



**FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
ESCUELA DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

Tema:

**PRODUCTO AUDIOVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ
UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA PROVINCIA DE
PICHINCHA.**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de
licenciatura en Diseño Gráfico.

Autor(a)

Leonardo Andrés Catacta Llive

Tutor(a)

MSc. Daniel Ripalda Moya

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACION.**

Yo, Leonardo Andrés Catacta Llive, declaro ser el autor del Trabajo de Integración Curricular con el nombre “PRODUCTO AUDIOVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA PROVINCIA DE PICHICHA”, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Diseño Gráfico y autorizo al Sistema de las bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del repositorio digital institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total del trabajo.

Del mismo modo, acepto que los derechos de autor, morales y patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberá firmar convenios específicos adicionales donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 15 días del mes de febrero de 2022, firmo conforme:

Autor: Leonardo Andrés Catacta Llive

Firma:

Número de cedula: 1726191347

Correo electrónico: acatacta@gmail.com

Dirección: Carapungo, Av Luis Vaccari y Carihuairazo

Teléfono: 0984141778

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de Integración Curricular “PRODUCTO AUDIOVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA PROVINCIA DE PICHICHA” presentado por Leonardo Andrés Catacta Llive, para optar por el Título de Licenciatura en Diseño Gráfico,

CERTIFICO

Que dicho Trabajo de Integración Curricular ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte los Lectores que se designe.

Quito, 15 de febrero de 2022

.....
MSc. Daniel Ripalda Moya

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Integración Curricular, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciatura en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 15 de febrero 2022



.....
Leonardo Andrés Catacta Llive

1726191347

APROBACIÓN DE LECTORES

El Trabajo de Integración Curricular ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PRODUCTO AUDIVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Diseño Gráfico, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 15 de febrero 2022.

.....

Ing. Andrés Caicedo MSc
LECTOR

.....

MSc. Héctor Marcelo Zambrano Unda
LECTOR

Contenido

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA REPRODUDUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACION.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LECTORES	IV
Resumen Ejecutivo	1
Abstract.....	3
1. Introducción.....	5
2. Antecedentes	7
3. Planteamiento del problema.....	8
4. Justificación	10
5. Objetivos.....	12
5.1. Objetivo general.....	12
5.2. Objetivos específicos	12
6. Marco Referencial.....	13
6.1 Las fases de producción audiovisual comercial.....	13
6.2 Características de los audiovisuales comerciales	13
6.3 Nuevos medios de difusión audiovisual comercial: Medios Actuales Digitales	14
7. Metodología.....	18
7.1 Fase de Inicio	18
7.2 Fase de Preproducción.....	19
7.3 Fase de Producción	41
7.4 Fase de Post producción	42
8. Conclusiones.....	59
9. Referencias Bibliográficas	60

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO
ESCUELA DISEÑO GRÁFICO

TEMA: PRODUCTO AUDIOVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

AUTOR: Leonardo Andrés Catacta Llive

TUTOR: Msc. Daniel Ripalda Moya

Resumen Ejecutivo

El presente documento está enfocado en la realización del Publlirreportaje que da a conocer el Parque Arqueológico Cochasquí, ubicado en el Cantón Pedro Moncayo al Nor-Oriente de la provincia de Pichincha, a 60 kilómetros de Quito (Ecuador).

Sin lugar a duda, el orgullo del Cantón Pedro Moncayo, se sustenta en su patrimonio cultural, el Parque Arqueológico de Investigación Científica “COCHASQUI”, es un complejo monumental de Pirámides y Tolas de la Cultura Pre Incásica Quito-Cara, utilizados principalmente en la realización de ritos sagrados, como tumbas y fortalezas de protección ante las guerras.

Los historiadores concuerdan en que Cochasquí era un lugar arqueológico de la extinta cultura Quito-Cara y Cayambi, pueblos guerreros que desaparecieron con la llegada de los Incas al Ecuador. En Cochasquí, se acentuaba una formación social comunitaria, con pueblos confederados que, en su época de esplendor, estuvo regido por la soberana Princesa Quilaco, quien defendió los territorios de su gente con la bravura que le caracteriza a la mujer de esta zona.

La agricultura fue su principal actividad económica, perfeccionaron el conocimiento Astronómico y crearon el calendario LUNAR y SOLAR, las construcciones de las pirámides tipo ceremonial astronómico, señalan que Cochasquí era un centro de irradiación cultural, es reconocido como uno de los más trascendentales de América.

La dificultad en el acceso, la insuficiencia señalética de este lugar, sin duda tiene su premio para los visitantes que logran llegar al Parque Arqueológico Cochasquí, en este lugar se encuentra la verdadera realidad y riqueza arqueológica de los años 1500 D.C, razones que ameritan de mayor atención y cuidado de las autoridades locales y provinciales.

El producto de este trabajo tiene como objetivo, realizar un producto audiovisual del Parque Arqueológico Cochasquí, ubicado en el Cantón Pedro Moncayo en la Provincia de Pichincha, producto final que servirá para dar a conocer la gran riqueza patrimonial cultural al turistas nacional y extranjero, utilizando técnicas narrativas y por medio de canales de redes sociales, que permitirán dar gran cantidad de información a las personas que se interesen en visitar este precioso lugar turístico con gran potencial histórico.

Palabras Claves

Advertorial, técnicas narrativas, publicidad, parque arqueológico.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO
ESCUELA DISEÑO GRÁFICO

TEMA: PRODUCTO AUDIOVISUAL PARQUE ARQUEOLÓGICO
COCHASQUÍ UBICADO EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO EN LA
PROVINCIA DE PICHINCHA

AUTOR: Leonardo Andrés Catacta Llive

TUTOR: MSc. Daniel Ripalda Moya

Abstract

This document is focused on the realization of an Advertising Spot that publicizes the Cochasquí Archaeological Park, located in the Pedro Moncayo Canton in the North East of the Pichincha province, 60 kilometers from Quito (Ecuador).

Undoubtedly, the pride of the Pedro Moncayo Canton is based on its cultural heritage, the "COCHASQUI" Archaeological Park for Scientific Research, a monumental complex of Pyramids and Tolas of the Quito-Cara Pre-Inca Culture, used mainly in the realization of sacred rites, such as tombs and fortresses for protection against wars.

The settlement of Cochasquí, belonged to a community social formation, with confederated towns that, on its heyday, was ruled by the sovereign Princess Quilago, who defended the territories of her people with the bravery that characterizes the women of this area.

Agriculture was their main economic activity, they perfected astronomical knowledge and created the LUNAR and SOLAR calendar, the constructions of the astronomical ceremonial pyramids, they pointed out that Cochasquí as a center of cultural irradiation, is recognized as one of the most transcendental in America.

The difficulty in access, the signage failure of this place, undoubtedly has its prize for the visitors who managed to reach the Cochasquí Archaeological Park, in this

place is the true reality and archaeological wealth of the years 1500 AD, reasons that deserve greater attention and care from local and provincial authorities.

The product of this work aims to make an audiovisual product of the Cochasquí Archaeological Park, located in the Pedro Moncayo Canton in the Province of Pichincha, a final product that will serve to publicize the great wealth of cultural heritage to national and foreign tourists, using Narrative techniques and through social network channels will allow us to provide a large amount of information to people who are interested in visiting this beautiful tourist place with great historical potential.

Keywords

Advertising spot, narrative techniques, advertising, archaeological park.

1. Introducción

El Parque Arqueológico Cochasquí, se encuentra ubicado en el Cantón Pedro Moncayo al Nor Oriente de la provincia de Pichincha, a 52 kilómetros de Quito (Ecuador). a 3.100 metros sobre el nivel del mar y tiene una visibilidad de 240 grados que facilita divisar claramente los cerros y nevados de la hoya del Guayllabamba.

Cochasquí: palabra de raíz Cara. Cochas: agua, lago. Qui: sitio de la mitad.

Al momento este lugar se encuentra bajo la Administración del Consejo Provincial de Pichincha.

El Cantón Pedro Moncayo, se sustenta en su patrimonio cultural, el Parque Arqueológico de Investigación Científica “COCHASQUI”, es un complejo monumental de Pirámides y Tolas de la Cultura Pre Incásica Quito-Cara, utilizados principalmente en realización de ritos sagrados, como tumbas y fortalezas de protección ante las guerras (Siglo XV).

Según el Arqueólogo Alemán Albert Meyers, de la Universidad de Bonn, la construcción de las pirámides data de un primer periodo del año 950 al 1250 y un segundo periodo de 1250 al 1500 año D.C, sobre el idioma posiblemente hablaban Caranquí, por otro lado, Montesinos, citado en Jacinto Jijón y Caamaño, da cuenta que Huayna Cápac se enamoró de la reina Quilaco a la misma que otros autores han dado este nombre a la madre de Atahualpa.

