptual

Comunicación Audiovisual

Es una forma de interacción que involucra el uso sincrónico de audio y video en un mismo medio. Expresa vivencias, puntos de vista y la concepción del mundo por parte del emisor y un deseo de satisfacer esos mismos aspectos del espectador con la ayuda de elementos visuales y sonoros estrechamente vinculados.

Ilustración 2: Modelo de Comunicación General



Fuente: Modelo de Comunicación general de Gebrner (1956)

Elaborado por: Autor

Lenguaje Audiovisual

Se entiende como lenguaje audiovisual, los modos artificiales de organización de la imagen y el sonido que se utiliza para transmitir ideas o sensaciones, ajustándolas a la capacidad del hombre para ser percibidas y comprendidas. Comprende dos variables el lenguaje visual (imágenes, colores, texturas y formas), y el lenguaje sonoro, donde intervienen la comunicación verbal, los sonidos, los silencios y la música.

Los principales aspectos son:

Eje

Son los puntos de visualización que tienen como intencionalidad, que el espectador observe al objeto o sujeto en el escenario desde varias perspectivas.

Ángulos

Es el punto de vista desde el cual se muestra al personaje u objeto desde un mismo eje.

Tipos de Ángulos

Normal.-La cámara está situada aproximadamente al nivel del objeto paralelo al suelo, es el ángulo más convencional y realista.

Picado.- Para obtener esta angulación la cámara se la coloca arriba del objeto o sujeto y denota inferioridad.

Contrapicado.- Llamado también vista de gusano, se lo obtiene al colocar la cámara por encima del objeto inclinado hacia arriba, expresa engrandecimiento.

Cenital.- La cámara se sitúa arriba del objeto o sujeto totalmente perpendicular al eje horizontal.

Contra Cenital.- Llamado también nadir, este ángulo se obtiene colocando la cámara por debajo del objeto o sujeto.

El Plano

Es la unidad básica del lenguaje audiovisual, que hace referencia a realidad vista desde la cámara cuando se realiza un encuadre.

Tipos de Planos

Planos Descriptivos

Un plano es descriptivo cuando su función es describir a los personajes y ubicar el entorno que los rodea.

- **Gran Plano General**

Muestra un escenario muy extenso en el que puede existir varios personajes.

- **Plano General**

Introduce al espectador en la situación, presenta una vista general.

Planos narrativos

Los planos narrativos son aquellos que describen las acciones que desarrolla el personaje.

- **Plano Americano**

También llamado de tres cuartos, muestra al personaje desde la cabeza hasta por debajo de las rodillas.

- **Plano Medio Largo**

Este muestra al sujeto desde la cabeza hasta debajo de la cintura.

- **Plano Medio**

Este plano muestra al personaje de la cintura para arriba estableciendo relaciones entre dos o más sujetos.

- **Plano Medio Corto**

Muestra la figura humana desde la cabeza hasta la mitad del pecho.

Planos expresivos

Es un plano que tiene un valor expresivo cuando su función es mostrar las emociones de los personajes.

- **Primer Plano**

Se concentra toda la acción en el personaje, muestra la cara y el hombro del mismo. Este plano muestra la psicología, emociones y sentimientos de los personajes.

- **Primerísimo primer plano**

Muestra un elemento en concreto o una parte del personaje.

Movimientos de Cámara

Los movimientos de cámara deben responder a una necesidad de producción.

Los movimientos básicos de cámara son los siguientes:

- **Paneo.-** La cámara permanece estática, realiza un movimiento de rotación sobre su eje de izquierda a derecha o de derecha a izquierda
- **Tilt.-** Es el movimiento de cámara de abajo hacia arriba o de arriba hacia abajo sobre su eje.
- **Traveling.-** Es el desplazamiento de la cámara junto al transporte sin dirección definida.
- **Dolly.-** La cámara junto a un transporte se desplaza hacia delante y hacia atrás en línea recta. El campo visual es mayor cuando acercamos la cámara al objeto que cuando nos acercamos por medio de zoom. (González (1994)).

Movimientos de Lente

- **Zoom.-** Aunque no es un movimiento verdadero de cámara se lo considera como tal, pero en realidad es el cambio de distancia que se hace por medio del lente. Zoom in, acercamiento óptico del objetivo, zoom out, alejamiento óptico del objetivo.

Elementos Sonoros

El sonido, al igual que la imagen, tiene intencionalidad y significado, de manera individual en el contexto, de acuerdo a las características que le son propias.

Música

La música tiene un papel importante en la creación de los ambientes y ha de conectar con la información de fondo que se quiere comunicar.

- **De identificación.-** Se utiliza para crear una relación directa entre el contenido del producto audiovisual y el espectador.
- **De personaje.-** Establece una relación directa entre el personaje y el espectador.
- **De situación.-** Crea una relación directa en una situación específica entre los personajes y el espectador

Sonido

Al igual que la imagen, tiene intencionalidad y significado de manera individual y en el contexto y de acuerdo a las características que le son propias.

- **Sonido Ambiente.-** Son los sonidos propios del entorno.
- **Voz in.-** Se refiere al lenguaje verbal producido por sujetos presentes en el cuadro.
- **Voz en off.-** Es el lenguaje verbal producido por sujetos ausentes en el cuadro.
- **Efectos.-** Son aquellos sonidos creados, que no tienen referente en la realidad.
- **Silencio.-** Es la ausencia de sonido.

La Televisión en el Ecuador

Según Guerrero (s.a) , existen dos versiones de la aparición de la televisión en el Ecuador, la primera fue gracias al americano Hartwell, que en 1959 reparó un televisor defectuoso que fue abandonado en las bodegas de General Electric en, New York y decide traerlo para dar a conocer al país éste novedoso invento. Por otro lado se dice que la manabita Linda Zambrano junto a su esposo el alemán Michael Rosebaum, fueron los que iniciaron con la primera televisión, que se comercializó en 1960.

Ilustración 3: La Televisión en el Ecuador



Fuente: Alba Luz Mora, (1988) La televisión en el Ecuador

Elaborado por: el autor

Géneros Televisivos

La televisión se convirtió en el medio de masas más trascendental e influyente desde sus orígenes (1927) ya que se encargó de satisfacer necesidades de información y entretenimiento gracias al apoyo de imágenes y sonido, que ningún otro medio podría cubrir.

Jaime Barroso García (1996) en su libro “Realización de los Géneros Televisivos”, explica que “el género es el contenido temático de un programa de televisión, y los categoriza de la siguiente manera: Dramáticos, Informativos, Educativos y Entretenimiento o Variedades”.

Dramáticos

Según Jaime Barroso (1996) encontró lo siguiente:

“Son el conjunto de producciones televisivas cuyos guiones desarrollan historia de ficción narrativa producto de la imaginación del autor. El espectro es tan amplio como para abarcar, desde las adaptaciones literarias, más o menos fieles, del teatro, novelas, etc., hasta los originales escritos para la televisión, productor de la imaginación o basado en hechos reales”.(p. 50)

Informativos

“Es el conjunto de programas que registran los hechos de la realidad de actualidad e interés periodístico o, dicho de otro modo, los programas que se interesan por los asuntos sociales, políticos o de económica de la actualidad diaria” (Barroso,1986,p. 52).Este concepto lo reafirma Cebrián Herreros (2004) el cual afirma que este tipo de programas son construcciones discursivas, que se basan en la realidad, a partir de hechos acontecidos en la sociedad.

Además este género está conformado por un conjunto de programa cuya finalidad es atender una necesidad de información periodística.

Educativos

El género educativo se justifica por el contenido, como indica Jaime Barroso en su libro los programas educativos “son los que se ajustan a planes oficiales de enseñanza y se hacen generalmente en colaboración con el Ministerio de Educación u otros organismos estatales” (Barroso, 1996, p 218).

Estos programas se centran en la formación de las personas y en algunas ocasiones se comprometen en debatir los métodos para su instrucción. De igual forma buscan desarrollar la capacidad crítica y los valores del telespectador. Este género comprende varios tipos de programas como: paneles, debates, reportajes y todos los programas que difunda conocimiento.

Entretenimiento o Variedades

Estos programas son aquellos que carecen de elementos diegéticos y no implica la participación del televidente, son un claro reflejo del acontecer cotidiano, traducido en imágenes y audio.

Según Jaime Barroso (1996) afirma que:

Son programas basados en la presentación de espectáculos de música, actuaciones artísticas, humorísticas conducidas por un presentador y ante un espectacular despliegue escenográfico de luz y espacio, desde el punto de vista de su preparación corresponde a la modalidad de formatos de guion semi-planificado; es decir programas en los que el inicio- presentación- y el final-despedida están rígidamente determinados y escritos, así como la estructura general: el contenido o asunto de los diferentes bloques, su duración, participantes, escenarios en que se desarrolla cada uno, etc., pero sin embargo su desarrollo tiene carácter imprevisto. (p, 51).

Dentro de este género destacan los musicales, concursos, reality show, juegos, telenovelas y el magazine

Origen y Estructura del Magazine

El magazine (revista), es un formato de la neo televisión. Pertenece al género híbrido porque abarca una composición de diversos temas como; noticias, reportajes, actuaciones artísticas, entrevistas, y muchos otros temas, que no tienen necesariamente una conexión entre sí. Por esta característica también se los conoce con el nombre de “programas ómnibus” (Barroso, 1996, p 52), los magazines buscan aproximarse a la actualidad, sin llegar a ser espacios periodísticos.

El magazine nace en base a la revista radiofónica producida en los años cuarenta antes de la Segunda Guerra Mundial, pero su diferencia radica, en que los magazines televisivos buscan fomentar a este medio de comunicación como una industria comercial y no cultural. Es decir que, este tipo de programas forman parte de los géneros de televisión comerciales o publicitarios debido que buscan una rentabilidad a base de su rating.

Sin lugar a dudas que el éxito logrado desde los años cuarenta por los magazines de televisión, está en llegar a un gran número de televidentes y lograr que sus producciones mantengan el apoyo económico de los auspiciantes.

Debido a su naturaleza de contenidos variados, el magazine está constituido por una serie de secciones que abarcan tópicos como cocina, entrevistas a personalidades, sketches humorísticos, concursos, actuaciones musicales, tips de salud, moda y manualidades, información, entre otros.

Esta diversidad de bloques temáticos independientes son los que hacen del Magazine un formato de duración prolongada y que generalmente son transmitidos en horario matutino para de esta manera captar la atención del público al cual está dirigido. Además estos segmentos pueden ser pregrabados o en vivo, tanto en estudio como en exteriores.

Clasificación del Magazine Televisivo

Dependiendo de la franja horaria y el día de programación en que se emita el magazine, poseerá unas características diferentes. Así, pueden distinguirse cuatro subgéneros:

- **Magazine matinal**

Los magazines de la franja matinal se caracterizan por una temática pensada para interesar a un público específico:” por un lado, las amas de casa mientras realizan las tareas del hogar tienen la televisión encendida, y por otro, una audiencia de la tercera edad, pues la jubilación les permite estar en la vivienda por las mañanas. Por ello, entre sus temáticas, suelen aparecer secciones de moda, belleza, salud y otros asuntos relacionados”. (Gordillo, 2009, p, 234)

- **Magazine de la tarde**

En la franja de la tarde los magazines están dirigidos a toda la familia y, aunque suelen ser distendidos y amables, en ocasiones pueden incluir contenidos más sensacionalistas. Las temáticas del corazón y de sucesos, suelen ser distintos a los magazines matinales, ya que los colaboradores pueden aportar alguna nota de picardía y desenvoltura.

