



Universidad  
Indoamérica

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DEL

# **TURISMO RELIGIOSO DEL CANTÓN AMBATO.**

Autor: Gael Vega

Tutor: Carlos Aguayza









## CRÉDITOS

Trabajo de Integración Curricular  
Carrera de Diseño Gráfico  
Periodo académico A24

Autor:  
Vega Rios Gael Joffre

Correo: [gveg3@indoamerica.edu.ec](mailto:gveg3@indoamerica.edu.ec)

Fecha de Publicación: Julio 2024

Equipo de Soporte:

CARLOS AGUAYZA  
Docente Tutor,  
Correo: [carlosaguayza@indoamerica.edu.ec](mailto:carlosaguayza@indoamerica.edu.ec)

OLEAS OROZCO JOSE ARNULFO  
Docente Unidad de Integración Curricular  
Correo: [joseoleas@uti.edu.ec](mailto:joseoleas@uti.edu.ec)

Facultad de Arquitectura y Construcción,  
Universidad tecnológica Indoamérica



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓN  
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DEL  
TURISMO RELIGIOSO EN EL CANTÓN AMBATO

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado  
en Diseño Gráfico

Autor (a):  
Vega Rios Gael Joffre

Tutor (a):  
Ing. Carlos Aguayza, MSc

AMBATO - ECUADOR 2024

# AUTORIZACIÓN

del autor

Yo, VEGA RIOS GAEL JOFFRE declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular con el nombre “LAPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DEL TURISMO RELIGIOSO DEL CANTN AMBATO.”, comorequisito para optar al grado de Diseñador Gráfico y autorizo al Sistema de 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 de la red de información de la Universidad Tecnológica Indoamérica podrán acceder y consultar el contenido de este trabajo. Sin embargo, la universidad no se hace responsable si alguien copia o plagia parte o la totalidad del contenido. Entiendo que los derechos sobre esta obra se compartirán entre mi persona y la universidad, tanto los derechos de autor como los derechos morales y económicos. No publicaré este trabajo en ningún otro medio sin la autorización expresa de la universidad. Si este trabajo genera beneficios económicos o patentes, se necesitarán firmar convenios adicionales para determinar la distribución de esos beneficios. Para dejar constancia de este permiso, en la ciudad de Ambato, el 27 de junio de 2024, firmo en conformidad.

---

VEGA RIOS GAEL JOFFRE  
C.I: 1401036148



# DECLARACIÓN

de autenticidad

Yo, el abajo firmante, afirmo que el contenido y los resultados obtenidos en este Trabajo de Integración Curricular, como requisito previo para obtener el título de Diseñador Gráfico, son originales, auténticos, personales y de mi exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ambato, 27 de Junio del 2024

---

VEGA RIOS GAEL JOFFRE  
C.I: 1401036148

# APROBACIÓN

del tutor

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Integración curricular “LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DEL TURISMO RELIGIOSO DEL CANTON AMBATO” presentado por VEGA RIOS GAEL JOFFRE, para optar por el Título de Diseñador Gráfico.

## CERTIFICO

Este trabajo de Integración Curricular se ha revisado cuidadosamente y considero que cumple con los requisitos y méritos necesarios para presentarse públicamente y luego evaluado por los lectores designados.

Ambato, 27 de Junio del 2024

---

ING. CARLOS AGUAYZA, MGS  
TUTOR

# APROBACIÓN

## de lectores

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el tema “LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA DIFUSIÓN DEL TURISMO RELIGIOSO DEL CANTÓN AMBATO.” previo a la obtención del título de Diseñador Gráfico, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 27 de Junio del 2024

---

ING. KEVIN WILLIAM ORTIZ. MSC.  
LECTOR

---

ING. AMALUISA RENDON PAULINA MAGALLY. MSC.  
LECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por darme la fortaleza necesaria para seguir en la lucha diaria para cumplir mis metas, a mis padres Elizabeth y Ramiro por el apoyo incondicional que me han dado en todo el transcurso de mi vida y así poder cumplir mis sueños. A mi pareja por ayudarme en este largo y arduo camino estudiantil, estuvo lleno de obstáculos, pero la grandeza de sus palabras emotivas me ayudó a continuar y sobrellevar cada reto que se me puso en frente. Gracias a mis amigos más cercanos que con su ayuda me enseñaron el valor de un compañerismo leal y generoso.

# AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis maestros, ya que, con su conocimiento y apoyo moral, me motivaron para ser un buen profesional y gran ser humano en el mundo laboral. A mis amigos que siempre me apoyaban cuando estaba a punto de renunciar a cumplir mis metas. A mis padres que con su experiencia me hicieron entender el valor del trabajo arduo y honesto. Pero sobre todo a mi abuelita quien me hizo entender el verdadero significado de la vida, que es seguir nuestros sueños.

# RESUMEN

## ejecutivo

El presente trabajo de titulación muestra el estudio que se desarrolló en la ciudad de Ambato con el objetivo de dar a conocer el turismo religioso local mediante un video informativo, La metodología utilizada fue cualitativa y cuantitativa, dentro de la población de estudio se puso a personas de 20 a 30 años que practiquen Turismo, esta información se obtuvo en la base de datos CLUSTERS. Las herramientas utilizadas fueron encuestas y entrevistas a expertos del tema relacionado con el turismo religioso. Los resultados que se obtuvieron señalaron que el 53,1% de la población encuestada no tenía conocimiento sobre la historia religiosa de la ciudad de Ambato, una vez dado a conocer del poco conocimiento hacia el tema, el interés sobre conocer la historia y cultura de las iglesias del Cantón era alto, siendo las redes sociales como, Tik tok, Facebook, Instagram, lo mejores medios de difusión, debido a la alta popularidad que ha ido obteniendo en estos años dentro de nuestro grupo objetivo, en nuestra entrevista cualitativa a expertos , se menciona que esta propuesta ayudara no solo a incrementar el turismo local entre los Ambateños sino que también incrementara el interés en las nuevas generaciones a ser partícipes en el turismo religioso local. Se hizo un producto audiovisual basado en los resultados obtenidos para dar a conocer la historia de las iglesias y sus cambios con los años. Una producción audiovisual creativa, que llame la atención al público, puede ser una base informativa que genere interés entre los jóvenes adolescentes y crear productos a futuro que ayuden a mantener la cultura y tradición de la ciudad.

**Palabras Claves:** Turismo religioso, audiovisuales, Ambato, Redes Sociales



# ABSTRACT

The study was developed in Ambato City to promote local religious tourism through an informative video. The methodology used was qualitative and quantitative within the population of people aged 20 to 30 who practice Tourism. This information was obtained in the CLUSTERS database. The tools used were surveys and interviews with experts on the topic related to religious tourism. The results obtained indicated that 53.1% of the surveyed population did not know about the religious history of Ambato City. After learning about the topic, interest in the history and culture of the churches of the canton increased, social networks such as Tiktok, Facebook, and Instagram being the best media due to the high popularity that it has been obtaining in these years within our target group, in our qualitative interview with experts. It is mentioned that this proposal will help not only increase local tourism among citizens of the city but will also increase interest in new generations to participate in local religious tourism. An audiovisual product is made based on all the results obtained to make known the history of the churches and their changes over the years. In conclusion, a creative audiovisual production that attracts the public's attention can be an information base that generates interest among young adolescents and can create future products that help maintain the culture and tradition of the city

**KEYWORDS:** Ambato, audiovisuals, religious touris

# ÍNDICE

## de contenidos

### **CAPÍTULO I**

Introducción.....	23
Contextualización.....	23
Problemática.....	24
Justificación.....	25
Objetivos.....	25

### **CAPÍTULO II**

Marco Teórico.....	27
Estado del arte.....	46

### **CAPÍTULO III**

Metodología.....	50
Interpretación de entrevistas.....	52
Interpretación de encuestas.....	54
Conclusiones.....	60

### **CAPÍTULO IV**

Propuesta.....	62
Objetivos.....	62
Metodología del producto.....	62
Presupuesto.....	70
Valoración.....	74
Interpretación de encuestas.....	74
Conclusiones.....	75
ANEXOS.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	80

# ÍNDICE

## de tablas

Tabla 1. Registro de Cluste.....	51
Tabla 2. Investigación cualitativa.....	51-52
Tabla 3. Pregunta 1.....	54
Tabla 4. Pregunta 2.....	54
Tabla 5. Pregunta 3.....	55
Tabla 6. Pregunta 4.....	55
Tabla 7. Pregunta 5.....	56
Tabla 8. Pregunta 6.....	56
Tabla 9. Pregunta 7.....	57
Tabla 10. Pregunta 8.....	57
Tabla 11. Pregunta 9.....	58
Tabla 12. Pregunta 10.....	58
Tabla 13. Pregunta 11.....	59
Tabla 14. Pregunta 12.....	59
Tabla 15. Guión.....	63-64
Tabla 16. Escaleta.....	65
Tabla 17. Tabla de costos.....	71-72-73
Tabla 18. Pregunta 1.....	74
Tabla 19. Pregunta 2.....	74
Tabla 20. Pregunta 3.....	74
Tabla 21. Pregunta 4.....	75
Tabla 22. Pregunta 5.....	75

# ÍNDICE

## de figuras

Figura 1. Trajes típicos.....	28	Figura 27. Ángulos de Cámara.....	37
Figura 2. Cultura indígena.....	28	Figura 28. Fotograma del plano .....	38
Figura 3. Plato típico.....	29	Figura 29. Ángulo Picado.....	38
Figura 4. Catedral de Cuenca.....	29	Figura 30. Ángulo Contrapicado.....	38
Figura 5. Casa del Arbol.....	29	Figura 31. Ángulo Cenital.....	38
Figura 6. Guacamayo.....	30	Figura 32. Ángulo Nadir.....	38
Figura 7. Nevado.....	30	Figura 33. Cámara Fotográfica.....	40
Figura 8. Quilotoa.....	30	Figura 34. Memoria Usb.....	41
Figura 9. Turismo general.....	31	Figura 35. Trípode.....	41
Figura 10. Ej, de guión.....	32	Figura 36. Don.....	41
Figura 11. Guión técnico.....	32	Figura 37. Estabilizador.....	41
Figura 12. Storyboard.....	33	Figura 38. Cámara Fotográfica.....	42
Figura 13. Plan de rodaje.....	33	Figura 39. Luces.....	42
Figura 14. Objetivo ojo pez.....	34	Figura 40. Micrófono de pared.....	42
Figura 15. Gran Angular.....	34	Figura 41. Micófono.....	42
Figura 16. Objetivo fijo.....	34	Figura 42. Diagrama Polar.....	43
Figura 17. Objetivo Zoom.....	34	Figura 43. Iluminación de estudio.....	44
Figura 18. Super teleobjetivo .....	35	Figura 44. Interfaz de audio.....	44
Figura 19. Gran Plano General.....	35	Figura 45. Catedral de Ambato.....	47
Figura 20. Plano General.....	36	Figura 46. Iglesia de la Medalla Milagrosa.....	48
Figura 21. Plano General Corto.....	36	Figura 47. Iglesia de Santa Rosa.....	48
Figura 22. Plano Americano.....	36	Figura 48. Iglesia San Francisco de Ambato....	48
Figura 23. Plano Medio.....	36	Figura 49. Pregunta 1.....	54
Figura 24. Primer Plano.....	37		
Figura 25. Primerísimo Primer Plano.....	37		
Figura 26. Plano Detalle.....	37		

Figura 50. Pregunta 2.....	54
Figura 51. Pregunta 3.....	55
Figura 52. Pregunta 4.....	55
Figura 53. Pregunta 5.....	56
Figura 54. Pregunta 6.....	56
Figura 55. Pregunta 7.....	57
Figura 56. Pregunta 8.....	57
Figura 57. Pregunta 9.....	58
Figura 58. Pregunta 10.....	58
Figura 59. Pregunta 11.....	59
Figura 60. Pregunta 12.....	59
Figura 61. Chicos Leyendo.....	60
Figura 62. Revisión de Guión.....	64
Figura 63. Castings.....	66
Figura 64. Grabaciones.....	66
Figura 65. Interior de la iglesia.....	66
Figura 66. Parque Montalvo.....	67
Figura 67. Grabaciones.....	68
Figura 68. Grabaciones.....	68
Figura 69. Edición.....	68
Figura 70. Edición.....	69
Figura 71. Pruebas de audio.....	69
Figura 72. Redes Sociales.....	70
Figura 73. Pregunta 1.....	74
Figura 74. Pregunta 2.....	74
Figura 75. Pregunta 3.....	75
Figura 76. Pregunta 4.....	75
Figura 77. Pregunta 5.....	75



# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que implica el desplazamiento de personas de un lugar a otro por razones recreativas, de ocio, culturales, deportivas, de negocios o cualquier otro propósito. El turismo abarca actividades, como viajar a destinos turísticos, alojarse en hoteles, participar en actividades recreativas, visitar atracciones turísticas, probar la gastronomía local, interactuar con la cultura y la gente del lugar, según Muñoz de Escalona y Lafuente (2003).

El turismo local se refiere a los desplazamientos y actividades turísticas que realizan las personas en su propia región o país de residencia. Esto puede incluir visitas a lugares de interés cercanos, actividades recreativas en su región, exploración de sitios culturales, excursiones a parques naturales, y más. También puede ser una opción más sostenible desde el punto de vista ambiental, ya que implica menos desplazamiento y reducción de la huella de carbono en comparación con el turismo a larga distancia. El turismo religioso puede ser practicado por personas que siguen la religión en cuestión, pero también atrae a visitantes interesados en la historia, la arquitectura y la cultura de las religiones, incluso si no profesan la fe en cuestión. Según el libro de turismo y religión de (Secall, 2008), el turismo religioso también puede tener un impacto económico significativo en las comunidades locales y fomentar el entendimiento interreligioso y la apreciación de la diversidad religiosa y cultural. Las personas a menudo viajan a estos lugares religiosos para experimentar la espiritualidad, la historia y la cultura asociadas a la religión en cuestión. Esto ha dado lugar al concepto de «turismo religioso», donde las personas visitan

lugares sagrados, templos, iglesias, mezquitas, sinagogas y otros sitios religiosos.

El turismo en las iglesias puede ser una experiencia cultural y espiritual significativa, y a menudo contribuye al turismo y la economía local al atraer a visitantes que gastan en alojamiento, restaurantes y compras en la zona. Las iglesias son destinos populares para turistas debido a su rica historia, arquitectura impresionante, arte religioso y significado espiritual. Sus diseños, bóvedas, campanarios y detalles arquitectónicos a menudo son impresionantes y atraen a los amantes de la arquitectura. Los visitantes pueden apreciar la belleza y el significado religioso de estas obras de arte, a si lo menciona (Acero, 2021). Los turistas pueden aprender sobre la historia local y la influencia de la religión en la cultura de la región. Estos pueden atraer a visitantes interesados en experimentar la cultura religiosa local y las celebraciones tradicionales. El turismo de las iglesias es una forma de turismo cultural y religioso que puede proporcionar una experiencia enriquecedora.

## CONTEXTUALIZACIÓN

La iglesia como zona turística es un tema que ha generado mucha controversia y debate alrededor de todo el mundo. Mientras que algunos argumentan que la iglesia puede ser un atractivo turístico importante debido a su arquitectura, arte y significado histórico y cultural, otros creen que esto puede ser inapropiado y hasta irrespetuoso (Scola, 2012). En este contexto Tubón y Tubón (2023), afirman:

La iglesia puede ser un lugar de gran belleza arquitectónica y artística, que puede atraer a turistas interesados en la historia y la cultura de una ciudad o un país en particular. Además, la iglesia también puede tener un valor religioso para los turistas que buscan conocer y experimentar la fe en un contexto diferente. (Torrey, 2021).

Muchos creen que convertir la iglesia en un destino turístico puede ser un acto de falta de respeto hacia la fe y la comunidad religiosa a la que pertenece a la iglesia. La iglesia es un lugar de culto sagrado para muchos creyentes, y algunos pueden sentir que convertirlo en un atractivo turístico comercial es un acto profano e irrespetuoso. (Smilde, 2004).

La transformación de la iglesia en una zona turística puede generar problemas prácticos. Las iglesias pueden tener limitaciones en cuanto al número de visitantes que pueden recibir y las horas de visitas, y puede ser difícil equilibrar la necesidad de turistas de visitar la iglesia con la necesidad de la comunidad religiosa de tener un lugar de culto privado y sagrado. (Peña, 2021).

En Abato hay iglesias importantes como la iglesia de la medalla milagrosa, la iglesia de Santa Rosa, consideradas importantes y se puede implementar el turismo local a base de su historia. (Serrano, 2019).

Las iglesias pueden ser un motor económico importante para las comunidades que las acogen. La presencia de iglesias en una zona turística puede aumentar la demanda de servicios turísticos, como alojamiento, restaurantes, transporte y souvenirs. Además, la conservación y el mantenimiento de las iglesias pueden requerir la contratación de servicios locales de construcción, restauración y conservación, descubriendo empleo y dinamizando la economía local. (Mastantuono, 2018)

El Patrimonio cultural ayuda a evaluar la importancia de las iglesias de la ciudad y la región, y analizar las medidas de conservación y hubo que se han tomado para su protección, así mismo también el Arte sacro ayuda a estudiar las obras de arte sacro que se encuentran en la Catedral de Ambato o iglesias aledañas, su origen, características y significado religioso e histórico, el tema de la investigación de la historia de las igle-

sias es más complejo ya que en esta investigación se averigua el ¿por qué? Y ¿El cómo? Y ayuda a sacar información detallada del tema a desarrollar (Aguirre, 2021).

Sobre el uso del audiovisual, el cine y religión estudia la representación de temas religiosos y cómo las iglesias utilizan el cine para promover su mensaje y valores. De igual manera, la cultura visual y religión, esta analiza la relación entre la cultura visual y la religión, y cómo las imágenes y los símbolos religiosos se utilizan en los medios audiovisuales. En las iglesias existen restricciones y reglas, algunas no implementan grabar videos o fotografías, todo depende de la religión e iglesia, un tema muy extenso tratado desde hace años, pero hoy algunas iglesias permiten la producción y publicidad ya que ayudan a ganar el interés de jóvenes y adultos, por la innovación de las nuevas tecnologías y la importancia de las redes sociales para difundir contenidos actualmente. (Cazarin Brito & Davila Lege-rén, 2014).

## **PROBLEMÁTICA**

La ciudad de Ambato se caracteriza por su afluencia turística durante la Fiesta de las Frutas y de las Flores. No obstante, encontrar registros de gestión de turismo en función de los atractivos religiosos de la ciudad es dificultoso, pues la mayoría de información se enfocan en la gestión general y los datos específicos son escasos. (El Universo, 2023).

Para el año 2015, el proyecto “Ecuador potencia Turística”, como iniciativa estatal destacaba características de las regiones naturales ecuatorianas, tales como Galápagos, Costa, Andes y Amazonía, la biodiversidad, su flora y fauna. Asimismo, subrayaba su riqueza natural reconocida por la UNESCO como “Patrimonio Natural de la Humanidad”, y su apartado cultural, su apartado cultural, su composición étnica y patrimonio. De la misma manera, posee 27 ciudades declaradas Patrimonio Cultural de la Nación y 2 ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad. (Ministerio de Turismo, 2015).

La religión y la producción audiovisual presentan varias problemáticas que van desde la representación de historias y prácticas religiosas hasta la influencia de la religión en la producción y distribución de contenido audiovisual.



