



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

**ENTRE LA ESPERANZA Y EL OLVIDO: UNA PROYECCIÓN AUDIOVISUAL
AL TURISMO RURAL DE PUCARÁ GRANDE**

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación

Autor/a:

Christian Javier Vera Yauli

Tutor:

Franklin Germánico Herdoíza Mancheno

Ambato-Ecuador

2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del presente trabajo de titulación titulado “ENTRE LA ESPERANZA Y EL OLVIDO: UNA PROYECCIÓN AUDIOVISUAL AL TURISMO RURAL DE PUCARÁ GRANDE” perteneciente al señor Christian Javier Vera Yauli, estudiante de la Carrera de Comunicación, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, certifico que el trabajo de Titulación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a Evaluación del Tribunal de Grado, que el Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 5 de agosto de 2022

LO CERTIFICO

1802907103
FRANKLIN
GERMANICO
HERDOIZA
MANCHENO

Firmado digitalmente
por 1802907103
FRANKLIN GERMANICO
HERDOIZA MANCHENO
Fecha: 2022.09.14
13:40:33 -05'00'

Lcdo. Mg. Franklin Herdoíza
TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los contenidos, análisis, ideas, opiniones, conclusiones y recomendaciones emitidos en el trabajo de investigación: “ENTRE LA ESPERANZA Y EL OLVIDO: UNA PROYECCIÓN AUDIOVISUAL AL TURISMO RURAL DE PUCARÁ GRANDE”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 5 de agosto de 2022



Christian Javier Vera Yauli

C.I. 1850042357

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autoriza a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 5 de agosto de 2022



Christian Javier Vera Yauli

C.I. 1850042357

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “ENTRE LA ESPERANZA Y EL OLVIDO: UNA PROYECCIÓN AUDIOVISUAL AL TURISMO RURAL DE PUCARÁ GRANDE”, presentado por el Sr. Christian Xavier Vera Yauli. De conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,de 2022

Para constancia firman:

Presidente

Miembro

Miembro

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres; Mercedes Yauli y Gabriel Vera, quienes siempre me apoyaron incondicionalmente, me dieron la oportunidad de estudiar y estuvieron para mí sin importar las adversidades que se me hayan presentado a lo largo del camino como universitario.

A cada uno de mis hermanos que me inspiraron a seguir luchando por lo que quiero y más aún cuando sentía que no podía, ellos siempre me dieron su mano cuando los necesité y no permitieron que me rinda. Finalmente, dedico este proyecto a mis amigos que estuvieron siempre pendiente de mi avance a lo largo de este proceso.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a cada una de las personas que estuvieron presente en este proceso universitario, este camino lleno de aprendizaje, enseñanza y experiencia, desde mis compañeros, docentes, autoridades y todo personal universitario que hicieron posible este triunfo, que con esfuerzo y dedicación se pudo superar. Agradezco a Dios por permitirme vivir esta etapa de mi vida llena de momentos buenos, de enseñanzas que me servirán para futuro. Finalmente, quiero agradecer con toda mi vida a mis padres que fueron mi apoyo incondicional durante todo este camino ya que sin el esfuerzo de ellos nada de esto sería posible.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT	xiii
1 CAPÍTULO 1.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Categorías fundamentales.....	4
1.1.1 Comunicación para el desarrollo.....	4
1.1.1.1 Comunicación para el desarrollo rural.....	6
1.1.1.2 Conceptualizando el desarrollo.....	6
1.1.1.3 Desarrollo local.....	7
1.1.2 Lo audiovisual como herramienta de investigación.....	8
1.1.2.1 El Documental como herramienta de investigación.....	10

1.1.3	Turismo y su importancia socioeconómica.....	11
1.1.3.1	Turismo convencional.....	13
1.1.3.2	Turismo alternativo.....	14
1.1.3.3	Turismo comunitario y rural.....	15
1.1.4	Localidad.....	17
1.1.4.1	Diagnóstico de la localidad.....	17
1.1.4.2	Ruta Turística.....	18
1.2	Objetivos.....	19
1.2.1	Objetivo General.....	19
1.2.2	Objetivos Específicos.....	19
2	CAPÍTULO II.....	20
	METODOLOGÍA.....	20
2.1	Materiales.....	20
2.2	Modalidades de representación.....	20
2.3	Técnicas e instrumentos.....	21
2.3.1	Etapa de preproducción.....	21
2.3.1.1	Guion o plan de tomas.....	21
2.3.1.2	Entrevistas Semiestructuradas.....	22
2.3.1.3	Planificación de equipos.....	22
2.3.2	Etapa de producción.....	22
2.3.2.1	Iluminación.....	22
2.3.2.2	Sonido.....	23
2.3.3	Etapa de posproducción.....	23
2.3.3.1	Edición.....	23
2.3.3.2	Sonorización.....	23

2.3.3.3 Colorización.....	23
2.4 Medio de proyección.....	24
3 CAPÍTULO III.....	25
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	25
3.1 Análisis y discusión de resultados.....	25
3.1.1 Guion o plan de tomas.....	25
3.1.2 Entrevistas Semiestructuradas.....	31
3.1.3 Equipos.....	32
3.1.4 Iluminación.....	34
3.1.5 Sonido.....	34
3.1.6 Edición.....	35
3.1.7 Sonorización.....	35
3.1.8 Colorización.....	36
3.1.9 Medio de proyección.....	37
3.2 Verificación de hipótesis.....	37
4 CAPÍTULO IV.....	39
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
4.1 Conclusiones.....	40
4.2 Recomendaciones.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	21
Tabla 2.....	25

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	17
Ilustración 2.....	33
Ilustración 3.....	33
Ilustración 4.....	33
Ilustración 5.....	33
Ilustración 6.....	33
Ilustración 7.....	33
Ilustración 8.....	34
Ilustración 9.....	34
Ilustración 10.....	34
Ilustración 11.....	35
Ilustración 12.....	35
Ilustración 13.....	36
Ilustración 14.....	36
Ilustración 15.....	37
Ilustración 16.....	37
Ilustración 17.....	38

RESUMEN EJECUTIVO

Encargada de realizar estrategias que mejoren la calidad de vida de una sociedad, la comunicación para el desarrollo y el cambio social, ha sido eje central de la investigación, pensada como una posibilidad de tejer y aplicar procesos que proyecten un desarrollo favorable para espacios vulnerables, en este caso, junto con el área de producción audiovisual, la comunicación para el desarrollo se ha encargado de crear una pieza documental que promueva el turismo rural de la comunidad Pucará Grande, producto que servirá como catalizador de desarrollo para quienes conforman y están encargadas de mantener una calidad de vida estable dentro de la comunidad.

A través de modalidades de representación y etapas de producción, se logró crear un producto, video documental que exponga lo importante que son estos espacios para la comunidad protagonista, ciudad y provincia. Además, gracias al aporte de su misma gente, la línea argumentativa del documental y los elementos hallados en la ruta llevaron al cumplimiento de funcionar como una estrategia de comunicación que ayude; a fomentar este tipo de turismo, así como a la creación de más productos de esta categoría y estrategias enfocadas a otras áreas de desarrollo humano.

De manera que, al ser una fuente representativa para la comunidad Pucará Grande y considerando que el producto cuenta con los elementos necesarios para captar la atención de las personas de manera directa o indirecta, tiene los requerimientos suficientes para generar esa movilidad que genera la intención de visitar esta comunidad, dinamizando la economía de la parroquia y más específicamente de la comunidad local.

Palabras clave: Comunicación para el desarrollo, producción audiovisual, documental, turismo rural, comunidad.

ABSTRACT

In charge of carrying out strategies that improve the quality of life of a society, communication for development and social change has been the central axis of the investigation, thought as a possibility of weaving and applying processes that project a favorable development for vulnerable spaces, in this case, together with the area of audiovisual production, communication for development has been in charge of creating a documentary piece that promotes rural tourism in the Pucará Grande community, a product that will serve as a catalyst of development for those who conform and are in charge of maintaining a stable quality of life within the community.

Through representation modalities and production stages, it was possible to create a product, a documentary video that shows how important these spaces are for the protagonist community, city and province. In addition, thanks to the contribution of its own people, the argumentative line of the documentary and the elements found in the route led to the fulfillment of working as a communication strategy that helps; to promote this type of tourism, as well as the creation of more products of this category and strategies focused on other areas of human development.