- **Magazine nocturno o late show**

El magazine nocturno (noche/madrugada) posee un tratamiento mucho más sensacionalista e irónico que los diurnos, utilizando un tono más atrevido y extravagante, llegando en ocasiones a lo trasgresor “hasta rozar lo escabroso, la creación de los adefesios provocadores que se regodean en la repetición de sus tópicos esperados y celebrados y el tratamiento sensacionalista de los temas de actualidad” (García Jiménez, 1999, p 224).

- **Magazine de fin de semana**

Suele ser un programa caracterizado por presentar temas amplios y variados. También puede aglutinar cualquier tipo de contenidos, aunque predominan los de carácter lúdico (actuaciones musicales, concursos, variedades, sketches, es un programa apto para todo público.

Cargos y Funciones del personal

El personal varía según el tipo de programa de televisión que se produce. A continuación se enumerará el personal básico que opera en la producción de un Magazine televisivo y sus funciones, según Herbert Zettl (2000).

Ilustración 4: Cargos y Funciones del personal de producción

Director	El director es poseedor de una sensibilidad artística muy especial. Es la persona que deberá hacer realidad el esfuerzo que se ha venido haciendo con anterioridad a la grabación del programa. Su principal meta es entregar el programa, desde el punto de vista técnico, en tiempo, forma y calidad.
Productor	Es la persona que conoce perfectamente al personal de producción y el equipo técnico, se encarga de coordinar los aspectos técnicos y no técnicos del programa. El productor cumple con el cronograma establecido, muchas veces limitando
Asistente de Producción	El asistente es el apoyo del productor y director. Es el representante del productor en todas las actividades. Sus funciones son diversas, desde el desglose del guión hasta reportar al productor lo que sucedió en la grabación.
Guionista	Se encarga de redactar los libretos y diálogos de los mismos guiones basándose en la idea del Director.
Director de Arte	Es el encargado de crear el mundo que está en la cabeza del guionista, pasa a ser la imagen principal del mismo. Algunas veces, es también el encargado del diseño de vestuario. Diseña la parte gráfica de un programa.
Presentadora	Es la persona que está encargada de presentar, la imagen que el público va a identificar con la marca del programa, en el caso del magazine pueden existir varios presentadores.
Personal de Piso	Suelen estar divididos por Departamentos: Iluminación, Operadores de Cámara, Audio y Utilería. Su función es instalar la escenografía, operar los instrumentos de sonido e iluminación, cables y cámaras, según su departamento.
Maquillaje	Se encarga del maquillaje de los presentadores e invitados, esta persona debe tener conocimiento sobre manejo de piel, cabello y colores mediante las diferentes técnicas de maquillaje.

Fuente: Jaime Barroso Realización de Géneros Televisivos

Elaborado por: el autor

Historia de Quito

La ciudad de Quito ya existía antes de la fundación española de 1543; fue, antes de la conquista, el punto hegemónico del antiguo Reino de los Quitus y luego, formó parte del imperio Inca, tras la invasión de Huayna Capac quien, a su muerte, entregó esta ciudad a su hijo Atahualpa.

Luego de la conquista española, en 1553, la naciente ciudad fue llamada como centro Real Audiencia. Fue en Quito que se dieron los primeros movimientos de emancipación de la corona española. El 10 de agosto de 1809, una Junta de Gobierno, formada por quiteños ilustres firmó un acta de independencia que inició al proceso libertario de todo el continente americano. En 1830, luego de desintegrarse la Gran Colombia y muerto el libertador Simón Bolívar, se creó la República del Ecuador y Quito pasó a ser su capital. (Zambrano, 2006, Pág. 4)

Declarada por la UNESCO en 1979 como patrimonio Cultural de la Humanidad, por su vocación como capital de la cultura y la conservación de sus iglesias y su centro histórico, Quito es hoy, una metrópoli que crece día tras día, constituyéndose en eje del desarrollo nacional, orgullosa de su diversidad y pluriculturalidad.

Población

La población de Quito, según el último censo del 28 de noviembre del 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo, fue de 2.576.287 habitantes.

Ubicación Geográfica

Quito está ubicada en el Centro Norte de la Provincia de Pichincha, a 13 km de latitud sur de la línea equinoccial. Su altitud es de 2.850 metros sobre el nivel del mar. Tiene una superficie de 4.204 Km².

El Distrito Metropolitano de Quito está conformado por varias parroquias, estas son: Alangasí, Amaguaña, Atahualpa, Calacalí, Calderón, Conocoto, Cumbayá, Chavezpamba, Checa, Guayllabamba, Guangopolo, Gualea, La Merced, Llano Chico, El Quinche, Pomasqui, Puéllaro, Pintag, Puembo, San José de Minas, Tumbaco, Nayón, Nono, Pacto, Perucho, Tababela, Yaruquí y Zámiza.

Recursos Turísticos de Quito Antiguo (Programa Piloto)

Iglesia Y Convento De San Francisco

El convento de San Francisco está formado de tres templos, seis patios y dos huertas, importantes colecciones de bienes culturales, el templo es parte de un monumental conjunto arquitectónico formado además por las capillas y el convento. Abarca dos cuadras en total y se asienta sobre una amplia explanada de piedra.

La iglesia está compuesta de tres naves, en su interior se destaca el estilo mudéjar y los altares de estilo barroco

Hotel Patio Andaluz

Este edificio pertenece al período republicano, fue construido hace aproximadamente 160 años. Desde 1922 funcionó como sede de diversos establecimientos comerciales, situación que generó la alteración y deterioro de la tipología original. La edificación fue rehabilitada para hotel y tiene 31 habitaciones, de las cuales 11 son suites con altillos y terrazas, las restantes 20 son simples o dobles.

Museo Municipal Alberto Mena Caamaño De Arte E Historia

Se encuentra ubicado en el edificio que originalmente perteneció a los Jesuitas, posteriormente fue "El Cuartel Real de Lima", en donde el 2 de Agosto de 1810 fueron asesinados los patriotas quiteños, tomados presos durante los movimientos independentistas. En la actualidad se puede apreciar una escenificación con figuras de cera conmemorando este episodio de la historia ecuatoriana.

Heladería San Agustín

Esta heladería situada en la calle Guayaquil, ha servido comida típica, además de los famosos helados de paila por casi 158 años. Cuando uno ingresa a esta heladería se encuentra con un ambiente acogedor con una decoración nostálgica, esta heladería abrió sus puertas en 1858 por la Sra. Juana Torres y a lo largo de los años se ha convertido en un negocio familiar. Los helados son el deleite favorito de los clientes que visitan este lugar.

Ciudad Mitad del Mundo

La Ciudad Mitad del Mundo es la ciudad turística, cultural, científica y comercial más pequeña del Ecuador. Su arquitectura está basada en una muestra característica del estilo colonial y, en la actualidad, cuenta con locales comerciales donde puede encontrar artesanías de todo el Ecuador; así como, gastronomía para todo gusto, nacional e internacional - tradicional o gourmet. Aquí podrá degustar de aquel plato rico de cuy, fritada, ceviche y mucho más. Es el punto de encuentro de las más coloridas exhibiciones de la cultura y el arte popular ecuatoriano, hecho que hace de esta pequeña ciudad, el atractivo turístico más importante del Ecuador Continental.

Hipótesis de trabajo

Existe la necesidad de producir un magazine televisivo sobre los recursos turísticos de la ciudad de Quito, como una propuesta de narración televisiva, que ayude a fomentar el turismo de la capital.

Señalamiento de variables

Unidades de Observación: televidentes de 25 a 60 años de edad que residan en Ecuador.

X= Realización de un Magazine Televisivo de los recurso turísticos de la ciudad de Quito - Variable Independiente.

Y= Planteamiento de una propuesta de narración televisiva que ayude a fomentar el turismo en la capital.

Término de la relación: ausencia

Enfoque y Tipo de Investigación

El programa piloto de televisión “Quito eres tú” utilizara los siguientes enfoques:

Método analítico- sintético.- Para Ávila H (s.a) El método analítico-sintético es aquel que se preocupa de dividir el todo en piezas y revisar cada una de las partes de interés.

A través del análisis se descompuso el todo, que correspondía al tema: magazín televisivo, en sus partes, casting, guiones, reportajes, etc. Además se logró analizar y descomponer el todo en sus partes para poder estudiar de forma intensiva cada uno de sus elementos, relacionándolos entre sí. Además que fusionando con el método sintético se logro una desarticulación reunificando y vinculando cada una de las partes al todo, formulando conclusiones y recomendaciones.

Método estadístico.- Servirá para la tabulación, procesamiento, análisis e interpretación de datos obtenidos en las encuestas realizadas al publico objetivo (Hombres y mujeres de 25 a 60 años residentes en Ecuador de clase media).

Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer.- Este método permitirá conocer el problema objeto de estudio, obtener la información y datos necesarios para el respectivo diseño de el magazine televisivo. Este método se consideró debido a que es el más cercano al de una producción audiovisual, basándose en las tres etapas de realización como son pre-producción, producción, post-producción, que manejado correctamente y en un orden secuencial permitirá obtener un producto de calidad para ser exhibido al público para el cual fue destinado.

Tipo de Investigación

En la presente investigación se aplico la modalidad Documental e Investigación de campo. Este tipo de exploración permite obtener nuevos conocimientos de la realidad social. Además estudia una situación para diagnosticar necesidades y problemas, aplicando conocimientos con fines prácticos.

Esta investigación se la realiza en el lugar en donde se encuentra el objetivo de estudio, esto permite el conocimiento a fondo del investigador. Puede basarse en varios diseños como: exploratorio, cuantitativo, experimental y descriptivo, creando una situación de control en el manejo de variables dependientes. Se utilizó este tipo de metodología debido a que se seleccionó una muestra representativa de un universo

infinito, es decir un subgrupo de la población en donde se armó una hipótesis en base a los datos recolectados para su posterior agrupación y análisis.

Los objetivos relacionados con el magazine turístico de la ciudad de Quito han requerido además de un análisis documental, para su fundamentación y construcción.

Los objetivos relacionados con la descripción de las principales características del magazine turístico de Quito, han sido abordados por medio de la investigación documental, la cual se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos como fuentes de información. Generalmente se identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación bibliográfica. Dentro de este tipo de investigación la información obtenida mediante documentos permitirá una mejor visualización de la oferta turística de Quito.

Población y Muestra

La población, “o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (Arias, 2006, p. 81).

Antes de realizar cualquier investigación es necesario definir quiénes serán los sujetos u objetos de estudio, esto dependerá del planteamiento inicial que se le ha dado a la investigación.

La muestra de esta investigación serán 377 personas entre hombres y mujeres de nacionalidad ecuatoriana, residentes en Ecuador de 25 a 60 años de un nivel socio económico medio.

En este caso la población a estudiar serán 6.539,73 habitantes de 25 a 60 años residentes en el Ecuador proyección realizada por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) después del Censo realizado en el 2010.

- INEC Censo 2010 y proyecciones 2013-2020 **(Ver Anexo 2)**

En consideración que la población es numerosa, se procede a realizar el cálculo del tamaño de la muestra. La muestra suele ser definida como “un subgrupo de la población” (Sudman, 1976, p 24).

Es vital, para la correcta selección de una muestra, delimitar las características de la población.

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población (6.539,73)

E= Error máximo admisible 0.05

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{6539.73}{(0.05)^2(6539.73 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{6539.73}{0.025(6538.73) + 1}$$

$$n = \frac{6539.73}{16.346 + 1}$$

$$n = \frac{6539.73}{17.346}$$

$$n = 377.02 \approx 377$$

Una vez seleccionada la población y la muestra respecto al presente proyecto se procede a la recolección de datos, con el propósito de reunir información específica relacionada con el estudio. El plan de recolección busca identificar las necesidades culturales y de recreación que tiene las personas de 25 a 60 años a nivel nacional al visitar la ciudad capital a través de dichas variables; y a su vez busca establecer los

requerimientos técnicos, contenidos, equipos y material que debe tener para tal efecto. De tal manera que los resultados obtenidos constituyan un aporte local para inclusión social de este grupo humano.

Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas serán la entrevista, encuesta y las fichas bibliográficas.

Ficha bibliográfica

La ficha bibliográfica está destinada a anotar datos de un libro o artículo que pueden ser útiles para nuestra investigación, ayudan a intercalar y reorganizar la información obtenida.

Para organizar la documentación bibliográfica se utilizó el fichaje que permitió recopilar en forma ordenada y clara las ideas de los autores más representativos en cuanto al tema tratado.

Encuesta

“El método de la encuesta parte de la aplicación de un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y que está diseñado para obtener información específica y descriptiva de los entrevistados” (Malhotra, 1997)

Dado el tipo de resultados que se desea obtener, la encuesta es la técnica que permitió recoger datos numéricos, que posteriormente serán utilizados en un análisis estadístico. Esto ayudo a predecir el comportamiento del televidente sobre el tema planteado. Las encuestas, proporcionan información cuantitativa necesaria para la investigación.

En el presente estudio se aplicó a la muestra seleccionada un cuestionario conformado por 10 preguntas, que ayudaron a determinar la opinión de los televidentes acerca de la pertinencia de la realización de un magazine televisivo de los recursos turísticos de la ciudad de Quito.

- Encuestas realizadas (**Ver Anexo 3**)

Entrevista

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal a través de las preguntas que propone el analista. Dentro de una organización, la entrevista es la técnica más significativa y productiva que dispone el analista para recabar datos. (Moreno. 2000)

En el presente trabajo se aplicó la técnica de la entrevista, con el fin de obtener aportes de personas expertas en el área audiovisual que permitan tener una orientación más clara con respecto al proyecto, por eso fue dirigida a productores de televisión.

- Entrevista realizada a Cristian Londoño **(Ver Anexo 4)**

Plan de recolección, procesamiento y análisis de la información

Una vez que se haya aplicado el cuestionario a las personas, será necesario revisar la información obtenida, clasificarla y detectar errores u omisiones. Luego se categorizará las preguntas y se tabulará las respuestas. Utilizando un sistema computarizado; se procede al análisis de los datos y a la representación de los resultados de forma tabular y gráfica para alcanzar una mayor comprensión y fácil interpretación de lo investigado.

Además se realizará un análisis de la entrevista realizada al Asesor de Nuevos proyectos de ECTV Televisión Pública el guionista, escritor y director Cristian Londoño que constará de 5 preguntas abiertas, claras y precisas, para conocer la opinión sobre su percepción en cuanto al magazine televisivo "Quito eres tú".

Adicionalmente se analizará las fuentes de información que se emplearán en el presente proyecto las cuales están determinadas a través de libros, revistas y páginas de internet referentes al magazine turístico y los procesos de producción de televisión.

CAPÍTULO III

Análisis (cuadros y gráficos estadísticos)

En este capítulo se presentan todos los resultados que se obtuvo de la encuesta realizada a personas de 25 a 60 años de edad que sean de nacionalidad ecuatoriana y residan en Ecuador, de nivel socioeconómico medio. Se procedió a tabular los datos de la encuesta pregunta por pregunta, posteriormente haciendo uso de Excel para realizar tablas de frecuencias y gráficos de pastel para ilustrar los cálculos y resultados, se emitió conclusiones y recomendaciones de las preguntas planteadas.

PREGUNTA N°1

¿Género?

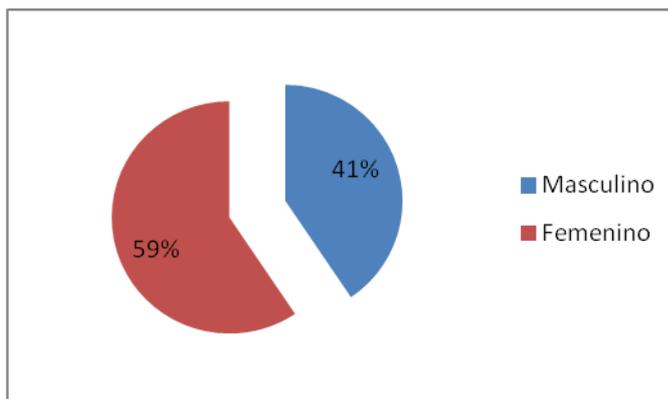
Ilustración 5 Género

Alternativas	fa	Fr (%)
Masculino	153	41%
Femenino	224	59%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 1: Género



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Este grafico demuestra que la mayor parte de público entrevistado fue femenino.

PREGUNTA N°2

Provincia de procedencia

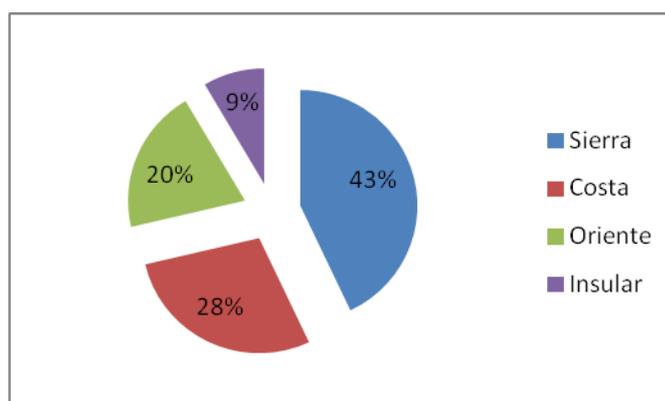
Ilustración 6: Provincia de procedencia

Alternativas	Fa	Fr (%)
Sierra	162	43%
Costa	107	28%
Oriente	76	20%
Región Insular	32	9%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 2: Provincia de procedencia



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Este gráfico presenta los valores obtenidos en la segunda pregunta del estudio aplicado, responde a que más del 43% del público entrevistado proviene de la Sierra, esto demostró que la gente que hace turismo en la ciudad de Quito es de provincias de la Sierra.

PREGUNTA N°3

Usted mira televisión en la noche

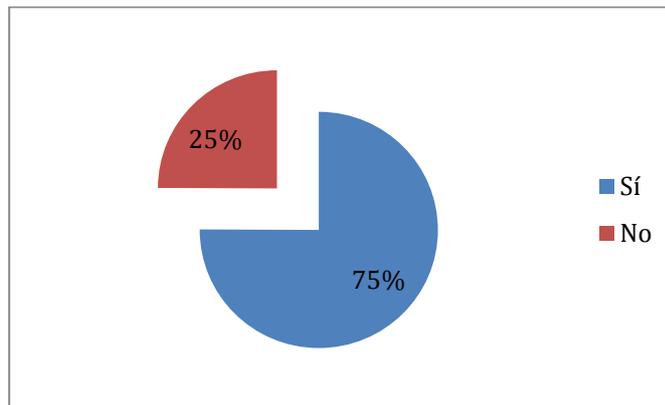
Ilustración 7: Usted mira televisión en la noche

Alternativas	Fa	Fr (%)
Sí	283	75%
No	94	25%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 3: Usted mira televisión en la noche



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Los resultados obtenidos en esta pregunta de la encuesta aplicada a la muestra, fueron divididos en dos cuadros para un mejor estudio de los mismos. El gráfico muestra que la minoría de la población encuestada se dedica a navegar en internet, escuchar radio, leer o a realizar cualquier otra actividad en la noche, pero que la gran mayoría de familias están frente al televisor mirando la programación.

PREGUNTA N°4

De las siguientes opciones, qué tipo de programas mira con frecuencia

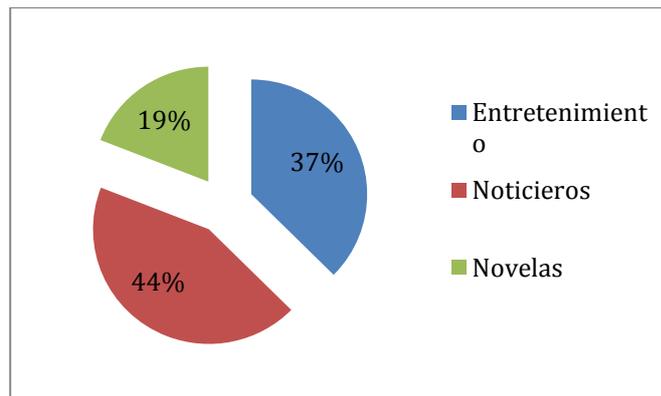
Ilustración 8: Que tipos de programas mira con frecuencia

Alternativas	Fa	Fr (%)
Entretenimiento	141	37%
Noticieros	164	44%
Novelas	72	19%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 4: Que tipos de programas mira con frecuencia



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

De las 377 personas encuestadas la mayoría mira Noticieros y programas de entretenimiento esto aporato a elaboración del magazine para la realización de los segmentos incluyendo una nota con una noticia de actualidad que sea de interés para la comunidad.

PREGUNTA N°5

Conoce usted algún magazine turístico de la ciudad de Quito que se transmita actualmente

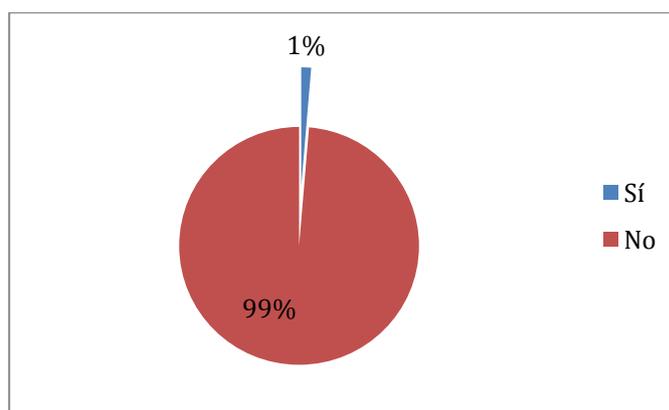
Ilustración 9: Conoce algún magazine turístico de Quito actualmente

Alternativas	Fa	Fr (%)
Sí	5	1%
No	372	99%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 5: Conoce algún magazine turístico de Quito actualmente



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Para la quinta pregunta, el gráfico N° 5 muestra que el 99% de los encuestados no ha visto actualmente en televisión un magazine turístico de Quito. Esto ayuda a corroborar la realización del programa, debido a la ausencia de producto de estas características.

PREGUNTA N°6

¿Considera pertinente la realización de un programa de televisión que muestre los recursos turísticos de la ciudad de Quito?

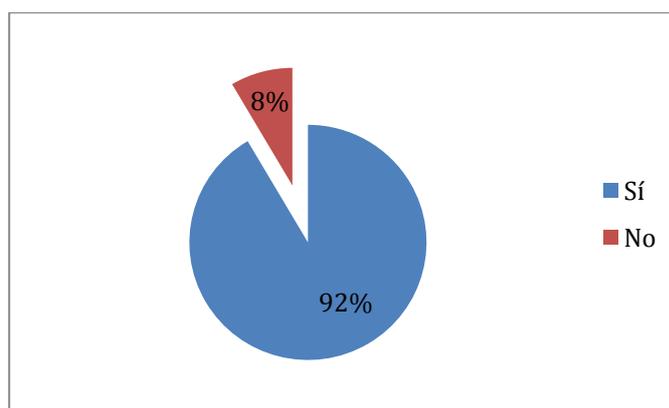
Ilustración 10: Considera pertinente la realización de un programa turístico

Alternativas	Fa	Fr (%)
Sí	345	92%
No	32	8%
Total	377	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 6: Considera pertinente la realización de un programa turístico



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

El gráfico N°6 muestra que el 92% de las personas encuestadas considera pertinente la realización de un magazine turístico de la ciudad de Quito, esta información fue de gran ayuda, debido al interés que existe en la sociedad en obtener un programa de la ciudad capital.