. Es importante que se presenten información precisa y rigurosa de las iglesias de la ciudad de Ambato, es importante que se presenten información de las iglesias y su historia, así como sus inicios. Por otra parte, La pérdida de identidad cultural, muchos de los ambateños suelen deleitarse en otras ciudades que si explotan este tipo de turismo y hacen que se presente una pérdida de cultura e información local ya que no se presencia ese tipo de turismo dentro de la ciudad, fomentar la historia y cultura es una parte clave dentro de la ciudad. El poco interés que muchos Ambateños tienen en cuanto hacer turismo religioso, esto se provoca por que no hay algo de por medio que levante su interés para hacer turismo religioso.

### **JUSTIFICACIÓN**

El turismo es una parte importante de la vida de muchas personas, y la producción audiovisual puede ser una forma efectiva de comunicar y difundir las creencias e historias religiosas. En este contexto el turismo religioso, lleva gran relevancia, Millán y Pérez (2017) mencionan varios autores que han investigado sobre la importancia económica de la actividad turística: El viaje por razones espirituales es tan viejo como la fe misma, siendo así probablemente la forma más antigua de turismo. Las personas siempre han peregrinado a sitios sagrados, santuarios y lugares de culto, motivadas por sus creencias religiosas o espirituales, lo que constituye una de las actividades turísticas más antiguas que existen. (Rinschede, 1992).

Hoy en día, el turismo vinculado a la religión se ha convertido en uno de los sectores más relevantes en diversas regiones. La afluencia de visitantes a lugares sagrados y de peregrinaje está viviendo un repunte a nivel global. (Digance, 2003; La Organización Mundial del Turismo, 2008), en lugares más asociados a casi todas las religiones (Reader, 2007).

La Organización Mundial del Turismo (2008) estima que anualmente entre 300 y 330 millones de personas se desplazan por motivos religiosos, generando un impacto económico de unos 13.000 millones de euros (World Religious Travel Association, 2010). Hoy en día, los viajes con fines religiosos se han transformado en uno de los segmentos más importantes en diferentes partes del mundo. La llegada de turistas a sitios sagrados y de peregrinaje está experimentando un aumento a nivel internacional. (p. 30).

Los medios de comunicación pueden ser una herramienta valiosa para dar a conocer más sobre destinos religiosos y sus iglesias. La producción audiovisual también puede documentar y preservar la historia y la cultura religiosa. En función de los medios de comunicación y el turismo Ortega y Rodríguez (2007), compilan información turística en relación con los medios en el contexto europeo.

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Analizar el conocimiento acerca del turismo religioso en la población de la ciudad de Ambato en relación con los medios de comunicación actuales.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar los principales atractivos turísticos religiosos en la ciudad de Ambato
- Determinar las formas de acceso a la información turística por parte de la población de estudio.
- Comprender la efectividad de los medios audiovisuales como aporte al turismo.



# CAPÍTULO 2

## MARCO TEÓRICO

### TURISMO

Para López, Chérrez y Proaño (2022), el turismo se origina en el siglo XVII. Los autores citan a Quesada (2006) y señalan: “la palabra tur proviene del francés, que también se toma del latín; aquí las palabras tornus y tornare significa dar la vuelta y retroceder, respectivamente, retroceder o volver al punto de partida (p. 21)”. Complementando lo anterior, En la Francia del siglo XVII, los viajes a los grandes núcleos culturales del continente se denominaron “Tour”, convirtiéndose en uno de los destinos más frecuentados, con un número cada vez mayor de visitantes. Independientemente de la duración del viaje, se les conocía como “Le Grand Tour” o “Le Petit Tour”, es decir, Gran Tour o Pequeño Tour. (López-Paredes, Chérrez-Bahamonde, & Proaño-Lucero, 2022, pág. 21)

Según la Organización Mundial de Turismo OMT, el turismo a través del tiempo ha recibido varias definiciones, no obstante, según el glosario de términos de la organización, turismo puede definirse como: El turismo implica que las personas se trasladen a lugares diferentes a su entorno usual, ya sea por razones personales, profesionales o comerciales. Estos visitantes, ya sean turistas o excursionistas, residentes o no residentes, realizan diversas actividades que generan un gasto turístico. El turismo es, por lo tanto, un fenómeno de carácter social, cultural y económico. (UNWTO, S.F.)

El turismo envuelve y desarrolla actividades comerciales que pueden aprovecharse en armonía con los recursos naturales. Este sector tiene potencial de generar continuaciones con otras

actividades, como la capacidad de generación de empleo, para activar y fortalecer los espacios de trabajo regionales y locales.

El enfoque debe ser holístico, estudiando las implicaciones sociales del sector turístico y desarrollando una marca país que ofrezca productos y servicios de calidad. Esto no solo evitará gastos innecesarios, sino que también generará mayores ingresos y rentabilidad para la oferta turística existente. (Santamaría-Freire & López-Pérez, 2019)

De esta manera, existen varios estudios que señalan la importancia del sector turístico en la dinamización de la economía, su beneficio social y cultural. Para los países en vías de desarrollo, el sector turístico constituye un motor de la economía mediante un desarrollo sostenible, que aun se encuentra en desarrollo. (Orgaz Agüera & Moral Cuadra, 2016). En esta misma línea, para Castillo, Martínez y Vázquez (2015), que se apoyan en lo dicho por Martínez (2004), señalan:

(...) Con la llegada de un nuevo tipo de turista, más experimentado y con mayores exigencias de calidad en los servicios, surge una demanda creciente de opciones más allá del turismo tradicional de sol y playa. Alternativas como el turismo urbano, cultural, religioso, gastronómico y rural, muestran una tendencia de aumento y mayor preferencia por parte de los visitantes, reflejando un cambio en las preferencias del mercado turístico. (p. 73)

### Turismo en Ecuador

De esta manera, es necesario citar ciertas definiciones de las actividades turísticas que se realizan en el contexto ecuatoriano. Según la OMT (S.F.) o UNWTO por sus siglas en Inglés, el turismo cultural refiere a: El turismo cultural se enfoca en que los visitantes aprendan, descubran, experimenten y disfruten de los atractivos y productos culturales, tanto tangibles como intangibles, de un destino turístico. Estos incluyen elementos como las artes, la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, la literatura, la música, las industrias creativas y las expresiones vivas de una sociedad, como sus formas

de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. El turismo cultural permite a los viajeros sumergirse en la riqueza cultural de un lugar, satisfaciendo su curiosidad y apreciando la diversidad de la humanidad. (S.F.)

Sumando a lo anterior, “Suele centrarse en países y personas que quieran informarles sobre la forma de vida y costumbres que han practicado desde sus antepasados. Este tipo de turismo se caracteriza por distintas características, que pueden ser espirituales, materiales o sociales.” por todo lo que se puede rescatar de este turismo. (López-Paredes, Chérrez-Bahamonde, & Proaño-Lucero, 2022, pág. 27).



Figura 1: Trajes típicos, Fiesta de la Fruta y las Flores  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Asimismo, el turismo cultural se refiere a viajar y visitar destinos que ofrecen experiencias relacionadas con la cultura, el patrimonio histórico, las tradiciones, las artes y otras expresiones culturales de una región o comunidad. Este turismo pretende apreciar y conocer la diversidad cultural de un lugar. (Recuero-Virto, Blasco, & Garcia-Madariaga, 2016). Las ventajas del desarrollo del turismo son varios, la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de trabajo. Contribuye de esta forma al desarrollo de productos turísticos regionales, además de conducir al fortalecimiento de las colectividades locales y actúa como un estímulo para la producción de productos locales, como la gastronomía, entre otros (López-Paredes, Chérrez-Bahamonde, & Proaño-Lucero, 2022, pág. 25). En este sentido Navarrete y García (2018), señalan:



Figura 2: Representante de una etnia amazónica  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Las ventajas del desarrollo del turismo son varios, la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de trabajo. Contribuye de esta forma al desarrollo de productos turísticos regionales, además de conducir al fortalecimiento de las colectividades locales y actúa como un estímulo para la producción de productos locales, como la gastronomía, entre otros (López-Paredes, Chérrez-Bahamonde, & Proaño-Lucero, 2022, pág. 25). En este sentido Navarrete y García (2018), señalan:

El turismo gastronómico genera un efecto dominó en la economía, impulsando el desarrollo de otros sectores y creando empleos directos e indirectos. Además de generar ganancias, este tipo de turismo también ayuda a promover los lugares y tradiciones de un país, a través de la demanda de los insumos utilizados en la producción de los productos gastronómicos, se impulsa todo aquello que genera un interés turístico y sobre todo que las personas locales lo consuman y los dan a conocer a través de sus creencias (p. 25).

El turismo religioso se refiere a viajes realizados con fines de devoción y peregrinación a lugares sagrados, como iglesias, templos, santuarios, lugares de culto y otros sitios religiosos. Este tipo de turismo se enfoca en explorar y experimentar la espiritualidad y la fe, y se considera una forma de turismo cultural, esto es afirmado en las clasificaciones investigadas por Navarro, que también las ingresa como una rama cultural en el área del Folklore (Navarro, 2015).



Figura 3: Plato gastronómico de cuy asado.  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Adicionalmente Tobón y Tobón (2023) señalan: El turismo religioso es un tema reciente de estudio, que combina dos fenómenos con diferentes procesos de evolución: la religión, con raíces ancestrales, y el turismo, con un desarrollo más moderno. Ambos conceptos se han unido para crear una nueva forma de experiencia turística, que atrae a personas interesadas en explorar la espiritualidad y la fe a través de viajes y visitas a lugares sagrados. (...) (p. 238).

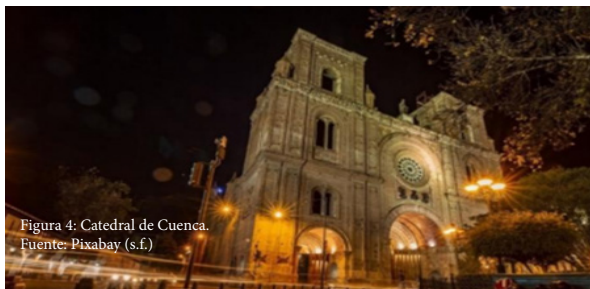


Figura 4: Catedral de Cuenca.  
Fuente: Pixabay (s.f.)

En relación sobre el crecimiento de este tipo de turismo, su impacto económico en un contexto regional, mexicano específicamente, es documentado por García, Pérez y Navarrete (2017), donde afirman: A nivel mundial, de acuerdo con los datos de la Agencia Española de Turismo y la Asociación Mundial de Turismo Religioso,

En relación sobre el crecimiento de este tipo de turismo, su impacto económico en un contexto regional, mexicano específicamente, es documentado por García, Pérez y Navarrete (2017), donde afirman:

A nivel mundial, de acuerdo con los datos de la Agencia Española de Turismo y la Asociación Mundial de Turismo Religioso, el turismo religioso mueve cada año a 300 millones de viajeros representando una derrama económica de más de 18 mil millones de dólares (...). Anualmente, se calculan más 30 millones de personas en México que realizan visitas a lugares de culto, primordialmente católicos, ya que el país cuenta con una incuestionable riqueza, siendo la Basílica de Guadalupe la máxima expresión de esta actividad, al concentrar casi 15 millones de personas (...). (p.132)

### Turismo de aventura

Ecuador es un destino ideal para los amantes de la aventura, con una amplia variedad de actividades disponibles, como el rafting, el kayak, el tracking, la escalada, el parapente y el surfing, entre otros. Las regiones del país brindan características para que este tipo de actividades se desarrollen. En este escenario, turismo de aventura es: La aventura es el alma del turismo. Aquí, los viajeros se sumergen en destinos fascinantes, donde la geografía y el paisaje se funden en una experiencia única. Estas escapadas implican un desafío físico y mental, y a menudo, un elemento de riesgo controlado.

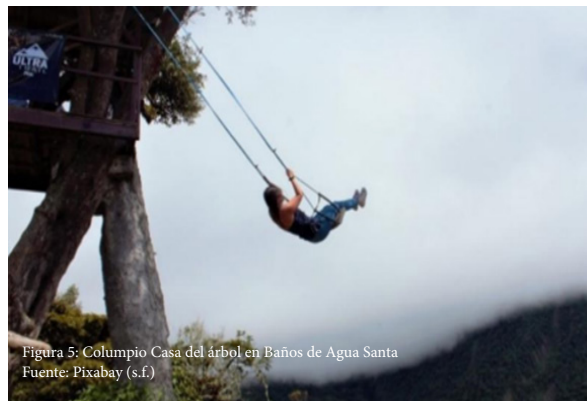


Figura 5: Columpio Casa del árbol en Baños de Agua Santa  
Fuente: Pixabay (s.f.)

### Turismo de naturaleza

También conocido como turismo ecoturismo o turismo verde, se refiere a viajar y visitar destinos que destacan por su entorno natural y la preservación del medio ambiente. Este tipo de turismo se centra en la apreciación y conservación de la naturaleza, así como en la participación en actividades al aire libre (González, 2022). Sumando a lo anterior López, Chérrez y Proaño (2022) apuntan:

El Ecoturismo es una modalidad del Turismo de Naturaleza que nació como elección al turismo clásico o además denominado "de masas", frecuentemente depredador hacia las sociedades donde se realiza. Tiene sus fundamentos en el desarrollo sostenible de los países; o sea, busca que se protejan los recursos naturales en el presente para que futuras generaciones tengan la posibilidad por igual de aprovecharlos, a medida que se fomenta un incremento social, cultural y económico poblacional local. (p. 52)



Figura 6: Guacamayo en la Amazonía ecuatoriana.  
Fuente: Pixabay (s.f.)

La exploración aventurera es una manera de descubrir y experimentar actividades cautivadoras, llenas de retos y con altos niveles de emoción dentro de ambientes naturales. Este tipo de turismo se centra en la búsqueda de experiencias activas y emocionantes, a menudo en lugares remotos o poco explorados. Para Beltrán y Bravo (2008): Conceptualmente, el turismo de aventura se ha identificado como: "viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza". Este ejercicio refleja la necesidad de los humanos de vivir experiencias estimulantes,

con un espíritu competitivo para practicar un deporte fuera de su entorno habitual o para renovar y relajar. (p. 104).



Figura 7: Ascenso al nevado Chimborazo.  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Turismo según la forma de viaje. Se refiere a diferentes estilos o modalidades de viajar que los turistas eligen para sus desplazamientos. Estas formas de viaje pueden variar según las preferencias individuales, el propósito del viaje y las actividades realizadas durante el mismo. (Cazarin Brito & Davila Legerén, 2014).



Figura 8: Vista de laguna Quilotoa.  
Fuente: Pixabay (s.f.)

### **Cultura y tradición**

La cultura y la tradición son temas comunes en la producción audiovisual, ya que son elementos fundamentales de la identidad y la historia de una sociedad. La producción audiovisual puede ser una herramienta poderosa para documentar, preservar y transmitir la cultura y las tradiciones de una comunidad, y para promover la comprensión y el respeto hacia ellas. La producción audiovisual puede abordar diferentes aspectos de la cultura y la tradición, como la música, la danza, el arte, las celebraciones y rituales, la comida, la vestimenta, la lengua y muchos otros. Las películas, documentales, series de televisión y otros formatos audiovisuales pueden capturar la esencia de una cultura o tradición, y transmitir mensajes y valores que son importantes para la comunidad. En este apartado el análisis de Rabadán, Bruzón, Montaño (2015), señalan:

(...) La utilización de medios y productos audiovisuales en procesos orientados a rescatar y revitalizar la cultura de comunidades próximas a sitios de patrimonio cultural, representa un compromiso firme hacia consolidar a la comunicación como un elemento fundamental e integral en los proyectos de cooperación para el desarrollo, o en las evoluciones conceptuales que han llevado a hablar de comunicación para la transformación social, comunicación para el buen vivir o educomunicación. (...).

La cultura es una parte esencial de los pueblos y sus individuos. En sus declaraciones universales, la Unesco ha hecho hincapié en conceptos como identidad cultural, derechos culturales, diálogo intercultural, revitalización del patrimonio cultural y promoción de las industrias culturales como elementos intrínsecos a los procesos de desarrollo. (p. 45).

### **Comunicación turística**

Los medios de comunicación y los soportes con información turística son importantes para decidir visitando determinado destino turístico. En un estudio de inicios del nuevo milenio en el contexto español, Ortega y Rodríguez (2005) señalan: "(...) El presente estudio examina la relevancia que los turistas extranjeros otorgan a la información sobre sitios y atracciones a visitar una vez en su destino. La encuesta a turistas del Reino Unido, Alemania, Francia y Estados Unidos revela que estos valoran en gran medida la disponibilidad de folletos informativo



Figura 9: Turismo general  
Fuente: Pixabay (s.f.)

## PRE PRODUCCIÓN

La pre producción es una etapa determinante en la creación de un producto audiovisual, como vídeos musicales, películas, cortometrajes entre otros ejemplos de vídeos, en esta etapa se planifican todos los elementos necesarios para poder empezar con la producción real.

### El Guión

Dentro de la etapa de pre producción se debe mencionar las herramientas necesarias para la realización del proyecto. Los principales instrumentos de la producción que se vale un realizador audiovisual son: el guion, literario y/o técnico, el storyboard y el plan de rodaje. De esta forma, el guion se define como: De forma genérica podemos decir que se trata de la forma escrita de proyecto audiovisual y describe los contenidos y los elementos necesarios para la ejecución de la película o el programa de televisión. (Benítez, Rodríguez Ortega, & Utray, 2013, pág. 2)

Con los procesadores de textos y el dinamismo natural del medio, este es el primer formato donde se han aplicado innovaciones. Tradicionalmente el guión de televisión se ha escrito en dos columnas, a la izquierda las indicaciones de video (acotaciones) y a la derecha las de audio (diálogos). (Pérez Monter, 2007, pág. 20). El guion técnico es un instrumento que se sitúa entre el guion literario y el proceso de rodaje. Suele elaborarlo el director. Para Mutis (2018):

VIDEO	AUDIO
Paisaje rupestre, obras prehistóricas: bardas, escalones, templetes, etcétera	<b>LOC. OFF:</b> Hace decenas de miles de años, el ser humano destacó de las demás especies al concebir a su medio ambiente como un cúmulo de recursos para su supervivencia.
<b>SUPER: LAS HUELLAS DEL SOL</b>	<b>LOC. OFF:</b> Desde el descubrimiento del fuego, hasta el uso de los hidrocarburos en la industria, el hombre no hace sino encontrar en cada combustible la misma fuente de energía, una de las huellas que ha dejado el Sol.
Proceso rústico de agricultura. Coa y sembrado de semillas.	<b>LOC. OFF:</b> De pronto la naturaleza se convirtió para él en alimentos, refugio y utensilios, que desde ese momento tendría que procurar y administrar.