Este lugar perteneció a la cultura Cochasquí, en el siglo XV, se lo considero como un sitio estratégico de guerra para la Cultura Cochasquí según estudios. Estas pirámides guardan un misterio, se cree que eran utilizadas como Observatorios Astronómicos, en una de ellas se encuentra representado el *calendario lunar y solar*, que ayudaban a determinar los Solsticios de junio y diciembre y Equinoccios de marzo y septiembre, también se cree que en ellas se realizaban ceremonias religiosas o actividades militares.

Con el acompañamiento de un guía turístico (funcionario del Consejo Provincial de Pichincha quien es la persona que se encarga de dar a conocer a los visitantes los datos históricos recopilados de algunos historiadores), se realiza un recorrido por

casi todas pirámides y tolas ubicadas en este lugar recalcando la riqueza arqueológica que posee este parque arqueológico.

En este lugar se construyeron 15 pirámides truncadas en forma de T, 9 de estas poseen una rampa y las otras 6 en forma de tolas, en este recorrido se puede observar la existencia de fauna como llamas, alpacas, búhos que dan vida a este histórico lugar.

Tiene un museo de piezas arqueológicas que se encontró durante la excavación realizada por el arqueólogo Alemán Max Uhle, quien realizó un corte trasversal de una de las pirámides donde se encontró cráneos humanos, vasijas, instrumentos de caza y varios esqueletos.

La ventaja de estar en este sitio es que se puede conectar con la naturaleza y deleitarse de una vista impresionante al estar ubicado a 3100 metros sobre el nivel del mar, se tiene una amplia visibilidad de 240° teniendo la facilidad de observar nevados aledaños como: el Cayambe, Cotopaxi, el Sangay, etc.

El parque Arqueológico Cochasquí, cuenta con buenas instalaciones sanitarias, tiendas, comedores, sitio de interpretación, bares, etc., el personal que labora en este lugar son el Administrador del Parque, Coordinador, Guías turísticos, Guardianes, personal de mantenimiento y personal de aseo, todos son funcionarios del Consejo Provincial de Pichincha, que viajan diariamente en un transporte de la Institución que sale a las 07h00 desde el Consejo Provincial (Centro de Quito) hasta el Parque Cochasquí y su retorno a las 16h30.

Este lugar cuenta con zonas definidas para hacer camping, senderismo, avistamiento de búhos, recorrido en el verde bosque de ciprés, centro de interpretación y lugares de snacks.

2. Antecedentes

La producción audiovisual es una creación que supone la generación de contenidos audiovisuales, ya sea una película, un documental, serie o programa de TV, cada producto audiovisual es realizado por un equipo de producción. Así, la producción de un proyecto supone la coordinación de elementos técnicos, humanos y financieros que participarán en el desarrollo del mismo (Celery. A, 2001).

Para José Martínez Abadía, en su libro “Manual del productor audiovisual”, podemos definir este concepto como: “...un trabajo complejo que requiere una cuidadosa planificación para que en cada una de las etapas del proceso productivos se alcance el mejor rendimiento”.

El Ministerio de Turismo del Ecuador obtuvo un galardón a nivel internacional gracias a la campaña “All you need is Ecuador” en el 2014 ganó al mejor video promocional de las Américas de la Organización Mundial de Turismo (OTM). El video publicitario se difundió internacionalmente a través de distintos medios televisivos del mundo como son EE. UU, Canadá, Alemania, Francia, Holanda, etc. Travel planer es una revista que se enfoca en los principales atractivos turísticos del mundo llegando a 10.000 agentes de viaje y digitalmente llega a más de 25.000 contactos de trade, en canales digitales como Facebook obteniendo 21.516 likes y en Twitter 1.246 seguidores, utilizando la técnica de “visual motion” que es una estrategia que permite generar emociones y sentimiento a través de una imagen. Se dio a conocer a Ecuador como el país de los 4 mundos, aquel que tiene todo en un solo lugar (Ministerio del Turismo, 2015).

El spot publicitario “Sombras”, de la campaña nacional “Ecuador Potencia Turística”, obtuvo Oro en el Festival de la Publicidad Independiente 2015 (FEPI) en donde participaron 22 países a través de agencias, diseñadores y productores, celebrado en Rosario, Argentina. El video destaca los atractivos turísticos de todas las regiones del Ecuador, fue premiado en las categorías de Realización Integral y Dirección de Arte en Cine y TV (Ecuador del Sur, 2015).

3. Planteamiento del problema

El Administrador del Parque Arqueológico Cochasquí, Luis Mendoza de nacionalidad Mexicana que ha permanecido por más 5 años, afirma que el establecimiento cuenta con una página web con 2 videos de reportajes realizados en el año 2010 en la anterior administración, sin embargo requiere de un nuevo material videográfico que sea difundido en los nuevos canales digitales, además indica que este sitio no cuenta con canales digitales para su difusión, motivo por el cual se pierde la oportunidad de dar a conocer al mundo, la riqueza del Parque Arqueológico Cochasquí, que es un complejo monumental de pirámides y tolas de la cultura Pre-Incásica Quito-Cara de los año 1500 A.C, siglo XV.

Este sitio es de muy poco conocimiento de turistas tanto locales como extranjeros, por lo general las personas que visitan este sitio es por recomendación de personas que han visitado el parque anteriormente, según Luis Mendoza indica que de 12 a 20 turistas son los que visitan el parque los fines de semana, teniendo una capacidad de albergar hasta 50 turistas para realizar el recorrido en todo el parque, diariamente tienen de 5 a 10 turistas especialmente los días jueves y viernes, es por ello que los días lunes y martes no hay atención por la baja afluencia de turistas.

La necesidad imperiosa del señor Administrador se sustenta en actualizar y utilizar la nueva tecnología digital, que permita dar a conocer todas las riquezas que tiene el Parque Arqueológico Cochasquí, su ubicación, horarios de atención, tarifas, promociones, etc.

Con los antecedentes citados anteriormente, este sitio arqueológico Ancestral, requiere de un producto audiovisual que englobe todas las atracciones que tiene el Parque Arqueológico Cochasquí y les permita dar a conocer al público que este sitio turístico el cual se encuentra ubicado a pocos minutos de la ciudad Capital de los Ecuatorianos, en plena mitad del mundo.

Previo al estudio realizado en este proyecto, se puede establecer claramente que es necesario contar con cuentas propias en medios sociales del internet como: Instagram, TikTok, Facebook y YouTube, identificando el nombre del Parque Arqueológico, Cochasquí, este tipo de canales les facilitará la promoción turística a distintos públicos de todas las edades, a nivel local e internacional.

Si bien el parque cuenta con una página web con videos informativos, no es suficiente porque todavía no es completamente reconocido como un sitio potencial turístico a nivel de todo el Ecuador.

El Consejo Provincial de Pichincha, es la entidad que tiene a cargo el parque Arqueológico Cochasquí, mencionado en el código de organización y ordenamiento territorial COOTAD.

“Tiene como base dos pilares importantes: el fomento, por medio del impulso a nuevos productos y fortalecimiento de capacidades, y la promoción para facilitar la comercialización e innovación en los servicios turísticos”.

Sin embargo, no se ve reflejado este lugar, en la página o redes sociales del Consejo Provincial de Pichincha, siendo este sitio, un potencial turístico para todo el mundo por su riqueza Arquitectónica y cultural de la época Pre-Incásica del siglo XV año 1500. D.C

Muchos arqueólogos contemporáneos, siguen investigando a este sitio, aún existe mucho por conocer, todavía no han sido descubiertos los misterios que en cada una de sus pirámides debe existir, solamente una la pirámide ha sido excavada y examinada, en la cual se han encontrado muchas cosas interesantes como cráneos, vasijas, esqueletos, permitiendo asumir que fue un lugar ceremonial donde enterraban los Cochasquí a su gente.

Las personas que visitan este sitio turístico son mayormente turistas locales que han sido llevados por personas que ya visitaron el lugar o personas cercanas al sitio como son los pobladores del Cantón Pedro Moncayo, Cayambe, Quito, Guayllabamba, etc.

4. Justificación

El Parque Arqueológico Cochasquí es un sitio turístico que cuenta con una gran riqueza arqueológica, tradicional e histórica, sin embargo, no se sitúa como un lugar turístico de la Provincia de Pichincha.

Luis Mendoza, Administrador del Parque Arqueológico Cochasquí, indica que este sitio turístico es poco conocido a nivel local y mucho menos a nivel internacional, ya que no cuenta con canales de difusión de gran acogida como son las redes sociales, esto debido al poco presupuesto anual que imposibilita implementar medios tecnológicos de difusión masiva.

Con la explicación que da el señor Administrador, es necesario e importante disponer de publicidad utilizando medios audiovisuales para dar a conocer y potencializar turísticamente este maravilloso sitio del Ecuador, que se encuentra ubicado al Nor Oriente de la Provincia de Pichincha.

La realización del presente proyecto permitirá crear un producto audiovisual para dar a conocer este sitio Arqueológico Ceremonial que será difundido por canales digitales y redes sociales, el interés principal es: potencializar este sitio Arqueológico Ancestral que permita aumentar el número de turistas tanto locales como extranjeros.