PREGUNTA N°7

Con que frecuencia le interesaría ver este programa

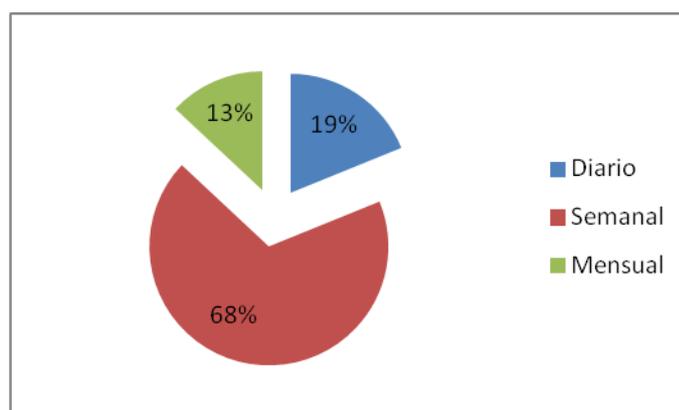
Ilustración 11: Frecuencia con que vería este programa

Alternativas	Fa	Fr (%)
Diario	66	19%
Semanal	235	68%
Mensual	44	13%
Total	345	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 7: Frecuencia con que vería este programa



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Del número total de encuestados que sí consideraron pertinente la realización del magazine turístico de la ciudad de Quito, el 68% opina que es pertinente transmitirlo semanalmente, basados en estos porcentajes el programa se transmitirá una vez por semana.

PREGUNTA N°8

Qué segmentos considera usted que debe contemplar este programa de televisión

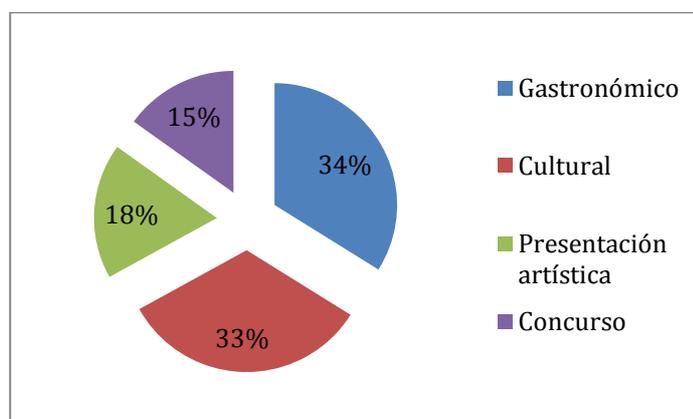
Ilustración 12: Segmentos que debería tener el programa

Alternativas	Fa	Fr (%)
Gastronómico	117	34%
Cultural	114	33%
Presentación artística	62	18%
Concurso	52	15%
Total	345	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: El autor

Gráfico 8: Segmentos que debería tener el programa



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: El autor

En el gráfico N°8 se presentan los resultados obtenidos en la pregunta número 8 de opción de respuesta múltiple. En este gráfico se aprecia con claridad los segmentos que la gente considera pertinente para la realización de este programa, en base a estos datos se construyeron los segmentos y se puso más énfasis en los segmentos con más porcentaje.

PREGUNTA N°9

Qué nombre cree usted que debería tener el programa de televisión
Marque una opción

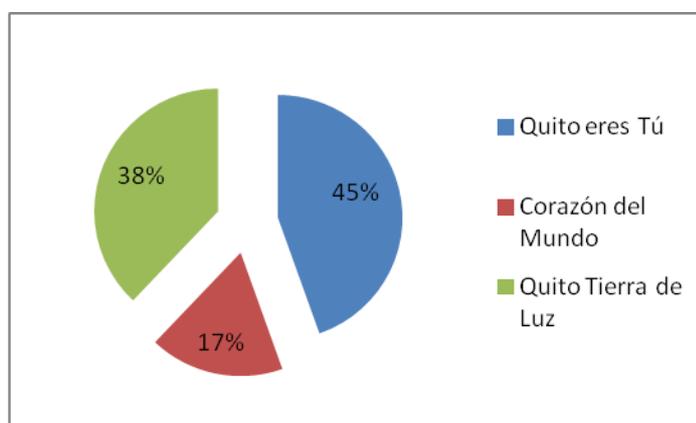
Ilustración 13: Nombre que debería tener del programa

Alternativas	Fa	Fr (%)
Quito eres Tú	155	45%
Corazón del Mundo	59	17%
Quito Tierra de Luz	131	38%
Total	345	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Gráfico 9: Nombre que debería tener del programa



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: el autor

Este gráfico presenta los valores obtenidos en la pregunta nueve del estudio aplicado. El la mayoría de los encuestados sugirió que el programa se llame Quito eres tú.

PREGUNTA N°10

Qué colores cree usted que debería tener la línea gráfica del magazine turístico

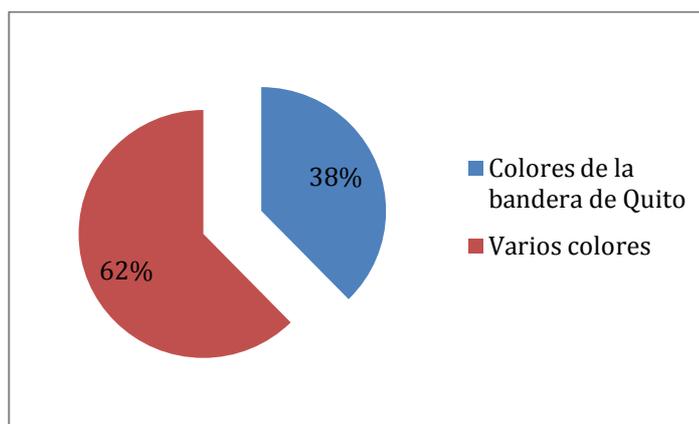
Ilustración 14: Colores que debería tener la línea grafica

Alternativas	Fa	Fr (%)
Colores de la bandera de Quito	131	38%
Varios colores	214	62%
Total	345	100%

Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: El autor

Gráfico 10: Colores que debería tener la línea grafica



Fuente: Encuestas público objetivo

Elaborado por: El autor

El gráfico expresa que 214 personas, de las 345 personas encuestadas, quisieron que la línea grafica sea de varios, eso se realizo en base a patone de colores que se presentó en la encuesta realizada, que se muestra en anexos.

Verificación de hipótesis

Al principio del trabajo se planteó una hipótesis de investigación, tras el estudio de campo se demuestra la comprobación de la misma.

Hipótesis: Existe la necesidad de la realización de un magazín televisivo de los recursos turísticos de la ciudad de Quito, para plantear una propuesta de narración televisiva, que ayude a fomentar el turismo de la capital.

Esta hipótesis se verifica al no haber encontrado un programa que se transmita actualmente y muestre los recursos turísticos que tiene la ciudad de Quito, para responder a esta circunstancia se creó el magazine Quito eres Tú, el cual está dividido en 4 bloques con diferentes temáticas como: Cultura, Gastronomía, Presentación Artística y finalmente el Concurso de la semana.

Estos segmentos fueron creados en bases a los resultados arrojados en las encuestas y con una base bibliográfica del proceso de realización de un producto Audiovisual.

Finalmente esta, hipótesis fue verificada porque gracias a la creación de este programa se compensó la necesidad de la gente y se podrá fomentar el turismo en la capital tanto a nivel local como nacional, a través de la productora Media Raymi Comunicación Integral y su coproducción con ECTV Televisión Pública.

CAPÍTULO IV

Título de la propuesta

TEMA: CREACIÓN DE UN MAGAZINE TELEVISIVO DE LOS “RECURSOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE QUITO”.

Datos informativos de la empresa

Institución ejecutora: Universidad Tecnológica Israel, mediante la autora del proyecto, estudiante de la carrera de Producción de Televisión y Multimedia

Institución Beneficiaria: Productora “Media Raymi Comunicación Integral”.

Ubicación: Provincia de Pichincha, Cantón Quito

Localización: Av. Paul Rivet y José Ortón, Edificio Mokai; Teléfono: 0992058666 – 0998220422

Beneficiarios directos: Público objetivo, Ciudad de Quito

Beneficiarios indirectos: televidentes de otras edades, migrantes, productora

Tiempo estimado: Inicio: Marzo del 2013 Finalización: Abril del 2014

Equipo técnico: Srta. Gabriela Moya (Responsable), Msc. Diego Lara (Tutor de Tesis)

Justificación del proyecto

La problemática en relación al turismo en la ciudad de Quito se evidencia en la falta de un magazín televisivo referente a los recursos turísticos que tiene la ciudad; hoy en día dentro de esta problemática se encuentran sumergidos los siguientes factores: económico, social y cultural.

- Escasa información acerca de los recursos turísticos de la ciudad de Quito tanto a nivel nacional como internacional.
- Falta de promoción de la ciudad de Quito a través de la televisión que es el medio masivo más importante hoy en día.

No existe un magazín televisivo de los recursos turísticos que tiene la ciudad de Quito para fomentar el turismo y despertar el interés en los televidentes nacionales, en visitar la ciudad capital y hacer conciencia en lo importante que es conocer primero el país, antes de invertir en destinos turísticos internacionales.

Este es un proyecto que tiene como propósito poner en práctica todos los conocimientos que se adquirió a lo largo del desarrollo de la carrera de Producción de Televisión, plasmándolos en este documento de investigación y análisis, tratando la realidad del contexto quiteño y la carencia de un programa televisivo dedicado a esta ciudad.

Para lo cual se recopiló información mediante encuestas basadas en la realización del magazine televisivo y sus diferentes etapas.

Además se justifica esta propuesta, a través de la creación un magazín televisivo de los recursos turísticos de la ciudad de Quito que permitirá establecer acciones para la difusión de la ciudad, desde los diferentes ámbitos como son: cultural, natural, gastronómico etc. El propósito de este programa televisivo es contribuir al fortalecimiento del sector turístico, en base a la creación de una herramienta que servirá de soporte para fomentar el turismo.

Por consiguiente permitirá el crecimiento tanto económico como cultural de las personas que están dentro de este proyecto.

Análisis de factibilidad de implementación de la Propuesta

Luego de las encuestas realizadas se cumplió con los objetivos planteados. Los requerimientos de la ciudadanía por tener un instrumento, en este caso televisivo, que presente en imágenes los principales lugares turísticos de la ciudad de Quito, del 75% de personas que miran televisión en la noche, el 99% no conocen la existencia de un programa o magazine turístico de Quito. Otro porcentaje alto de encuestados, el 92%, si cree necesario que exista un programa con las características antes mencionadas.

La frecuencia, para los encuestados sobre el magazine, es semanal, y con una duración de 30 minutos incluido espacios publicitarios.

Todos los tópicos que se plantearon en la encuesta para el magazine, tuvieron aceptación; el porcentaje varía entre uno y otro sobresaliendo la parte cultural y gastronómica de Quito. En relación al nombre del programa, los encuestados, en un 45% prefirieron el nombre de “Quito eres tú”, esto demostró que la gente se siente identificada con esta frase.

La variedad en la gama de colores planteados en la encuesta, para identificar la línea gráfica del magazine, tuvo la aceptación del público en un (62%) a diferencia de los 38% identificados con los colores de la bandera de la ciudad.

Además de analizar la encuesta realizada al público objetivo, también fue analizada la entrevista del profesional y una de las personas más aptas para opinar y sugerir acerca de este proyecto. Cristian Londoño es la persona que recibe y aprueba los nuevos proyectos en ECTV “Televisión Pública” después de mirar el producto audiovisual dio su aprobación y las respectivas sugerencias basándose en las etapas de realización y contenido.

Finalmente se puede llegar a la conclusión que el programa piloto “Quito eres tú” es de fácil implementación para el público objetivo, además tendrá una buena acogida en la sociedad y en el ámbito televisivo.