Figura 10: ejemplo de guion de televisión  
Fuente: Pérez (2007, pág. 20)

SEC 01		Fachada casa Felipe	EXT-INT/DÍA
Nº	TIPO	VÍDEO	AUDIO
1.01	VUELO grúa acercamiento en PG	El sol está alto. Una paloma picotea tranquilamente por el alféizar de una ventana; a través de ella, con un estor desventajado que no se cierra, puede verse a FELIPE durmiendo boca arriba, con antifaz y tapado hasta el cuello. En la mesilla, un radio-despertador electrónico grande se ilumina: las 12:38.	Gorjeo de palomas; ruido de ciudad a mediodía.  Suena suavemente el despertador: es un programa infantil.
1.02	TRAV cámara en mano, subjetivo	Acercamiento desde la escalera de incendios, por encima del alféizar; la paloma sale volando; la presencia se asoma a la ventana sigilosamente, justo para ver cómo FELIPE se despierta de un salto.	Un crujido de la escalera de incendios asusta a la paloma, que sale volando con alboroto. El despertador va sonando más fuerte.
SEC 02		Habitación Felipe	INT/DÍA
2.01	PML lateral	Felipe tantea como un ciego, buscando el radio-despertador.	Suena una canción infantil: "El Reino del Revés"
2.02	PD	Entra una mano tanteando; toca el despertador y sube el volumen	Sube el volumen
2.01b	Igual que 2.01	Felipe se sienta en la cama (lleva bóxer de cerditos), se quita el antifaz y lo deja sobre el radio-despertador; tararea y lleva el ritmo con la cabeza; se agacha buscando algo	Suena la canción y Felipe tararea
2.03	PPP vista de gusano; gran angular	Felipe acerca la cabeza al suelo; con dificultad, abre los ojos, está desgreñado y bosteza; mira alrededor y sonríe	La canción continua; para de tararear

Figura 11: Ejemplo guion técnico  
Fuente: Benítez, Rodríguez y Utray (2013)



## El storyboard

Es una herramienta de la producción audiovisual que puede ser aplicado en varios proyectos creativos, principalmente audiovisuales, de animación y de igual forma en videojuegos. En una definición de Storyboard: Un storyboard es una herramienta visual que muestra de manera simplificada cómo se desarrollará una historia. Permite visualizar rápidamente el aspecto final de un cómic o una película, especialmente si se trata de animación. La forma de elaborar este documento es flexible, ya que cada creador de storyboard puede adaptarlo a las necesidades de su proyecto de cómic o película. De hecho, algunos directores de cine utilizan el storyboard como un complemento gráfico del guion técnico. (agrega 2, s.f.)

Con relación al nivel de detalle de la ilustración de un storyboard se puede dar la siguiente indicación: Depende. Los escritores pueden optar por diferentes enfoques para crear storyboards. Algunos prefieren ilustraciones simples y esquemáticas, mientras que otros desarrollan representaciones más complejas, especialmente para películas de ficción o de acción. Esta última opción suele ser ideal para historias o cómics con mucho texto. El proceso implica redactar el guion por separado y luego asignar un número a cada globo de texto en el storyboard, de modo que se sepa qué frase va en cada uno. Otra alternativa es integrar directamente las descripciones técnicas de planos y encuadres junto a los diálogos en el mismo storyboard. (agrega 2, s.f.)



Figura 12: Ejemplo de storyboard de animación (1960). Fuente: Pérez de Sa (2018)

## Plan de Rodaje

Otro de los instrumentos que son parte de la pre producción, que se utilizan en la producción en la filmación y la obtención de material audiovisual, es el plan de rodaje. Es, sin embargo, indispensable que se identifique siempre qué escenas, o secuencias, y planos serán rodados cada día, así como las fechas de rodaje. Adicionalmente se pueden incluir los nombres de las locaciones o decorados, información acerca de si la iluminación es diurna o nocturna, los nombres de los actores que van a participar y el número de página del guion en la cual se encuentra la escena que será filmada, junto con su extensión en páginas. (Mutis Durán, 2018, pág. 75).

FECHA	LOCACIÓN	ESCENA	PLANOS	PERSONAJES	DIUR/NOCT
Oct. 9	Exterior Edificio	2	1,5	Adriana	Diurna
			2,4,3	Adriana	Diurna
Oct. 9	Oficina	1	1,3	Señor González	Diurna
			2	Josefina	Diurna
Oct. 10	Habitación Luis	3	1-3	Luis y Adriana	Diurna

Figura 13: Ejemplo de formato de plan de rodaje Fuente: Mutis (2018, pág. 75)

## LENGUAJE AUDIOVISUAL

### Tipos de Objetivos de las cámaras

Una cámara sin un objetivo no puede funcionar a si esta sea digital o analógica, se podría decir que esta es el ojo de la cámara y la parte mas importante, esta se conforma por varias piezas de vidrio o plástico unidad de forma cilíndrica por la cual se le conoce como Barril del objetivo.

### Lente ojo de pez

Es como un lente gran angular pero mucho mas grande, su campo de visión es de casi 180° y los focales puede ser desde los 8mm hasta los 15mm, todo depende del uso del fotógrafo.



Figura 14: Objetivo Ojo de pez(1960).  
Fuente: : Pires de Sá (2018)

### Objetivo Gran Angular

Un gran angular es el objetivo con distancia focal corta y un amplio campo de visión, permite que la cámara capture mas escenas que un objetivo normal, son utilizadas para capturar fotos urbanas, paisajes o panoramas.



Figura 15: ejemplo de Objetivo Gran angular (1960).  
Fuente: : Pires de Sá (2018)

### Objetivo Fijo

En este tipo de objetivos no se puede hacer zoom físicos, ya que solo tienen una distancia focal que puede ser de 50mm, este tipo de objetivos generan imágenes mas nítidas y trabajan mejor en lugares poco iluminados, se consideran para trabajos donde los planos van desde medio oa detalle.



Figura 16: ejemplo de Objetivo fijo. Fuente  
Fuente: : Pires de Sá (2018)

### Objetivo Zoom

Este tipo de Lentes cambian de distancia focal sin tener la necesidad de cambiar objetivos, ayuda a realizar cambios rápidos de encuadres mientras te mantienes en la misma posiciones, los focales de estos objetivos pueden ser de: 25-55mm, 18-70mm, 24-70mm, y 25-105mm.



Figura 17: . ejemplo de Objetivo Zoom  
Fuente: : Pires de Sá (2018)

### Teleobjetivo/Superteleobjetivos

Este tipo de objetivos necesitan un campo de profundidad amplio, básicamente se usan para fotografías de larga distancia ya que nos ayuda generar imágenes de objetos que este lejos ya sean personas o animales, tienen una distancia focal de 70mm a 200mm.



Figura 18: ejemplo de Teleobjetivo  
Fuente: : Pires de Sá (2018)

### Plano, secuencia, escena

Los productos audiovisuales se sirven de una gramática, códigos o lenguaje que son aceptados por las audiencias. La correcta utilización de este lenguaje permite al autor del producto audiovisual transmitir de manera adecuada la información a su público. El lenguaje audiovisual se vale de una serie de recursos narrativos propios para contar historias y transmitir ideas. Es así, que se vale de una serie de recursos para colocar dentro de códigos entendibles para su ejecución. De esta manera, se puede establecer que la unidad básica del lenguaje audiovisual es el plano. Para Orte y Santiago (2017), plano es: No es demasiado arriesgado afirmar que el plano es la unidad constitutiva y configuradora de una película. Una narración fílmica es una sucesión de planos dispuestos de una manera, en sí mismos quizá no determinantes, pero cuyo conjunto ordenado hace posible un discurso coherente. (...) Podría decirse que el cine es el arte de narrar una realidad tridimensional en un espacio de dos dimensiones. Pues bien, el término "plano" hace referencia precisamente a ese ámbito peculiar que de fine la bidimensionalidad. Por tanto, la verdadera revolución del arte cinematográfico ha sido lograr que la realidad se integre de forma convincente en un eje de dos coordenadas. Es cierto

que también la pintura puede llevar a cabo esta transformación gracias a la perspectiva, pero el resultado de tal técnica es siempre estático. El cine logra mediante la conjunción de planos una continuidad ausente en las demás artes. Y esta continuidad narrativa lograda en la pantalla de cine se debe en exclusividad a su unidad constitutiva: el plano, y a la peculiar disposición definitiva de éste: el montaje. (p. 11) Como elemento del lenguaje de la cámara, el objeto del plano se utiliza para la narración de las historias. De esta forma, los planos sirven para: La mayoría de los tipos de planos no tienen otra razón que la comodidad de la percepción y la claridad de la narración. Solo el gran plano (y el primero que, desde el punto de vista psicológico, se le puede asimilar) y el general, las veces tienen un significado psicológico preciso y no una función descriptiva. (Martin, 2008, pág. 52) Para describir el lenguaje audiovisual, principalmente el que utiliza la cámara, se ha tomado de referencia la obra de Bestard (2011, págs. 32-37), donde proporciona la definición de estos elementos.

• **Gran Plano General (GPG):** Este plano muestra una escena amplia, capturando un extenso campo visual. Se utiliza para establecer el contexto la persona no es protagonista.

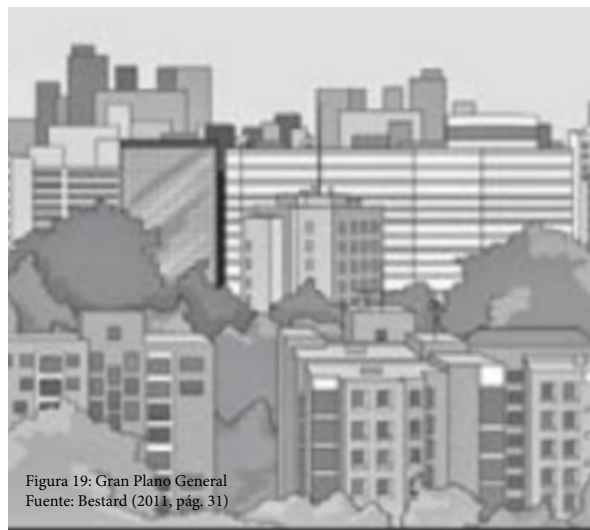


Figura 19: Gran Plano General  
Fuente: Bestard (2011, pág. 31)

**Plano General (PG):** Este plano muestra un sujeto de cuerpo entero, rodeado por un escenario. Este se divide en Plano General Largo y Plano General Corto. o Plano General Largo (PGL). Prevalece el escenario antes que el sujeto. Principalmente se utiliza para situar a los personajes.



Figura 20: Plano General Largo  
Fuente: Bestard (2011, pág. 32)

**Plano General Corto (PGC).** Se enfoca en el personaje con relación al escenario, el encuadre va de cabeza a los pies. Se centra mas en encuadrar la complención completa de las personas y ver el detalle completo.



Figura 21: Plano General Corto  
Fuente: Bestard (2011, pág. 32)

• **Plano Americano (PA):** Este plano muestra un sujeto desde la cabeza hasta las rodillas. Muestra al personaje en movimiento para dar atención en expresiones y reacciones con relación al entorno.



Figura 22: Plano Americano  
Fuente: Bestard (2011, pág. 32)

**Plano Medio (PM):** En este plano, se muestra a los personajes o sujetos desde la cintura hacia arriba. Es ideal para enfocarse en las expresiones faciales y las interacciones entre los personajes.



Figura 23: Plano Medio  
Fuente: Bestard (2011, pág. 33)

**Plano medio largo (PML):** Enfoca su plano en el movimiento de brazos o manos.

• **Plano medio corto (PMC):** En este tipo de plano, se enfoca en un detalle específico debajo del pecho, se utiliza en diálogos.

• **Primer Plano (PP):** Encuadre de cámara utilizado desde los hombros hacia la cabeza. El enfoque se centra en el sujeto. Predomina las expresiones del personaje.



Figura 24: Primer plano  
Fuente: Bestard (2011, pág. 33)

**Primerísimo Primer Plano (PPP):** Centra el encuadre de la cámara en el rostro del sujeto para mostrar las expresiones y emociones. Recorta el plano por encima de los ojos y debajo de la boca.



Figura 25: Primerísimo primer plano  
Fuente: Bestard (2011, pág. 33)

**Plano Detalle (PD):** Se enfoca en un determinado objeto significativo del plano. El encuadre es cercano a una parte del plano. Tiene solo significado para dar pistas al espectador de sucesos posteriores en el filme.

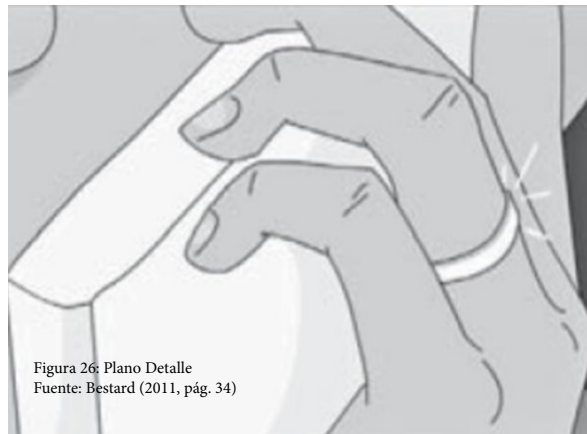


Figura 26: Plano Detalle  
Fuente: Bestard (2011, pág. 34)

### Ángulos de cámara

Los planos respecto al ángulo de la cámara se pueden obtener diferentes visiones de planos, según el objetivo de la cámara. y depende de lo que se quiera mostrar al espectador y que se quiere generar al momento de ver la producción audiovisual.

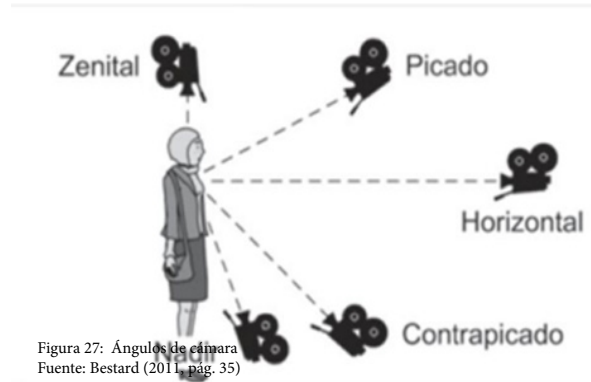


Figura 27: Ángulos de cámara  
Fuente: Bestard (2011, pág. 35)

• **Plano Horizontal.** El objetivo de la cámara se sitúa perpendicularmente al objeto, sujeto o realidad a encuadrar.



Figura 28: Fotograma de plano en ángulo normal.  
Fuente: Pires de Sá (2018)

**Plano Picado.** El plano resultante se obtiene situando el objetivo de la cámara a una altura superior a la horizontal a 45 grados aproximadamente.



Figura 29: Ángulo picado  
Fuente: Pires de Sá (2018)

**Plano Contrapicado.** La altura a la que se sitúa el objetivo de la cámara es inferior a la horizontal aproximadamente a 45 grados. En el lenguaje audiovisual, esto sirve para transmitir una situación de indefensión, sumisión, inferioridad, simpatía, lástima o inseguridad del sujeto filmado o fotografiado hacia el espectador. Los planos picados nos colocan en una posición de aparente superioridad generando a veces empatía con respecto al sujeto enfocado.



Figura 30: Ángulo contrapicado.  
Fuente: Pires de Sá (2018)

**Plano Cenital.** El plano se obtiene elevando el objetivo de la cámara a su ángulo máximo de 90 grados. Se utiliza para situar al espacio aéreo.

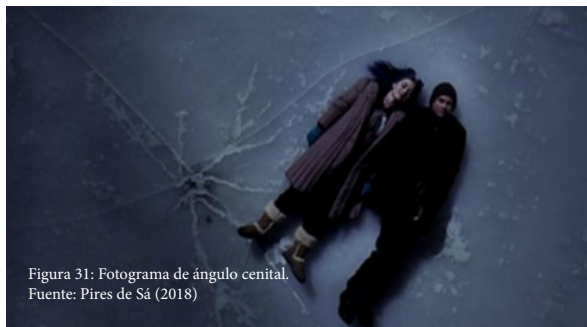


Figura 31: Fotograma de ángulo cenital.  
Fuente: Pires de Sá (2018)

**Plano Nadir.** El plano desciende a su máxima angulación de 90 grados. Es una visión subjetiva que maximiza a los personajes.



Figura 32: fotograma de ángulo Nadir  
Fuente: Pires de Sá (2018)

Por otra parte, el resultado de lo que sería una sucesión o agrupación de planos, tiene la denominación de escena. Entonces la definición de escena es: La escena es una sección del texto que sucede en un mismo espacio, dentro o fuera, sin interrupción de tiempo y que no tiene un significado dramático completo en el contexto de la obra, salvo que, conceptualmente, una sola escena constituya una secuencia. (Bestard Luciano, 2011, pág. 37)

De esta manera, una secuela natural de la sucesión de escena es la secuencia, donde las escenas se colocan una detrás de otra. A este sucesión o proceso se llama secuencia. De esta forma, la definición de secuencia es: Secuencia es una parte del discurso que consta de un inicio y de un fin y que, al llegar a este, ha adquirido un sentido dramático por sí misma dentro del contexto global de la obra. La historia puede desarrollarse en una sola escena o dividirse en varias, normalmente entre dos y cinco, lo que significa que puede transcurrir en un único entorno o en múltiples ubicaciones. (Bestard Luciano, 2011, pág. 37).

#### Movimientos de cámara

De la misma manera, otro recurso audiovisual en función de la cámara y su lenguaje, es el movimiento de esta, para generar sensaciones y emociones. Para Martín (2008), existen tres movimientos esenciales de cámara: travelling, panorámica y trayectoria.

De esta manera, para la definición de los movimientos de cámara, y sus variantes es necesario referir a la obra de Martín, que define el travelling como, "El travelling consiste en un desplazamiento de la cámara durante el cual permanece constante el ángulo entre el eje óptico y la trayectoria del desplazamiento" (p. 63).

- Travelling vertical es escaso y usualmente su función es acompañar a un personaje en movimiento.
- Travelling hacia atrás (de abajo para arriba) se parece a un efecto de picado que trata el abatimiento emocional del personaje.
- Travelling lateral, suele tener una función descriptiva.

Otro de los movimientos de cámara usados en lenguaje audiovisual, para la descripción de espacios, es la panorámica, esta trata de:

La panorámica consiste en una rotación de la cámara en torno de su eje vertical u horizontal (transversal), sin desplazamiento del aparato. Supongamos, a modo de información, que se utiliza comúnmente para poder seguir a una persona o a un vehículo en movimiento. (Martín, 2008, pág. 68)

Finalmente, otro movimiento de cámara del lenguaje audiovisual que resulta de una combinación de los dos anteriores, es la trayectoria.

Este movimiento es definido como: El recorrido de la cámara mezcla indefinida entre el movimiento lateral y el vertical, realizado según lo requiere la escena con una grúa, es un movimiento inusual y demasiado artificial para encajar en una narrativa, salvo si es estrictamente descriptiva. (Martín, 2008, pág. 70)

#### PRODUCCIÓN

Es un proceso complejo que requiere planificación en las fases del proyecto audiovisual. Con relación a este apartado Martínez (2012), señala: Producir un programa audiovisual o multimedia es un trabajo complicado que exige una cuidadosa organización para optimizar cada etapa del proceso.

Los entornos profesionales manejan elementos similares a cualquier industria: recursos económicos, medios y mano de obra. Ante un mercado específico, una empresa productora dirige su obra audiovisual mediante trabajo y recursos técnicos, respaldada por una inversión. Se combinarán factores de calidad, plazos y costos de manera análoga a cualquier planteamiento productivo empresarial.

En este aspecto, no hay gran diferencia entre el negocio audiovisual o multimedia y cualquier otra actividad comercial. (p. 21)

#### Obra audiovisual

Es un producto resultado del trabajo de un autor, que articula imagen en movimiento y sonido que se encuentra contenido en un soporte analógico o digital,

para ser exhibido a una audiencia. Para Bestard Luciano (2011):

La característica principal de esta obra es el mensaje que comporta, el que transmite el autor a través de esta y que debe recibirla su público. Podemos entonces concluir que la obra en sí solo existe en el momento en que el mensaje está dispuesto para ser transmitido, es decir, cuando la obra está ya finalizada. Cualquier fragmento de dicha obra, en las diferentes fases de su producción, no debe considerarse obra audiovisual. (p. 14)

Toda obra audiovisual conlleva un proceso que este compuesto por varias etapas que hacen que se logre su objetivo, este proceso de producción es:

La creación de una obra audiovisual es un proceso en tres etapas: primero, la preproducción donde se gesta la idea inicial; luego, la producción donde se desarrolla y graba el contenido; y finalmente, la postproducción donde se edita y se prepara para su presentación. Aunque estas fases ocurren secuencial, se superponen y alternan por la naturaleza del trabajo. La organización de dichas tareas recae en el director de producción. (Bestard Luciano, 2011, pág. 57)

### Recursos técnicos

La cámara es el principal recurso técnico en la producción audiovisual, y existen diferentes tipos de cámaras según las necesidades y presupuesto de la producción.