Principalmente, se debe analizar los distintos canales de difusión que muchos establecimientos emplean para llamar la atención de su público, siendo estos productos audiovisuales, que serán estrategias de mayor ayuda para captar la atención del público que genere interés en conocer el sitio.

El producto final de este proyecto es realizar un producto audiovisual, parte importante dentro de las múltiples necesidades que posee este Parque Turístico Arqueológico Cochasquí, la difusión de este producto audiovisual se lo realiza completamente por medios digitales, utilizando medios electrónicos para su elaboración, producción y difusión.

Como se indica este producto es parte de solventar sus múltiples necesidades que posee este lugar Turístico. que se encuentra a pocos minutos de la Capital de ecuatorianos, se debe crear un compromiso de apoyo técnico con los alumnos de la

Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Indoamérica y dar continuidad a estos proyectos que van en beneficio de la comunidad.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Crear un producto audiovisual para el Parque Arqueológico Cochasquí ubicado en el Cantón Pedro Moncayo en la Provincia de Pichincha.

5.2. Objetivos específicos

- Recolectar información a través distintos medios para incorporar al proceso de producción.
- Desarrollar las distintas fases de producción audio visual de acuerdo a estándares contemporáneos.
- Implementar una estrategia de difusión basada en compones audiovisuales que se incorporan en diferentes medios de comunicación.

6. Marco Referencial

6.1 Las fases de producción audiovisual comercial

La producción de una obra audiovisual es un trabajo complejo que requiere una planificación cuidadosa para que en cada una de las etapas alcance el mejor rendimiento (Ortiz, 2018, p.6).

La producción se inscribe siempre en un tiempo, una sociedad y unas estructuras industriales determinadas. No siempre se ha trabajado de la misma forma y tampoco se hace igual en Europa que en Estados Unidos, pero, a grandes rasgos, desde el momento de su gestación hasta su presentación definitiva toda producción audiovisual pasa por tres fases: preproducción, producción y postproducción:

- **Preproducción.** Es el conjunto de actividades preparativas que se llevan a cabo desde la idea inicial hasta la disposición de los recursos que intervendrán en la siguiente fase. Eso incluye definir la idea inicial, establecer acuerdos sobre calidad y coste, y desarrollar el guion técnico, los desgloses, las localizaciones, el plan de trabajo, el presupuesto y la asignación de recursos.
- **Producción.** Es la fase de rodaje donde se genere el contenido, se considera que es la fase más importante por el volumen de trabajo y el coste.
- **Postproducción.** Es la fase que comprende todos los procesos de finalización del proyecto, como el montaje, la sonorización y los retoques. Se considera terminada cuando el producto está listo para entrar en el mercado (Ortiz, 2018, p.7).

6.2 Características de los audiovisuales comerciales

La mayoría de las obras audiovisuales son el resultado de la combinación de una necesidad comercial, cultural o artística, la producción publicitaria es un producto comercial (Rivero, 1992).

Se puede mencionar las características principales y fundamentales para los productos audiovisuales comerciales son:

- Es una producción por encargo, mientras que en cine y televisión se realizan producciones por iniciativa de un autor.
- El coste es muy elevado si se tiene en cuenta la duración.
- Cada plano se graba numerosas veces con la intención de conseguir la mejor combinación posible de todas las variables que integran el encuadre. Una misma toma de un plano puede repetirse hasta 50 veces, algo impensable en otro tipo de producciones.
- La duración de los planos es lo más corta posible. En otras producciones audiovisuales, no se tiene en cuenta la duración de cada plano ya que lo importante es que la historia se entienda y quede contada. En cambio, en la producción publicitaria el tiempo es un factor primordial. Es muy frecuente que un anuncio de veinte segundos llegue a tener veinte planos distintos.
- Se busca la mayor calidad posible. La producción publicitaria está marcada por su naturaleza comercial. Se trata de un negocio cuyo objetivo se consigue a través de la perfecta realización de la pieza audiovisual (Ortiz, 2018, p.15).

6.3 Nuevos medios de difusión audiovisual comercial: Medios Actuales Digitales

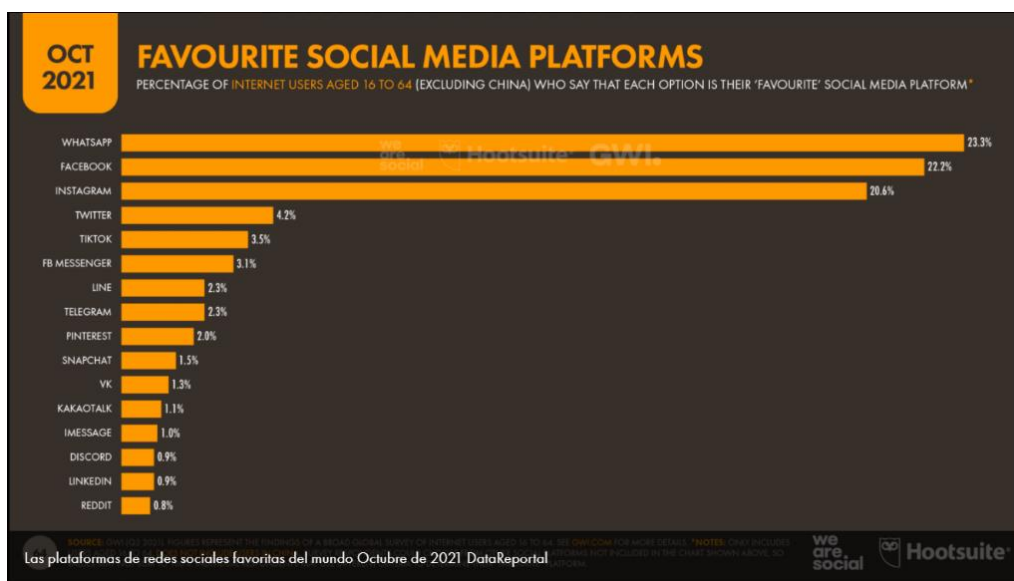
En la actualidad se puede considerar que la publicidad en distintos medios digitales ha llegado a establecerse de una manera potencial, teniendo distintos tipos de publicidad como lo es visual, digital e interactiva que se vuelve atractivo para el público, porque permite interactuar y tener una mejor experiencia.

Las ventajas que se obtiene al utilizar las redes sociales ahora para realizar la publicidad son bastante útiles y efectivas. Ya que muchas pequeñas empresas emplean este tipo de publicidad digital debido al alto coste que se necesita para realizar la publicidad en los medios tradicionales tales como televisión y radio como lo menciona la autora Rosa Moreno Máster en Dirección de Comunicación

Empresarial e Institucional en su libro “Publicidad para Redes Sociales del año 2021”.

Otra ventaja que se obtiene al usar las redes sociales es que se puede encontrar y definir al público objetivo que desea transmitir su publicidad, sin embargo, no solo se puede utilizar como canal publicitario sino para realizar ventas de productos que ofrece su negocio a todos los sectores industriales. Todo esto se debe a la alta demanda que de usuarios activos que poseen las redes sociales como lo podemos observar en esta gráfica.

Imagen 1. Estadísticas de Redes Sociales



Favourite Social Media Plataforms (2021), por Global Social Media Stats [Fotografía]. <https://datareportal.com/social-media-users>

Estrategias de difusión audiovisual comercial en redes sociales

El consumo de videos se ha ido elevando gracias al confinamiento por la Pandemia que inicio en el año 2020 según la periodista Española Verónica Casas creadora de contenido y amante del marketing digital nos de las cifras basándose en la empresa Comscore (Compañía de investigación de Marketing en internet). “Cada persona dedica 47 minutos diarios a ver videos en Internet, 7 minutos más que en el año 2019. El 55% de contenido audiovisual consumido son videos cortos superando incluso al consumo de episodios de series” (Casas, 2021).

Esto nos dice que la mayor parte de gente consume videos de menor duración al ser más interactivos y entretenido que comunica mucho en tan poco, ayudan a no perder el interés de las personas.

Según Verónica Casas (2021). Se mencionan las 7 pautas que permiten tener una estrategia para difusión de videos a través de las redes sociales.

I. Establecer objetivos para la estrategia de vídeos en redes sociales

Algunos ejemplos de objetivos de marketing de vídeo serían crear conciencia de marca, promocionar un producto específico o ayudar a un posible cliente a tomar la decisión de compra.

Sea cual sea el objetivo, ser Smart, es decir que sea específico, medible, alcanzable, relevante y limitado en el tiempo.