Desarrollo del Proyecto

Fase de Pre-Producción

La pre-producción es una de las etapas que requiere mayor tiempo y dedicación, ésta puede durar días, semanas o meses. Con respecto a esto, Andrade (2001) señala que:

Mientras más minucioso sea el estudio de esta etapa y de todos los aspectos relacionados con ella, más certera será la previsualización de los problemas que puedan surgir, y de este modo serán mayores las garantías de que el proceso de producción se cumpla exitosamente. (p.44).

Esta etapa representa la primera fase de la elaboración de un programa, las ideas básicas son desarrolladas y maduradas en esta etapa hasta que todos los elementos y recursos estén listos para el rodaje.

Los principales factores a considerar son: determinar la idea, objetivo y público del programa; diseño del presupuesto; creación del plan de producción; personal o equipo humano; equipo técnico; scouting o búsqueda de locaciones; equipo para la post producción; guión; vestuario y ambientación; otras necesidades e imprevistos

Varios de estos aspectos se los podrá plasmar dentro de este proyecto, pero habrá otros que no, ya que muchos de estos elementos dependen de los estatutos del canal o productora de televisión o en conjunto con el dueño de la idea.

En cuanto al equipo humano, no será un grupo numeroso, habrá reducciones, a diferencia de grandes producciones como una telenovela, programas en vivo, que son proyectos en donde se necesita de varias personas.

Este proyecto al ser una producción simple busca que el equipo humano sean pocos y que la misma persona pueda desarrollar varias funciones, es decir se pretende que el personal pueda trabajar individualmente o como en equipo. En esta producción no existirán varios cargos como director de arte, utilero, vestuarista, etc. Ya que no son necesarios.

El equipo humano para esta producción está compuesto por: dirección y producción, conducción, operación de cámaras, asistente de dirección y producción, diseñador gráfico y post-productor. Para cada cargo habrá una persona que desempeñe dos o más funciones a la vez a excepción de la conductora.

En esta etapa se desarrolla todo lo que está fuera de grabación es decir, planteamiento de la idea, desarrollo del guion, diseño del presupuesto, casting, scouting de locaciones, plan de rodaje etc. Los cuales serán desarrollados a continuación.

Planteamiento de la idea

La conceptualización de la idea consiste en hacer realidad un pensamiento; la investigación realizada se basa en un magazine televisivo, que pertenece al género entretenimiento más conocido como variedades. El cual está dividido en una temporada de ocho episodios, los cuales serán transmitidos uno por semana.

Cada episodio está dividido en cuatro bloques, con reportajes que varían de un minuto y medio hasta tres minutos de duración, estos tiempos se los maneja para no aburrir al televidente, además están respaldados con animaciones al inicio de cada reportaje, para darle más dinamismo y frescura.

El enfoque de este magazine es totalmente turístico, los segmentos están divididos de acuerdo a los datos arrojados en las encuestas, además el nombre y la línea gráfica fue elegida por el público objetivo.

Para llevar a cabo este proyecto se tomó en cuenta los diferentes recursos turísticos de la ciudad de Quito completando un tiempo de veinte y dos minutos de programa que finalmente con los espacios publicitarios da un total de treinta minutos.

En base a lo investigado este magazine estará dentro del horario de la tarde- nocturno el cual será transmitido un día entre semana en horario triple A entre 7:00pm a 9:00pm.

- Estructura de programa (**Ver Anexo 5**)

Guion Literario

Según **Joan Ferrés (1992)**, el guion literario: Es la transcripción y organización detallada del programa con un orden estructurado. Así como también incluye los contenidos que serán expuestos en el programa, expresados literariamente.

Para realizar este proyecto se creó un guion que contenga información acerca de los lugares visitados, además de respaldar lo que se muestra en las imágenes.

- Estructura de Guion literario **(Ver Anexo 6)**

Presupuesto

Este desglose debe incluir los gastos referentes a las etapas de preproducción, producción y postproducción del programa. Luego que éste tenga toda la información requerida, debe ser presentado a la productora y al cliente, para que evalúen la propuesta.

Joel Augros (2000) afirma que el presupuesto “es un resultado de un compromiso entre lo que desea el productor y las autorizaciones de gastos acordadas por los socios capitalistas.

El presupuesto del magazine Quito eres Tú, está basado en un presupuesto general de gastos, donde se contemplan los gastos básicos de cada etapa de producción. Para la producción de este programa audiovisual, existieron muchas exoneraciones de pago y consideraciones especiales de varias personas y empresas, por tratarse de un trabajo netamente académico.

- Estructura de Presupuesto **(Ver Anexo 7)**

Plan de Rodaje

También conocido como Plan de producción es una herramienta que se utiliza para comunicar a los integrantes del equipo de producción qué actividades desempeñar, cuándo y dónde

El plan de rodaje para Martínez José (2003), No es más que el final de la tarea de preproducción es la elaboración de un plan de producción, donde quedará consignado el día de trabajo, para ajustarse con el equipo de producción.

Este plan de rodaje fue elaborado de acuerdo a los tiempos del personal técnico y extras, para la correcta utilización de tiempos, recursos humanos, tecnológicos y económicos, los cuales se cumplirán en un tiempo determinado. Para la realización del magazine hay que tomar en cuenta los horarios de atención de los lugares que serán visitados, informando a los empleados y administradores de cada sitio que día se efectuaran las grabaciones, durante cuánto tiempo, para no interferir en su desempeño laboral.

- Estructura de Plan de rodaje (**Ver Anexo 8**)

Casting

Según Falcón y Caramillo (1991), “La selección de actores, modelos y extras es lo que comúnmente denominamos “casting”. Cada uno se hace por separado, dependiendo de la importancia de cada personaje y del rol en escena. Cuando se trabaja con actores profesionales, la escogencia dependerá en algunos casos de su trayectoria y fama. (p.66)

De acuerdo a las características requeridas por la directora y casa productora Media Raymi Comunicación Integral fueron elegidas como presentadoras; Brenda Guerrón y Carolina Gavilanes que fueron las personas con mejor desenvolvimiento escénico, espontaneidad, contextura, color de piel, entre otros. Correspondiendo al prototipo de persona que se buscaba para este programa.

Gráfico: 11 Persona elegida en casting



**Fuente: el autor
Casting (Ver Anexo 9)**

Scouting

Para el scouting se hace la búsqueda de locaciones de acuerdo a los requerimientos del guion técnico. Para José Martínez Abadía (2003) scouting:

“Es localizar los escenarios naturales que pueden servir para satisfacer las necesidades de una producción y que no son reproducido montados en un plató”

Para realizar el scouting de este proyecto, se inspecciono las locaciones para determinar la ubicación, considerando varios puntos como: limitaciones de espacio, disponibilidad de energía eléctrica, condiciones visuales y auditivas, iluminación y accesos.

Las locaciones utilizadas serán el Centro Cultural Metropolitano, Heladería San Agustín, El Convento San Francisco, Ciudad del Mitad del Mundo, Hotel Patio Andaluz y las tomas de paso serán en su mayoría en exteriores. Es importante señalar que para grabar en cada instalación antes mencionada se debe contar con una autorización por escrito.

- Estructura de Scouting (**Ver Anexo 10**)

Identidad Corporativa

Según Joan Costa en su libro Identidad Corporativa dice: “Que es la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad.

Basado en el concepto de este autor, se pensó en la construcción del logo, cromática y tipografía, se realizó lo más sencillo posible, siendo de fácil recordación para los televidentes.

Nombre y Tipografía

Según Joan Costa en su libro Identidad Corporativa dice: “que es por ello que el nombre da a la empresa la fuerza y hace que sea reconocido, por el consumidor o receptor”.

Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional. La normalización de la tipografía es un factor

adicional en todo programa de identidad visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

He aquí la importancia de elegir un buen nombre, ya que a través de las palabras, se identifica la marca.

Es indispensable que las palabras sean de fácil pronunciación y produzcan un sonido agradable al ser escuchado por los receptores, para que sea recordado por los mismos, es por este motivo que se eligió el nombre “Quito eres Tú” debido a que en las encuestas la gente menciona que este nombre es fácil de recordar además lo identifican con la ciudad.

En cuanto al logotipo la tipografía seleccionada para la imagen esta realizada con la fuente Impact que es la más utilizada en carteles y anuncios para llamar la atención o impactar al consumidor, además se aprecia muy bien en un ordenador. La simbología de la Q de Quito representa abstractamente al Globo Terráqueo. La gráfica utiliza formas geométricas simples divididas en varias secciones de colores, que cada uno representa la diversidad cultural, gastronómica, religiosa, folclórica que posee la ciudad de Quito.



Gráfico 12: Logo

Fuente: el autor

- Bocetos de Logo **(Ver Anexo 11)**

Cromática

Los tonos de la línea gráfica se basan en varios colores que cada uno por separado representa:

El blanco es pureza y candor

El verde "Agua" se asocia con la protección y la curación emocional, es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

El azul, es el símbolo de la profundidad. Es un color reservado y está dentro de los colores fríos. Expresa armonía, serenidad. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo.

El magenta, se podría decir que es la parte glamorosa y madura, al alejarse un poco del rosa puro y tener más tonalidad de rojo. Es un color que fácilmente se puede asociar con la moda, con las mujeres, con la elegancia.

El amarillo provoca alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular. Con frecuencia se le asocia a la comida.

Y finalmente el gris es un centro neutro y pasivo, que simboliza la ausencia de energía, resignación.

- Cromática y Tipografía **(Ver Anexo 12)**

Fase de Producción

La fase de Producción es la referida a la grabación del programa, es decir la captación, en audio y en video de los planos y tomas, necesarios para la realización del mismo (Solarino, 2000).

La producción es la etapa donde ya se pone todo en escena, es decir, es donde ya intervienen la parte técnica del equipo, es la grabación de lo que se quiere mostrar, que finalmente pasará a un proceso de edición y montaje en la etapa de post-producción.

Existen dos modalidades de trabajo para esta fase. La primera que es transmitida en directo, que incluye un guion, con tomas trabajadas, antecedidas por repetidos ensayos, como es en el caso de telenovelas, y programas concurso, reality show, etc. La segunda son los programas pregrabados, a excepción de noticieros, programas deportivos, y algunos eventos especiales, la mayoría de programas suelen ser grabados para luego ser transmitidos.

En esta fase de Producción ocurren dos actividades fundamentales, según Carlo Solarino (2000): las operaciones preliminares referidas a la puesta a punto de los equipos, los invitados, los presentadores, la musicalización, vestuario y maquillaje; y la grabación propiamente dicha del programa

Para la etapa de producción hay que considerar aspectos como la revisión de utilería, vestuario, escenografía, coordinación de locaciones, para evitar aplazamientos e inconvenientes innecesarios durante el día del rodaje, se debe tener un excelente dirección y coordinación en la etapa de preproducción, ya que cualquier detalle o elemento pasado por alto durante esa etapa, pudiera radicar resultados negativos, en el desarrollo del producto final.

El rodaje del magazine Quito eres Tú, se basó en una previa investigación en cuanto a locaciones, talentos, equipo humano y técnico, las grabaciones se realizaron en lugares turísticos de la ciudad de Quito, los cuales fueron verificados con anticipación, en la etapa de scouting, debido a los permisos solicitados y al tiempo con el que se cuenta para la realización del producto.

La planificación de la grabación fue designada de acuerdo a los permisos obtenidos, todo el equipo se reunió en la Plaza Grande, donde se realizó varias tomas en la mañana, en cuanto a movilización se cuenta con un auto para las cuatro personas del equipo de producción.