Therefore, being a representative source for the Pucará Grande community and considering that the product has the necessary elements to capture the attention of people directly or indirectly, it has sufficient requirements to generate that mobility that generates the intention to visit this community, boosting the economy of the parish and more specifically of the local community.

Key words: Communication for development, audiovisual production, documentary, rural tourism, community.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Con la finalidad de poner en contexto la investigación presentada, se han considerado las siguientes tesis que delimitan y permiten tejer los nexos teóricos y metodológicos de la investigación como apoyo para la correcta viabilidad y cumplimiento de los objetivos propuestos.

1. En el proyecto de investigación realizado por Joyce Montalvo y Mario López (2019) sobre el “Diseño de un producto comunicacional digital e impreso como elemento publicitario para el posicionamiento y promoción turística del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo” como Trabajo de Titulación para el título de Comunicación Social, con énfasis en Comunicación Organizacional de la Universidad Central del Ecuador, se realiza un producto comunicacional por y para los turistas que busquen nuevas alternativas y resaltando un sin número de atractivos turísticos tanto como: cultural y gastronómico, además esta investigación enfatiza en el desarrollo de una buena imagen de la localidad en la que se quiere trabajar, al proceso de promoción y la elaboración de un mensaje más eficiente para potenciar los espacios turísticos.

La tesis utiliza una metodología cualitativa, pues los autores consideran que ésta permitió recopilar los datos necesarios, interactuar con las personas que conocen del tema y, además, está centrado en un ámbito de experiencia social que facilita la elaboración de un producto comunicacional que posicione a la localidad. Según Montalvo y López (2019) el “enfoque cualitativo se elige cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados” (p. 55).

Las conclusiones que la comunicación es fundamental en el desarrollo de las sociedades, las personas de una comunidad crean relaciones necesarias para que todos progresen con ayuda mutua y que, además, el Ecuador es un país diverso que posee

riqueza turística escondida y debe ser aprovechado por el público para dejar de invisibilizar estas alternativas.

2. María Ortiz (2019) en su investigación “Turismo de montaña como alternativa de desarrollo local: estudio de caso parroquia La Candelaria, provincia de Chimborazo” como parte del Trabajo de Titulación, para la obtención del título de Licenciada en Turismo Histórico Cultural de la Universidad Central del Ecuador, explica porque el turismo se ha consolidado como un medio importante en los ingresos de muchos países, y menciona al turismo de montaña como alternativa para fomentar la economía y preservar los recursos naturales y culturales de un área, centrándose en estudiar las necesidades turísticas de una localidad similar a la que se quiere trabajar en esta tesis.

Con el objetivo de analizar el turismo de montaña en la parroquia La Candelaria, para conocer si esta modalidad podría ser potencializada como alternativa al desarrollo local, la autora usó una metodología mixta y aplicada en cuatro fases: una recopilación de los atractivos de montaña, un análisis de demanda, la aplicación de un test de concepto para medir el grado de aceptación de los residentes y la generación de los lineamientos de un plan estratégico en la promoción del turismo de montaña, concluyendo en su investigación que el turismo de montaña puede llegar a ser potenciado como una modalidad alternativa al desarrollo local.

3. Edwin Ceballos (2019) en la investigación “Etnografía audiovisual sobre la identidad indígena vista desde el cabildo indígena de Inchuchala-Miraflores y la vereda Inchuchala del Municipio de Pupiales – Colombia” siendo esta su tesis para obtener el título de maestría de investigación en Antropología Visual de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO Ecuador) tiene el propósito de realizar un documental que exponga la identidad indígena desde la visión de la comunidad misma, que es similar al propósito de esta tesis.

El investigador manejó una línea metodológica cualitativa, poniendo en práctica técnicas como entrevistas semiestructuradas, observación participante y un proceso complejo de filmación documental etnográfico que lo llevaron a la conclusión de que trabajar una investigación con imágenes, permite acercar al espectador a las

expresiones sociales, culturales o materiales que intervienen en el proceso de identidad de una localidad y “sobre todo en las comunidades indígenas y rurales, las cuales poseen una amplia riqueza visual simbólica en su diario vivir, en su devoción, en sus fiestas o en sus actos políticos” (Ceballos, 2019, p.108).

4. Freddy Freire (2013) con el proyecto de investigación “El turismo comunitario y su importancia en el desarrollo socioeconómico en el noroccidente de Pichincha: Nanegal, Nanegalito, Guallea y Pacto, Período 2013” como trabajo previo a la obtención del Grado de Licenciatura en Turismo Histórico Cultural de la Universidad Central del Ecuador, resalta la importancia del turismo comunitario y la relevancia que tiene este en las comunidades rurales.

La tesis contempla el objetivo de “Elaborar una Guía Turística en base a los aspectos culturales y naturales de los lugares más importantes, así como de los menos visitados del Noroccidente de Pichincha específicamente de las parroquias de Nanegal, Nanegalito, Guallea y Pacto” a través de una línea metodológica cualitativa y técnicas como es la investigación bibliográfica, de campo y descriptiva, mismas que ayudaron a un adecuado desarrollo de la investigación.

De esta manera, Freire (2013) concluye que “la difusión y promoción de los recursos que poseen estas zonas deberían manejarse conscientemente para que la visita de turistas siga incrementándose y que esto beneficie en gran medida a todas las comunidades” (p.65).

5. Mayra Moreno (2011) en su proyecto de investigación “Propuestas desde La Esquina Norte de Latinoamérica: La Escena Audiovisual Tijuanaense”, tesis para obtener el título de Maestría en Antropología Visual y Documental Antropológico en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO Ecuador) con el objetivo de analizar una escena o espacio que pretende mostrar la realidad a través de producciones audiovisuales expuestas como videoarte o video experimental, razón por la que se trabajó con una metodología experimental que permitió obtener datos de carácter cualitativos, e impulsó no solo al análisis de los productos audiovisuales, sino también de todo el proyecto de investigación.

Con esto, la autora concluye que la producción audiovisual da paso a los realizadores no solo a la creación de imágenes, también para externar un comentario sobre la realidad que se encuentra en la cotidianidad y para construir una postura propia del realizador sobre el lugar expuesto. Además, al definir los tratamientos conceptuales, visuales y narrativos de las imágenes, se irá “conformando un lenguaje audiovisual a través del aprendizaje, la experimentación, la práctica, y la maduración de los realizadores” (Moreno, 2011, p.151).

6. Jorge Barria (2004) con la investigación “Estrategias comunicacionales para la red de turismo rural de Ancud” como tema de su tesis presentada para optar por el título de Periodista y al Grado de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile donde se tiene como objetivo crear una estrategia comunicacional para una red de turismo rural basada en producir piezas gráficas de promoción. Barria (2004) en la investigación optó por manejar una línea metodológica cualitativa “basada en la técnica del grupo de discusión. Tras el registro de datos, éstos se analizarán, para establecer los aspectos principales que serán el marco final de la estrategia” (p.6).

Con la metodología utilizada, el autor menciona que era necesaria para conocer las motivaciones de los turistas y concluye que, al ser una red de turismo rural, una modalidad relativamente nueva de descanso y ocio, no se encuentra posicionado aun como turismo tradicional y en ese sentido se requiere de un mayor esfuerzo promocional para cambiar los paradigmas existentes por parte de los turistas. Por eso, es importante resaltar las ventajas comparativas que ofrece las alternativas rurales frente a lo tradicional y comercial.

1.2 Categorías Fundamentales

1.2.1 Comunicación para el desarrollo

Alfonso Gumucio-Dragón (2011) introduce en sus postulados a la comunicación para el desarrollo y el cambio social resaltando dos corrientes principales que darían origen a este tipo de comunicación; por una parte, se habla de aquellas teorías que siguen la corriente de modernización, estrategias de información usadas por los EE.UU. durante

la Segunda Guerra Mundial mediante sus industrias para publicitar sus propios productos comerciales, en cuanto a su contraparte, da paso a una comunicación limitada a la corriente de la dependencia que, según el autor, esta nace de las luchas sociales anticoloniales y antidictatoriales del llamado tercer mundo. Sin embargo, luego de cinco décadas de desarrollo, hasta el periodo de los noventa, se dio una convergencia de elementos de ambas corrientes, modernización y dependencia, juntas para dar paso a la comunicación para el cambio social. Lo esencial de este tipo de comunicación es “que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados, y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria, particularmente de los sectores más pobres y aislados” (p. 28).