II. Escoger el tipo de vídeos

Identificar cuál es el que funciona mejor para la marca es un paso importante en la estrategia de vídeo para redes sociales:

- a) **Educativos:** son vídeos informativos y además pueden ayudar a crear conciencia de marca para nuevos clientes. Son muy útiles además para clientes activos o para leads que están muy avanzados en el embudo de conversión, con guías más técnicas y consejos para aprovechar al máximo el producto.
- b) **Vídeos corporativos:** Pueden ser vídeos animados o ‘detrás de escena’, para que la audiencia pueda conocer la realidad de la compañía a través de sus empleados.
- c) **Entrevistas:** a través de expertos o influencers. Una manera de aportar más autenticidad a la marca o producto.
- d) **Entretenimiento:** No aportan demasiada información, sirven para entretener a la audiencia, enfatizar la voz de la marca y, sobre todo, para construir un sentido de comunidad entre el público.
- e) **Testimonios:** Se valora un producto y habla de cómo ha ayudado a resolver un problema. Los vídeos que muestran cómo un cliente usa un

producto o servicio y su satisfacción con él, funcionan a nivel de conexión.

Escoger los perfiles de redes sociales para los vídeos

En primer lugar, analizar dónde está la audiencia actual y dónde está la audiencia a la que se requiere llegar y también la competencia. En segundo lugar, analizar qué ofrece cada red social y qué dimensiones de vídeo se pueden mostrar.

Si se requiere crear series de vídeos, agrupar tutoriales, testimoniales, guías prácticas de producto, las redes sociales como: YouTube, Facebook, Instagram y TikTok son las alternativas más usadas para clasificar listas de reproducción.

III. Planear la producción y la postproducción de los vídeos

Un buen plan de producción del contenido audiovisual supone ahorrar tiempo y dinero a largo plazo.

- Identificar el equipo necesario (tanto técnico como humano).
- Escribir un guion.
- Crear el storyboard del video.
- Planificar el rodaje, ya que la grabación no será lineal.
- Identificar los escenarios en los que se filmará y tener en cuenta la luz natural.

IV. Programar y promocionar los vídeos

Establecer la hora óptima de publicación, en este sentido las propias plataformas de redes sociales dan pistas sobre el mejor momento para publicar, en qué franja horaria la audiencia está más activa y receptiva. Esto ayudará a generar el mayor impacto posible, tanto en cantidad de personas alcanzadas como en número de reacciones y respuestas.

Además de la hora de publicación, un buen título y una buena descripción previa al vídeo marcarán la diferencia entre alguien que se decida por darle al play o no.

V. Seguimiento de las publicaciones

Ser proactivos y reactivos para establecer una relación más cercana con la audiencia y fomentar la creación de una comunidad alrededor de la marca o producto.

VI. Analizar los resultados

El último paso de cualquier estrategia es el más importante de todos: analizar las métricas.

Cada red proporciona diferentes herramientas nativas de análisis, por lo que es importante saber identificarlas antes de comenzar con la producción (Casas, 2021).

7. Metodología

Se aplicará la metodología usada comúnmente para la realización de un Publireportaje la cual consta de las siguientes fases: Inicio, Preproducción, Producción y Post Producción.

7.1 Fase de Inicio

En esta fase se define los datos básicos del producto o servicio y el público objetivo.

Datos del producto o servicio:

- Empresa cliente: Parque Arqueológico Cochasquí
- Producto o servicio: Turismo
- Objetivo Publicitario: Producto audiovisual Parque Arqueológico Cochasquí.
- Mensaje a transmitir: Historia de un Sitio Cultural Patrimonial y el potencial turístico que posee.

Público Objetivo

- **Datos Geográficos:** Turistas locales y extranjeros

- **Datos demográficos:**
 - **Sexo:** Todos.
 - **Edad:** Todas las edades
- **Datos Socio Económicos:**
 - **Clase social:** Todas las clases sociales
- **Criterios específicos:**
 - **Actividades:** Turismo.
 - **Intereses:** Aumentar empleos de trabajo y generar mayores ingresos.

7.2 Fase de Preproducción

Para la fase de pre producción se planifican realizar 3 tipos de videos basado en un guion técnico que servirá para cada producto audiovisual (Publirreportaje, Reel de Instagram y TikTok), cada producto estará en la plataforma digital correspondiente para su visualización.

Para la edición de videos con aspecto cinematográfico se tomó en cuenta lo siguiente:

- Editar a 24 a 30fps. Por ser la velocidad a la que suelen estar rodadas las películas de cine.
- Cuidar al rango dinámico. Si las cámaras tienes perfiles de grabación «flat» como SLOG o similar, se debe grabar siempre aprovechando estas configuraciones. Si no intentar bajar contrastes y saturaciones a la hora de configurar la cámara.
- Grabar tomas utilizando grandes angulares. El cine se muestra en pantallas muy panorámicas con un aspecto típico de 16:9. Esto se consigue utilizando las famosas «barras negras».
- Las tomas en cámaras lentas siempre ayudarán a conseguir un aspecto cinematográfico (Studio Review.com, 2017).

El público y los medios digitales prefieren los videos de alta definición y, en general, se debe subir los videos en la mayor resolución posible para ofrecer el mayor grado de flexibilidad durante los procesos de codificación y

reproducción. Para los videos que se ponen en venta o alquiler, la resolución mínima debe ser 1920 x 1080 con una relación de aspecto de 16:9 (Condiciones del servicio de YouTube, 2022).

Guion Técnico

Para cada producto se realiza un guion técnico para poder realizar mis productos, es esencial realizarlo para tener una guía previa de cómo realizar las tomas para cada producto es de autoría propia, basándose en los elementos necesarios para la creación de cada producto audiovisual.

Publirreportaje








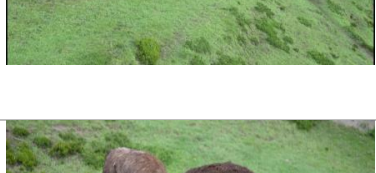

El publirreportaje es un texto periodístico que tiene el objetivo de mostrar aspectos relevantes de una organización. Las empresas pueden optar por este recurso cuando se presenten acontecimientos corporativos positivos como alianzas estratégicas, iniciativas de filantropía, premios, así como la trayectoria que ha tenido en un determinado sector (Ferrer, 2013).








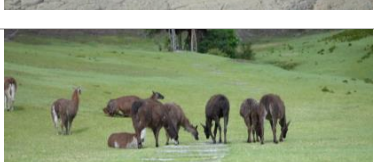
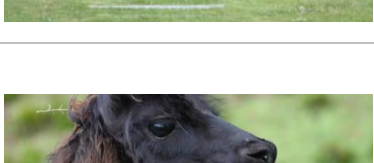
El publirreportaje se considera como una pieza de publicidad, que ayuda al posicionamiento ya sea de un producto o servicio, utilizando narrativa de tal manera que parezca una noticia o un elemento periodístico


Para el primer producto audiovisual Publirreportaje, se trabaja sobre un guion técnico de autoría propia, que sirve como guía para realizar el producto, el guion está dividido en: Número de escena, Plano, Locución, Ángulo de la cámara, Movimiento de la cámara e Imagen referencial.







Guion Técnico Publireportaje Autor: Andrés Catacta

No	Plano	Locución	Ángulo de la cámara	Movimiento de cámara	Imagen referencial
1	Plano General	Cochasquí Parque Arqueológico	Contrapicado	Paneo	
2	Plano Panorámico	El Parque Arqueológico Cochasquí, se encuentra situado al Nororiente de la provincia de Pichincha a 52 Km de Quito en el Cantón Pedro Moncayo.	Picado	Dolly-in	
3	Plano General		Picado	Dolly-in	
4	Plano General		Picado	Paneo	
5	Plano General		Neutra	Dolly	
6	Plano General		Neutra	Paneo	
7	Primer Plano		Contrapicado	Tilt-up	
8	Plano General		Contrapicado	Tilt-up	

9	Primer Plano		Contrapicado	Tilt-up	
10	Plano General	De la investigación científica se dice que: Cochasquí es un complejo monumental de pirámides que se encuentran construidas por grandes bloques de cangagua, 15 pirámides truncas en forma de T, estas no son verticales y 21 tolas pequeñas que pertenecen a la cultura Pre-Incásica Quito-Cara.	Neutra	Normal	
11	Plano General		Contrapicado	Dolly-in	
12	Plano General		Picado	Dolly-out	
13	Plano Panorámico		Picado	Dolly-out	
14	Primer Panorámico		Picado	Paneo	
15	Plano General		Picado	Dolly-in	
16	Primer Plano		Neutro	Estático	
17	Primer Plano		Neutro	Estático	

18	Plano Panorámico	Tiene una visibilidad de 240 grados que facilita observar claramente los cerros y nevados que se encuentra a su alrededor.	Neutro	Zoom-in	
19	Plano General		Estático	Tilt up	
20	Plano General	Perfeccionaron su conocimiento astronómico y crearon el calendario lunar y solar que ayudaban a determinar los solsticios de junio, diciembre y equinoccios de marzo y septiembre.	Contrapicado	Paneo – Estático	
21	Primer Plano		Neutro	Paneo	
22	Primer Plano		Contrapicado	Paneo	
23	Plano Detalle		Picado	Zoom-in Paneo	
24	Plano Detalle		Picado	Estático	
25	Primer General		Neutro	Paneo	
26	Plano Detalle	Música ambiente	Neutro	Estático	