Las cámaras también pueden tener características y funciones adicionales, como controles manuales para ajustar la exposición, apertura y velocidad de obturación, sistemas de enfoque automático, modos de escena predefinidos, capacidades de grabación de vídeo, conexión inalámbrica y pantalla LCD para visualizar las imágenes capturadas, diferentes tipos de cámaras, desde las tradicionales de película hasta las digitales más modernas. Las cámaras digitales capturan imágenes utilizando sensores electrónicos. Sobre este apartado técnico López Cantos (2016), señala:

Los últimos desarrollos tecnológicos que se están implantando en las tecnologías de captación de imágenes en movimiento

o vienen determinados por los sistemas de registro y tratamiento digital, que veremos en el siguiente capítulo, y por los nuevos avances en los sistemas de captura que han sustituido en los últimos 20 años a las poco prácticas cámaras basadas en tubos de rayos catódicos, los sensores MOS. (p.34).



Figura 33: Cámara fotográfica  
Fuente: Pixabay (s.f.)

De la misma manera, son necesario otros elementos básicos para la producción audiovisual, desde dispositivos de almacenamiento hasta equipo para estabilización de cámara. Los equipos necesarios se describen en:

### Memoria.-

son comunes entre personas que transportan datos de su casa al lugar de trabajo o escuela, o viceversa. Teóricamente pueden retener los datos durante unos 20 años.

Aunque inicialmente fueron concebidas para guardar datos y documentos, es habitual encontrar en las memorias USB programas o archivos de cualquier otro tipo debido a que se comportan como cualquier otro sistema de archivos.

Dependiendo de la cámara que uses necesitarás memorias SD para tener espacio donde almacenar tus videos. Si usas un celular que permite añadir una memoria externa microSD, revisa cuál es la memoria máxima que permite tu celular y añade esa memoria. Los videos ocupan mucho espacio. (ifnotusthenwho, s.f.).





Figura 34: Memoria usbF  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Trípode.** Es el equipo básico de soporte de una cámara. Te ayudará a obtener tomas estables (como en una entrevista) y realizar planos estables de ubicación. Dependiendo del tripié podrás además realizar algunos movimientos básicos como paneos o tilt up y tilt down. (ifnotusthenwho, s.f.).



Figura 35: tripode  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Dron:** Un dron es un vehículo aéreo no tripulado, es decir, que es un tipo de aeronave que es capaz de desplazarse por el aire sin que haya un piloto a bordo. Pueden ser controlados de manera remota. Estas se utilizan para tomas aéreas, para inspección de infraestructuras, dentro del cine es usado por fácil manejo y proyección en vídeos de alturas.



Figura 36: Dron  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Estabilizador:** Esta ayuda a mantener la cámara estable mientras grabamos las tomas necesarias, se consiguen vídeos fluidos y de alta calidad, dentro del cine es utilizado para que las grabaciones tomen un aspecto mas profesional.



Figura 37: Estabilizador  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Cámara:** Estas nos permite grabar imágenes de una forma intermitente de esta manera en cuestión de un segundo se puede ver 24 fotogramas, además estas es una de las herramientas principales dentro del cine, cabe mencionar que existe una variedad de cámaras y todas varían en precio y calidad. Las cámaras constan de una cámara oscura cerrada, con una abertura en uno de los extremos para que pueda entrar la luz, y una superficie plana de formación de la imagen o de visualización para capturar la luz en el otro extremo. La mayoría de las cámaras fotográficas tienen un objetivo formado de lentes, ubicado delante de la abertura de la cámara fotográfica.



Figura 38: Cámara fotográfica  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Luces:** Una iluminación adecuada proporciona una correcta cantidad de luz al sujeto la escena y esto evita sombras no deseadas, además se utilizan las luces para crear ambientes, creando diferentes tonos de luz haciendo efectos visuales agradables.



Figura 39: Luces led  
Fuente: Pixabay (s.f.)

**Micrófono:** Un micrófono es un dispositivo de entrada que se usa para transformar las ondas sonoras en energía eléctrica y viceversa en procesos de grabación y reproducción de sonido. El micrófono es esencial para una calidad visual para que provoque una experiencia auditiva satisfactoria y a si sea más llamativo para el espectador. (ifnotusthenwho, s.f.)



Figura 40: . Micrófono  
Fuente: Pixabay (s.f.)

### Sonido

El registro de sonido se realiza mediante dispositivos para su captura y grabación. Los micrófonos son utilizados para grabar el audio en la producción audiovisual. Existen diferentes tipos de micrófonos según las necesidades de la producción. Para Martínez (2012):

(...) las profesiones del sonido han de dar respuesta adecuada a la diferente problemática que se plantea para recoger, con la máxima calidad, un sonido directo. El ingeniero de sonido debe estudiar minuciosamente el guion técnico para situar los micrófonos de características concretas de captación en los lugares oportunos sin que sean recogidos por la cámara. (p. 76).



Figura 41: Micrófono  
Fuente: Pixabay (s.f.)

El término acusmatización significa “aquel que se oye sin ver el motivo del sonido”(Chion, 1998). Lo acusmático va referido a esos sonidos que escuchamos sin ver las fuentes sonoras que los ocasionan. Lo contrario a esta idea sería un sonido visualizado, ya que el mismo está acompañado en la imagen y así podemos ver el origen de eso que escuchamos. En la producción audiovisual, este tipo de sonido se utiliza constantemente. (Barberena, 2017).

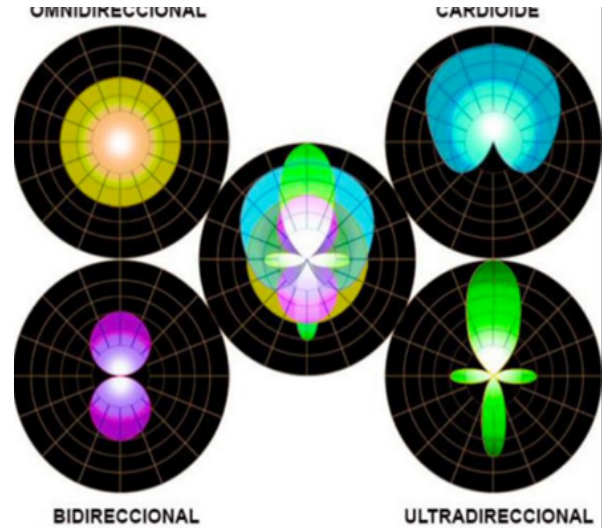
Para Mosquera (2016), existen varios dispositivos de captura de sonido, transformadores de energía. De esta manera, una definición de micrófono como:

“Son transductores que convierten la energía sonora en energía eléctrica. Los hay para diferentes usos. No obstante, cada micrófono es único aún comparando dos micrófonos de un mismo modelo y fabricante.” (p. 24). El mismo autor hace la siguiente clasificación:

- Transductor: Elemento que transforma un tipo de energía en otro tipo de energía.
- Micrófonos dinámicos: También se los conoce como electrodinámicos ó de bobina móvil. No requieren alimentación eléctrica para funcionar.
- Micrófonos de condensador: Requieren alimentación eléctrica para funcionar, con voltajes que varían entre 10 volts, 12 volts (tipo T), 48 volts (Phantom). Este tipo de micrófonos, tiene mayor sensibilidad que los dinámicos.
- Micrófonos de condensador electret: Tienen características similares a los de condensador, pero menor rendimiento.

Así, existe una clasificación de los micrófonos según su dirección, la cobertura o rango de captura de los dispositivos.

- omnidireccional
- bidireccional
- cardiode
- hipercardioides
- ultradireccional ó cañón



Además, para Mutis (2018, págs. 93-95), la posproducción de sonido se capone de dos elementos principales como los sonidos directos capturados durante el rodaje y los sonidos de posproducción. Los sonidos directos de rodaje se dividen en:

- Diálogos.
- Sonidos incidentales. Se producen como resultado de las acciones en escena, como un vaso que se rompe, el sonido de una silla cuando alguien se sienta, el rugido de un animal en un documental, etc.
- Ambientes. Se refiere al telón de fondo sonoro que existe en toda situación: el bullicio de la ciudad, los murmullos de un restaurante, el oleaje en la playa, etc.).

Otro recurso técnico necesario en la producción audiovisual es la iluminación, ya que permite controlar la calidad y el ambiente de la imagen. En función al tratamiento de la iluminación en la producción audiovisual:

La realidad de la tridimensional queda reducida a una representación bidimensional en el cuadro de la pantalla de la proyección o en el receptor televisivo.

Esta fase procede a convertirse en un escenario en el que aparecen representaciones que, si no se relacionadas en la realidad objetiva, requieren crear un espacio escénico y un ambiente que reproduzca el lugar imaginario en que se desarrolla la acción. Esta tarea, que está muy relacionada con la puesta en escena del programa es, como hemos anticipado, responsabilidad de la dirección artística de un filme y constituye la escenografía de este. (Martínez Abadía, 2012, pág. 77).



Figura 43: Iluminación de estudio.  
Fuente: Mosquera (2016, pág. 26)

### Efectos y sonidos

Existen los sonidos de posproducción, estos son utilizados para complementar lo obtenido en los rodajes y entregar intencionalidad. Estos se clasifican en:

- Foley. Puede incluir sonidos incidentales y ambientales (pasos, golpes, lluvia, viento, etc.), son recreados en estudio.
- Efectos especiales. Sonidos no naturales, pueden ser requeridos en la ciencia ficción, animaciones o en cualquier obra que necesite un sonido "extraño".
- Sonidos de archivo. Son sonidos en bancos que tienen los estudios y que se pueden adquirir en la web o de programas de sonido.
- Reemplazo de diálogos. Cuando utiliza tecnología automatizada, esta se conoce como A.D.R. Cuando los diálogos grabados en locación no posean calidad suficiente, se hace necesario sustituirlos por otros grabados en las condiciones de estudio.
- Narraciones y voces sobreimpuestas. Son las voces que narran o cuentan, frecuentemente en documentales y algunas veces en obras de ficción. Se graban en estudio en la pos-

producción.

- Doblaje. Se sustituyen las voces de los actores por las de otros. Este común en anuncios publicitarios y en los casos en que una obra audiovisual es presentada en un idioma diferente al original. (Mutis Durán, 2018, pág. 96)

### Montaje y edición

La edición o montaje se utiliza para la producción audiovisual, incluyendo software de edición de vídeo, software de corrección de color y software de efectos especiales. En este sentido Martínez(2012, pág. 85) señala: "El montaje en cine se entiende vulgarmente como la operación física de unir trozos escogidos de película cinematográfica para componer la copia definitiva. Por extensión, se aplica este término al de edición electrónica en los sistemas de vídeo."

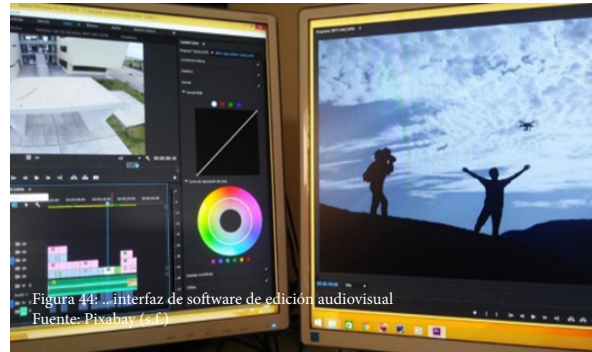


Figura 44: ...interfaz de software de edición audiovisual  
Fuente: Pixabay (s.f)

Por otra parte, el avance de la tecnología ha permitido el paso de la edición analógica a la digital. Los programas digitales actúan en proyectos de edición que se valen de videos, audios y otros elementos multimedia para obtener un audiovisual final. No obstante, previo a la obtención de la pieza audiovisual final se necesita compilar los elementos. Este proceso digital de interpretación que realiza la herramienta de edición informática se lo conoce como render. Para Ribas y Ulldemolins (2012).

Por otro lado, el render es el único proceso que el ordenador sabe hacer en solitario, sin la participación del usuario. En este lento proceso, el programa calcula las instrucciones almacenadas en animación, además de las características volumétricas de los objetos,

materiales, texturas; el comportamiento de la luz sobre los objetos y la escena calcula las relaciones entre las tomas a través de la animación; la composición del plano; el comportamiento de la cámara, los efectos especiales atribuidos etc., y convierte las informaciones registradas en cada unidad de la línea de tiempo en un fotograma. (p. 6)

De la misma manera, otro recurso técnico del que se alimenta la producción audiovisual en su proceso de edición son los códecs. (McGraw-Hill, s.f.)

La grabación de vídeo digital ocupa mucho espacio de almacenamiento, por ello los formatos de archivo, a través de compresores, intentan que, sin perder calidad, el peso de los vídeos sea menor. Esto se consigue usando códecs, que son programas codificadores-decodificadores que se utilizan en el almacenamiento comprimido del vídeo y después en su reproducción.

Estos son codificaciones digitales para los distintos formatos de captura audiovisual digital. En este sentido, García-Vázquez, Ramírez- Acosta y García-Garduño (2011). describen los siguientes tipos e códecs:

El estándar MPEG-4 AVC/H.264 especifica perfiles y niveles, que tienen por objeto facilitar la interoperabilidad entre aplicaciones del estándar (Gary,2004). Un perfil, define un conjunto de herramientas de codificación a utilizar para la generación de un flujo de bits. Por su parte, el nivel establece las limitaciones del flujo de datos como tamaño de imagen y velocidad binaria. El estándar MPEG-4 AVC/H.264 en su primera edición aprobada en Mayo del 2003 contaba con 3 perfiles: Baseline, Main y Extended (la edición 1.0 corresponde a la versión1). En su segunda edición aprobada en Marzo del2005 se le agregaron 4 nuevos perfiles referidos como High, High 10, High 4:2:2 y High 4:4:4 para mejorar las capacidades en calidad del video extender el rango de aplicaciones de este estándar (la edición 2.0 corresponde a la version3). En su terceraedición aprobada en Noviembre del 2007 se le agregaron otros 5 nuevos perfiles el High 10 Intra, High 4:2:2 Intra, High 4:4:4 Intra, CAVLC 4:4:4 Intra y el High 4:4:4 Predictive para aplicaciones profesionales v otros 3 nuevos perfiles el Scalable Baseline, Scalable High y el Scalable High Intra para codificación de video escalable

(la edición 3.0 corresponde a la versión 8). En esta edición 3.0 se quitó el perfil High 4:4:4. En su cuarta edición aprobada en Marzo del 2009 se le agregaron otros 2 nuevos perfiles el Multiview High para codificación de video multi-vistas y el Constrained Baseline (la edición 4.0 corresponde a la versión 11). En su quinta edición aprobada en Marzo del 2010 se le agregó un nuevo perfil el Stereo High para codificación de video de dos vistas (la edición 5.0 corresponde a la versión 13) (ITU-I,2010). En resumen, hoy el estándar MPEG-4 AVC/H.264 tiene 17 perfiles. (p. 41).

De la misma manera, la tecnología digital ha permitido realizar ediciones en línea y mediante maquinas virtuales localizadas en la nube o también conocidas como osbox. “Una estación de trabajo virtual para la edición de un vídeo es un ordenador rapido para la postproducción, que existe enteramente dentro de la nube.” (Elwyn , 2023).

#### **Render.-**

Esta se refiere al proceso de generar imágenes a través de un modelos tridimensional por un software especializado, este método es importante para generar gráficos por computadora y también en imágenes digitales donde se utilizan modelos virtuales para crear imágenes muy realistas.

#### **Archivos mas utilizados.-.**

FBX (.fbx): Este es utilizado en la industria del entretenimiento como en creaciones de videojuegos y animaciones DAE (.dae): Este es compatible con texturas geométricas, es utilizado en aplicaciones que requieran un cambio de datos complejo.

STL(.stl): Utilizado principalmebnte en impresiones 3d, describe la geometría superficial de un modelo tridimensional, no soporta texturas ni animaciones, es mas utilizado en el diseño industrial.

MAX (.max): Conserva todos los datos del modelo, animaciones y configuraciones de escenas, es utilizado en el software 3ds Max.” (Elwyn , 2023)

#### **El Códecs.-**

Se refiere a un programa o dispositivo que codifica y decodifica

datos digitales, especialmente en el contexto de la compresión y descompresión de archivos multimedia, como video y audio. Un codec comprime datos para su almacenamiento o transmisión eficiente y luego los descomprime para su reproducción o visualización. La mayor parte de codecs provoca pérdidas de información para conseguir un tamaño lo más pequeño posible del archivo destino. Hay también codecs sin pérdidas (lossless), pero en la mayor parte de aplicaciones prácticas, para un aumento casi imperceptible de la calidad no merece la pena un aumento considerable del tamaño de los datos. La excepción es si los datos sufrirán otros tratamientos en el futuro. En este caso, una codificación repetida con pérdidas a la larga dañaría demasiado la calidad.

### **Tipos de codecs:**

Codecs de video: Como MPEG-4, H.264 (también conocido como AVC), H.265 (HEVC), VP9, entre otros. Estos codecs son responsables de comprimir y descomprimir secuencias de video, permitiendo la transmisión eficiente a través de Internet o la reproducción en dispositivos. Codecs de audio: Como MP3, AAC, FLAC, Opus, entre otros. Estos codecs manejan la compresión y descompresión de archivos de audio, optimizando el tamaño del archivo mientras se mantiene una calidad de sonido aceptable. Implementación: Los codecs pueden estar integrados en hardware (como en tarjetas de video o audio) o pueden ser software que se instala en sistemas operativos o aplicaciones específicas.” (Elwyn , 2023).

### **ESTADO DEL ARTE**

En la búsqueda de investigaciones sobre la producción audiovisual con el turismo, se han encontrado artículos académicos y proyectos universitarios, locales y regionales que documentan los beneficios del uso de recursos audiovisuales hacia el turismo.

De esta manera se puede referir al artículo de un caso español de Manuel, Gamir y Aertsen (2022), donde realiza un análisis en función del interés de los productos audiovisuales, espacialmente largometrajes enfocados en las zonas urbanas o ciudades. Asimismo se centra en situar a la producción audiovisual como documento de la memoria urbana y en su último apartado enfoca la producción audiovisual dentro del turismo urbano.