Los argumentos de Luis Ramiro Beltrán (2006) tienen una relación bastante directa con Gumucio-Dragón, y es que él considera también que la comunicación para el desarrollo y el cambio social nace a partir de la finalización de la segunda guerra mundial en 1945, sin embargo, resalta la época de la cortina de hierro, donde naciones capitalistas y comunistas se encontraban divididas, allí menciona que ambos buscaban mercados potenciales, pero dieron cuenta que las naciones más vulnerables, el tercer mundo se encontraba empobrecido por la explotación de recursos.

Beltrán explica que los países que se dieron cuenta de esta realidad y vieron la necesidad de los países pobres y buscaron soluciones, pero por conveniencia propia, de esta manera se puede decir que nace la primera comunicación para el desarrollo, esta trataba de acuerdos de cooperación entre industrializados y tercer mundo, y más específicamente a lo que refiere estos acuerdos de cooperación eran de carácter militar o ayuda para el desarrollo de los propios países de primer mundo.

De esta manera Beltrán (2006) menciona que los programas que se proporcionaban a los gobiernos, incluyendo a los de Latinoamérica:

Eran un apoyo para ampliación y mejoramiento de infraestructura de caminos, vivienda, electricidad, agua potable y alcantarillado... Comprendiendo que la acción pro desarrollo en estos campos requería provocar por persuasión educativa

cambios de conducta tanto en funcionarios como en beneficiarios, incluyó en cada uno de esos servicios sociales una unidad dedicada a la información de apuntalamiento a los fines del respectivo sector. Y esta medida llegaría a constituir una de las raíces mayores de la actividad que sólo varios años después iría a conocerse como “comunicación para el desarrollo” (p.56).

Alex Aillón (2002) menciona que el concepto de comunicación para el desarrollo está relacionado con dimensiones políticas y culturales y que sin estas perspectivas es casi imposible comprender el funcionamiento de estas prácticas comunicativas. El autor explica que esta comunicación nace con una concepción de hegemonía occidental, a partir de este punto las economías europeas junto con la revolución industrial son las bases para las ideas de una sociedad de desarrollo o que busca la modernidad. Así mismo, el autor menciona que el desarrollo se da cuando los medios de comunicación operan como catalizador en los procesos de modernización cultural, actuando como un apoyo eficaz para la consolidación de una sociedad moderna.

1.2.1.1 La comunicación para el desarrollo rural

Cristóbal Kay (2001) menciona que, aunque la segunda guerra mundial fue el punto que dio paso al nacimiento de la comunicación para el desarrollo, no se preocupó desde un principio en sectores rurales, sino que se ocuparon de procesos a nivel local, nacional e incluso internacional pero no en un análisis sectorial exclusivo (p. 337).

Para Kay (2006) la comunicación para el desarrollo rural se define como la preocupación por permitir que las comunidades sean las actoras protagónicas de su avance, es decir que el desarrollo debe ser inherente a sus acciones. Menciona además que, la comunicación no es sinónimo de persuasión, sino que es un proceso de dialogo horizontal y participativo. También que este tipo de comunicación o debe centrarse en el carácter colectivo, sino concebir conductas individuales.

1.2.1.2 Conceptualizando el desarrollo

Según José Vargas-Hernández (2008) el desarrollo refiere al proceso involucrado en los cambios de conducta individuales que envuelven las estructuras institucionales de los sistemas económicos, sociales y políticos de un entorno, así pues, “su finalidad es la persecución del crecimiento económico y el desarrollo social mediante la reducción de la desigualdad y la reducción de la pobreza” (Vargas-Hernández, 2008, p.2).

Marcel Valcárcel (2006) da paso a un origen del desarrollo, siendo este:

Herederero de la noción occidental de *progreso* surgida en la Grecia clásica y consolidada en Europa durante el período de la Ilustración bajo el supuesto que la razón permitiría descubrir las leyes generales que organizan y regulan el orden social y así poder transformarlo en beneficio de la gente (Valcárcel, 2006, p.4).

En ese sentido, Valcárcel (2006) explica que desarrollo, además de progreso, relacionado con otros términos como civilización, evolución, riqueza o crecimiento, y basado en esa idea, el desarrollo “contribuye en fomentar la creatividad en los más diversos campos, como alimentar la esperanza y la confianza de la humanidad y de los individuos en la posibilidad de cambiar y mejorar el mundo” (p.4).

1.2.1.3 Desarrollo Local

Según Gloria Juárez (2013) el desarrollo local sitúa como punto central al ser humano, los intereses colectivos y en mejorar con las capacidades de los individuos de una localidad. Este tipo de desarrollo se persigue impulsar el desarrollo endógeno, la autoorganización y el bienestar social, de manera que se cuenta tanto con la participación individual, cada habitante espera que el desarrollo los ayude en su crecimiento y mejora de calidad de vida a un nivel personal, y también la participación colectiva, que se asocia con la parte de pertenencia a un territorio y a la mejora de este, siendo así que lo tomen como posibilidad de supervivencia y mejora.

Juárez (2013) denomina escena local el lugar donde existe una búsqueda de superación de formas de desarrollo tradicionales, pero mostrando una nueva iniciativa, esta escena se preocupa de generar riqueza salvaguardando los recursos naturales y cubriendo la

urgencia de responder a las necesidades esenciales de la población. En este aspecto, Domínguez Márquez (2002) complementa la idea, mencionando que debe existir un equilibrio territorial, comprometido en promover la actividad económica y social sin perder de vista la identidad cultural.

Desde una perspectiva más social, Márquez (2002) describe que el desarrollo local es:

El proceso de organización del futuro de un territorio y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio, manteniendo un diálogo con los centros de decisión económico, social y político en donde se integran y de los que dependen (Márquez, 2002, p.19).

Las bases del desarrollo local según Márquez (2002) son; en primer lugar, potenciar las áreas de convivencia cultural, político y económico, además potenciar los recursos endógenos y mejorar la calidad de vida en el sentido de formación y desarrollo personal. La autora también rescata la conservación del medio ambiente y usar de forma recreativa y social el espacio ecoturístico que potencialice la productividad y de paso a proyectos micro y macroeconómicos.

1.2.2 Lo audiovisual como herramienta de investigación

Mónica García (2011) menciona que el video e incluso la fotografía comparte la característica de no ser solo reproducciones fieles del objeto filmado, sino que son en ellas mismo una construcción propia, no solo es una construcción de la realidad sino más bien una reconstrucción de ella, o al menos se hace lo posible por ser lo más fiel a ella partiendo de una visión propia del productor.

Cada vez más se acepta la mediación del investigador frente al hecho que investiga y registra con su cámara. Bajo esta mirada, el vídeo no es solamente una manera de observar, estudiar y analizar el mundo a través de imágenes y sonidos, con una cierta distancia por parte del investigador, quien busca transmitir una

supuesta “objetividad”, sino que es, en ella misma, una creación (García, 2011, p. 1).

La autora habla también de la intervención de los medios y su manipulación de estos productos, lo que menciona es que la realidad va a ser representada también por las características del medio de comunicación, ya sea por interés propio, por necesidad, o gusto del realizador, de manera que los medios contribuyen en la representación de dicha realidad y a medida que compilan el material ellos tienen el derecho de transformar y reelaborar situaciones o hechos que se dan al momento del proceso de filmación. El medio también tiene el poder de decidir que carácter va a darle a el material captado y como representará esa realidad, podría tomar el producto fílmico y proyectarlo en piezas documentales, informativas o incluso ficción, una vez se comprende esa visión del video, ahora, la autora consideradamente deja ver que:

El uso del vídeo como herramienta de investigación y como parte de un currículo que busque acercarse a la realidad a través de sus imágenes y de los recursos técnicos, estéticos y expresivos que ofrecen los medios audiovisuales, en particular el vídeo, requiere considerar a la imagen no solo como instrumento para almacenar, comprobar y verificar datos, sino como objeto y estrategia de investigación que posibilita el análisis y la reconstrucción de la realidad, así como diferentes lecturas de la misma (García, 2011, p. 3).