27	Plano General		Neutro	Dolly-in	
28	Plano Panorámico	Los Quitus se asentaban en lugares más altos y cercanos a la línea Ecuador de la Mitad del Mundo.	Picado	Paneo	
29	Plano General		Neutro	Paneo	
30	Primer Plano	En los museos del sitio se pudo apreciar replicas a escala de la pirámide, utensilios moldeados en piedra, muestras de cerámica, con un mejor acabado y superficies endobladas y pulidas con colores variables.	Picado	Tilt-up	
31	Plano General		Picado Neutro	Tilt-up	
32	Plano General		Neutro	Paneo	
33	Plano Detalle		Neutro	Travelling	
34	Primer Plano		Neutro	Tilt-up	
35	Plano Detalle	Neutro	Tilt-up		

36	Plano Detalle		Picado	Travelling	
37	Plano Detalle		Neutro Picado	Tilt Down	
38	Plano Detalle	Osamentas de los antiguos habitantes de Cochasquí, herramientas, juguetes, instrumentos musicales, vestimentas entre otros.	Picado	Paneo	
39	Plano Detalle		Picado	Dolly-out	
40	Plano General	Sus viviendas fueron construidas con paja en su cubierta y cangagua y bareque sus paredes	Picado	Paneo	
41	Plano General	Las construcciones de las pirámides tipo ceremonial astronómico señalan a Cochasquí como un centro de irradiación cultural y religioso que nos remota al pasado y nos invita a vitalizar este patrimonio cultural reconocido como uno de los más trascendentales de América.	Picado	Paneo	

Por ser un video de carácter documental no se realiza guion literario y storyboard.

Video Reel Instagram


En otras palabras, *Reels de Instagram* es una función que permite grabar vídeos cortos de 15 a 30 segundos, a los que se puede subir o bajar la velocidad, agregarles texto y también ponerles música, sonidos, filtros y efectos. Todo depende de tu creatividad (López, J, 2021).

Instagram Reels es un nuevo formato que está disponible para los usuarios de la aplicación de Instagram esto quiere decir que no se trata de una app independiente sino de una funcionalidad como las Stories (Ortiz, 2018).

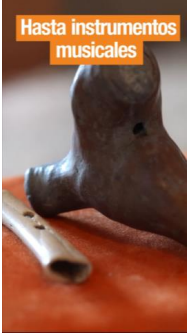


El Reel de Instagram es una nueva herramienta que permite editar tus videos utilizando filtros, regulación de velocidad, que brindan un realce al producto con el fin de poder promocionar a un producto o servicio, llegando a nuevos usuarios que utilizan canales digitales y redes sociales con un contenido más entretenido y diferente.


Para el segundo producto audiovisual se realiza un Video Reel para red social Instagram, se trabaja sobre un guion técnico de autoría propia, que sirve como guía para realizar el producto, el guion técnico está dividido en: Número del plano, Plano, Locución, Ángulo de la cámara, Movimiento de la cámara e Imagen referencial.

Guion Técnico Reel Instagram Autor: Andrés Catacta

No	Plano	Locución	Ángulo de la cámara	Movimiento de cámara	Imagen referencial
1	Plano General	Visita el Parque Ecológico Cochasquí (Icono Bandera de Ecuador)	Normal	Paneo	

2	Plano General	Es un Parque arqueológico que se encuentra ubicado a 52km al norte de Quito.	Normal	Dolly in	
3	Primer plano	Es un Parque arqueológico que se encuentra ubicado a 52km al norte de Quito.	Contrapicado	Paneo	
4	Plano General	Podrás observar enormes pirámides en forma de T (Icono de pirámide Cochasquí)	Normal	Dolly out	
5	Plano General	Cuenta con un museo Arqueológico	Normal	Tilt up	
6	Plano General		Picado	Paneo	

7	Primer Plano	Hasta Instrumentos Musicales	Normal	Estática	 <p>Hasta instrumentos musicales</p>
8	Plano General	Grandes Espacios Verdes	Normal	Paneo	 <p>Grandes espacios verdes</p>
9	Plano General	Llamas y alpacas	Normal	Paneo	 <p>Llamas y alpacas</p>

10	Plano General	<p>Horarios de atención 8h00 a 15h00</p> <p>El costo de entrada</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 años y tercera edad: \$0.50 por persona. • Mayores de 12 años y adultos \$1 por persona • Extranjeros \$3 por persona • Personas discapacitadas entrada gratuita <p>Costos de alojamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabañas \$40.00 por cabaña • Carpas \$3.00 por persona <p>Escribanos al correo Cochasqui.piramides@gmail.com</p> <p>No se admiten mascotas, bebidas alcohólicas.</p>	Normal	Dolly in	
----	---------------	--	--------	----------	--

Videos Reel TikTok



TikTok, la red social china que nació en 2016 y ya está presente en más de 2.000 millones de teléfonos de todo el mundo plataforma están pensada para crear y descubrir vídeos cortos y entretenidos, TikTok puede tener hasta de 3 a 60 segundos permite editar vídeos que tienen ambas plataformas son muy similares. Por ejemplo, permite acelerar o ralentizar parte del video o





audio. En general, los efectos de TikTok son más sorprendentes que los de Reels de Instagram. (Rubio, 2020).




TikTok es la herramienta social con 500 millones de usuarios que permite a cada usuario interactuar con esta herramienta desde grabar cortos videos generando un contenido propio, hasta poder realizar propias campañas publicitarias, esta plataforma se encuentra en más de 2.000 millones de teléfonos en el mundo.





Para el tercer producto audiovisual se realiza un Video Reel para la red social TikTok que se trabaja sobre un guion técnico de autoría propia, que sirve como guía para realizar el producto, el guion técnico está dividido en: Número del plano, Plano, Locución, Ángulo de la cámara, Movimiento de la cámara, Imagen referencial.

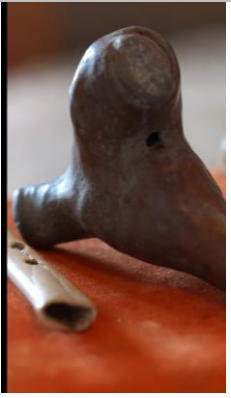

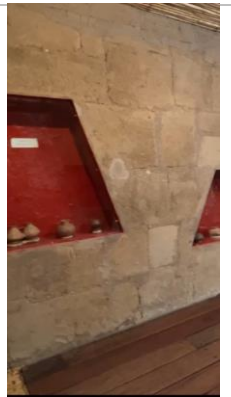
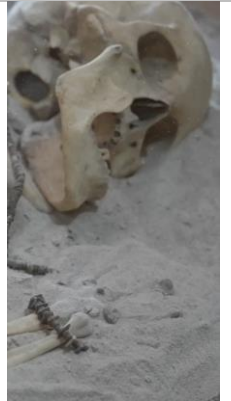
Guion técnico Reel TikTok autor: Andrés Catacta





No	Plano	Locución	Ángulo de la cámara	Movimiento de cámara	Imagen referencial
1	Plano General		Neutral	Paneo	
2	Plano Panorámico		Picado	Paneo	




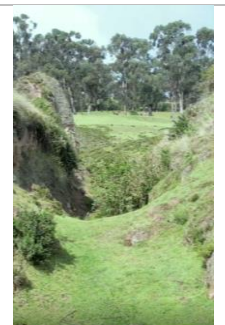
3	Primer Plano	Imagina un Lugar donde	Neutral	Paneo	
4	Plano General		Contrapicado	Tilt-up	
5	Plano General		Neutra	Paneo	
6	Plano General		Neutra	Dolly-in	

7	Primer Plano		Neutra	Estática	
8	Primer General	Podrás conocer De todo esto	Picado	Dolly-Out	
9	Plano General		Neutra	Dolly-in	
10	Plano detalle		Neutra	Estática	

11	Primer Plano		Contrapicado	Tilt Down	
12	Primer Plano		Neutra	Estática	
13	Primer Plano		Contrapicado	Estática	
14	Plano General		Neutra	Paneo	

15	Plano Detalle		Neutra	Estática	
16	Plano General		Neutra	Estática	
17	Plano General		Neutra	Travelling	
18	Plano Detalle		Picado	Paneo	

19	Plano Detalle		Contrapicado	Tilt-up	
20	Plano General		Neutra	Estática	
21	Plano General		Contrapicado	Estática	
22	Plano General		Neutra	Estática	

23	Plano General - detalle		Contrapicado	Paneo	
24	Plano Detalle		Neutra	Paneo	
25	Plano General		Neutra	Dolly-in	
26	Plano General		Neutra	Dolly-in	

27	Plano General		Neutra	Paneo	
28	Plano Panorámico	Parque Arqueológico Cochasquí	Picado	Dolly-Out	

Esquema audiovisual

A continuación, se presenta el plan de rodaje del Publrreportaje sé que llevo a cabo el domingo 19 de diciembre del 2021, se grabó en un solo día, el proceso duro 5 horas y media.