De la misma manera, Jodar y Polo (2012), presentan un análisis sobre la publicidad de destinos turísticos apoyados por recursos audiovisuales, centros en las nuevas tecnologías, principalmente estudiando el recurso de medios como lo es YouTube, que enfoca como un ejemplo de publicidad gratuita, siendo un medio colaborativo entre ofertantes turísticos y usuarios. En el contexto ecuatoriano la publicación de Arroyo Cobaña (2017), presenta un análisis de la situación turística de la provincia de Manabí, enfocado en sus recursos naturales y planteando las necesidades actuales de la gestión turística, lo cual puede proporcionar un beneficio y un avance al desarrollo económico de la provincia. De la misma forma, en el mismo contexto manabita, Laz-Zambrano y Lucas (2021), realizaron un estudio académico donde pudieron determinar que:

Un estudio de Google e Ipsos MediaCT, determinó que 6de cada 100 turistas observan vídeos promocionales antes de viajar. Contribuyó a aumentar el uso de vídeos relacionados con los viajes más del 118%, siendo más demandados los spots referentes a destinos turísticos, ofertas de vuelos y hotelería. (p. 2) De la misma manera, existen proyectos de investigación universitarios que se enfocan en los atractivos turísticos ecuatorianos, como por ejemplo de Ortiz Chimborazo (2016).

que enfoca sus análisis en el Tren Ecuador, con una propuesta de un audiovisual informativo para la promoción y difusión de sus servicios. Asimismo, el proyecto de titulación universitario de Gordillo Romero (2014), realiza una propuesta audiovisual de promoción turística de la ruta Quito - Boliche - Quito. Esto en función de la promoción de las costumbres, tradiciones, historias y atractivos visuales de la ruta y los pueblos. Esto en un contexto anterior a la suspensión del servicio. En investigaciones mas recientes, el artículo académico Villena (2022), que realiza un análisis de las ofertas turísticas presentadas en la campaña “All you need is Ecuador”, que a pesar de no haber tenido continuidad, la estrategia tuvo resultados positivos y puede resultar factible la inversión de recursos en campañas similares. En función de investigaciones realizadas en la provincia de Tungurahua, Ramos (2020), presenta una propuesta de piezas audiovisuales para la promoción turística de atractivos turísticos de los cantones de la provincia. Asimismo, específicamente en Ambato, trabajos de investigación como el de Álvarez y Ordoñez (2017),



Figura 15: Iglesia Catedral de Ambato  
Fuente: Pixabay (S.L.)

## IGLESIAS DEL CANTÓN AMBATO

La Catedral de Ambato, también conocida como Catedral de Nuestra Señora de la Merced, es una impresionante iglesia en el centro de la ciudad. Construida en estilo gótico, cuenta con hermosos vitrales y una arquitectura imponente. Es uno de los principales lugares de culto y turismo en Ambato.

Iglesia de la Medalla Milagrosa: Esta iglesia, dedicada a la Virgen de la Medalla Milagrosa, es otro importante templo religioso en Ambato. Se encuentra en el barrio de Ficoa y es conocida por su hermosa arquitectura y su importancia como lugar de peregrinación y devoción religiosa. (Gómez, 2009).



Figura 46: Iglesia La Medalla Milagrosa  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Iglesia de Santa Rosa de Lima: Esta iglesia, ubicada en el barrio de Santa Rosa, es un lugar histórico y religioso en Ambato. La iglesia fue construida en el siglo XVII y es conocida por su fachada blanca y sus elementos arquitectónicos coloniales. Es un sitio de culto popular entre los fieles locales. (Gómez, 2009)



Figura 47: Iglesia de Santa Rosa  
Fuente: Pixabay (s.f.)

Iglesia de San Francisco: Esta iglesia, dedicada a San Francisco de Asís, es otra joya arquitectónica en Ambato. Construida en estilo neogótico, destaca por su torre alta y sus detalles ornamentales. Es un lugar de culto importante y atrae a turistas interesados en la historia y la arquitectura religiosa.



Figura 48: Iglesia de San Francisco de Ambato  
Fuente: Pixabay (s.f.)



# CAPÍTULO 3

# CAPÍTULO 3

## METODOLOGÍA

### Tipo de investigación

El turismo religioso es un tipo de investigación que se enfoca en el estudio y la comprensión de los aspectos relacionados con las peregrinaciones, visitas y viajes motivados por motivos religiosos. Esta forma de turismo se centra en los destinos sagrados, lugares de culto y sitios religiosos significativos en diversas tradiciones religiosas, lo cual se aplicó una investigación cualitativa y cuantitativa.

### Enfoque de investigación

**Enfoque descriptivo:** Este enfoque se centra en describir y caracterizar los aspectos del turismo religioso, como los perfiles de los turistas, los destinos religiosos visitados, las motivaciones de los viajeros y las actividades que se realizan durante el viaje. Se recopila información a través de encuestas, entrevistas y observaciones directas para obtener una visión general del fenómeno del turismo religioso.

**Enfoque histórico:** Este enfoque se basa en investigar el trasfondo histórico de los destinos religiosos y su evolución a lo largo del tiempo. Se estudian aspectos como el origen y desarrollo de los lugares de culto, las peregrinaciones tradicionales, los eventos religiosos significativos y cómo han influido en la atracción de turistas religiosos. Se pueden utilizar fuentes históricas, documentos y archivos para investigar este enfoque.

**Enfoque sociocultural:** Este enfoque se centra en comprender los aspectos socioculturales del turismo religioso. Se investigan las interacciones entre los turistas y las comunidades locales,

### técnicas.-

**Encuestas:** Las encuestas son una técnica ampliamente utilizada para recopilar datos en el turismo religioso. Se pueden diseñar cuestionarios estructurados para recopilar información sobre el perfil de los turistas, sus motivaciones, sus preferencias y sus niveles de satisfacción. Las encuestas pueden realizarse tanto a los turistas religiosos como a las comunidades locales y los proveedores de servicios turísticos.

**Entrevistas:** Las entrevistas en profundidad son útiles para obtener información detallada y enriquecer la comprensión del turismo religioso. Se pueden realizar entrevistas a turistas religiosos, líderes religiosos, autoridades locales y otros actores relevantes. Las entrevistas permiten explorar temas complejos, perspectivas individuales y experiencias personales relacionadas con el turismo religioso.

**Observación participante:** La observación participante implica que el investigador participe activamente en las actividades relacionadas con el turismo religioso, como las peregrinaciones, los rituales y las festividades religiosas. Esta técnica permite una comprensión más profunda de las prácticas, las interacciones y las dinámicas socioculturales que ocurren en el contexto del turismo religioso.

**Análisis de documentos:** El análisis de documentos implica examinar fuentes secundarias, como informes oficiales, registros históricos, guías turísticas, folletos y material promocional relacionado con el turismo religioso. Este enfoque proporciona información contextual y puede ayudar a comprender la evolución histórica, el desarrollo de destinos religiosos y las estrategias de promoción.

### Población y muestra

Para determinar el total de personas que se va a encuestar se usó un muestreo de racimos o conocidos también como Clusters (Hernandez-Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 182).

ya que sirve para reducir tiempo y energía, esto porque a las personas que se les va a investigar se encuentran encerrados en un lugar en específico, y ayudan a obtener la información mucho más rápido y resultados no tan lentos y demorados.

Unidad de Análisis	Población	Muestra
Personas de entre 20 a 30 años conocedores de tema y realicen todo tipo de turismo, dentro de las universidades.	N153	N85

Tabla 1: Tabla de Clusters Fuente: Elaboración propia

#### Investigación Cualitativa. -

N	Nombres	Cargo	Observación
1	Ing. Diana Freire	Jefa de Turismo de la ciudad de Ambato	Encargada de la administración política sobre el turismo y nos brindara información del área turística del sector.
2	Padre Mario Sarabia	Párroco de la Catedral de la ciudad de Ambato.	Nos brindara información sobre la catedral y temas claros sobre la religión.
3	Padre Angel Polivio Aucapiña Toapanta	Párroco de la capilla de Santa Rosa.	Encargado de la iglesia de su parroquia, nos dará información sobre como llego la campana de la primera catedral de Ambato y temas importantes como el turismo y la religión dentro de la iglesia.

Tabla 1: Tabla de Clusters Fuente: Elaboración propia

4	Msg. Cristian Londoño	Productor Audiovisual.	Nos brindara información sobre las bases claves de la producción audiovisual.
5	Sr. Abraham Gonzalez	Locutor de la Radio Turbo 93.3	Es un locutor con años de experiencia dentro de la ciudad de Ambato y no ayudara con información sobre su trabajo centrándose solo en la religión y el turismo
6	Sr.Luis Alfonso Sánchez	Fotógrafo con una trayectoria de 50 años dentro de la ciudad de Ambato	Es considerado uno de los primeros fotógrafos de la ciudad de Ambato, sus años de experiencia nos ayudara a saber más sobre la historia de las iglesias y sobre todo evidencias fotográficas que nos ayuden a analizar mas del tema.

Tabla 2 : Tabla de autoridades Fuente: Elaboración propia

## ENTREVISTAS CUALITATIVAS

### PÁRROCO DE LA CATEDRAL DE LA CIUDAD DE AMBATO.

Padre Mario Sarabia

Me alegro de compartir mi punto de vista sobre el turismo religioso. Es un tema apasionante que combina la fe y la exploración de lugares sagrados. Es una experiencia enriquecedora que permite a creyentes y curiosos sumergirse en la espiritualidad y la historia de diversas tradiciones religiosas. Es una oportunidad para conectarse con lo sagrado, visitar sitios de importancia religiosa y comprender mejor las raíces de la fe en esta hermosa ciudad. Desde mi perspectiva, el turismo religioso trasciende el simple viaje. Es una búsqueda espiritual, una

oportunidad para fortalecer el vínculo con lo divino y nutrir el alma. Los lugares sagrados, como iglesias, templos, santuarios y sitios históricos, nos invitan a la reflexión, la meditación y el encuentro con la paz interior. Además, el turismo religioso fomenta el intercambio cultural y la mutua comprensión. Personas de diferentes religiones y culturas pueden visitar estos espacios, aprender unas de otras y construir puentes de diálogo y respeto. Es un recordatorio de que, a pesar de nuestras diferencias, compartimos un anhelo espiritual común.

#### Análisis

Desde la perspectiva de la máxima autoridad de la parroquia, el turismo religioso puede ser un recurso interesante para fortalecer el vínculo de los devotos en cuanto a la iglesia con su fe.

## **PÁRROCO DE LA CAPILLA DE SANTA ROSA.**

Padre Ángel Polivio Aucapiña Toapanta

Buenas tardes, soy el Padre Ángel Polivio, párroco de la Capilla de Santa Rosa. Me complace compartir mi perspectiva sobre el turismo religioso, una experiencia maravillosa que permite a las personas sumergirnos en la espiritualidad y explorar los lugares sagrados de nuestra fe.

Es una oportunidad para conectarnos con lo divino, profundizar en la tradición religiosa y experimentar la belleza de la devoción. Como pastor de una iglesia, encuentro una gran alegría y satisfacción al ver cómo el turismo religioso puede fortalecer la fe de las personas. Es un privilegio acompañar a los fieles en sus viajes y ver cómo regresan con una renovada pasión por su fe. También me emociona ver a jóvenes como tú interesados en estos temas, pues nos brinda la oportunidad de encontrarnos con otros creyentes dentro de la ciudad de Ambato. Al compartir un espacio sagrado y participar en rituales y celebraciones, establecemos vínculos fraternales y experimentamos la unidad en la diversidad dentro de la iglesia.

### **Análisis**

La religión puede valerse del turismo religioso para que las personas mediante la visita y exploración de los lugares sagrados puedan experimentar la espiritualidad. También, puede fortalecer la fe de una persona, pues mediante los viajes y peregrinaciones la renovación de su fe es evidente.

## **FOTÓGRAFO CON UNA TRAYECTORIA DE 50 AÑOS DENTRO DE LA CIUDAD DE AMBATO**

Sr. Luis Alfonso Sánchez

La fotografía es mi forma de expresar y capturar momentos, de narrar historias y transmitir emociones. A lo largo del tiempo, he tenido la fortuna de presenciar y documentar una amplia gama de instantes: paisajes impresionantes, retratos conmovedores, eventos especiales y momentos íntimos.

Cada imagen que tomo es una oportunidad única para congelar el tiempo y reflejar la esencia de un instante. Es como si pudiera detener el mundo por un momento y mostrarlo desde mi perspectiva, revelando detalles y sentimientos que de otro modo pasarían desapercibidos.

Creo que la clave de una buena fotografía radica en la habilidad de observar. Se trata de estar presente y consciente de los elementos que nos rodean: la luz, las sombras, los colores, las texturas. Cada uno de estos componentes contribuye a la composición de una imagen, y como fotógrafo, mi tarea es encontrar el equilibrio perfecto entre ellos. Para mí, el turismo religioso es una oportunidad de explorar la diversidad cultural y espiritual del mundo. Cada tradición tiene su propia estética y simbolismo, y como fotógrafo, disfruto documentando estas diferencias y compartirlas con otras personas de la ciudad.

### **Análisis**

La fotografía es un medio de obtener y transmitir imágenes con significado, la clave de la fotografía se encuentra en la observación de los momentos y los detalles que lo rodean. En lo referente al turismo religioso, mediante la fotografía se puede explorar la diversidad cultural y religiosa del mundo. Mediante la fotografía se puede capturar imágenes impactantes y evocadoras para invitar a las personas a explorar los lugares sagrados y colaborar con el entendimiento religioso.

## **PRODUCTOR AUDIOVISUAL**

Mg. Cristian Londoño

Empecé en el mundo audiovisual hace unos 15 años. Estudié comunicación audiovisual en la universidad y, desde entonces, he trabajado en diversas áreas de la producción, desde la realización de cortometrajes hasta la producción de comerciales y documentales. Mi pasión siempre ha sido contar historias a través de las imágenes y el sonido.

En primer lugar, la capacidad de organización y gestión es fundamental, ya que hay muchos elementos y personas que coordinar en un proyecto. También es crucial tener una buena comunicación, tanto con el equipo de trabajo como con los clientes y otros stakeholders.

Por supuesto, una fuerte comprensión técnica y creativa del proceso de producción es esencial. Y, finalmente, diría que la adaptabilidad y la capacidad de resolver problemas rápidamente son habilidades indispensables.

La producción audiovisual está cambiando rápidamente, en gran parte gracias a los avances tecnológicos, que antes eran impensables en esto.

## INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

**Pregunta 1:** ¿Qué tanto a escuchado sobre del turismo religioso?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	9	10,6%
Poco	18	21,2%
Nada	58	68,2%

Tabla 3: Pregunta 1

Fuente: Elaboración propia

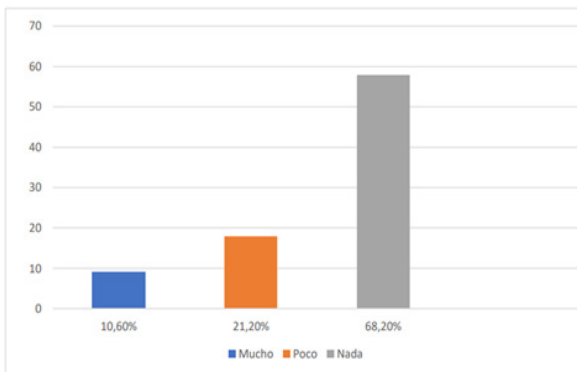


Figura 49: Gráfico de la encuesta

Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Respecto a la pregunta sobre el turismo religioso, los resultados indican que el 68,20% de las personas encuestadas no tienen conocimiento sobre el turismo religioso y que el 21,20% de los encuestados conozcan poco sobre el tema, dando a entender a si un buen camino a la investigación y sobre al tema inicial. La principal motivación de los turistas religiosos es la búsqueda de experiencias espirituales y religiosas. Esto puede incluir peregrinaciones, visitas a santuarios, participación en festivales religiosos, y la búsqueda de una conexión más profunda con la fe. Dentro de la investigación que motiva a dar a conocer los principales lugares turísticos de la ciudad y sobre todo de la investigación.

**Pregunta 2:** ¿Qué tanto conoce sobre la historia religiosa de la ciudad de Ambato?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	4	4,7%
Poco	36	42,2%
Nada	45	53,1%

Tabla 4: Pregunta 2

Fuente: Elaboración propia

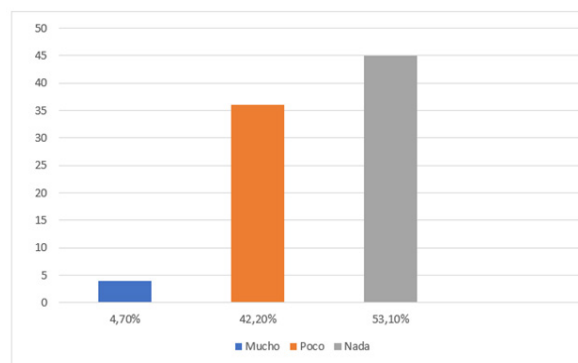


Figura 50: Gráfico de la encuesta

Fuente: Elaboración propia

### Análisis

El resultado de conocer la historia religiosa de la ciudad de Ambato arrojó que un 53,1% de los encuestados no tenían información relacionada con la historia de la ciudad, lo que indica que hay un poco base de datos informativos del turismo religioso de la ciudad. Se puede proporcionar información valiosa sobre el nivel de conocimiento y conciencia de la población respecto a un aspecto importante de su patrimonio cultural. Analizar estos datos ayudará a tomar decisiones informadas sobre cómo promover y preservar la historia religiosa de la ciudad, y cómo potenciar el turismo religioso en el Cantón Ambato y empezar con motivación el producto final que resuelve este tipo de problemática.

**Pregunta 3:** ¿Le gustaría conocer más sobre la cultura religiosa de la ciudad de Ambato?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	23	27,1%
Poco	48	56,4%
Nada	14	16,5%

Tabla 5: Pregunta 3  
Fuente: Elaboración propia

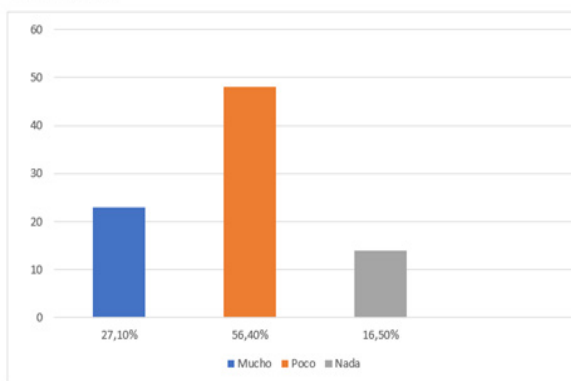


Figura 51: Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca explorar el conocimiento y percepción de los encuestados acerca de los diversos aspectos culturales de esta ciudad ecuatoriana. Este análisis puede abarcar elementos como tradiciones, festivales, patrimonio histórico, arte, música, gastronomía, y prácticas sociales. Dentro del rango de resultados sobre el interés de la cultura religiosa de la ciudad de Ambato un 54,4% de la muestra tiene Poco interés en conocer sobre este tema, dando a conocer que aun no se a mostrado un producto interesante para difundir bien este tema. puede ofrecer una visión clara del nivel de conocimiento y apreciación cultural entre los encuestados, fomenta identidad y la cultura de la ciudad.

**Pregunta 4:** ¿Le gustaría de conocer más sobre la historia de la catedral?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	46	54,1%
Poco	26	30,6%
Nada	13	15,3%

Tabla 6: Pregunta 4  
Fuente: Elaboración propia

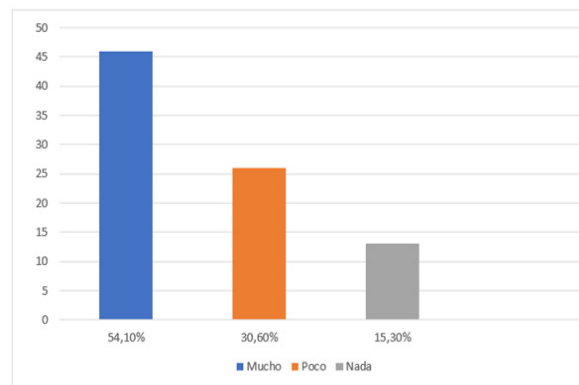


Figura 52: Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

busca medir el nivel de interés de los encuestados en visitar la catedral local, un posible punto de interés turístico y cultural. Como se muestra en el gráfico 5 el 54,1% le interesa conocer sobre la historia de la catedral seguido de un 30,6% que muestra poco interés, esto indica que más de 50% de la población encuestada le gustaría saber sobre la catedral y su historia.que resuelve este tipo de problematica, proporciona una evaluación directa del atractivo de la catedral como sitio de interés. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de promoción, conservación y mejora del sitio, aumentando su relevancia tanto para la comunidad local como para los turistas.