La razón por la que la autora considera al video como herramienta de investigación es por las dos corrientes que resaltan en el uso del mismo; la primera considera a este material audiovisual como apoyo en técnicas de documentación como los grupos focales o entrevistas debido a la facilidad de registro y posterior uso del mismo para la transcripción del material obtenido, “el investigador puede ocuparse sólo de las preguntas y luego, al revisar el material de vídeo, enterarse de comportamientos, expresiones, factores ambientales y anímicos que pudieran afectar e intervenir en el desarrollo de la entrevista” (García, 2011, p.4).

Por otro lado, la otra tendencia es que el audiovisual es en si mismo una manera de indagación o funciona como un compilador de material y también, como se mencionó en el principio, el video es capaz de reconstruir realidades, “no solo desde quien investiga sino también desde las personas o comunidades que narran su situación a través de las imágenes en movimiento” (García, 2011, p.4).

1.2.2.1 El Documental como herramienta de investigación

Gabriela Domínguez (2005) hace del documental una herramienta, porque este permite recordar cosas que los ojos humanos no podrían captar con tanta exactitud, con esto quiere decir que hay un efecto de permanencia de información en los observadores. Dependerá también de la narrativa usada y los elementos “que utilizan los medios audiovisuales para representar o relatar sucesos, elementos elegidos por el director de acuerdo con el sentido o significado que quiera obtener: el campo, el encuadre, el ángulo, la iluminación, el montaje y el sonido” (Domínguez, 2005, p. 60).

Es así como, el documental funciona como un poderoso catalizador para la elección de un destino, debido a la eficiencia para mostrar estos espacios a nivel de actuar como un guía turístico si se lo proyecta coherentemente. Y aunque el documental nos muestra imágenes más transparentes y apegadas a la realidad, es necesario empatar con los argumentos de María Rodríguez y José Fraiz (2011) viendo a este como instrumento de información y comunicación innovador para la elección de destinos turísticos, incluso para espacios que desean promover nuevos atractivos, en ese sentido las comunidades deben trabajar en la promoción de estas alternativas para desarrollar la imagen que sea más favorable.

Salvador Martínez y Pedro Hellín (2015) permiten ver que la diferenciación marcada entre el documental y la industria turística; una es la experiencia originada al ver imágenes en una pantalla, creando un reflejo de la realidad, mientras que la otra recae en una fuerte significación de tiempo de ocio y la separación de la cotidianidad. Pero esa misma diferenciación da paso a la relación existente entre un producto audiovisual y el hacer turismo, basado en que el observador siente la necesidad no solo de *ver*, sino de *hacer*, por eso se busca que cada espectador se sienta identificado o interesado y

cumpla con su accionar; primero el de visualizar el producto proyectado para luego permitirse visitar los espacios que se mostraron en el documental.

1.2.3 Turismo y su importancia socioeconómica

La organización mundial del turismo (OMT) menciona que turismo comprende a las actividades realizadas por las personas en sus viajes y permanencia temporal en lugares que no son su entorno habitual y, además, este periodo de visita inferior a un año tiene fines netamente de ocio. Algo similar menciona John Urry (2018), quien define que la industria del turismo se basa en la necesidad de alejamiento, cambiar con el diario vivir establecido y frenar con las actividades a las que se ha acostumbrado cada individuo, permitiendo de esta manera, involucrar una nueva percepción del mundo y contrastarlo con el entorno social cotidiano.

Alejandro Mantecón, Inmaculada Puertas-Cañaveral y Antonio Álvarez-Sousa (2019) indican que el turismo tiene un punto de origen importante en las décadas de los sesenta y setenta, cuando esta industria se consolida como un fenómeno social masivo:

Los países de Europa meridional se sitúan en una posición de privilegio en el sistema turístico internacional gracias a una fórmula inagotable todavía en vigor: la comercialización a precios asequibles de experiencias moderadamente intensas y reales en un entorno estable, de bondades climatológicas y bienestar social, no demasiado alejado de las regiones de origen de los turistas (Mantecón et al., 2019, p. 9).

Sin embargo, Mantecón et al. (2019) aseguran que en las sociedades actuales existe un mayor número de personas que les resulta complicado precisar cuál es el entorno habitual en el que se desarrollan sus vidas, por lo tanto, estos individuos no reconocen sus márgenes y no dan cuenta si están dentro o fuera de su diario vivir. En ese sentido, es más complejo definir la actividad turística, no obstante, se toma en cuenta el hecho de que el turismo tiene mayor carga en la necesidad de ocio en las personas antes que el abandono de su entorno cotidiano.

Kurt Krapf (1953) sostiene que el turismo no se basa solo en el factor de desplazamiento humano, sino que comprende dos fases; la primera es una etapa móvil y dinámica o “tourisme actif” basada en el tiempo de desplazamiento, pues este periodo es limitado. Además, esta fase es relativa al transporte. En cuanto a la segunda fase, es una etapa inmóvil y estática o “tourisme réceptif” basada en el tiempo de estancia. Esta comprende el elemento de búsqueda de locación como hoteles, rutas turísticas, es decir, es relativa al disfrute personal y al aprovechamiento del destino.

Por otro lado, Alfredo Ascanio (2010) menciona que; debido a la complejidad del fenómeno, probablemente sea imposible encontrar una definición exacta del turismo. Pero si se puede entender la importancia que esta industria posee en el desarrollo humano, siendo este un área fundamental en el crecimiento de países y regiones, convirtiéndose en una de las actividades económicas más importantes para países en vías de desarrollo.

Se puede decir que la importancia de la actividad turística para cada individuo recae en estar “aislado del entorno original y de la gente local, el turista masivo viaja en grupos guiados y encuentra placer en atracciones ideadas de manera inauténtica, ingenuamente disfrutando 'seudo-eventos' y despreciando el mundo 'real' de afuera” (Urry, 2018, p.56).

Ahora, dejando de lado el disfrute personal y mostrando al turismo como una alternativa de desarrollo social, se toma en cuenta lo que menciona la Organización Mundial del Turismo (2017) durante décadas el turismo experimentó un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta lograr convertirse en uno de los sectores económicos que crecen rápidamente en el mundo.

El crecimiento del turismo fue impulsado por una economía global relativamente fuerte, con un crecimiento de las clases medias y una rápida urbanización en las economías emergentes, así como por viajes más asequibles, una mayor facilitación de los viajes, avances tecnológicos y nuevos modelos de negocio (OMT, 2020, p. 6).

En el 2017, las estadísticas de la OMT mostraron resultados positivos para el turismo de América del Sur, “un robusto turismo emisor en Argentina, junto con el repunte de Brasil, propiciaron el crecimiento en destinos vecinos. Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Uruguay registraron un crecimiento de dos cifras en llegadas” (OMT, 2018, p 11).

Y si se habla del aporte a nivel nacional, según el Ministerio de Turismo (2021) se estima que en el PIB en el año 2020 fue de USD 1.117 millones:

Durante el año 2020 (periodo enero diciembre) se generaron ventas por 2.774,6 millones de dólares, lo cual representa una caída de 50,3% con respecto a las ventas del año anterior durante el mismo periodo, lo que simboliza una pérdida de 2.811,9 millones de dólares (MINTUR, 2021, p. 22).

Los valores expuestos anteriormente representan una participación del 1,2% sobre el total del PIB nacional del 2020. Sin embargo, debido a la crisis sanitaria que se vive desde el año pasado, esto se traduce como una caída en el total de ventas con respecto al año 2019, donde las ventas de las actividades turísticas ascendieron a 5.586,5 millones de dólares.

Según el Ministerio de Turismo (2020) el comportamiento de las personas cambió a partir de la crisis sanitaria que se vive en el mundo, pero sobre todo, se fija en las tendencias turísticas que se dan desde el apareamiento del virus, siendo los destinos de naturaleza, áreas protegidas, reservas naturales, áreas rurales y demás, como las opciones que más repunte en aceptación han tenido comparado con años pasados y es por esa razón que el mismo ministerio recomienda centrar la atención en la oferta turística de estas alternativas.