El rodaje del magazine se inició el día lunes 17 de Junio en la ciudad de Quito a partir de las 9:00 am; con la grabación del reportaje de la Heladería San Agustín, en donde se grabó el proceso para la elaboración de los helados de paila y el tradicional ceviche quiteño, el mismo día se realizó las tomas del Centro Histórico y Panecillo.

Martes 18 de Junio, el equipo de producción se trasladó al Centro Cultural Metropolitano ubicado en el Centro de la ciudad, para realizar el segundo reportaje, en donde se hizo el recorrido por todo el Centro incluyendo el museo Alberto Mena Caamaño más conocido como Museo de cera y algunas exposiciones que se exhibe en este lugar, todo esto se realizó hasta el mediodía, a partir de aquí se realizaron tomas de paso desde el mirador del Ichimbía, para luego hacer algunas grabaciones en la avenida 12 de Octubre para mostrar al Quito Moderno.

El día miércoles 19 de junio del 2013, el equipo de producción se movilizó hasta el hotel Patio Andaluz para realizar el reportaje de las instalaciones del lugar, incluyendo su sala de lectura, y el restaurant Rincón de Cantuña. En la tarde del mismo día se

realizó el reportaje del museo y convento de San Francisco, en donde se pudo observar varias piezas de la Escuela Quiteña y las instalaciones del lugar, incluyendo el coro de la iglesia y los exteriores de la misma.

El día 20 de Junio, se realizó tomas del amanecer en el Teleférico, para luego hacer tomas de paso en algunos puntos de la ciudad incluyendo el mirador de Guápulo.

El día 21 de Junio, se efectuó la grabación en la ciudad Mitad del Mundo desde la mañana hasta la tarde, en donde se hizo un reportaje extenso en el museo etnográfico, Insectarium, y se pudo grabar el evento que se da anualmente en esta fecha como es el Solsticio de Verano, con esto se concluyeron las actividades en cuando a la producción del magazine turístico.

Fase de Post-Producción

La etapa de post-producción representa la tercera y última fase de elaboración del programa y comienza cuando se lleva todo el material filmado en un disco duro hasta la sala de edición. Ahí se revisa el material y se selecciona las mejoras tomas para iniciar con el proceso de edición.

Raúl D'Victirca (2002) señala que la post producción es “decisiva, implica cómo va a quedar conformado el final del programa. Se realiza la edición, la inclusión de efectos digitales, la musicalización, la grabación de incidentales y locutor en off, titulado, etc. De ella depende que el programa sea bueno o malo. Puede tenerse una excelente preproducción y buena producción, pero si la post producción no está bien realizada, no tendrá caso el éxito en las etapas anteriores”. (pág.18)

En la post producción se deben considerar varios aspectos para su desarrollo: edición y montaje, musicalización, locución o grabación de la voz en off, efectos especiales y animación, evaluación final.

Edición y Montaje

Esta etapa es aquella en la que se distribuyen y se coordinan tomas e imágenes, tratando de mantener un orden que ayude a la comprensión del espectador y aporte a que el programa sea dinámico y tenga variaciones.

Por su parte, Camarillo y Moreno (1991) dicen que la edición “Es como armar un rompecabezas, a diferencia de que en este caso hay varias piezas que pueden encajar en el mismo sitio y solo una de ellas será elegida.” (p. 128).

La edición es un proceso en el cual se convierte en cortar, e integrar las imágenes y sonidos, dentro de una secuencia lógica, con el fin de darle sentido narrativo al material audiovisual obtenido en la producción, la edición se basa en los guiones, script, elaborados en la pre producción.

La edición no lineal se la realiza con una computadora y con un software de edición. En ella se puede manipular el material audiovisual grabado, cortándolo y moviéndolo en una línea de tiempo de acuerdo a los requerimientos del guión, dando la posibilidad de agregar efectos sonoros y visuales.

La edición de este proyecto se realizó una edición no lineal, ya que se trabajó con archivos de audio y video digitalizados. Con este tipo de edición los tiempos se acortan y se da la posibilidad de introducir efectos sonoros y visuales a las tomas. El software utilizado para la edición del magazine fue Final Cut 7, y fue armado bajo el tipo de montaje analítico, el cual consiste en planos cortos y de poca duración.



Gráfico 13: Edición en Final Cut 7

Fuente: el autor

Musicalización

Para Benet V (2004) la música:

“Es un sistema estructurado, que transmite información y se convierte en un elemento esencial del espectáculo cinematográfico, así como la música puede entenderse como una creación artística de la voz humana o de instrumentos sonoros para construir y transmitir un mensaje”

En el magazine Quito eres tú la música está presente en todo el programa y lleva el ritmo del proyecto. Es de suma importancia la musicalización, ya que en muchos programas en los que la música no tiene nada que ver con las imágenes. La elección de las piezas musicales se las hizo pensando en el televidente, para que sea fácil llegar con el mensaje que se quiere transmitir a través de este programa.

Se eligió la canción “Tierra de Luz de Ricardo Perotti para el intro y cierre del programa, debido a que es una canción representativa de la ciudad de Quito, que transmite información. Además es fácil de recordar para los televidentes, debido a que se la venido escuchando en algunos eventos de la ciudad capital.

- Derechos de la canción “Tierra de Luz” **(Ver Anexo 13)**

Locución o grabación de la voz

Según Michel Ciment (2000), dice que:

“La voz en off es un medio cómodo para comunicar informaciones, evitar escenas de exposición y proporcionar ciertos datos”

Se puede entender que la voz en off es un recurso importante, que da información al público televidente, para facilitar la comprensión del mensaje.

La voz en off para el magazine televisivo está presente durante la mayor parte del video, sobre todo en cada reportaje para apoyar a la imágenes presentadas a los largo del programa.

Para esto se emplea un tono de voz específico, que como lo define el sitio web mailxmail.com “Es importante adaptar el tono de voz a las diferentes circunstancias para establecer una relación de coherencia entre lo que se dice y la forma en se dice:

En este caso el tono debe ser persuasivo, para lograr un mensaje entusiasta y convincente, transmitiendo una actitud de convencimiento. Establecido compromiso con el televidente, su objetivo es la aceptación de este compromiso por parte del televidente.

Para la voz en off del magazín Quito eres tú se presentaron tres propuestas de locutores a la casa productora, los cuales valorarán según estas especificaciones y elegirán una de ellas de acuerdo al perfil.

Opciones presentadas.

- Jaime Páez, 37 años, productor de deportes en Teleamazonas
- Carolina Escobar, 24 años, conductora del programa Próxima Parada
- Adriana Mancero 26 años, comunicadora, locutora en Radio La Bruja

Opción Escogida:

- Carolina Escobar

Animación 2D y Efectos especiales

Arens (2005), también resalta que gracias a los efectos especiales, muchas empresas ganan premios de publicidad, pero que “ninguna técnica debe cautivar tanto a los espectadores que le presten más atención a ella que al producto o mensaje estratégico”; ya que no se cumpliría con el objetivo del cliente.

Para crear movimientos en los elementos gráficos que componen la imagen corporativa se deben animar con el software Adobe After Effects CS6®, enfocado para la realización de gráficos profesionales en movimiento. Con este software y sus múltiples herramientas de animación es posible la realización de efectos visuales presentes en el magazine televisivo, efectos de transición, animación de texto y animación de gráficos que se presentan al inicio de cada reportaje.

Evaluación de impactos y Validación de la Propuesta

El desarrollo de este proyecto, tiene el potencial de impactar positivamente no sólo al público objetivo al que va encaminado, sino que, la información sobre los espacios turísticos de la ciudad de Quito, darán la oportunidad para que se desarrollen varios negocios vinculados a este sector tan importante para el crecimiento de las ciudades.

La creación de nuevos lugares de alimentación, hospedaje y entretenimiento, crearán nuevas plazas de empleo.

Los cambios económicos positivos, con el aumento de ingresos, generará bienestar en la población, la cual podrá integrarse en la toma de decisiones para que los recursos generados lleguen al desarrollo pleno del turismo en la ciudad.

La vinculación de turistas nacionales fortalecerá los lazos entre los ciudadanos visitantes y los lugareños.

Diseño del instrumento para validación

Para la validar el producto fue necesario elaborar un instrumento.

- Escala Valorativa

Consta con elementos cualitativos como: Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular.

- Indicadores

Para determinar los indicadores se determino en base a una pertinencia como: originalidad, viabilidad, creatividad, estética, funcionalidad, coherencia.

Metodología

Una vez diseñado el instrumento de validación se mostro el producto audiovisual, entregado la ficha de validación a los profesionales para el respectivo análisis y aprobación correspondiente.

- Validación de la propuesta **(Ver Anexo 14)**

Conclusiones

- El obtener información de los sitios turísticos del Distrito Metropolitano de Quito en un magazine turístico para televisión, permitirá una mayor difusión de los mismos, tanto a nivel local como nacional, basado en las etapas de producción de televisión.
- El diseñar un magazine televisivo permitió presentar la imagen turística del Distrito Metropolitano de Quito y tener una guía de la misma.
- La complejidad de la realización de un producto audiovisual requiere un exigente trabajo en cuanto a producción, que solo se logra integrando las diversas fases de la misma y los elementos necesarios.
- La creación de proyectos audiovisuales como “Quito eres tú”, ayudan a fomentar el turismo tanto en locales y nacionales, proporcionando información acerca de la ciudad, y a la vez incentivando a la población a visitar la ciudad.
- El empleo del proceso de producción facilitó la producción del material audiovisual, puesto que al ser un proceso flexible se adaptó a las diferentes etapas de la misma.

Recomendaciones

- Poner mayor énfasis en los programas televisivos de promoción turística, puesto que el Ecuador es un país, con una gran diversidad paisajística, arquitectónica, gastronómica y cultural.
- Promover la realización de trabajos audiovisuales como el presente, con la finalidad de fomentar el turismo en el país.
- Incentivar a los alumnos a realizar programas audiovisuales para que participen en los diferentes concursos que ofrece año tras año la Televisión Pública, ya que la Universidad cuenta con estudiantes destacados en las materias de Realización y Producción Audiovisual.
- Tomar en consideración este magazine televisivo como es “Quito eres Tú”, como guía para la elaboración de futuros trabajos considerando las tres etapas de producción.