**Pregunta 5:** ¿Cuál de las principales iglesias de la ciudad de Ambato conoce?

Campo	Cantidad	Porcentaje
La medalla milagrosa	23	27,1%
Santa Rosa	8	9,4%
La Catedral	54	63,5%

Tabla 7: Pregunta 5  
Fuente: Elaboración propia

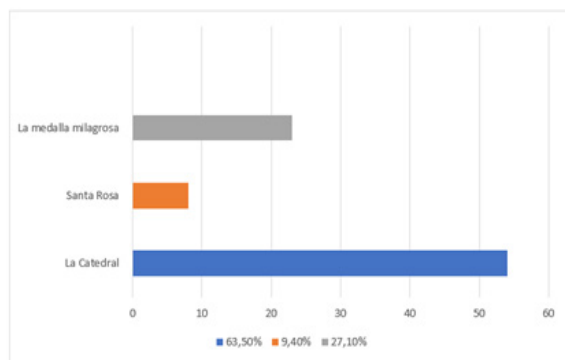


Figura 53: Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca identificar las iglesias más reconocidas por los encuestados en una determinada área. Basándose en los resultados obtenidos, el 63,5% de las personas encuestadas indican que conocen más la catedral de la ciudad y esto nos da un buen camino a la investigación. ofrece una evaluación clara del nivel de reconocimiento de diferentes iglesias en una región. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de promoción, conservación, y mejora de las iglesias, aumentando su relevancia y atracción tanto para la comunidad local como para los turistas. Informar sobre la planificación de rutas turísticas y actividades culturales relacionadas con las iglesias.

**Pregunta 6:** ¿Conoce sobre las 3 reconstrucciones de la catedral?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Si	19	22,4%
No	66	77,6%

Tabla 8: Pregunta 6  
Fuente: Elaboración propia

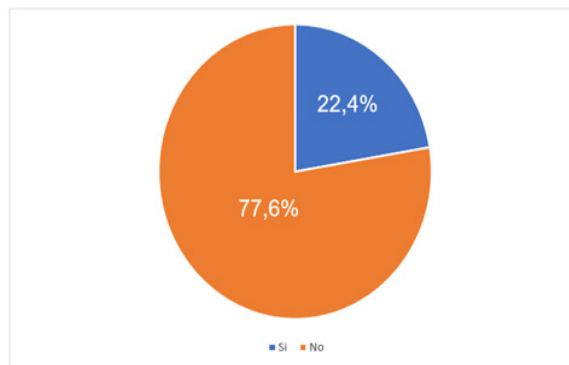


Figura 54: Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca evaluar el nivel de conocimiento de los encuestados sobre la historia de la catedral, específicamente en relación a sus tres reconstrucciones. En cuanto a los resultados de esta pregunta salió un resultado que un 77,6% no conocen sobre las 3 reconstrucciones de la catedral de la ciudad de Ambato y que el 22,4% sabe sobre la historia de la catedral. proporciona una evaluación del nivel de conocimiento histórico entre los encuestados. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de educación, promoción y conservación de la catedral, aumentando la conciencia y el aprecio por su historia y su importancia cultural dentro de la ciudad de Ambato.



**Pregunta 7:** ¿Qué tipo de festividades religiosas de Ambato son más reconocida por usted?

Campo	Cantidad	Porcentaje
El Carnaval de la ciudad de Ambato o Fiesta de las Flores y las Frutas	52	61,2%
El Corpus Christi	2	2.3%
Semana Santa	31	36,5%

Tabla 9: Pregunta 7  
Fuente: Elaboración propia

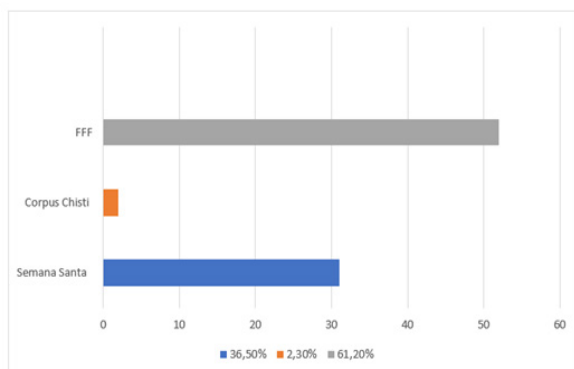


Figura 55: Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca identificar las festividades religiosas más conocidas y valoradas por los encuestados en la ciudad de Ambato. Como se muestra en el grafico 8 el 61,2% conoce más la Fiesta de las Frutas y Flores, lo que indica que dentro de las festividades religiosas esta es la más conocida en la ciudad de Ambato. ofrece una evaluación clara del nivel de reconocimiento y valoración de las festividades religiosas en Ambato. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de promoción, organización y mejora de estos eventos, aumentando su relevancia y atracción tanto para la comunidad local como para los turistas.

**Pregunta 8:** ¿Ha observado usted algún video informativo sobre del turismo religioso de la ciudad de Ambato?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Si	14	16,5%
No	71	83,5%

Tabla 10: Pregunta 8  
Fuente: Elaboración propia

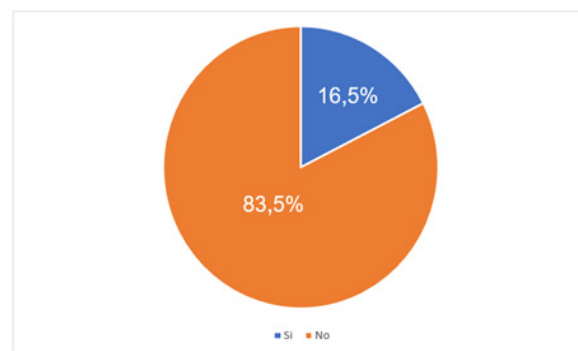


Figura 56: Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca evaluar la exposición y el impacto de los materiales audiovisuales que promocionan el turismo religioso en Ambato. En los encuestados se encontró que el 83,5% no ha visto ningún video informativo sobre el turismo religioso de la ciudad de Ambato, revelando que no se difunde información sobre este tipo de turismo, roporciona una evaluación del alcance y efectividad de los materiales audiovisuales promocionales. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de producción.

**Pregunta 9:** ¿Sabiendo que el turismo religioso se basa en conocer las historia y antigüedad de las iglesias, Le interesaría hacer este tipo de turismo?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	47	55,4%
Poco	29	34,1%
Nada	9	10,5%

Tabla 11: Pregunta 9  
Fuente: Elaboración propia

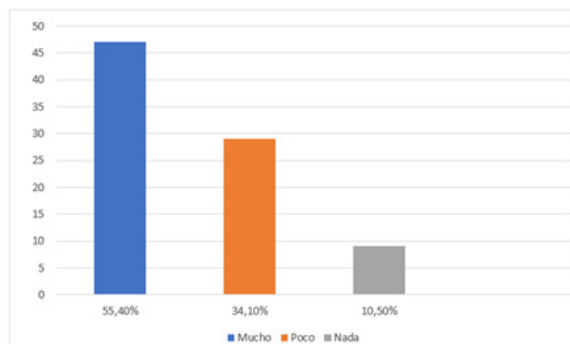


Figura 57: Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca evaluar el interés de los encuestados en participar en el turismo religioso, considerando su enfoque en la historia y la antigüedad de las iglesias. Dentro de los resultados de este estudio, muestra que un 55,4% de los encuestados les interesa conocer más la historia y antigüedad de las iglesias de la ciudad de Ambato, mostrando a si un buen camino a la investigación. proporciona una evaluación del interés de los encuestados en el turismo religioso. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de promoción y desarrollo de este segmento turístico, asegurando que se atiendan las necesidades e intereses de la audiencia.

**Pregunta 10:** ¿Le interesaría conocer más sobre la historia de la catedral y la religión mediante un video Informativo?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Mucho	61	71,8%
Poco	18	21,2%
Nada	6	7%

Tabla 12: Pregunta 10  
Fuente: Elaboración propia

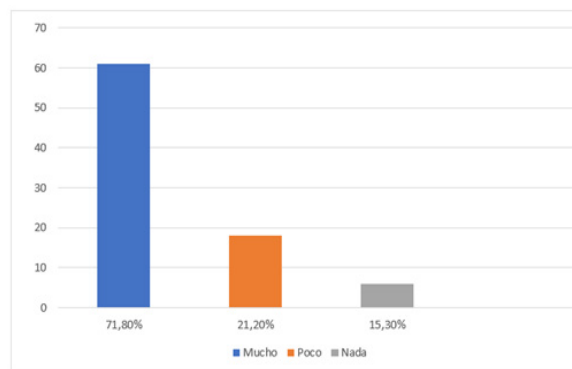


Figura 58 Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca evaluar el interés de los encuestados en aprender sobre la historia de la catedral y aspectos religiosos a través de videos informativos. Según los resultados, un 71.8 % le interesa un video informativo de la historia de la catedral y la religión, esto nos da a conocer que es mucho más interesante que otras opciones como un cortometraje o un video publicitario en la población. proporciona una evaluación del interés de los encuestados en el contenido audiovisual educativo y cultural. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de producción y distribución de videos informativos, asegurando que se atiendan las necesidades e intereses de la audiencia.

**Pregunta 11:** ¿Qué tipos de medios de comunicación es el más utilizado por usted?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Televisión	18	21,2%
Radio	1	1,2%
Redes Sociales	66	77,6%

Tabla 13: Pregunta 11  
Fuente: Elaboración propia

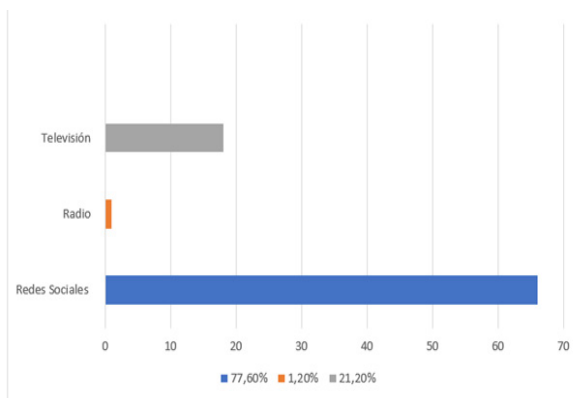


Figura 59 Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca identificar los medios de comunicación más frecuentemente utilizados por los encuestados. En cuanto a los medios de comunicación el 77,6% de la muestra optaron por las redes sociales como medio de comunicación más utilizado y mediante esto se puede usar como un medio de difusión. ofrece una evaluación clara de las preferencias de consumo de medios de comunicación entre los encuestados. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de comunicación, marketing y difusión de contenidos, asegurando que se utilicen los canales más efectivos para llegar a la audiencia deseada y maximizar el impacto de los mensajes.

**Pregunta 12:** ¿Mediante qué tipo de videos le gustaría conocer más sobre la cultura religiosa?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Video informativo	57	67%
Cortometraje	12	14%
Video publicitario	16	19%

Tabla 14: Pregunta 12  
Fuente: Elaboración propia

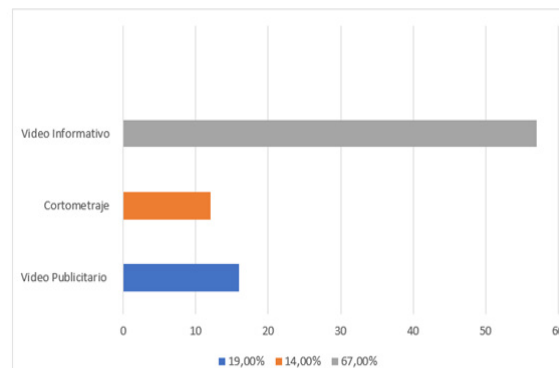


Figura 60 Grafico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis

Busca identificar las preferencias de los encuestados en cuanto al formato y contenido de los videos que desearían ver para aprender sobre la cultura religiosa. Según los resultados obtenidos en el grafico 13 se muestra que un 67% de grupo encuestado se muestra más interesado en un video informativo que muestre la historia y cultura religiosa de la ciudad de Ambato. proporciona una evaluación clara de las preferencias de formato y contenido entre los encuestados. Analizar las respuestas puede guiar las estrategias de producción y distribución de videos, asegurando que se creen contenidos atractivos y efectivos que respondan a los intereses y necesidades.

## CONCLUSIONES

Con base en la investigación de este proyecto, se reveló que las personas tienen poca información sobre el turismo religioso, la historia de las iglesias y su construcción y que un video informativo, atractivo y conciso en conjunto con la difusión en redes sociales serían efectivos para promoverlo.

El turismo en el cantón Ambato tiene poca afluencia de gente, ya que el principal turismo de la provincia se genera en el cantón Baños.

Una de las estrategias que podemos resaltar para activar el turismo del cantón es el turismo religioso, al ser un cantón que cuenta con varias historias y festividades que resaltan la religión para que el turismo interno se realce.

Una producción audiovisual creativa y entretenida puede generar mayor interés en jóvenes adolescentes y se pueden promover temas sociales o de poco interés para llamar la atención en un grupo objetivo y genere interés sobre el tema propuesto.

Los encuestados muestran una clara preferencia por contenidos audiovisuales informativos, como documentales y videos educativos, para conocer más sobre la cultura religiosa.

Esto sugiere que la producción de videos informativos y educativos sobre la catedral y otras iglesias históricas podría ser efectiva para aumentar el interés y la educación sobre el turismo religioso en la ciudad.

Hay una oportunidad para desarrollar una variedad de contenidos audiovisuales, incluyendo documentales, entrevistas, recorridos virtuales, y videos educativos, para promover el turismo religioso dentro de la ciudad de. Estos contenidos deben ser diseñados para captar la atención de diferentes segmentos de la audiencia y adaptarse a sus preferencias.

Existe un interés significativo en el turismo religioso en Ambato, especialmente entre aquellos que valoran la historia y la antigüedad de las iglesias. Esto sugiere que hay un potencial para desarrollar y promocionar el turismo religioso como una oferta cultural importante en la región.



Figura 61 Chicos leyendo  
Fuente: Elaboración propia

# CAPÍTULO 4

# CAPÍTULO 4

## PROPUESTA

Ambato, con su rica herencia religiosa y sus iglesias históricas, presenta una oportunidad única para desarrollar un proyecto audiovisual que promueva el turismo religioso. La propuesta consiste en crear un video informativo y atractivo que destaquen la historia, la arquitectura y las festividades religiosas de la ciudad. El objetivo es aumentar el interés y la participación en el turismo religioso a jóvenes, proporcionando una experiencia educativa y cultural valiosa tanto para residentes como para visitantes de una manera visualmente atractiva e interesante.

## OBJETIVOS

Generales. -

Desarrollar un video informativo con información clara, precisa y visualmente atractiva sobre el turismo religioso, para educar y concientizar al público Ambateño.

Específicos. -

- Realizar un guion que presente la información de manera concisa y atractiva, utilizando un lenguaje accesible y adaptado al público objetivo.

- Recopilar imágenes, gráficos o animaciones que complementen la información del video y ayuden a mantener el interés del espectador.

- Producir un video informativo mediante los software y herramientas adecuados, asegurando una alta calidad tanto en el contenido como en la presentación visual.

## METODOLOGIA DEL PRODUCTO

Etapas de producción

Según el libro de (Worthington, págs. 18-33) Bases del cine el proceso de producción es el siguiente:

### Desarrollo

En esta etapa se desarrolla las ideas en formas creativas, así mismo como la propuesta o guion y también se redacta el presupuesto para la producción, además las bases como los costos provisionales, en esta etapa el productor puede ponerse en contacto con los actores y otros miembros para tener un plan listo desde un principio, dentro de etapa se eligen varios factores como el punto de inicio, altas bajas, tipos de actores para en clarificar la producción y saber su vera la luz, este proceso puede durar días, meses o años dependiendo del tipo de producción. Se debe tener claro que dentro de esta etapa se debe detalla también el tipo de producción, el público objetivo y en qué tipo de medio de difusión es más conveniente compartir el tipo de video que se va a producir, a si también como patrocinadores o fuentes de ingreso externos para una producción profesional. Una sinopsis clara y detallada debe ser una parte clave para el proceso principal y correcta para la producción audiovisual que se vaya a realizar, el productor debe ser consciente que hay que trabajar dentro de limitaciones económicas, aun a si la falta de presupuesto se compensa con horas de compromiso y trabajo, un productor creativo y con talento puede ajustarse a presupuso bajos y realizar producciones audiovisuales que sean interesantes y entretenidos para los usuarios.

### Sinopsis

Se muestran varias tomas de la ciudad y su historias al igual que las iglesias y varias personas en una iglesia recibiendo la misa, el padre que es el transmite la oración alaba a Jesus mediante mímicas, se muestran también varias tomas de iglesias y capillas.se aprecian detalles como esculturas, cuadros y pinturas que destacan los maravilloso del lugar, se narra una invitación para las personas que no conocen estos lugares y se trata de llamar la atención con estas imágenes que conmemoran lo lindo y maravilloso de la ciudad de Ambato, haciendo entender que no solo se destaca por sus frutas y flores si no también por arte, cultura y religión, varios jóvenes también caminan por la ciudad mostransose alegres y maravillados.

## Pre-producción

En esta etapa, se planifican todos los aspectos del proyecto para garantizar una producción fluida y efectiva.

A continuación se detalla el proceso de preproducción para un video informativo sobre el turismo religioso y la producción audiovisual en Ambato.

La etapa de preproducción es esencial para el éxito de un video informativo sobre el turismo religioso en Ambato.

Al definir claramente los objetivos, desarrollar contenido relevante, planificar la logística, y asegurar todos los aspectos legales y administrativos, se establecerá una base sólida para la producción y distribución del video.

Este enfoque organizado y detallado contribuirá a crear un contenido atractivo y educativo que promueva efectivamente el turismo religioso en la ciudad. Comienza cuando el proyecto ya tiene luz verde y se han negociado y firmado los contratos con el director, el guionista y los actores principales.

La oficina de producción estará en funcionamiento hasta el final de la edición y la entrega del proyecto para gestionar la documentación y atar cabos sueltos.

La visión creativa del director también puede interferir en el presupuesto. Por ejemplo, el director puede insistir en que el rodaje se realice en una localización con un alquiler caro, o alejada y de difícil acceso.

Entre las responsabilidades del productor durante la pre-producción incluyen:

### Supervisar guiones y Escaletas

La supervisión de escaletas y guiones es una fase crítica en la preproducción de cualquier proyecto audiovisual, incluyendo la producción de un video informativo sobre el turismo religioso, esto ayuda a que el trabajo tenga un camino correcto al momento de producir el video, La supervisión de guiones es una tarea crucial en la producción cinematográfica y televisiva, y se refiere a la supervisión y revisión de los guiones para asegurar su calidad-

PROGRAMA Historia de las iglesias	
CAPITULO 1	
PRODUCTORES Gael Vega	
Video	Audio
Escena 1 Int. / Tarde / Plano General se ve una sala y al fondo una señora limpiando.	<i>Sonido sincrónico</i> Sonido del tictac de un reloj
Escena 2 Int. / Tarde / Plano detalle se ve un reloj de pared antiguo	<i>Sonido musical de fondo</i> Si me pasa algo, los quiero, acústico
Escena 3 Int. / Tarde / Primer plano se visualiza el teléfono con una llamada.	
Escena 4 Int. / Tarde / Plano Americano, la señora que está limpiando regresa a ver el teléfono y lo ignora.	
Escena 5 Int. / Tarde / Plano detalle de fotografías y cuadros que limpia la señora	
Escena 6 Int. / Tarde / Plano General se ven una sala y al fondo una señora limpiando.	
Escena 7 Int. / Tarde / Plano General la señora abraza una fotografía, toma su bolso y sale.	
Escena 8 Int. / Tarde / Plano medio se ve a la señora caminando hacia la iglesia.	