1.2.3.1 Turismo Convencional

Shirley Mantilla (2015) define este tipo de turismo como la forma más popular de practicarlo, también conocido como turismo de “sol y playa” es una construcción de la sociedad urbana con carácter industrial debido a la gran escala de concentración de turistas en sus destinos. “Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo, y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales” (Mantilla, 2015, p.25).

La autora también menciona que hace algunos años, la forma más común de practicar el turismo era en su forma tradicional compuesto por tres elementos indispensables: el sol, el mar y la arena. Ahora el turismo convencional es una actividad cuyo único protagonista es el turista, al desarrollarse en el campo personal “cada uno tiene su interpretación y manera de asimilarlo, la cual depende enteramente de sus vivencias, deseos, gustos, motivaciones, cultura, e idioma” (Mantilla, 2015, p.26).

Mantilla (2015) asegura que para la práctica de este tipo de turismo no se requiere el aprendizaje de algún conocimiento, habilidad especial o la necesidad de un conocimiento previo de uso de algún instrumento, herramienta para la práctica de alguna actividad en el destino anfitrión.

1.2.3.2 Turismo Alternativo

Estela Narvaez (2014) presenta al Turismo Alternativo como una opción para desarrollar actividades recreativas a escalas más pequeñas en comunidades o lugares en los que es posible llevar adelante un control más cómodo de los impactos de la actividad y que constituye una modalidad capaz de contribuir al desarrollo local “dadas las posibilidades que ofrece para la constitución de redes y relaciones intersectoriales entre actores vinculados directa o indirectamente a la actividad, y la alternativa de generar ingresos producidos localmente, y retenerlos también en beneficio de la comunidad local” (Narvaez, 2014, p.14).

Narvaez (2014) menciona que la existencia de esta modalidad posee algunas características inherentes a su práctica, por ejemplo, que el desarrollo turístico es controlado por la población local en lugar de por influencias externas, además

comprende el desarrollo de una alta proporción de emprendedores locales, conservación ambiental y minimización de los impactos sociales y culturales negativos. Otras particularidades que componen esta modalidad son:

La vinculación con otros sectores de la economía local como la agricultura, reduciendo las importaciones; maximización de la distribución equitativa de los beneficios económicos del turismo hacia las poblaciones locales; fortalecimiento de las capacidades de las mujeres y otros grupos marginales en la democracia y la toma de decisiones; atracción de segmentos de mercado dispuestos a aceptar los estándares locales de alojamientos y comidas, y que están interesados en aprender respecto de la cultura local y el ambiente (Narvaez, 2014, p.14).

Narvaez (2014) resalta que este tipo de turismo debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad, es decir, debe ser viable económicamente, socialmente equitativo y ambientalmente sostenible a largo plazo. De esta manera se garantiza la permanencia de los recursos propios sobre los que se construye la localidad. El turismo debería contribuir al desarrollo local “de una manera sostenible a partir de su integración armónica con el entorno natural, cultural, y humano, cuidando su frágil equilibrio, evitando perjudicar el patrimonio cultural, las costumbres, tradiciones y valores de la comunidad en la que se inserta” (Narvaez, 2014, p.15).

1.2.3.3 Turismo Comunitario y Rural

Para Francisco Zamorano (2008) las últimas décadas han sido una época de cambios acelerados y el turismo no se ha quedado estancado, sino que el buscar nuevas experiencias cada vez se ha vuelto más demandante para quienes requieren destinos nuevos y que se alejen de lo cotidiano, ya no basta con el turismo tradicional que Zamorano define como un modelo de viaje en el que el disfrute de sitios con sol y playa eran fundamental.

Existen muchos viajeros a los cuales el modelo de viaje de esos años les sigue satisfaciendo y llenando sus expectativas (sol, playas, lugares exóticos, sitios paradisíacos). También es cierto que para un grupo de turistas cada vez mayor, lo anterior ya no se ajusta a su búsqueda de una experiencia distinta, acorde con nuevos gustos, necesidades y preferencias (experiencias con las comunidades receptoras, contacto con la naturaleza, actividades de reto físico, búsqueda de emociones fuertes, entre otras tantas más) (Zamorano, 2008, p.10).

La alternativa de esta investigación refiere al turismo rural, donde, es apropiado tomar el concepto de Jorge Barría (2004), quien también lo llama turismo verde y aclara su importancia dejando ver a este como un conjunto de actividades realizadas en medios rurales con el fin de presentar el entorno natural de esos espacios, entiéndase esto como innovación para el desarrollo de zonas rurales, perfilándose como una posibilidad de complementar económicamente a las comunidades, con esto viene ligado otro aspecto importante a resaltar sobre el turismo rural; al estar alejado de la ciudad, su completa administración pasa a manos de la comunidad anfitriona.

Pablo Szmulewicz (1998) explica que la creciente aceptación del turismo rural se debe a que la “tendencia de las poblaciones urbanas hacia la búsqueda de la naturaleza como destino de vacaciones y salidas cortas continúan creciendo rápidamente” (Szmulewicz, 1998, p.12). El mismo autor complementa la idea con factores relevantes a tomar en cuenta sobre estas alternativas rurales:

Las condiciones de pobreza, falta de infraestructura y servicios básicos, pérdida de rentabilidad, disminución de los suelos, problemas de desertificación, erosión y contaminación y problemas coyunturales derivados de fenómenos climáticos y de los que se visualizan como resultado del ingreso a mercados globalizados permiten sostener que el turismo puede ser una actividad importante en la reconversión de algunas localidades, en la complementariedad de rentas que será necesaria para enfrentar esta crisis (Szmulewicz, 1998, p.15).

Para este punto, es importante mencionar que estos espacios turísticos no han recibido la atención necesaria por parte de la ciudad para permitirle resaltar en la paleta de opciones de los turistas. Según Javier Solsona (2006) esto se debe a que aún existen algunas insuficiencias; como por ejemplo la falta de definir y caracterizar el producto turístico, la poca relevancia que se da a la planificación de estos destinos y asegura que debe existir una mayor gestión en cuanto a desarrollar una ruta turística rural.

1.2.4 Localidad

Para la descripción de la comunidad se ha tomado en cuenta los archivos elaborados por Byron Real, Peter May y Adrián Pazmiño (2009) donde explican que el territorio de Pilahuín se encuentra en la parte sur occidental del cantón Ambato, esta parroquia constituye el sector poblado de mayor altitud del cantón, encontrándose entre los 3100 y 4200 msnm. Este territorio se sitúa entre el volcán Carihuairazo y el lecho del río Ambato, a aproximadamente a 30 Km. al Suroeste de la ciudad. Las coordenadas astronómicas de esta área son: 1°-16' y 1°-28" de latitud Sur y a 78°-45' y 78°-57' de longitud Oeste.

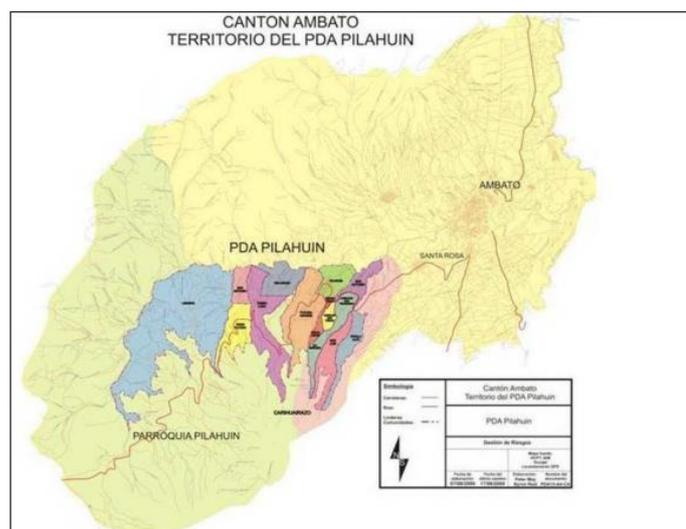


Figura 1: Territorio de la parroquia Pilahuín

1.2.4.1 Diagnóstico de la localidad

Real et al, (2009) exponen a Pilahuín como una de las parroquias con mayor índice de pobreza del país, sin embargo, en los últimos años ha tenido un progreso económico debido a las áreas productivas que se han establecido. Aun así, se debe tomar en cuenta que, en las zonas más altas de esta parroquia, los pisos climáticos fríos hacen que los suelos no sean de gran disponibilidad para la agricultura y la altitud no permite un alto rendimiento productivo. Por otro lado, la zona baja de la parroquia comprende un sector más comercial puesto que existen las condiciones climáticas y la disponibilidad de suelos fértiles para el sector agrícola.