Plan de Rodaje Publrreportaje Autor: Andrés Catacta

Plan de Rodaje					
Publrreportaje – Parque Cochasquí					
Hora comienzo: 9am			Hora de finalización: 14:30pm		
Equipo Técnico: 9am			Equipo Técnico: 14:30pm		
Fecha	Hora	Escena	Localización	INT/EXT	Descripción de la escena
	9:00	1	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con un dron que inicia desde la parte superior de la

19 de diciembre del 2021					Pirámide enfocando una parte del parque.	
	9:10	2	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con el dron el camino de madera que siguen los turistas hacia las pirámides.	
	9:20	3	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con el dron para frontal de una de las Pirámides en forma de T.	
	9:30	4	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con el dron desde parte superior la pirámide abierta que se puede apreciar en el parque.	
	9:40	5	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con la cámara desde parte inferior de las pirámides.	
	9:50	6	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con cámara a las llamas mientras comen.	
	10:00	7	Parque Cochasquí	Exterior	Turistas caminando por el camino de madera de parque.	
	10:10	8	Parque Cochasquí	Exterior	Ingreso de los turistas al recorrido del parque	
	10:20	9	Parque Cochasquí	Exterior	Turistas siguiendo el recorrido	
	10:30	10	Parque Cochasquí	Exterior	Guía dando explicaciones a los turistas.	
	10:40	11	Parque Cochasquí	Exterior	Toma con cámara el nevado Cotopaxi	
	10:50	12	Parque Cochasquí	Exterior	Toma con dron las llamas en las praderas verdes.	
	11:00	13	Parque Cochasquí	Exterior	Toma con cámara a la llama de cerca	
	11:10	Receso / Refrigerio				
	11:20	14	Parque Cochasquí	Exterior	Se realiza la toma con cámara la parte de afuera del museo arqueológico.	
	11:30	15	Museo Parque Cochasquí	Interior	Toma con cámara de un tótem.	
	11:40	16	Museo Parque Cochasquí	Interior	Toma con cámara las vasijas museo arqueológico	
11:50	17	Museo Parque Cochasquí	Interior	Toma todo el panorama vasijas y piezas arqueológicas.		

19 de diciembre del 2021	12:00	18	Museo Parque Cochasquí	Interior	Toma vasijas en las paredes, junto con un diablo huma.
	12:10	19	Museo Parque Cochasquí	Interior	Toma con cámara un esqueleto en el museo arqueológico
	12:20	20	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma con cámara varias llamas.
	12:40	21	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma con dron panorámica de todo el parque.
	12:50	22	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma con cámara la entrada del parque
	13:00	23	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma área con dron pirámide más grande.
	13:10	24	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma la ruta de visita al parque.
	13:30	25	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma con dron cabecera cantonal Pedro Moncayo Parroquia Tabacundo.
	14:30	26	Museo Parque Cochasquí	Exterior	Toma con cámara a volcanes que se encuentra en su alrededor.

Personal y Equipo Técnico

Personal	Equipo Técnico / Características
Operador del dron	Modelo de Dron cámara de 4K, sensores para detectar obstáculos e impedir tropezar con ellos con 4 KM de distancia.
Persona que maneja cámara	Cámara Sony A7S3 lente de 50mm 1.5 y un lente de 90mm Macro.

Cuadro de Equipo Técnico Autor: Andrés Catacta

Cuadro de Especificaciones Productos

Producto	Especificaciones
Producto 1 Publireportaje	41 tomas con aspecto 16:9 que equivale a una resolución de 1920x1080px Full HD con voz narrativa, duración 3 minutos
Producto 2 Reel Instagram	10 tomas en tamaño 9:16 que equivale a una resolución de 1080x1920px, Full HD, cuenta con cuadros de texto en cada toma, duración 30 segundos
Producto 3 Reel TikTok	tomas en tamaño 9:16 que equivale a una resolución de 1080x1920px full HD, que cambian con el ritmo de la música.

Cuadro de Especificaciones de los productos Autor: Andrés Catacta

Descripción de la solución

El Publireportaje es el producto audiovisual principal del Parque Arqueológico Cochasquí que se difundirá a través de canales digitales, diseñado para la plataforma YouTube con una duración de 3 minutos y una resolución de 1920x1080px calidad Full HD.

Se adiciona dos productos para redes sociales, uno para Instagram y otro para la plataforma TikTok cada uno tiene una duración de 30 segundos con un formato estándar para celulares smartphones con una resolución de 1080x1920px, resolución Full HD,

Los productos audiovisuales se subirán a una cuenta particular debido a que el parque Arqueológico Cochasquí al momento no dispone de canales digitales y redes sociales de comunicación.

7.3 Fase de Producción

La fase de producción de este proyecto consiste en la grabación de:

- 1 publibreportaje para YouTube,
- 1 video Reel para Instagram
- 1 video Reel para TikTok.

El rodaje se realizó el día domingo 19 de diciembre del 2021 desde las 09h00, se aprovechó la luz solar de la mañana para el rodaje y de esta manera obtener mejor calidad en los videos

Previamente se realizó un recorrido por todo el parque para conocerlo con detalle y saber cómo realizar las tomas, que ángulos y movimientos de la cámara se necesitan para cada escena.

El rodaje se tardó demasiado debido a que no se contaba con el equipo necesario (cámara, dron) para realizar el rodaje, debido a que se necesita un dron para poder captar la forma de las pirámides de Cochasquí en una extensión de 86 hectáreas que abarca este parque, es importante un equipo de captación área (dron) que logra captar mejor la forma de la pirámide por su gran extensión, ya que desde la superficie se observa como un montículo grande de tierra, al no contar con el dinero suficiente para poder adquirir un dron y una cámara, me vi en la penosa obligación de contratar a un operador y su auxiliar que manejen dron y cámara a la vez.

El rodaje se realizó el día domingo 19 de diciembre de 2021 debido a la disponibilidad de los operadores que manejan los equipos, por motivos de trabajo de lunes a viernes. En primer lugar, se aclara que el transporte hacia el lugar de grabación se lo realizó en auto propio, en el cual se transporto a los operarios de los equipos para optimización de recursos y tiempo. Durante la grabación de cada plano se encontró con una dificultad respecto al clima variante de ese día.

A pesar de estar a las 08h00 en las instalaciones del Parque, este lugar se mantuvo nublado razón por la cual se decidió esperar una hora para poder esperar con el rodaje, luego de una hora se mejoró el estado climático de esta

zona empezando a tener un poco de claridad que permitió realizar las diferentes tomas áreas, otra dificultad que se presentó, es la ausencia de turistas por cuanto el guía designado debía esperar que se reúna un cierto número de visitantes para realizar el recorrido por este parque arqueológico.

El producto total se almacenó en una tarjeta SD de capacidad de 32 gigas que contenía tanto la cámara como el dron, debido a que las tomas se iban a realizar en calidad Full HD y se necesita mucho espacio para poder almacenarlos, en total se grabó 15 gigas de varias tomas de distintos ángulos durante la producción del rodaje.

7.4 Fase de Post producción

La fase de post producción es la etapa de la realización en el cine o en video durante la cual se transforma el material filmado, en la película que posteriormente se presente a la audiencia. De estas tareas se ocupa el montador y el equipo de operadores de montaje sonido (Rabiger, 2001).

La post producción se puede considerar un proceso dificultoso y costoso dependiendo de cómo se lo quiera realizar, debido a la selección de las tomas que se haya realizado en el rodaje.

Rabiger (2001) recomienda una serie de pasos para facilitar la realización de la post producción.

- Hacer un visionado del material y seleccionarlo.
- Cronometrar el material.
- Realizar una primera edición en bruto.
- Afinar la edición.
- Grabar la narración (si la hubiere).
- Grabación de la música (si la hubiere).
- Limpieza y comprobación de los diálogos para su posterior ecualización.
- Preparar todos los componentes del sonido para hacer la mezcla (los efectos, la música, el sonido ambiente)
- Mezcla de las pistas al producir una pista de sonido única y clara

Visionado y selección de material

El material de visionado del rodaje, se contaba con aproximadamente 15 gigas de videos tanto de la cámara y dron, entre áreas verdes, museo, fauna y turistas. Se realizó una previa visualización de los videos que fueron grabados.

La primera revisión se lo hizo unos 30 min después para observar la calidad de las imágenes si cumplían con la resolución planteada. El segundo paso se clasifico las tomas que irían en el Publiirreportaje, el tercer paso se empezó armar el discurso narrativo que ira en el Publiirreportaje.

De las 15 gigas de material grabado solo se seleccionaron tomas de la cámara y del dron que cumplirán con el propósito de la narrativa del Publiirreportaje, y se descartó aquellas que no son funcionales para producto audiovisual.

Edición Off – Line

La edición off- line se lo considera un primer borrador sin corrección de color, sin efectos, sin filtros, etc. “Durante el proceso se evalúan distintas creativas. La edición Off -Line es un primer borrador sin corrección o patrocinante para su aprobación” (Whittaker, 1993).