<p>Escena 9 Int. / Tarde / Plano una señora rezando en la iglesia.</p>	<p><i>Sonido musical de fondo</i> Si me pasa algo, los quiero, acústico</p>
<p>Escena 10 Int. / Tarde / Plano General imágenes del Antiguo Ambato</p>	<p><i>Frases de palabras en segundo plano</i> Ya nada es como antes Solo quedalos recuerdos de esta ciudad Los recuerdos del pasado Los recuerdos de las iglesias y su gente</p>
<p>Escena 11 Int. / Tarde / Plano General imágenes e historia de las iglesias.</p>	<p><i>Relatos</i> Relatos de la historia de Ambato por el Dr. Jorge Ortiz Miranda– Historiador</p>
<p>Escena 12 Int. / Tarde / Plano detalle de una señora rezando dentro de la iglesia.</p>	<p><i>Sonido musical de fondo</i> Si me pasa algo, los quiero, acústico</p>
<p>Escena 13 Int. / Tarde / Plano General Niña corriendo y abrazando a su madre.</p>	
<p>Escena 14 Int. / Tarde / Plano General Señora sentada en el parque viendo a los niños pasar.</p>	
<p>Escena 15 Int. / Tarde / Plano medio se ve a madre e hija abrazándose.</p>	
<p>Escena Final Int. / Tarde / Plano General alejamiento de cámara.</p>	

Tabla 15: Guión  
Fuente: Elaboración propia

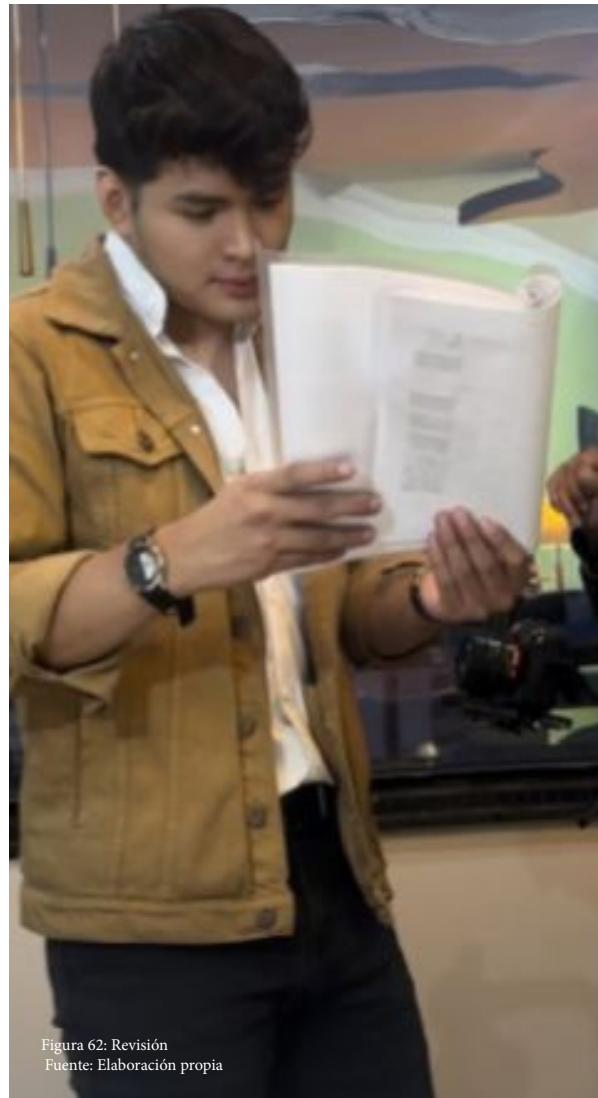


Figura 62: Revisión  
Fuente: Elaboración propia



Agencia:		Escritor:	Gael Vega
Cliente:	<u>U. INDOAMERICA</u>	Productor:	Gael Vega
Proyecto:	Turismo Religioso	Director:	Gael Vega
Título:	Arte y religión	Art director:	
Tema:	<i>El turismo en las iglesias</i>	Calidad:	4k
Lugar:	Ambato, Bolívar y Cevallos	Contactar:	
Duración:	3 semanas	Borrador:	Número 1

VIDEO						AUDIO	
N.º de ESCENAS	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	PLANO	ANGULO	MOVIMIENTO	DIALOGO	SONIDO
1.	2seg	Tomas de la ciudad	Plano General	Normal	Estático	----	música
2.	8 seg	Tomas de la catedral	Plano General	" "	" "	_____	Música
3.	5 seg	Tomas de las calles	Plano General	" "	" "	_____	Música
4.	3 seg	Tomas del interior de las iglesias	Primer plano	Normal	estático	--	Música
5.	8 seg	Tomas de detalles de la iglesia	Plano detalle	Normal	Estáticos y travelling	---	Música
6.	10 seg	Tomas de una misa	Plano detalle	Normal	estático		Música
7.	5 seg	Tomas de iglesias	Plano medio	Normal	movimiento	-----	música
8.	6 seg	Toma de Personas caminando alrededor de la iglesia	Plano General	Normal	Estático	_____	música
9.	20 seg	Toma de Señora de rodillas al frente de la iglesia rezado	Plano medio	Normal	Travelling right a left	_____	música
10.	20 seg	Toma de una señora triste	Plano detalle	Normal	Travelling right a left	-----	Música
11.	20 seg	Toma de señora rezando	Plano detalle	normal	Travelling right a left	<i>Cuanto ha cambiado el mundo</i>	Música
12.	1 min	Toma de la ciudad antigua y las iglesias	Plano general	Normal	movimiento	<i>La historia de Ambato se remonta en años de antigüedad. Sus iglesias sus quintas, todo esto se remonta a sus iglesias y su historia.</i>	
13.	30 seg	Tomas de las iglesias	Plano general	normal	movimiento	<i>La catedral de Ambato tuv0 3 reconstrucciones</i>	
14.	30 seg	Tomas de las calles de Ambato	Plano general	normal	movimiento	<i>Todas las personas se unían al rio Ambato para recolectar arena y piedras</i>	
15.	30 seg	Tomas de las personas	Plano general	Normal	movimiento	<i>Varias partes de la primera iglesia fueron repartidas por vari iglesias aledañas, como la de santa rosa e izamba</i>	

Tabla 16: Escaleta  
Fuente: Elaboración propia

### Negociar castings.-



Figura 63: Castings  
Fuente: Elaboración propia

Dentro de la selección del personal para la producción audiovisual se tomo en cuenta a jóvenes de entre 20 a 30 años, **Contratar personal.-**



Figura 64: Grabaciones.  
Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración del vídeo turístico se tuvo que contratar a un ayudante de cámara para un trabajo mejor elaborado y menos complicado.

### Buscar localizaciones.-



Figura 65: Interior de la iglesia  
Fuente: Elaboración propia

Para la selección de locaciones se tomó en cuenta calles conocidas de la ciudad al igual que la catedral principal y otras iglesias, se tomó en cuenta el día de grabación para que no haya tanta influencia de gente. es un aspecto fundamental en la producción audiovisual, especialmente para un video informativo sobre el turismo religioso en Ambato. Elegir las ubicaciones adecuadas no solo impacta la calidad visual del video, sino que también puede influir en la efectividad de la comunicación del contenido.

### Producción

La producción es la fase en la que se rueda el proyecto en un cuarto o en exteriores. En función del tipo de proyecto y del presupuesto, la producción puede durar días, semanas, meses o incluso años. El papel del productor consiste en organizar, administrar y solucionar los problemas a lo largo de toda la producción. No importa lo bien planificada y organizada que esté una producción, el productor debe saber que no todo saldrá como se espera al final del trabajo. La producción audiovisual se refiere al proceso de creación y desarrollo de contenido visual y sonoro, como películas, series de televisión, videos musicales, anuncios publicitarios, documentales, entre otros. Este proceso abarca varias etapas, desde la concepción de la idea hasta la distribución del producto final. Los videos educativos y formativos son una herramienta poderosa para enseñar y capacitar a personas en diversos temas.



Figura 66 Parque Montalvo  
Fuente: Elaboración propia



Figura 67: Grabaciones  
Fuente: Elaboración propia



Figura 68: Grabaciones  
Fuente: Elaboración propia

Dentro de la etapa de producción se realizaron tomas en los lugares elegidos, se utilizó el guion previamente realizado. Las pruebas de producción audiovisual son etapas cruciales en el proceso de creación de contenido visual y sonoro. Estas pruebas aseguran que todos los elementos técnicos, creativos y logísticos funcionen correctamente antes de iniciar la producción completa. Incluyen la revisión de todos los equipos técnicos, como monitores, grabadoras, sistemas de transmisión y cualquier otra tecnología utilizada en la producción. Estas pruebas son esenciales para identificar y resolver problemas antes de la filmación principal, lo que ayuda a evitar retrasos.

## Pos producción

El proceso de posproducción es la etapa final en la creación de una película o actuación. En esta fase, el material filmado, conocido como metraje crudo, se edita y transforma en el producto final. Los productores deben asegurarse de que el proceso de edición se ajuste al cronograma y presupuesto establecidos, y estar atentos a cualquier problema, como costos adicionales por tomas extras o el uso de material de archivo en exceso, ambos de los cuales pueden consumir una parte significativa del presupuesto de posproducción. Muchos estudiantes o cineastas inexpertos suelen exceder el plan de edición por diversas razones: toman decisiones con demasiada lentitud, carecen de la habilidad técnica necesaria o simplemente no logran ver la película desde la perspectiva de la lente. Durante esta etapa, el director trabaja en estrecha colaboración con el editor para dar forma al producto final. En ocasiones, el director prefiere que el productor no participe en el proceso de edición hasta que se complete el primer corte, lo cual se considera una situación positiva, ya que le permite al productor observar el primer corte del director de manera imparcial.

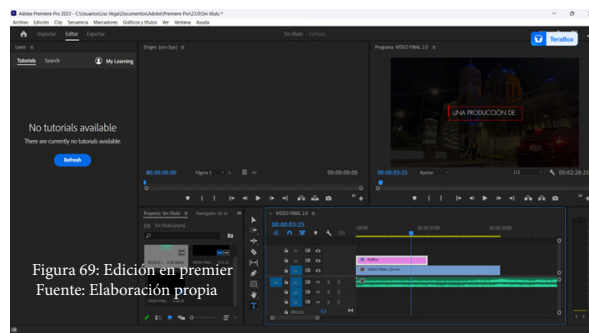


Figura 69: Edición en premier  
Fuente: Elaboración propia

La etapa de postproducción en producción audiovisual se refiere al proceso que sigue a la filmación o grabación inicial y abarca una serie de actividades destinadas a ensamblar, editar y perfeccionar el material grabado para crear el producto final. Este programa nos permite realizar el trabajo de edición de una manera organizada para poder obtener un producto final limpio y entendible al público, todas las fases de edición van desde el inicio del video hasta la última toma, todo esto se combinan y se realiza un solo video bien editado.

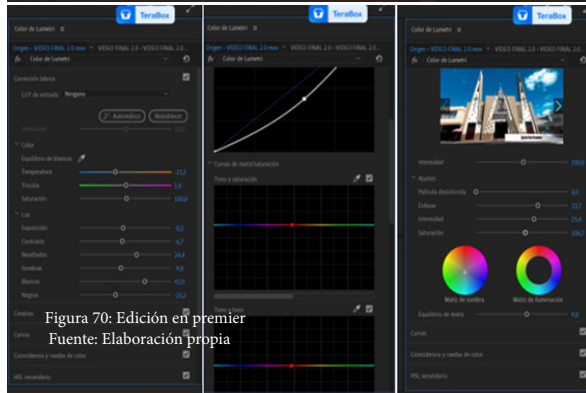
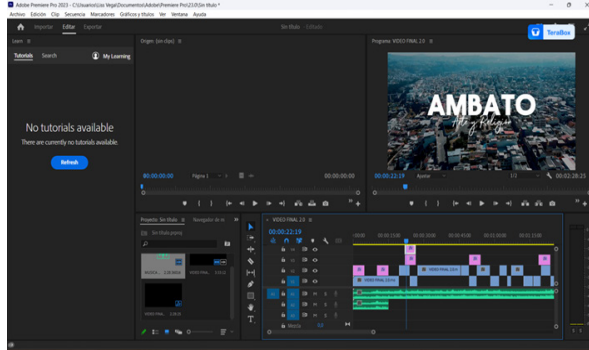


Figura 70: Edición en premier  
Fuente: Elaboración propia

### Edición lineal o no lineal

prácticamente toda la edición de televisión se realizaba de manera tradicional, cortando fotogramas uno por uno en una cinta maestra. Si bien este método lineal permite editar y modificar el material, conlleva un proceso laborioso y costoso, ya que cualquier cambio requiere retroceder y rehacer todo desde ese punto. Hoy en día, la digitalización ha revolucionado el campo de la edición. Al capturar secuencias sin procesar y organizarlas en carpetas, el trabajo se simplifica notablemente. Entre las principales tareas de edición se incluyen:

- Regrabación o doblaje de diálogos
- Incorporación de voces en off
- Adición de efectos de sonido y música

- Mezcla de escenas con el audio completo
  - Composición de la banda sonora y corrección de color
- Además, el ajuste del audio e imágenes permite combinarlos en una nueva plantilla. Esto es especialmente relevante cuando se filma en el extranjero, pues el material debe adaptarse al formato o estándar de televisión apropiado. El proceso de convertir el material filmico del proyecto a formato digital es fundamental. Esto permite manipular y editar el contenido de manera más flexible y eficiente. La digitalización del metraje brinda la oportunidad de aplicar diversos efectos, ajustes y transformaciones, optimizando así el resultado final del proyecto audiovisual.

### Posproducción de audio

Una vez finalizada la edición de la imagen, comienza la etapa fundamental de la posproducción: la creación de la banda sonora definitiva. Antes de proceder a la mezcla, las pistas de audio suelen contener grabaciones captadas en el set o en directo, aunque generalmente los niveles de grabación no son uniformes y será necesario doblar el audio. Además, se deben añadir música y efectos de sonido. Esta fase se denomina mezcla, y los diversos elementos de efectos, música y voces se combinan para conformar la banda sonora final. Todas las obras cinematográficas y televisivas son una combinación de imagen y sonido, y la ausencia de cualquiera de estos elementos.



Figura 71: Pruebas de audio  
Fuente: Elaboración propia

crear una nueva mezcla final. Un guion, una copia exacta del guion, incluidos todos los diálogos y entrevistas. Las transcripciones son útiles para subtítular y los departamentos legales también pueden usar para detectar problemas. También se requieren otros documentos, como copias de todos los contratos, licencias y derechos de archivos y materiales musicales. Los productores también deben presentar un informe final de gastos, que incluye un presupuesto final detallado y el costo real del programa.

### Distribución y exhibición

¿De qué sirve el trabajo duro, las noches de insomnio y el estrés si nadie está viendo el programa? La película necesita llegar a la mayor cantidad de espectadores posible. Otros servirán como parte de un proyecto universitario o como tarjeta de presentación para un aspirante a productor o director en la industria. Independientemente del contexto de los proyectos, requieren cierta difusión y presentación. Las oportunidades de distribución y exhibición deben buscarse temprano en el desarrollo y la preproducción. Comenzar a vender proyectos antes de filmarlos permite a los productores apuntar al mercado correcto. Si el proyecto cubre el costo de esta fase, ayudará a cubrir el costo de impresiones adicionales, tarifas del festival y kits de prensa.

Aquí es donde abarca nuestro público objetivo y que consume contenido en estas plataformas virtuales, las expectativas de alcance que tendrá el vídeo son altas ya que no existe evidencia alguna de vídeos del turismo religioso dentro de la ciudad de Ambato.

### Equipo de producción

- Director
- Editor de guion
- Director de audición
- Jefe de producción
- Director de exteriores
- Ayudante de producción
- Asistente personal
- Equipo de posproducción
- Documentalista
- Auxiliar de producción

### Presupuesto

El presupuesto de la producción audiovisual se proyecta debido a factores como los recursos humanos, los recursos técnicos. Lo relativo a el costo del proyecto se toma como referencia tres parámetros.

- Equipo técnico.
- Preproducción. Una semana de planificación previa a los rodajes
- Producción. Dos semanas de grabación o rodaje incluido transporte y viáticos
- Postproducción. Una semana de postproducción

El presupuesto para una producción audiovisual puede variar significativamente según la escala del proyecto, el alcance del contenido, y los recursos necesarios. Este presupuesto proporciona una estimación general de los costos asociados con la producción de un video informativo sobre el turismo religioso. Es importante ajustar el presupuesto en función de las necesidades específicas del proyecto, las tarifas locales, y los recursos disponibles.

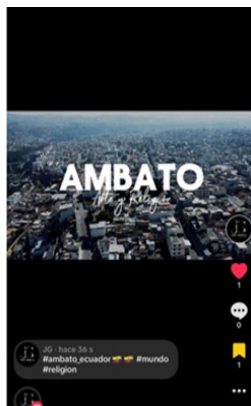


Figura 72: Redes sociales  
Fuente: Elaboración propia

HORAS AL MES	SEMANAS	DIAS	HORAS DIA	HORAS A LA SEMANAS	SUELDO BASICO	VALOR POR HORA	TOTAL
160	4	5	8	40	\$460.00	2.88	<b>\$115.20</b>

<b>COSTO POR EQUIPOS</b>					
AÑOS DE DURACIÓN	VALOR DEL EQUIPO	POR AÑO	AÑO-MESES	POR MES	EQUIPO
5	\$400,00	\$80,00	12	\$6,67	Cámara Cannon
5	\$60,00	\$12,00	12	\$1,00	Luz led
5	\$25,00	\$5,00	12	\$0,41	Pedestal de luz
5	\$26,00	\$5,20	12	\$0,43	Memoria Drone 225gb
5	\$15,00	\$3,00	12	\$0,25	Memoria Cámara 128gb
5	\$1.000,00	\$200,00	12	\$16,67	Drone

5	\$1.000,00	\$200,00	12	\$16,67	Drone
5	\$140,00	\$28,00	12	\$2,33	Batería drone
5	\$280,00	\$56,00	12	\$4,67	Estabilizador
5	\$70,00	\$14,00	12	\$1,17	Micrófono
5	\$180,00	\$36,00	12	\$3,00	Pedestal/brazo para el micrófono
5	\$15,00	\$3,00	12	\$0,25	Filtro para micrófono
5	\$40,00	\$8,00	12	\$0,66	Trípode
5	\$250,00	\$50,00	12	\$4,17	Maleta de equipos
5	\$1.600,00	\$320,00	12	\$26,66	Laptop
<b>TOTAL, DE COSTOS MENSUALES</b>				<b>\$68,34</b>	

<b>COSTOS POR MESUALIDADES</b>			
<b>SERVICIOS</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>DIAS TRABAJADOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>



SERVICIOS	VALOR MENSUAL	DIAS TRABAJADOS	VALOR TOTAL
Agua	\$12,00	20	\$0,60
Internet	\$35,00	20	\$1,75
Luz	\$20,00	20	\$1,00
Adobe	\$40,00	20	\$2,00
			<b>\$5,35</b>

VIATICOS			
SERVICIOS	VALOR	DIAS	VALOR TOTAL
Desayuno	\$2,50	20	\$50,00
Almuerzo	\$2,50	20	\$50,00
Merienda	\$2,50	20	\$50,00
Transporte	\$3,00	20	\$60,00
			<b>\$210,00</b>

VALORES TOTALES	
<b>VALOR POR LAS 4 SEMANAS DE TRABAJO</b>	\$398,90
<b>VALOR MENSUAL</b>	\$960,84

Tabla 17: Tabla de Costos  
Fuente: Elaboración propia

## VALORACIÓN

Después de finalizar la elaboración del producto audiovisual sobre el Turismo Religioso en la Ciudad de Ambato, el próximo paso fue realizar una encuesta de aprobación a nuestro grupo objetivo, por lo tanto, el tema de realizar algunas preguntas es de suma importancia para dar por aprobado y cumplido nuestros objetivos.

## INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

**Pregunta 1:** ¿El contenido audiovisual te resulto interesante y relevante?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Muy interesante	8	80%
Interesante	2	20%
Nada Interesante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 18: Valoración de la pregunta 1  
Fuente: Elaboración propia

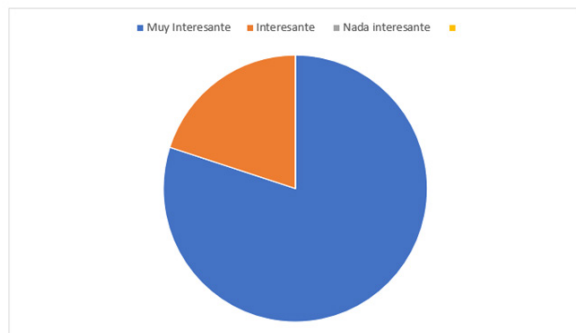


Figura 73: Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

El 80% de los jóvenes encuestados indican que les pareció muy interesante el producto audiovisual sobre el Turismo Religioso en la Ciudad de Ambato, por lo tanto, la valoración es aprobable dentro de nuestro grupo objetivo.

**Pregunta 2:** ¿El video proporcionó información nueva o valiosa sobre el turismo religioso?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Si, Mucha	9	90%
Poca	1	10%
Nada	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 19: Valoración de la pregunta 2  
Fuente: Elaboración propia

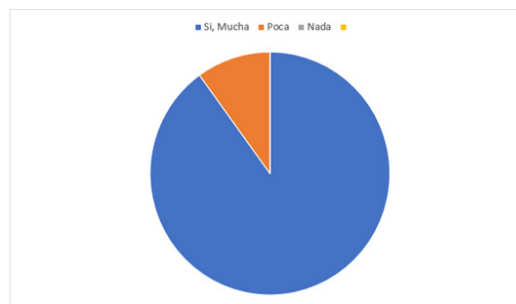


Figura 74 Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

El 90% de los encuestados dio a conocer mediante esta pregunta que les proporciona mucha información el producto audiovisual.

**Pregunta 3:** ¿El video despertó interés en realizar turismo religioso en la ciudad de Ambato?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Si, Mucha	8	80%
Poca	1	10%
Nada	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 20: Valoración de la pregunta 3  
Fuente: Elaboración propia

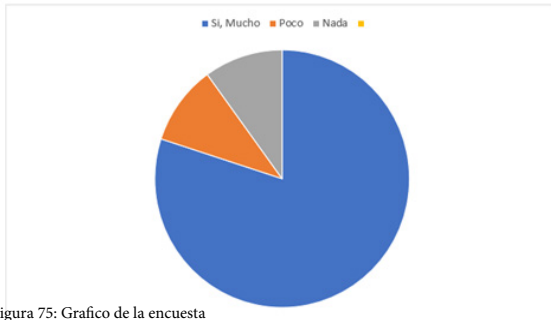


Figura 75: Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

El 80% de los jóvenes encuestados afirmaron que el producto audiovisual les despierta interés el conocer más sobre el turismo religiosos

**Pregunta 4:** ¿Recomendarías este producto audiovisual a tus amigos y familiares?

Campo	Cantidad	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 21: Valoración de la pregunta 4  
Fuente: Elaboración propia

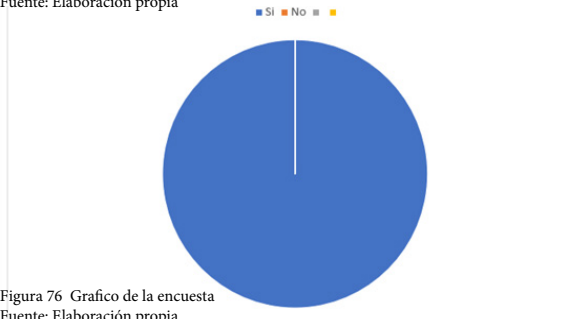


Figura 76 Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

El 100% de los encuestados recomendarían el producto audiovisual a sus amigos o familiares.

**Pregunta 5:** ¿Qué te parecieron los aspectos técnicos del producto (¿Calidad de imagen, sonido, edición?)

Campo	Cantidad	Porcentaje
Excelentes	8	80%
Buenos	2	20%
Malos	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Tabla 22: Valoración de la pregunta 5  
Fuente: Elaboración propia

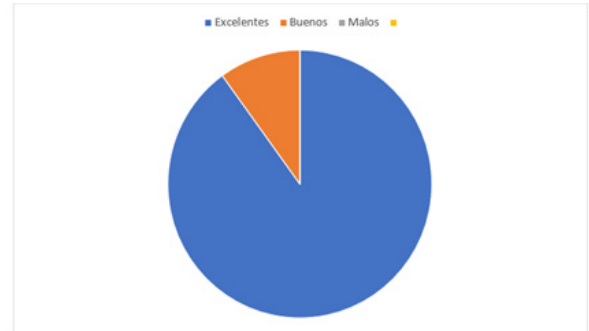


Figura 77: Gráfico de la encuesta  
Fuente: Elaboración propia

### Análisis e interpretación de resultados

La opinión de los espectadores sobre la claridad y la calidad del audio, música de fondo, y efectos de sonido.

### CONCLUSIONES

La encuesta de valoración ha proporcionado valiosos sobre la efectividad y calidad del video. Las conclusiones indican un alto nivel de satisfacción entre los espectadores, con aspectos técnicos bien recibidos y un impacto positivo en el interés por el turismo religioso en Ambato. Estos resultados guiarán futuras producciones para continuar mejorando.

# BIBLIOGRÁFIA

- Scola, A. (2012). Buenas razones para la vida en común: religión, política, economía. Madrid : Ediciones Encuentro, S.A.
- Smilde, D. (2004). Los evangélicos y la polarización: la moralización de la política y la politización de la religión. Caracas: Revele.
- Peña, C. -R. (2021). Iglesia y sociedad civil: la contribución del Derecho canónico. Madrid: DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid.
- Serrano, P. (2019). IGLESIA S. A. Dinero y poder de la multinacional vaticana en España. Madrid: Ediciones Akal, S. A., 2019.
- Torrey, E. F. (2021). LA EVOLUCIÓN DEL CEREBRO Y LA IDEA DE DIOS. Ciudad de Mexico: Columbia University Press.
- Mastantuono, A. (2018). La Iglesia en la ciudad: un desafío para las parroquias en las urbes actuales. Madrid: Ediciones Dehonianas España.
- Aguirre, C. (5 de junio de 2021). Tungurahua Turístico. Obtenido de Tungurahua Turístico: <http://tungurahuaturistico.uta.edu.ec/canton/ambato/iglesias>
- Pixabay. (s.f.). Obtenido de <https://pixabay.com/es/photos/edici%C3%B3n-v%C3%ADdeo-editar-cortar-pegar-1677458/>
- Worthington, C. (2009). Bases del cine Español centrado en las técnicas sobre la producción audiovisual 01. Barcelona.
- Secall, R. E. (2008). Turismo y religión. Malaga: la Universidad de Michigan.
- Acero, J. P. (2021). Turismo y patrimonio cultural. Tunja - Colombia : Editorial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC.
- González, L. G. (2022). Retos y aprendizajes para el turismo de naturaleza. Cali: Universidad Externado de Colombia.
- Gómez, O. M. (2009). Terremoto de Ambato, 1949. Ambato: Sur Editores.
- Tobón Perilla, S. M., & Tobón Perilla, N. (2023). Turismo religioso: fenómeno social y económico. Turismo y Sociedad, 237-249.
- Millán Vázquez de la Torre, G., & Pérez, L. M. (2017). El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: Características de los Turistas. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 29-54.
- Cazarin Brito, R. C., & Davila Legerén, A. (17 de Diciembre de 2014). Religiosidad y (re)producción audiovisual. Representaciones sociales en sonidos e imágenes de un culto pentecostal africano. Gaceta de Antropología. Obtenido de gazeta: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=4420>
- El Universo. (20 de febrero de 2023). Carnaval ambateño movió la economía de restaurantes y hoteles; hay satisfacción por niveles de ocupación dentro de las zonas. Obtenido de Ecuador: <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/carnaval-ambato-2023-nota/>
- Ministerio de Turismo. (2015). Ministerio de Turismo. Recuperado el 10 de junio de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Chen Mok, S., & García Cousin, K. (2011). Puntarenas y el turismo: ¿Qué ha pasado con la "Perla del pacífico"? InterSe-des, 8(15), 109-131.
- Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. d. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. Revista Venezolana de Gerencia, 24(86), 417-484.
- Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. El Periplo Sustentable, 31.
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, E. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO ECONÓMICO. Revista Galega de Economía, 69-88.

- Martínez, F. (2004). Turismo rural en Galicia contribuciones al desarrollo sostenible. Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo, Dirección Xeral de Turismo.
- López Cantos, F. J. (2016). Tecnología de los medios audiovisuales II. Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL? Revista ECA Sinergia, 97-108.
- López-Paredes, C. R., Chérrez-Bahamonde, R. C., & Proaño-Lucero, G. E. (2022). ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR EL TURISMO EN EL ECUADOR PARA SU REACTIVACIÓN ECONÓMICA
- Quesada Castro, R. (2006). Elementos Del Turismo. EUNED.
- UNWTO. (S.F.). GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO. Obtenido de Normas de las Naciones Unidas para medir el turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Guzmán Barquet, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador. TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, 7(17).
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de Turismo, 335-357.
- García, C., Pérez, B., & Navarrete, M. d. (2017). LA IMPORTANCIA DEL TURISMO RELIGIOSO EN MÉXICO. International Journal of Scientific Management and Tourism, 133-146.
- Bestard Luciano, M. (2011). Realización audiovisual. Editorial } UOC.
- Navarrete , M. C., & García , C. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO: SABOR Y TRADICIÓN. Journal of Tourism and Heritage Research, 23-40.
- Recuero-Virto, N., Blasco, F., & Garcia-Madariaga, J. (2016). Marketing del turismo cultural. ESIC Editorial.
- Pixabay. (s.f.). Obtenido de <https://pixabay.com/es/images/search/turismo/>
- Martínez Abadía, J. (2012). Manual del productor audiovisual. Editorial UOC.
- Pixabay. (s.f.). Obtenido de <https://pixabay.com/es/photos/estudio-de-grabacion-adentro-1869560/>
- Pixabay. (s.f.). Obtenido de <https://pixabay.com/es/photos/fotograf%C3%ada-estudio-sesi%C3%B3n-de-fotos-1850469/>
- Beltrán, L. C., & Bravo, A. (2008). TURISMO DE AVENTURA: REFLEXIONES SOBRE SU DESARROLLO Y POTENCIALIDAD EN COLOMBIA. Turismo y Sociedad, 103-112.
- Muñoz de Escalona y Lafuente, F. (2003). El turismo explicado con claridad. Madrid: Libros en Red.
- Ramírez Frías, C. H. (2019). Turismo y religión en Cuba. Nuevo Milenio.
- Rabadán, Á. V., Bruzón, L., & Montaña, S. (2015). Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual participativo: El caso de jóvenes del Proyecto Youth Path de la Unesco en Costa Rica. Alteridad. Revista de Educación, 44-56.
- Ortega, E., & Rodríguez, B. (2005). IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES: LA PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS EN LOS DESTINOS ESPAÑOLES. Cuadernos de Turismo, 169-188.
- Ortega Martínez, E., & Rodríguez Herráez, B. (2007). La comunicación en los destinos turísticos: Percepción de los residentes en España. XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM (págs. 1-22). Comunicaciones.
- Manuel, C., Gámir Orueta, A., & Aertsen, V. (2022).

- Novo E. de los Monteros, G., Torres Nafarrate, J., & Esquivel Solís, E. (2012). IMAGEN TURÍSTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Una construcción social. Imagen turística y medios de comunicación, 1409-1432.
- Arroyo Cobeña, M. V. (2017). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. RECUS, 44-49.
- Jódar Marín, J. Á., & Polo Serrano, D. (2012). La publicidad audiovisual del sector turístico a través de YouTube. Palermo Business Review, 189-198.
- Ortiz Chimborazo, K. W. (2016). La comunicación audio visual como estrategia de promoción turística de la empresa “ Tren Ecuador ” en la ciudad de Ambato. PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA. Ambato, Ecuador: Universidad Indoamérica.
- Gordillo Romero, D. (2014). Video Documental Turístico: Tren del Ecuador Ruta Quito – Boliche – Quito. Licenciatura en Multimedia y Producción Audiovisual. Ecuador: Universidad de las Américas.
- Villena Álvarez, D. T. (2022). Uso de producciones audiovisuales para fomentar el turismo. Caso: “Ecuador el país de los 4 mundos”. ÑEQUE. Revista de Investigación en Ciencias Administrativas Sociales, 465 - 477.
- Laz-Zambrano, A. M., & Lucas Quiñonez, P. A. (2021). Comunicación audiovisual como herramienta de promoción turística: caso Bahía de Caráquez, Ecuador 2020. Revista Científica SAPIENTIAE.
- Álvarez Lizano, I. P., & Ordoñez Mozo, B. O. (2017). Estrategias audiovisuales y su vinculación con el turismo de la ciudad de Ambato. Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniería en Diseño Gráfico Publicitario. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes. Carrera de Diseño Gráfico Publicitario.
- Ramos Regalado, C. A. (2020). Realización de una pieza audiovisual para la promoción.
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill.
- Orte, J., & Santiago, P. d. (2017). El cine en 7 películas: guía básica del lenguaje cinematográfico. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Martin, M. (2008). El lenguaje del cine. Editorial Gedisa. agrega 2. (s.f.). 2.2. El storyboard o guion gráfico. Obtenido de Agrega 2: [http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/06072018/bc/es-an\\_2018070612\\_9204103/22\\_el\\_storyboard\\_o\\_guion\\_grfico.html](http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/06072018/bc/es-an_2018070612_9204103/22_el_storyboard_o_guion_grfico.html)
- Benítez, A., Rodríguez Ortega, V., & Utray, F. (2013). Obtenido de [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16373/guion\\_tecnico\\_2013.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16373/guion_tecnico_2013.pdf)
- Pérez Monter, H. J. (2007). El guión audiovisual: su estructura en género de ficción y no ficción y unaperspectiva sociocultural. Editorial Trillas.
- Mutis Durán, J. M. (2018). Introducción a la producción audiovisual. Editorial UMB.
- Pires de Sá, F. (2018). El storyboard o guion gráfico. Recursos de aprendizaje UOC. Editorial UOC.
- Ribas, M., & Ulldemolins, A. (2012). Visualización de la escena y renderización. Recursos de aprendizaje UOC. Editorial UOC.
- Barberena, M. (2017). El sonido en la narración audiovisual. Obtenido de Taller de Prucción Audiovisual: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/74563/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/74563/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mosquera, D. (2016). CONCEPTOS BÁSICOS DE SONIDO PARA LA PRODUCCION AUDIOVISUAL. Universidad del Cine.
- B&H Photo Video. (s.f). Obtenido de [https://www.bhphotovideo.com/c/product/1538607-REG/nikon\\_d780\\_dslr\\_camera\\_with.html](https://www.bhphotovideo.com/c/product/1538607-REG/nikon_d780_dslr_camera_with.html)



ANEXOS



Entrevistas.-



## Preguntas de la encuesta.-

1.¿Qué tanto a escuchado sobre del turismo religioso?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

2.¿Qué tanto conoce sobre la historia religiosa de la ciudad de Ambato?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

3.¿Le gustaría conocer más sobre la cultura religiosa de la ciudad de Ambato?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

4.¿Le gustaría de conocer más sobre la historia de la catedral?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

5.¿Cuál de las principales iglesias de la ciudad de Ambato conoce?

- a) La medalla milagrosa
- b) Santa Rosa
- c) La Catedral

6.¿Conoce sobre las 3 reconstrucciones de la catedral?

- a) Si
- b) No

7.¿Qué tipo de festividades religiosas de Ambato son más reconocida por usted?

- a) El Carnaval de la ciudad de Ambato o Fiesta de las Flores y las Frutas
- b) El Corpus Christi
- c) Semana Santa

8.¿Ha observado usted algún video informativo sobre del turismo religioso de la ciudad de Ambato?

- a) Si
- b) No

9.¿Sabiendo que el turismo religioso se basa en conocer las historia y antigüedad de las iglesias, Le interesaría hacer este tipo de turismo?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

10.¿Le interesaría conocer más sobre la historia de la catedral y la religión mediante un video Informativo?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

11.¿Qué tipos de medios de comunicación es el más utilizado por usted?

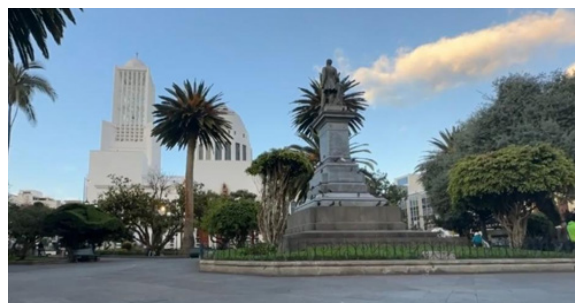
- a) Televisión
- b) Radio
- c) Redes Sociales



<p>Escena 9 Int. / Tarde / Plano una señora rezando en la iglesia.</p>	<p><i>Sonido musical de fondo</i> Si me pasa algo, los quiero, acústico</p>
<p>Escena 10 Int. / Tarde / Plano General imágenes del Antiguo Ambato</p>	<p><i>Frases de palabras en segundoplano</i> Ya nada es como antes Solo queda los recuerdos de esta ciudad Los recuerdos del pasado Los recuerdos de las iglesias y su gente</p>
<p>Escena 11 Int. / Tarde / Plano General imágenes e historia de las iglesias.</p>	<p><i>Relatos</i> Relatos de la historia de Ambato por el Dr. Jorge Ortiz Miranda – Historiador</p>
<p>Escena 12 Int. / Tarde / Plano detalle de una señora rezando dentro de la iglesia.</p>	<p><i>Sonido musical de fondo</i> Si me pasa algo, los quiero, acústico</p>
<p>Escena 13 Int. / Tarde / Plano General Niña corriendo y abrazando a su madre.</p>	
<p>Escena 14 Int. / Tarde / Plano General Señora sentada en el parque viendo a los niños pasar.</p>	
<p>Escena 15 Int. / Tarde / Plano medio se ve a madre e hija abrazándose.</p>	
<p>Escena Final Int. / Tarde / Plano General alejamiento de cámara.</p>	



Grabación y tomas.-









UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

Ambato: Calle Bolívar, 20-35 y Quito  
(03)2421713 / 2421452

Quito: Machala y Sabanilla (Cotacollao)  
(02) - 3998227 / 3998238

[www.uti.edu.ec](http://www.uti.edu.ec)