BIBLIOGRAFÍA

“ABADÍA, José. Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, vídeo, radio. Editorial Paidós. España. 2003”

“ARENS, Wilian. Publicidad. Mx McGraw Hill Interamericana editores S.A. México. 2000”

“AUGROS, Joel. El dinero de Hollywood: Financiación, producción, distribución y nuevos mercados. Editorial Paidós. Argentina. 2000”

“ALEGRE, Julio Estremadoyro. Lecciones de periodismo televisivo. Primera edición. Lima- Perú. 2004”

“BARROSO José. Realización de los géneros televisivos. Editorial Síntesis. Madrid. 1996”

“BENET, Vicent. La Cultura Del Cine: Introducción a la Historia y la Estética Del Cine. Editorial Paidós. Argentina. 2004”

“CIMENT, Michel. Kubrik. Ediciones AKAL España. 2000”

“COSTA, Joan. Identidad Corporativa. Editorial Trillas. México. 2001”

“GELIES, Lorenzo Feliciano. La Televisión. Salvat Editorial S.A. Barcelona. 1973”

“GESTINO, Octavio. La tercera Mirada. Editorial Paidós. Argentina. 1996”

“HERNÁNDEZ, R, FERNÁNDEZ, C Y BAPTISTA, P. Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill Segunda Edición. México. 1998”

“MARÍN, Lucas Antonio. La Nueva Comunicación. Editorial Trotta S.A. España. 2009”

“MORA, Alba Luz. La televisión en el Ecuador. Editorial Amauta. España 1988”

“MORENO Cornejo A. Métodos de la Investigación y Exposición. Corporación Editora Nacional. Quito. 2000”

“PÉREZ MONTER, Héctor Javier. *El Guion Audiovisual*. Trillas. México. 2007”

“RINCÓN, Omar y Estrella, Mauricio. *Televisión: Pantalla e Identidad*. Editorial El Conejo. Ecuador. 2008”

“RINCÓN, Omar. *Televisión Pública*. Ediciones La Crujía. Argentina. 2005”

“SOLARINI, Carlo. *Cómo hacer Televisión*. Ediciones Cátedra; Grupo Anaya S.A. Madrid. 2000”

“SÁENZ, Rodolfo. *Arte y técnica de la animación*. Ediciones de la Flor. Buenos Aires. 2009”

“VIDRIO, Martha, MACÍAS, Aristeo y VARELA, Alejandro. *Diccionario de Video*. Universidad de Guadalajara Coordinación Editorial, México. 1998”

“ZETTL, Herbert. *El Manual de Producción de Televisión*. Séptima edición Internacional Thomson Editores. México. 2000”

MORENO. Cornejo

Web sites:

- Urrero, G. (2008). *Formatos Televisivos I y Géneros de la Televisión*. Cine y Letras, Revista de cultura y tendencias. [Documento www]. Recuperado: <http://www.guzmanurrero.es/index.php/Ultimas-noticias/CINE-Y-LETRAS-Formatos-televisivos-I.-Generos-de-la-television.html>
- Hornelas, C. (2005). *La Producción de Televisión*. [Documento www]. Recuperado: <http://productiontv.pbwiki.com>
- García, E. (2008). *La programación en televisión*. Cine y Letras, Revista de cultura y tendencias. [Documento www]. Recuperado: <http://www.guzmanurrero.es/index.php/Ultimas-noticias/CINE-Y-LETRAS-La-programacion-en-television-I.html>

- Géneros Periodísticos (2010). . [Documento www]. Recuperado:
http://platea.pntic.mec.es/curso20/48_edicionhtml-profundizacion/html1/generos_periodisticos.html

- La atención Telefónica como administrativa (s.a). [Documento www].
Recuperado: <http://www.mailxmail.com/curso-atencion-telefonica-como-administrativa/tipos-tonos>

ANEXOS

ANEXO 1

DATOS INSTITUTO NACIONAL DE ENCUESTAS Y CENSO (INEC) PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR EDADES Y AÑOS

Microsoft Excel window: PROYECCION+POR+EDADES+PROVINCIAS+2010-2020++Y+NACIONAL+2010-2020

Formula bar: =SUMA(F35:F70)

Worksheet title: **ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR AÑOS EN EDADES SIMPLES**
PERÍODO 2010 - 2020

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL EDADES	15.012.228	15.266.431	15.520.973	15.774.749	16.027.466	16.278.844	16.528.730	16.776.977	17.023.408	17.267.986	17.510.643
0	341.045	340.137	338.879	337.546	336.328	335.228	334.222	333.325	332.505	331.773	331.139
1	339.943	339.584	338.832	337.662	336.417	335.281	334.250	333.306	332.461	331.699	331.025
2	338.971	339.438	339.122	338.397	337.255	336.032	334.920	333.902	332.979	332.148	331.400
3	337.205	338.688	339.161	338.855	338.150	337.020	335.805	334.703	333.687	332.775	331.953
4	334.973	336.969	338.464	338.940	338.649	337.953	336.822	335.614	334.516	333.509	332.598
5	332.503	334.732	336.794	338.294	338.776	338.488	337.789	336.660	335.463	334.371	333.369
6	329.887	332.364	334.654	336.659	338.163	338.650	338.369	337.669	336.533	335.341	334.252
7	327.098	329.765	332.249	334.541	336.547	338.058	338.549	338.265	337.561	336.422	335.235
8	324.088	326.993	329.663	332.149	334.444	336.449	337.969	338.459	338.179	337.465	336.319
9	320.768	323.972	326.877	329.551	332.043	334.340	336.347	337.870	338.363	338.086	337.360
10	317.131	320.633	323.837	326.743	329.417	331.909	334.219	336.224	337.745	338.243	337.965
11	313.197	316.965	320.469	323.670	326.573	329.252	331.747	334.053	336.067	337.593	338.098
12	309.051	312.991	316.754	320.257	323.456	326.363	329.042	331.542	333.852	335.863	337.393
13	304.736	308.793	312.729	316.468	319.966	323.179	326.086	328.770	331.276	333.590	335.605
14	300.256	304.422	308.478	312.405	316.155	319.643	322.835	325.737	328.421	330.933	333.250
15	295.577	299.876	304.032	308.079	311.997	315.737	319.226	322.402	325.297	327.963	330.500
16	290.696	295.134	299.419	303.560	307.597	311.500	315.229	318.704	321.867	324.759	327.453
17	285.655	290.184	294.603	298.876	302.995	307.014	310.909	314.622	318.090	321.236	324.116
18	280.557	285.089	289.593	293.995	298.246	302.351	306.353	310.229	313.926	317.381	320.515
19	275.541	279.957	284.464	288.948	293.329	297.561	301.643	305.630	309.488	313.171	316.614
20	270.685	274.922	279.315	283.798	288.256	292.613	296.819	300.888	304.855	308.695	312.363
21	266.015	270.041	274.259	278.632	283.090	287.524	291.863	296.050	300.093	304.047	307.868
22	261.513	265.362	269.374	273.581	277.939	282.371	286.779	291.097	295.259	299.287	303.227
23	257.137	260.881	264.721	268.724	272.922	277.263	281.672	286.063	290.361	294.505	298.503

Footer: 10:20 p.m. 16/11/2013

ANEXO 2

CARTA DE AUTORIZACIÓN PRODUCTORA



MEDIA RAYMI
COMUNICACIÓN INTEGRAL

Quito, 25 Mayo 2013

Gabriela Vayas
Coordinadora Carrera Producción de Televisión y Multimedia
UNIVERSIDAD ISRAEL

De mi consideración,
Yo, FERNANDO VITERI CRUZ, con cédula de identidad 1707633838 Gerente General de la productora de televisión "Media Raymi Comunicación Integral" con más de seis años al aire con distintos proyectos televisivos, fotográficos y de producción, certifico que estamos interesados en la propuesta presentada por parte de la Srta. GABRIELA STEFANÍA MOYA YÁNEZ, como proyecto de grado que se basaría en la realización de un programa turístico estimado en ocho capítulos y un piloto que mostrará la ciudad capital en todos sus aspectos: gastronómico, cultural, e histórico, que pretende mostrar a nivel nacional la riqueza cultural de la ciudad de Quito, respaldados por ECTV televisión pública, con quien hemos trabajado por más de tres años con proyectos como "Próxima Parada" y "Cuando las luces se apagan", Veo Veo- Peque clips con tres temporadas respectivamente.

Esperamos el proyecto sea aprobado y así trabajar juntos para el desarrollo turístico de la ciudad y aportar culturalmente al país.

De antemano le reitero mis agradecimientos por la acogida a la presente.

Atentamente,

Fernando Viteri Cruz
GERENTE GENERAL

ANEXO N°3

ENCUESTA

1. Género

- a. Femenino _____
- b. Masculino _____

2. Provincia de procedencia

- a. Sierra _____
- b. Costa _____
- c. Oriente _____
- d. Insular _____

3. Usted mira televisión en la noche

Si: _____ No: _____

4. De las siguientes opciones, ¿Qué tipo de programas mira con frecuencia?

- a. Entretenimiento _____
- b. Noticieros _____
- c. Telenovelas _____

5. Conoce usted algún magazine turístico de la ciudad de Quito que se transmita actualmente

No: _____
Si: _____ ¿Cuáles? _____.

6. Considera pertinente la realización de un programa de televisión que muestre los recursos turísticos de la ciudad de Quito

Si _____ No _____

7. Con que frecuencia le interesaría ver este programa

- a. Diario _____
- b. Semanal _____
- c. Mensual _____

8. Qué segmentos considera usted que debe contemplar este programa de televisión

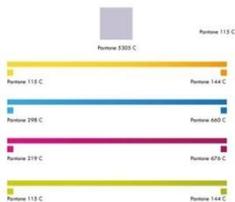
- a. Gastronómico _____
- b. Cultural _____
- c. Presentación artística _____
- d. Concurso _____

9. Qué nombre cree usted que debería tener el programa de televisión

- a. Quito Eres Tú _____.
- b. Quito Tierra de Luz _____.
- c. Corazón del Mundo _____.

10. Qué colores cree usted que debe tener la línea gráfica del magazine turístico

- a. Colores de la bandera de Quito _____.
- b. Varios colores _____.



ANEXO N°4

ENTREVISTA CRISTIAN LONDOÑO

1.- ¿Que piensa acerca del proyecto “Quito eres tú”, como aporte a la sociedad?

Me llamo Cristian Londoño soy asesor de nuevos proyectos para Ecuador TV hoy les voy a comentar sobre el proyecto “Quito eres tú” este proyecto me parece que es un proyecto si no es cierto, no muy original pero en cambio es interesante porque nos ayuda a descubrir ese Quito interno, ese Quito que muchas veces no conocemos, nos ayuda de algún modo a hacer turismo en nuestra propia ciudad, un turismo que muchas veces son hacemos y que deberíamos hacerlo.

2.- ¿El proyecto “Quito eres tú” es un proyecto viable para televisión?

El proyecto “Quito eres tú” de la productora Stefanía Moya es un producto que funciona para televisión, me parece que puede interesar mucho a las personas que quieren conocer Quito más a fondo, de sus sitios turísticos de la forma de descubrir la ciudad de diferente manera.

3.- El proyecto podría interesar a algún canal de televisión o a otras entidades?

El proyecto “Quito eres tú” de Stefanía Moya, es un proyecto que podría interesar a un canal de televisión desde luego y podría encontrar otro tipo de apoyos también como por ejemplo “Quito Turismo” que yo creo que estarían muy interesado en apoyar este tipo de iniciativas, inclusive si es que se pone algún ingrediente patrimonial podría interesar al FONSAL.

4.- ¿Cómo asesor de nuevos proyectos para ECTV qué temáticas cree que debería contemplar este proyecto?

Me parece que debería contemplar bloques y segmentos culturales, gastronómicos, hoteleros, presentaciones artísticas como farra quiteña, descubrimientos como el Quito patrimonial, Quito farrista, ecorutas, etc.