La edición de los productos audiovisuales: Publiirreportaje, Reel Instagram y TikTok se realizó con el programa Adobe Premier 2021 debido a que es un programa muy versátil para la edición de videos de ámbito profesional.

Se editó escenas innecesarias de cada toma, para que tenga una estructura coherente, dentro de escenas, rescato lo más importante y relevante.

El primer producto audiovisual “Publirreportaje” quedo de la siguiente manera:

1. *Entrada inicial Cochasquí*



2. *Cantón Pedro Moncayo*



3. *Rótulo Cochasquí vía*



4. *Rótulo Ingreso*



5. *Camino hacia el parque Cochasquí*



6. *Entrada Parque*



7. *Rótulo Precios*



8. *Tótem entrada*



9. *Tótem*



10. *Personas caminando*



11. Entrada



12. Pirámide vista frontal



13. Vista Pirámides



14. Vista Pirámides Aérea



15. Vista aérea llamas



16. Vista cercana llamas



17. Vista cercano llama



18. Vista de Nevados



19. Vista Turistas



20. Vista Centro Ceremonial



20. *Vista muro*



21. *Vista sitio ceremonias*



22. *Vista calendario lunar*



23. *Vista cercana lugar ceremonia*



24. *Vista lejana llamas*



25. *Vista cercana llama 2*



26. *Vista senderos*



27. *Vista aérea centro de interpretación*



28. *Museo*



29. *Pirámide diseñada a escala*



30. *Utensilios tallados en piedra*



31. *Cerámicas*



32. *Cerámicas de barro*



33. *Vasija de Barro*



34. *Cerámica de barro*



35. *Cerámica de barro*



36. *Cerámica de barro*



37. *Esqueleto Humano*



38. *Instrumentos musicales*



39. *Viviendas (Chozas)*



41. Parte del parque Arqueológico Cochasquí



Para los videos “Reel Instagram y TikTok” se utilizarán ciertas escenas que den realce a esta producción digital y se conservarán algunas escenas que se considera importantes para la realización de estos productos.

Escenas a utilizarse para el Reel Instagram

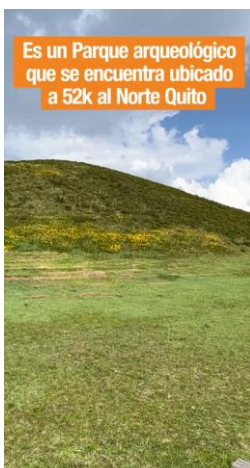
1. Cielo y área verde



2. Camino de madera



3. Áreas Verdes



4. Pirámide en forma de T



5. Cerámica



6. Vasijas



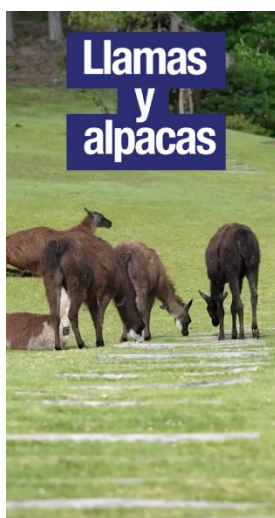
7. Instrumentos Musicales



8. Praderas verdes



9. Fauna del sector



10. Informativo

Horarios de atención
8h00 a 15h00

El costo de la entrada

- 12 años y tercera edad: \$0,50 por persona.
- Mayores de 12 años y adultos \$1 por persona.
- Extranjeros \$3 por persona.
- Personas discapacitadas entraga gratuita.

Costos de alojamiento

- Cabañas \$40.00 por cabaña
- Carpas \$3.00 por persona

Escribenos al correo cochasqui.piramides@gmail.com

* No se admiten mascotas, bebidas alcohólicas.

Escenas a utilizarse para el Reel TikTok

1. Lugar abierto



2. Cantón Pedro Moncayo



3. Rótulo de ingreso



4. Tótem



5. Pradera



6. Camino



7. Llamas

8. Pirámide en forma T



9. Fauna



10. Llama



10. Diablo Huma



11. Llama



12. Guía Turística



13. Museo



14. Instrumentos



15. Piezas arqueológicas



16. Vasijas



17. Esqueleto Humano



18. Tótem



19. Excavación



20. Piedra (Chocota)



21. Tejado



22. Vasija



23. Camino de madera



24. Camino



25. Pradera



26. Pirámide en forma de T

Vista frontal



Ritmo y Tiempo de lectura

Durante la realización de los productos en el proceso de Off-line, el ritmo de la canción juega un papel muy importante en cada producto especialmente en el Publireportaje, la canción que fue elegida se trata de un ritmo folklórico en donde se utiliza instrumentos de viento como un tono relevante que da origen al silbar del viento que sopla en este lugar.

Para los dos productos Reels la música seleccionada son músicas actuales que van acorde a los tiempos actuales, dando un realce de sonido a cada escena.

Edición On – Line

“El proceso de edición on-line incluye el afinado de audio, el ajuste del componente de la señal de video a los niveles de difusión y corrección de color, así como la rentabilización de la imagen” (Rabiger, 2001).

Durante el proceso de edición on line, se procedió a limpiar los cortes de cada escena, algunas escenas fueron grabadas con sonidos que en ese momento se generaron y se fueron eliminando de cada escena. En algunas escenas se fueron añadiendo efectos de cámara lenta para hacer más estilo Hollywood. Se corrigen en cada escena los niveles de color de cada una, teniendo tonos con mejor tonalidad.

Producción de Audio.

Para el armado de audio, se mejora los niveles de sonido, la música utilizada para el Publireportaje se utilizó una canción del folklore andino.

La locución para el Publireportaje, se realizó varios ensayos de voz que explica el contenido de los videos, para ello se utilizó la herramienta Adobe Audition para la edición de sonido.

Para los dos productos Reels se utiliza dos músicas distintas para el Reel de Instagram se utiliza una canción al estilo moderno (tendencia actual), es una canción tranquila que acompaña a cada escena con un momento de calma. El Reel de TikTok se utilizó la canción Inspiring Indie Royalty que es una canción con sonidos tranquilos.

Plan de Difusión

Un Plan de difusión contiene la idea base, planificación y gestión de las vías de distribución y visualización de un contenido determinado, de las herramientas de comunicación y difusión para alcanzar el objetivo final, que es dar a conocer en este caso, un proyecto artístico (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2022).

Se creó un plan de difusión con autoría propia, donde se rescata aspectos importantes que se debe considerar para obtener buenos resultados

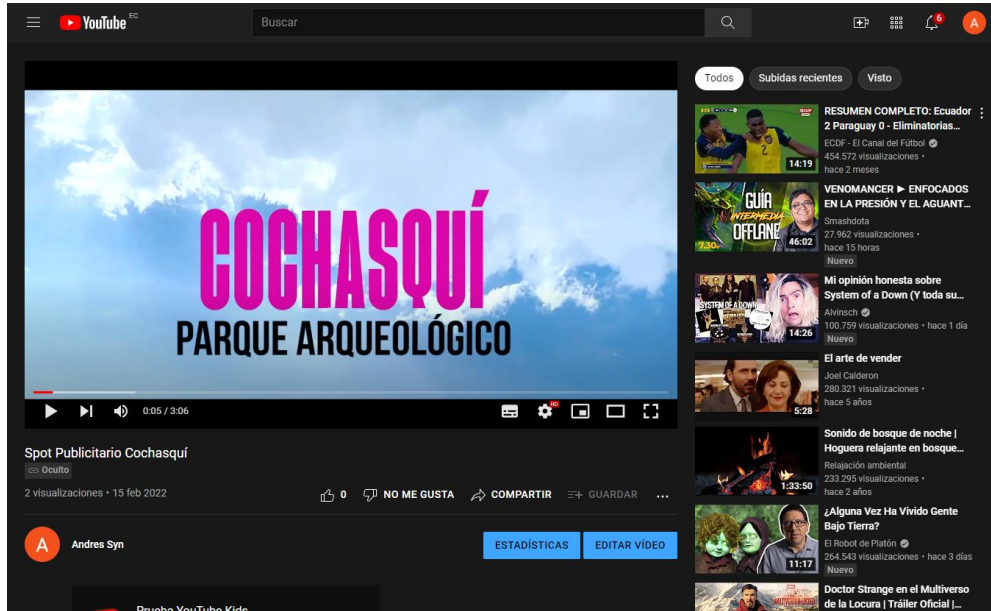
Plan de difusión	
¿Quién?	PARQUE ARQUEOLÓGICO COCHASQUÍ
¿Qué?	Mostrar la riqueza arqueológica, ceremoniosa, su ubicación, creación del calendario solar y lunar, como también las aves, fauna y flora que se encuentran en este sector de Cochasquí.
¿A quién?	Va dirigido a todo el público en general, niños, jóvenes, adultos y amantes del turismo.
¿Cómo?	Vía a canales de difusión digitales como lo son: Instagram, YouTube y TikTok
¿Cuándo?	Fechas importantes como el solsticio de verano 21 de junio, feriados decretados por el gobierno donde hay mucha afluencia de visitantes turísticos.
Resultados	Atraer mayor cantidad de turistas a este sitio, gracias a la utilización de los productos audiovisuales producidos que serán canalizados a través de los canales digitales y redes sociales. Generar fuentes de empleo y aumentar mayores ingresos económicos que irán en beneficio de este sector.