En el año 2009 Pilahuín contaba con una población de 17.124 habitantes, divididas en 14 comunidades, una de ellas Pucará Grande, que pertenece básicamente al Pueblo Indígena de los Tomabela.

La Comunidad de Pucará Grande se encuentra ubicada en el centro del territorio que comprende el PDA Pilahuín. Sus límites geográficos son: por el norte, el río Ambato y las parroquias rurales de Pasa y San Fernando; nor-este, la comunidad de Pilahuín Centro; por el este, la comunidad de Echaleche; y, por el oeste, las comunidades de Mulanleo y Tamboloma. Altitudinalmente se encuentra comprendida entre los 3.200 msnm y 4.200 msnm (Real et al., 2009).

1.2.4.2 Ruta turística

La ruta turística que se encuentra en la comunidad Pucará Grande pertenece a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; *7 cochas* es un recorrido al que se logra acceder por la parroquia Pilahuín, comprendido por un sendero de carácter netamente paisajista al encontrarse en las faldas del Carihuairazo, pero además de permitir observar, quienes se adentran en este páramo tienen la posibilidad de interactuar mucho más con la naturaleza y se debe a que estos espacios ofrecen tramos completos de bosque de *polylepis* además de las 7 lagunas que se irán revelando a lo largo del camino.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Producir un video documental de promoción de la ruta turística Siete Cochas de Pucará Grande como estrategia de comunicación para potenciar el turismo rural.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir el turismo y su importancia para el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales.
- Explicar como la comunicación para el desarrollo ha ayudado a fomentar el turismo.
- Diseñar una guía que facilite el proceso de producción de documentales de carácter exploratorio, de naturaleza y/o turístico.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Los requerimientos que el presente proyecto exige son en su mayoría equipos tecnológicos, mismos que ayudan a la ejecución de las técnicas empleadas como encuestas y entrevistas. Además, para recopilar la información de la ruta turística se necesita de herramientas como cámaras fotográficas, estabilizadores y un dron, además de softwares de edición, sonorización y colorización.

2.2 Modalidades de representación

La presente investigación parte de los enfoques que Bill Nichols (1997) propone sobre las modalidades documentales de representación, sobre todo la modalidad narrativa reflexiva, que se preocupa más de cómo se construye la realidad expuesta, como es el caso de Pucará Grande y la locación principal, 7 Cochas. Al ser una modalidad más introspectiva para el espectador, esta permitirá movilizar a las personas e invitará a tener una relación con lo que está viendo. Lo que ésta vía de representación logra, es mantener la concentración de quienes visibilicen el producto audiovisual. “En su forma más paradigmática el documental reflexivo lleva al espectador a un estado de conciencia intensificada de su propia relación con el texto y de la problemática relación del texto con aquello que representa” (Nichols, 1997, p.97).

Como complemento a esta narrativa, también se puede tomar en cuenta la modalidad expositiva de representación documental, enfocado principalmente en la proyección de un argumento mediante imágenes, dirigiéndose directamente al espectador a través de títulos de texto y audios (voz en off) que irán trazando el camino a seguir a lo largo del documental. La idea principal de esta modalidad es generar una idea de objetividad y lógica argumentativa.

2.3. Técnicas e instrumentos

A continuación, se presenta los tres momentos críticos en la realización de un video documental, tomando en cuenta la investigación de Darío Hernán Siavichay Ochoa y Manuel Antonio Pillcorema Ludizaca, quienes realizaron una completa planificación y elaboración de un documental turístico. Estas etapas de trabajo se dividen en preproducción, producción y posproducción del video documental.

2.3.1 Etapa de preproducción

Es el momento de preparación para las grabaciones, el éxito del documental depende de una buena planeación y se debe tomar en cuenta los posibles contratiempos al momento de realizar las siguientes fases. En esta primera etapa se considera todo aspecto técnico y de contenido.

2.3.1.1 Guion o plan de tomas

Aunque la idea del documental sea clara, se debe tomar en cuenta que el guion es efímero y cambiante y en términos de documental es normal que el borrador de un guion sea diferente a el producto final. De esta manera, se considera el formato presentado por los investigadores:

Secuencia	Escena	Locación	Descripción	Planos	Tiempo	Efectos
El video documental se trabajará en secuencias	Cada secuencia contará con varias tomas o escenas	Se debe definir la locación exacta de la escena	Una descripción de lo que se planea representar en la escena	Que plano se utilizará en esta escena	El tiempo que durará la escena	Se puede usar efectos de video como transiciones entre escenas o secuencias.

Tabla 1: Formato del guion para documentales

2.3.1.2 Entrevistas Semiestructuradas

Pensar en posibles cuestionamientos y necesidad de respuesta por parte de personas involucradas con la localidad y la comunidad permitirán que el documental sea más

transparente y participativo. Partiendo de que no se pueden realizar preguntas tan cerradas, porque no se obtendrán respuestas completas, o preguntas demasiado abiertas, por temor a divagar en temas que no comprenden al documental. Para ellos se debe caer en un equilibrio con la entrevista y sobre todo generar confianza con el entrevistado para relacionar las ideas con lo que se quiere representar en el video. La finalidad de entrevistar a alguien en el documental sobre 7 Cochabambas es la de utilizar sobre todo su recurso narrativo que acompañará como voz en off durante el video, también se presentará su imagen en ciertas secuencias.

2.2.1.3 Planificación de equipos

Es muy importante contar con las herramientas necesarias para la grabación del video documental, esto dependerá de la complejidad presentada en el guion, el tipo de tomas y secuencias que se pretende trabajar y sobre todo dependerá de la disponibilidad de equipos que el productor disponga. Antes de la parte exploratoria, se debe realizar una prueba de equipos para evitar contratiempos.

2.3.2 Etapa de producción

Esta fase se basa en la recolección del material visual y sonoro, es la parte de la introducción de la cámara en el proceso investigativo y exploratorio, es decir, este momento contempla un trabajo de campo donde se aplicará lo planificado.

2.3.2.1 Iluminación

Tomando en cuenta que el documental se grabará durante el día y en un recorrido de espacios abiertos, se considera como primera fuente de luz al sol, pero se debe tener cuidado que la imagen no se exponga demasiado por lo que se debe realizar las tomas de manera cuidadosa.

2.3.2.2. Sonido

Es importante saber que en espacio abiertos como la ruta 7 cochas existe variedad de sonidos naturales que ambienten el producto final, por lo que es necesario captar este tipo de material que complemente la experiencia al espectador y se pueda recrear de mejor manera la realidad representada.

2.3.3 Etapa de posproducción

El producto final se cocina en esta fase, pues esta refiere a la selección, organización y manipulación del material obtenido para armar el documental. Es importante aclarar los tres factores más importantes de esta etapa; el productor se debe preocupar por el montaje, colorización y sonorización del producto.

2.3.3.1 Edición

El productor del documental debe escoger el material que va a utilizar para la edición, se debe organizar la información, darle un sentido lógico y una duración adecuada para no aburrir o sobrecargar al espectador. Este paso de posproducción está involucrado en ser lo posible por ser fiel al guion original y de realizar cambios si es necesario.

2.3.3.2 Sonorización

Parte fundamental del producto final es el sonido, no solo se debe tomar en cuenta los sonidos de ambientación grabados en la etapa anterior, sino que se debe acompañar también con música adecuada para dar mayor dinamismo al video, además, es en este paso donde se trabajará con la narración de los entrevistados quienes explican el recorrido con datos interesantes que aporten a quien visualice el video documental.

2.3.3.2 Colorización

Esta parte de posproducción es quizá la que mayor impacto genere en los espectadores, por lo que es importante manejar una paleta de colores adecuada, también es importante tomar en cuenta uno de los errores más comunes en este paso, no se debe caer en la exageración de color porque podría generar un cansancio visual, sino más

bien manejar una paleta acorde a lo natural, colores livianos que capten la atención inmediata de quien visualiza el producto final.