ANEXO N°5

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA “QUITO ERES TÚ”

Quito eres Tu El Primer programa muestra el Quito Antiguo Estructura general del Guion Periodístico		Post-Producción	
Presentación del programa		Rueda Presentación	
Opening Quito Eres Tu		Rueda Quito Eres Tu	
1 BLOQUE	Segmento Divertido	Animación mapa	7 “
	Presentadora: Invita a recorrer la ciudad Mitad del Mundo		12”
		Rueda reportaje Ciudad Mitad del Mundo	3’30”
	Presentadora: Manda a espacio publicitario		8”
	ESPACIO PUBLICITARIO		20”

2 BLOQUE	Segmento Cultural	Animación segmento	10 “
		Animación mapa	7 “
	Presentadora: Da un resumen de la historia de la ciudad e invita a conocer el lugar		13”
		Rueda reportaje Centro Metropolitano Cultural	2’ 46”
		Animación mapa	7”
		Rueda reportaje San Francisco	3’8”
	Presentadora: Da un dato curioso del lugar		7”
	Presentadora: Manda a espacio publicitario		8”
	ESPACIO PUBLICITARIO		20”
3 BLOQUE	Segmento Gastronómico		10 “
		Animación mapa	7”
	Presentadora: Invita a probar las delicias típicas de la ciudad		8”
	Rueda reportaje Heladería San Agustín		3’11”

	<p>Presentadora: Invita a conocer una casa colonial convertida en un hotel boutique</p>	Animación mapa	7"
			7"
		Rueda reportaje Patio Andaluz	3'03"
	<p>Presentadora: Invita a mensajear para ganar un sorteo</p>	Animación segmento	45"
	<p>Presentadora: Manda a espacio publicitario</p>		8"
	ESPACIO PUBLICITARIO		20"
4 BLOQUE	Segmento Artista Invitado		10"
	<p>Presentadora: Da la bienvenida al artista de la semana</p>		1'30"
		Rueda presentación artística	3'12"
	<p>Presentadora: Hace la despedida del programa</p>		1'01"
		Rueda créditos	45"

		<p>punto estratégico se aprecia el entorno geográfico andino y el interior del centro turístico. En el insectarium se muestran muchas especies que son propias del país que son desconocidas para la mayoría de la gente. En la mitad del mundo se pueden observar varios hechos singulares como: equilibrar un huevo sobre un clavo, una persona puede poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur al mismo tiempo y el Solsticio de verano que es el día más largo del año, en el que el sol alcanza el punto más alto, la ciudad mitad del mundo es la sede en donde nacionales y extranjeros acuden el 21 de junio de cada año al ritual que se realiza a cargo de taita Carlos y la danza de los yumbos para la renovación de energías</p>
SEGUNDO BLOQUE: SEGMENTO CULTURAL		
4	<p>Imágenes del Centro Cultural Metropolitano Museo de Cera y sus diferentes salas</p> <p>Presentadora con traje de la época.</p>	<p>Voz off: Una de las edificaciones quiteñas guardianas de una gran cantidad de historia de nuestro país es el Centro Cultural Metropolitano con 400 años de existencia. La historia de este edificio nace con los jesuitas en la época de la colonia, hacia 1594 esta congregación religiosa fundó el colegio seminario San Luis, posteriormente con la expulsión de los clérigos de nuestro país en 1767, todos los bienes fueron administrados por el edificio de temporalidades de uso municipal. En este edificio se llevaron a cabo actos importantes para nuestra república, quizá uno de los episodios más..... Del que fue testigo esta edificación fue la matanza de los próceres de la independencia del 2 de agosto de 1810, a la cual se la recuerda en el museo de cera Alberto Mena Caamaño, que funciona en estas instalaciones. Presentación Carolina En este edificio se realiza exposiciones permanentes, cuenta con 4 salas en las cuales podemos apreciar varias piezas de la colección Mena Caamaño, pinturas que pertenecen a Carmen Dávila hechas con materiales alternativos, objetos religiosos, esculturas, piezas talladas en maderas entre otros. Hoy el centro cultural se ha convertido en el punto de encuentro de los quiteños y no quiteños así el público acude a la biblioteca Gózales Suárez, cybernario, al museo de cera ya la exposiciones que tienen como escenarios las salas y patios de este lugar.</p> <p>Presentadora: Hombres cobardes nacidos para la servidumbre de que tenéis miedo no hay tiempo que perder. Es así que Manuela Cañizares dio valor a los hombres que se encontraban en pie de lucha junto a ella para conformar la junta suprema de gobierno. Que 6 días después firmaron las actas de independencia un 16 de Agosto de 1809. Para un turística que quiera conocer la historia de la ciudad de Quito este es lugar que tienen que conocer el museo Alberto Mena Caamaño más conocido como museo de cera, acompañemos en este recorrido</p>

		cebollas, jugo de tomate, aceite de palma, pimienta y un poco de azúcar que le da ese saborcito agridulce más conocido como el ceviche lampreado. En este lugar de la capital, todavía se conserva la tradición de la colonia, en preparar recetas lampreada manteniendo la tradición. La heladería se ha modernizado para brindar un mejor servicio a sus clientes, sin perder su esencia, además de los helados y los famosos ceviches, se brinda platos a la carta y los tradicionales dulces quiteños como los higos enconfitados, delicados, mistelas entre otros. Día a día acuden personas a disfrutar los exquisitos manjares que aquí se ofrecen. Así en esta heladería usted puede y recordar el quito antiguo con sus peculiares objetos. Y revivir aquellas tradiciones tan características de esta francisca ciudad.
7	Presentadora en un pasillo del hotel Imágenes del Hotel Patio Andaluz	Presentadora: En nuestro segmento Quito Relajado recorreremos las instalaciones de una hermosa casa de estilo colonial convertido en un elegante hotel boutique. Voz off: Ubicado en el antiguo Centro de Quito, rodeado de varias iglesias y museos, se encuentra el hotel Patio Andaluz. Que abrió sus puertas en el año 2004. Este hotel de sobria decoración y estilo colonial está preparado para recibir visitantes habituados a hoteles cinco estrellas que visitan la ciudad capital por turismo o negocios. Cuenta con variados ambientes como es el Solárium lugar de descanso, sala de lectura "Guayasamín, y el servicio en el Restaurante Rincón de Cantuña, que ofrece una variedad de platos típicos nacionales e internacionales. Disfrute su estadía, con una acogedora recepción y amplias instalaciones y sus servicios complementarios que ofrecen al huésped el mejor estilo colonial.
8	Presentadora en exteriores de Yaku	Presentadora: Mensaje al 2255 con la letra Q y gana una estadía de dos días y una noche en el tradicional hotel Patio Andaluz, que esperas para mensajear?? Haslo Ya.....
CUARTO BLOQUE: ARTISTA INVITADO		
9	Presentadora entrevistando al artista invitado en el parque Bicentenario Videoclip realizado en el parque Bicentenario	Presentadora: Amigos estamos en el parque Bicentenario con Tiago un artista nacional que de seguro dejara al país en lo alto. ¿Tiago cuéntanos más sobre tu carrera? ¿Cuáles son tus sueños para este año? Bueno Tiago sin más que decir te dejamos, la pista es tuya. Música: La Noche es Perfecta –Tiago
10	Despedida del programa antiguo hospital Militar	Presentadora: Este fue tu programa Quito eres tú nos vemos la próxima semana.

**ANEXO N°7
PRESUPUESTO**

PRESUPUESTO						
Productor : Gabriela Stefanía Moya Yánez Cliente : Media Raymi Comunicación Integral Producto : Magazine Televisivo Duración : Aprox. 22 min						
Item	Unid	Valor x Unidad	# de Días	Subtotal	Total	Observaciones
Compra de Cámara Canon EOS7D	1	-	5	2.000	2.000	Incluye batería y óptica
Alquiler micrófono corbatero y tripode.	1	40c/día	5	40.00	200.00	
Alquiler Kit de Luces	1	20c/día	3	20.00	60.00	
Camarógrafo	1	100c/día	5	100.00	500.00	
Presentadora	1	25c/día	5	25.00	125.00	
Post productor	1	50c/ día	3	50.00	150.00	
Diseñador Grafico	1	25c/ día	3	25.00	75.00	
Locutora	1	100c/ día	2	100.00	200.00	
Transporte		25c/ día	5	25.00	125.00	
Alimentación		\$5 c/día x 4 personas = \$20	5	20.00	100.00	
Discos DVD	2	\$1.00 c/u		1.00	2.00	
Impresiones cajas discos DVD	2	\$2.00 c/u		2.00	4.00	
TOTAL					3.539	

ANEXO N° 8
PLAN DE RODAJE

PLAN DE RODAJE					
Productor : Gabriela Stefanía Moya Yánez Cliente : Media Raymi Comunicación Integral Producto : Magazine Televisivo Duración : Aprox. 22 min					
FECHA	HORA	LUZ	TÉCNICA	EXTRAS	LOCACIÓN
17/06/2013	9:00am Hasta 16:00pm	Ext./Día	Productor Director Camarógrafo		Heladería San Agustín, Tomas panorámicas de la ciudad de Quito, Plaza Grande, Centro Histórico, Panecillo.
18/06/2013	9:00am Hasta 16:00pm	Ext./Día	Productor Director Camarógrafo	Presentadora Guía	Centro Cultural Metropolitano, Tomas panorámicas del mirador Ichimbía, Tomas de paso Quito Moderno
19/06/2013	9:00am Hasta 18:00pm	Int./Día	Productor Director Camarógrafo	Presentadora Guía Administradora	Hotel Patio Andaluz, Convento San Francisco.
20/06/2013	9:00am Hasta 17:00pm		Productor Director Camarógrafo	Presentadora Guía Gerente	Ciudad Mitad del Mundo, museo Etnográfico, Insectarium, Pabellón de experimentos, Solsticio de Verano

**ANEXO N° 9
CASTING**



ANEXO N° 10
SCOUTING

SCOUTING	
<p>Productor : Gabriela Stefanía Moya Yáñez Cliente : Media Raymi Comunicación Integral Producto : Magazine Televisivo Duración : Aprox. 22 min Fotografías : Gabriela Stefanía Moya Yáñez Locación : Quito</p>	
SET	FOTOGRAFÍA
Centro Cultural Metropolitano	
Mitad del Mundo	
Iglesia y museo San Francisco	

Hotel Patio Andaluz



Heladería San Agustín



ANEXO N° 11
BOCETOS DE LOGO



**ANEXO N° 12
CROMÁTICA Y TIPOGRAFÍA**



Pantone 5305 C

Pantone 115 C



Tw Cen MT

ABCDEFGHIJKLMNÑ

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890 !"#%&/()=?i'*[]

ANEXO 13

CARTA DE DERECHOS DE MÚSICA

Quito 22 de Mayo del 2013

Yo, RICCARDO IGILIO PEROTTI COELLO con cédula de identidad # 170412393-2, músico y compositor, autorizo a la Srta. Gabriela Stefanía Moya Yáñez, con cedula de identidad 020201187-0, la utilización del tema musical **"Tierra de Luz"**, cuyo derecho intelectual y conexos son de mi propiedad, para el programa piloto de televisión "Quito eres Tú", realizado como proyecto de titulación (Tesis) para la Universidad Tecnológica Israel.

Esta autorización se extiende única y exclusivamente para el programa antes mencionado y siempre y cuando su difusión se enmarque únicamente en el contexto privado del proyecto de titulación (tesis), prohibiéndose explícitamente la utilización de este tema musical en cualquier pieza de difusión pública.



Riccardo I. Perotti
C.I. 170412393-2



Stefanía Moya
C.I. 020201187-0

ANEXO 14

VALIDACIÓN DEL PRODUCTO

DATOS DEL VALIDADOR

APELLIDOS Y NOMBRES: CRISTIAN FERNANDO LONDOÑO ROSANO
 CEDULA DE IDENTIDAD: 1711971539
 PERFIL ACADÉMICO: PROFESOR UNIVERSITARIO, GUIÓNISTA, PRODUCTOR Y DIRECTOR
 EXPERIENCIA LABORAL: ASESOR DE NUEVOS PRODUCTOS ECTV, PRODUCTOR Y DIRECTOR
DE "LA BELLEZA DE SENTIR" - "ACTO DE SENTIR" - "LIBERACIÓN LA 33", PRODUCTOR Y DIRECTOR
DE LOS DOCUMENTALES "JIMBE ENRIQUE ARDUI: EL DIETA DESENTEDADO", "MOLARABA
PRODUCTOR Y DIRECTOR DE 48 DOCUMENTALES.

N°	INDICADOR	VALORACIÓN			
		EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
1	ORIGINALIDAD	X			
2	VIABILIDAD	X			
3	CREATIVIDAD	X			
4	ESTÉTICA	X			
5	FUNCIONALIDAD	X			
6	COHERENCIA	X			

OBSERVACIONES: SUGERENCIA: EL ÚLTIMO BLOQUE NO FUE BUENA, DE DEBERÍA
CANBIARSE POR OTRA OPCIÓN, POR EJEMPLO, NOCHES PATRIMONIALES
O QUITO FARO, MANTENIENDO EL MISMO ESTILO.


 FIRMA DEL VALIDADOR