Tabla Plan de Difusión Autor: Andrés Catacta

Productos

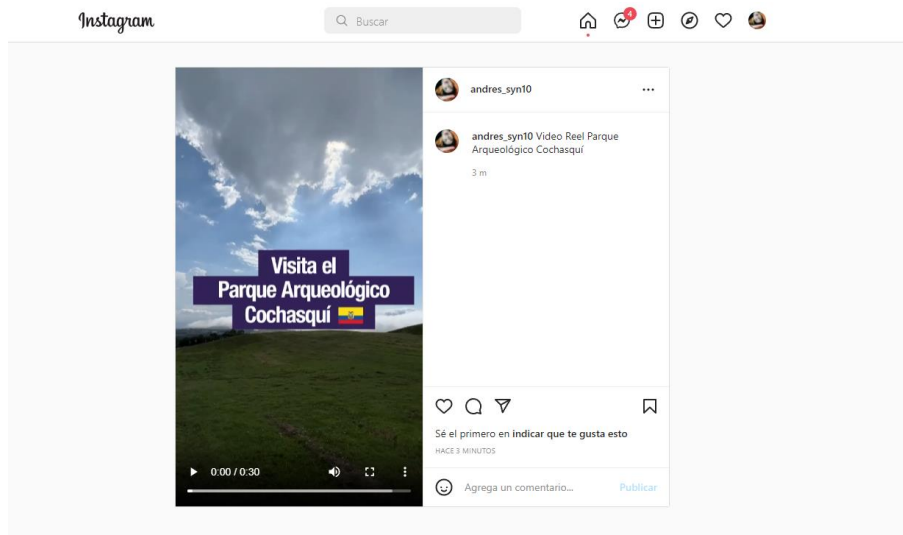
Publirreportaje plataforma YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=yelTdxQ4uDc>



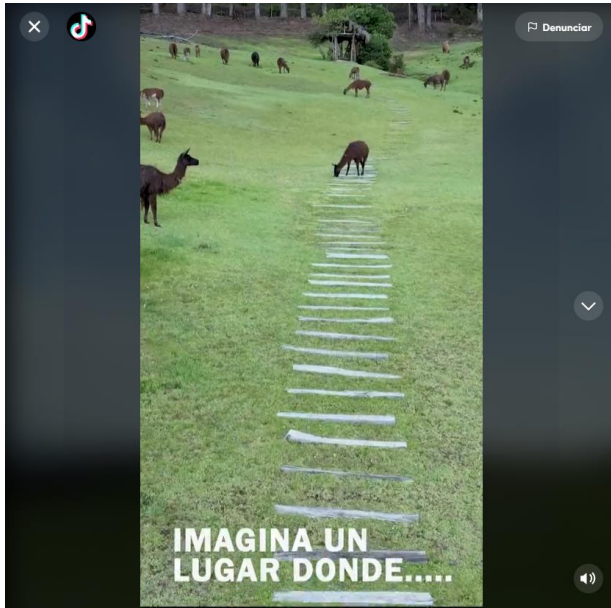
Reel Instagram

<https://www.instagram.com/tv/CaAVuUcv72O-eJiQiuppXmlgNFwJZ1MeD7XIGI0/?hl=es-la>



Reel TikTok

https://www.tiktok.com/@andressyn/video/7064982108061601029?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=es







andressyn
andressyn · hace 47 s



Parque Arqueológico Cochasqui

🎵 sonido original - andressyn

👍 0 🗨️ 0

Compartir en    

<https://www.tiktok.com/@andressyn/video/706498210...> Copiar enlace

Añadir comentario...   Publicar

8. Conclusiones

- Este producto audiovisual se desarrolló con el fin de dar a conocer este hermoso sitio arqueológico, que en la actualidad es muy poco visitados por los turistas, por su poca difusión en los diferentes medios de comunicación, a gracias a la utilización de herramientas tecnológicas modernas, este producto se podrá publicar en canales digitales y redes sociales de mayor utilización como medios de comunicaciones en estos tiempos actuales, en donde estos medios son medios de difusión inmediata de conocimiento mundial.
- La creación este producto audiovisual es un elemento que debe incidir en la dinámica de comunicación, para la captación de nuevos turistas tanto locales como extranjeros, además este producto audiovisual haya se desarrolló con el fin de crear una ruta que permita al Parque Arqueológico acceder a nuevas plataformas digitales que están en constante crecimiento, así obtener mayor afluencia de turistas diariamente una vez que sea difundido este lugar como una de las mejores riquezas arqueológicas que tiene nuestro país Ecuador
- El planteamiento de la solución ha sido un análisis minucioso de la situación actual gracias al acceso a información brindada por Luis Mendoza, Administrador del Parque Arqueológico Cochasquí. El desarrollo de los productos audiovisuales ha cumplido con los objetivos planteados, empleando técnicas y herramientas apropiadas de Diseño Gráfico, con un contexto que muchos sitios turísticos están fomentando para afrontar problemas relacionados con la insuficiente información y visualización del sitio hacia el público y eso corree no tener suficientes visitantes a este lugar turístico ubicado en el Cantón Pedro Moncayo al Nor Oeste de la provincia de Pichincha.

9. Referencias Bibliográficas

- Benítez, A, Rodríguez, Vicente y Utray, F. (2011). *Guion técnico y planificación de la realización*. Madrid.
- Celery, A. F. (2001). *Manual de producción: cine, televisión, publicidad*. Santiago
- Guzmán, D. (2013). *Producción de medios audiovisuales para difundir el turismo cultural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas a nivel local* [Tesis Inédita]. Santo Domingo.
- Hutt, H. (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social net Works*. Costa Rica.
- Moreno, G. (2019). *Las redes sociales se llenan de anuncios*. Buenos Aires.
- Moreno, R. (2021). *Publicidad en Redes Sociales*. Madrid. RA-MA Paracuellos de Jarama.
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante. RUA.
- Prieto, M. (2011). *Espacios en disputa: Turismo en Ecuador*. Quito.
- Rabiger, M (2001). *Dirección de documentales*. Madrid.
- Rivero. J (1992). *La productora de cine publicitario. Estructura técnica, organizativa y empresarial en la industria de la producción española*. Tesis doctoral Universidad Autónoma de Barcelona
- Sixto, J., Rodríguez A. y Soengas X. (2021). *Modelo de análisis para canales de YouTube: aplicación a medios nativos digitales*. ISSN.
- Whittaker, R (1993). *Television Production*. Estados Unidos.

10. Cibergrafía

[(VIDEO) Ecuador gana otro premio con spot publicitario "Sombras". (s.f.). Recuperado de <https://ecuadordelsur.blogspot.com/2015/10/video-ecuador-gana-otro-premio-con-spot.html#more>]

Casas, V (2021). 7 pasos para crear una estrategia de vídeo para redes sociales. Bannister Global. <https://blog.bannisterglobal.com/pasos-para-crear-una-estrategia-de-video-para-redes-sociales>

Escuela de cine (2021). Relación de aspecto en cine, vídeo y fotografía. Aprender cine. <https://aprendercine.com/relacion-de-aspecto-aspect-ratio/>

FAQ (2017). Cómo hacer que tus vídeos y fotos tengan estilo cinematográfico. Estudio review. <https://estudioreview.com/tus-videos-fotos-tengan-estilo-cinematografico/>

Ferrer, E (2013). Aprendiendo a ser comunicadora. <https://tecnlab.wordpress.com/2013/10/07/que-es-un-publireportaje/>

López, J (2021). ¿Qué son Reels de Instagram y como utilizarlos? Gobiernos en redes. http://www.gobiernoenredes.gov.co/reels_de_instagram/

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. [en línea]. *Orientaciones para elaborar un plan de difusión*. Disponible en: <https://www.fondosdecultura.cl/wp-content/uploads/2021/07/orientaciones-plan-difusion-aaee-2022.pdf>

Ministerio de Turismo (2015). "All You Need Is Ecuador" ganó concurso de la OMT. Página Ministerio del Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/el-video-de-promocion-all-you-need-is-ecuador-gano-concurso-de-la-omt/>

Palacios, L (2017). Video. ¿Qué es una imagen cinematográfica? Los cinefotógrafos tratan de explicarlo. Enfilme. <https://enfilme.com/notas-del-dia/video-que-es-una-imagen-cinematica-los-cinefotografos-tratan-de-explicarlo>

Rubio, I (2020). Reels o TikTok: ¿qué plataforma de vídeos cortos es mejor? EL PAÍS. <https://elpais.com/tecnologia/2020-08-26/reels-o-tiktok-que-plataforma-de-videos-cortos-es-mejor.html>