2.4 Medio

Una vez concluido el producto final, se buscará el medio de proyección con gran alcance de visualizaciones e interacciones. Se considera que los medios digitales son una de las vías más factibles para la exposición del documental, de manera que los espectadores puedan no solo observar, sino reaccionar, interactuar e incluso opinar sobre el video generando dinamismo que se busca con el producto y ocasione el impacto en las personas de manera más eficiente.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

En este apartado se explicará de manera completa la metodología que se utilizó y cómo se trabajó con ella para la realización del documental. Con el fin de visualizar la construcción paso a paso del tejido del video documental se revelará ciertos fotogramas del producto final, evitando que se filtre información del video trabajado y del material usado, sin embargo, la transparencia debe ser primordial en este capítulo y por ello se explicará de manera eficiente como se logró la pieza audiovisual completa.

3.1.1 Guion o plan de tomas

Secuencia	Escena	Locación	Descripción	Planos	Tiempo	Efectos
1	1	Laguna, bosque de Pucará	Introducción con sonidos de ambientación suave	-Plano Panorámico -Plano General -Plano Detalle	00:00:00 – 00:00:15	-Disolvencia -Paneo Derecha -Corte
1	2	Carretera	Entrada al recorrido en auto	-Plano General -Planos Detalle	00:00:16 – 00:22	-Dolly In -Trucking Derecha

		Espacio Abierto		-Planos Panorámicos		-Corte
2	1	Primera Cocha	Presentación de la primera cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:00:23 – 00:00:38	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
2	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la primera cocha	-Plano Medio Corto	00:00:39 – 00:01:00	- Disolvencia
2	3	Primera cocha	Introducción y descripción de la primera cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:01:01–00:02:00	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Zoom In -Corte
3	1	Segunda Cocha	Presentación de la segunda cocha	-Plano General -Plano Contrapicado -Plano Detalle	00:02:01 – 00:02:16	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
3	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la primera cocha	-Plano Medio Corto	00:02:17 – 00:02:37	-Corte

3	3	Segunda Cocha	Introducción y descripción de la primera cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:02:38 – 00:03:37	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Zoom In -Corte
4	1	Tercera Cocha	Presentación de la tercera cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:03:38 – 00:03:43	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
4	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la tercera cocha	-Plano Medio Corto	00:03:44 – 00:04:04	-Corte
4	3	Tercera Cocha	Introducción y descripción de la tercera cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:04:05 – 00:05:04	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Zoom In -Corte
5	1	Cuarta Cocha	Presentación de la cuarta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:05:05 – 00:05:20	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte

				-Plano Contrapicado		
5	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la cuarta cocha	-Plano Medio Corto	00:05:21 – 00:05:41	-Corte
5	3	Cuarta Cocha	Introducción y descripción de la cuarta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:05:42 – 00:06:41	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Zoom In -Corte
6	1	Quinta Cocha	Presentación de la quinta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:06:42 – 00:06:57	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
6	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la quinta cocha	-Plano Medio Corto	00:06:58 – 00:07:18	-Corte
6	3	Quinta Cocha	Introducción y descripción de la quinta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:07:19 – 00:08:18	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Zoom In -Corte

7	1	Sexta Cocha	Presentación de la sexta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:08:19 – 00:08:34	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
7	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la sexta cocha	-Plano Medio Corto	00:08:35 – 00:08:55	-Corte
7	3	Sexta Cocha	Introducción y descripción de la sexta cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:08:56 – 00:09:55	-Dolly In -Paneo Izquierda -Truckin Izquierda -Corte
8	1	Séptima Cocha	Presentación de la séptima cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle -Plano Contrapicado	00:09:56 – 00:10:11	-Truckin Izquierda -Dolly In -Corte
8	2	Inserto Entrevista	La entrevistada hablará sobre la séptima cocha	-Plano Medio Corto	00:10:12 – 00:10:32	-Disolvencia
8	3	Séptima Cocha	Introducción y descripción de la séptima cocha	-Plano General -Plano Panorámico -Plano Detalle	00:10:33 – 00:11:32	- Dolly In - Paneo Izquierda - Truckin Izquierda

						- Zoom In - Corte
9	1	Faldas del Carihuairazo	Al final del recorrido se podrá apreciar al Carihuairazo	- Plano Panorámico - Plano General	0011:33 – 00:12:03	- Trucking Derecha - Dolly In - Dolly Out - Corte
9	2	Pared de Piedra	Uno de los atractivos que más resalta en el recorrido es la gran pared de piedra	-Plano Panorámico -Plano Contrapicado	00:12:04 – 00:12:29	- Trucking Derecha - Paneo Derecha - Corte
9	3	Inserto Entrevista	La entrevistada finalizará su narrativa con una pequeña invitación a los turistas	- Plano General	00:12:30 – 00:12:50	- Corte
9	4	Inserto Entrevista	Pequeños comentarios de un adulto mayor que recorrió las cochas hace mucho tiempo	- Plano Medio Corto	00:12:50 – 00:13:10	- Disolvencia
9	5	Final del recorrido	Se finalizará el recorrido luego de llegar a la séptima cocha	- Plano Panorámico - Plano Detalle - Plano Picado -Plano Contrapicado	00:13:10 – 00:13:30	- Dolly In - Paneo Izquierda - Truckin Izquierda - Disolvencia

Tabla 2: Guion técnico del documental

El video documental sobre 7 Cochas tendrá una duración promedio de 00:13:30 (trece minutos y treinta segundos) sin embargo, como se explicó en el capítulo anterior, este guion podría sufrir cambios en su estructura si se requiere o necesita, lo que podría sumar o restar tiempo en el producto final y si bien está sujeto a cambios, el productor debe pensar en ser lo más fiel a la estructura original.

3.1.2 Entrevistas Semiestructuradas

Esta técnica se la aplicó a tres diferentes personas que conocen y han recorrido la ruta, entre ellos, una investigadora de las opciones turísticas de la parroquia, un morador del sector y un turista recurrente de la ruta, por eso se pensó en cuestionamientos que limiten su respuesta a ciertos parámetros al entrevistado para evitar divagación o ruptura en la información. Una vez comprendido esto, el objetivo de realizar entrevistas es el de hacer un recorrido mental y narrativo de la ruta 7 Cochas, procurando obtener respuestas en un orden específico que genere una línea argumentativa en la pieza audiovisual, de esta manera la entrevista se compone de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la ubicación y cuáles son las vías de acceso a la ruta 7 Cochas, Pucará Grande
2. Una vez se llega al descanso del automóvil, ¿cuál es el tiempo de caminata que se realiza hasta la primera cocha y también el tiempo de todo el recorrido?
3. ¿Cuál es el nombre de la primera cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
4. ¿Cuál es el nombre de la segunda cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
5. ¿Cuál es el nombre de la tercera cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha

6. ¿Cuál es el nombre de la cuarta cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
7. ¿Cuál es el nombre de la quinta cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
8. ¿Cuál es el nombre de la sexta cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
9. ¿Cuál es el nombre de la séptima cocha? Podría comentarnos algunos datos generales y más relevantes que conoce acerca de esta cocha
10. ¿Conoce que actividades se realiza o se realizaba en la antigüedad a lo largo de esta ruta?
11. ¿Conoce alguna historia de origen por la cual se abrió esta ruta?
12. ¿Considera que el turismo rural de esta parroquia se beneficiará con este producto audiovisual y de qué manera?
13. ¿Cómo convencería a los turistas nacionales y extranjeros para que visiten esta ruta turística?

La información obtenida se la presentará en el corte final como guía y complemento narrativo del documental, lo que permitirá proyectar una línea de tiempo para hacer más comprensible el recorrido visual de los espectadores que estén observando la ruta desde sus dispositivos y pantallas, plasmando la realidad de manera lógica y evitar que se pierda la concentración y atención que brindan sobre la ruta 7 Cochabambas.

3.1.3 Equipos

Para la realización del documental se requirió de herramientas de grabación de audio y video, se debe tomar en cuenta que en este caso los equipos más adecuados para un recorrido que dura horas de caminata, para una mayor movilidad y comodidad del productor y sus acompañantes se escogió el uso de dispositivos más ligeros a la hora de su movilidad, también se tomó en cuenta la agilidad y eficiencia de los equipos para ciertos lugares y tomas necesarias, para ello se contó con la siguiente lista:

1. Estabilizador Zhiyun Crane 2S



Figura 2

2. Cámara Sony A6400



Figura 3

3. Dron DJI Air 2S



Figura 4

4. Osmo+



Figura 5

5. Cámara Nikon D500



Figura 6

6. Micrófono Samson B88



Figura 7

7. Micrófono Nikon ME-1



Figura 8

3.1.4 Iluminación

Un documental de naturaleza como el que se trabaja en esta tesis se apoya en una fuente de luz natural, el sol. Afortunadamente el día de la exploración y grabación la iluminación solar acompañó de manera oportuna. Además, se tuvo el cuidado requerido en las tomas donde se podría producir una exposición o saturación de la imagen. Como complemento, lo equipos también fueron ajustados para evitar inconvenientes en la recolección de tomas.



Figura 9: Iluminación durante el recorrido.



Figura 10: Iluminación en una de las cochas.

3.1.5 Sonido

Gracias a la sensibilidad de los micrófonos usados, se puede captar material de ambientación necesario para la complementación narrativa del documental. En busca de sonidos de flora y fauna del lugar para colocarlos en la etapa de posproducción en el timing necesario para generar más transparencia y genuinidad en el corte final.



Figura 11: Prueba de audio.

3.1.6 Edición

Una vez se tenga todo el material filmado, se procede a escoger, organizar y categorizar las tomas, los audios y todo recurso extra para finalmente colocarlos en el software de edición, en este caso se trabajó con Adobe Premiere Pro2020, donde se ingresó todo el material fílmico en la bandeja de entrada y se organizó de manera lógica en el timeline del programa.

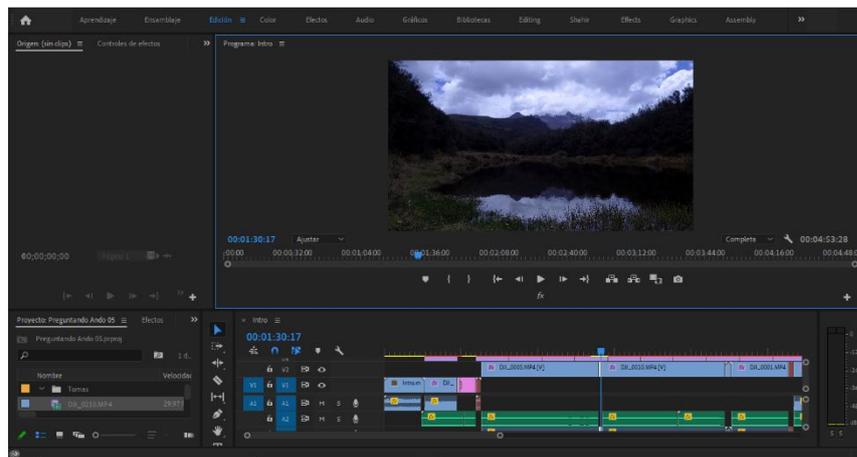


Figura 12: Edición de la primera secuencia del documental

3.1.7 Sonorización

La parte complementaria del video, también se trabajó en el software Adobe Premiere Pro2020, en el apartado de audio, donde se colocó el material obtenido en el recorrido, es decir los sonidos ambientales, además se resalta la voz en off de los entrevistados como ayuda narrativa y finalmente una canción delicada y ambiental que acompaña a lo largo del producto final.

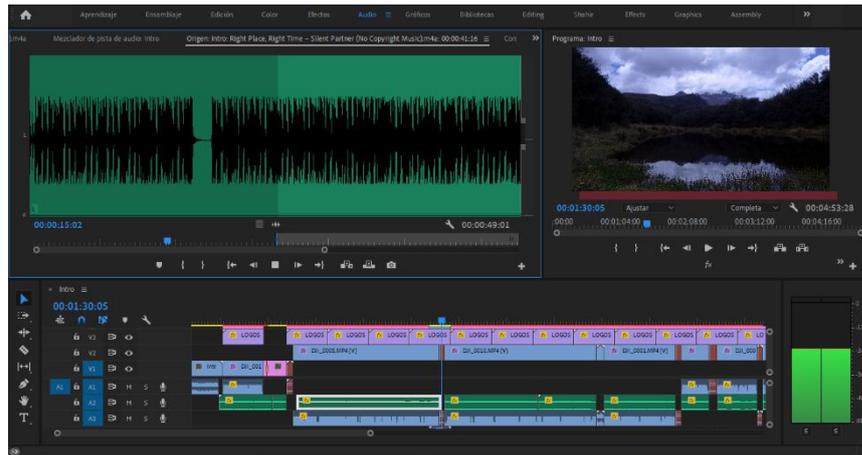


Figura 13: Edición de audio del documental

3.1.8 Colorización

Para generar mayor atracción visual de los espectadores se trabajó con colores cálidos con inclinación a la paleta de colores verde, se manejó de manera delicada la exposición, la claridad y la saturación de colores. Este apartado también se lo trabajó en Adobe Premiere Pro2020 con la corrección básica de colores y con un Lut de Entrada que permita obtener un resultado más cinematográfico en el documental.



Figura 14: Correcciones de color del documental



Figura 15: Fotograma antes de ser corregido.



Figura 16: Fotograma después de ser corregido.

3.1.9 Medio de proyección

Para la proyección del corte final del documental se ha tomado en cuenta a la empresa “ADVICE Visual Group” como apoyo para la difusión del producto, a través de su página y medio digital “Ambatoenlinea” que posee alrededor de 141 mil seguidores y un alcance mensual promedio de 8 millones de personas, por lo que se prevé un alcance orgánico de entre 8 a 10 mil personas. Por ende, la vía más factible de presentar el producto final es este medio, no solo por el impacto que generará en las personas, sino porque permite ser más interactivo con el medio y el video documental.

Además, para el proceso de masificación del producto audiovisual se pretende facilitar el archivo a departamentos de comunicación a entes como el GAD Parroquial de Pilahuín, Gobierno Provincial de Tungurahua e incluso a personas que administren la

ruta, quienes podrán proyectar el documental a través de sus páginas oficiales para generar mayor interacción y alcance en las diferentes plataformas digitales.

Así mismo, como una técnica de masificación y promoción, se tomó en cuenta la creación de un poster que será expuesto en las plataformas donde se vaya a proyectar. Esto debe ser publicado con anticipación para que las personas vayan generando interés, interacción y expectativa de lo que esperan ver cuando finalmente se presente el documental.

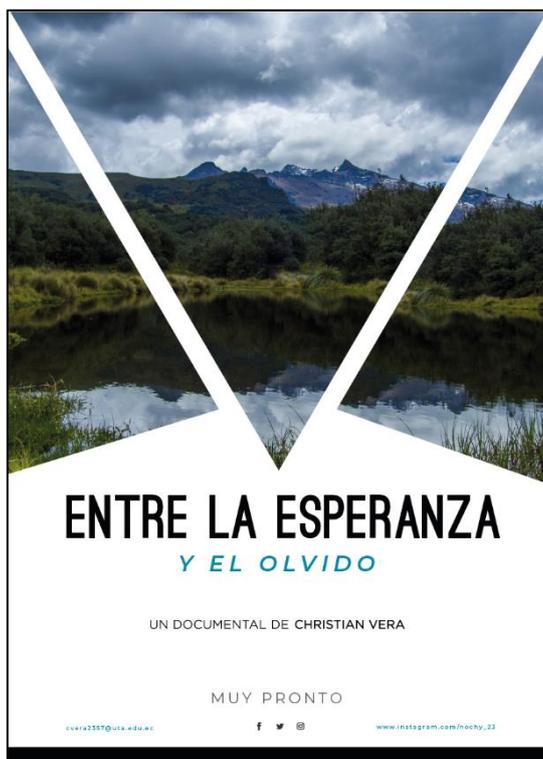


Figura 17: Poster Promocional

3.2 Verificación de hipótesis

La pregunta central de esta investigación ¿Cómo un producto audiovisual puede funcionar como una estrategia de comunicación para el desarrollo de la alternativa turística rural de Pucará Grande? se resuelve en base a la definición de comunicación para desarrollo y con su finalidad de proponer y aplicar estrategias innovadoras que faciliten los ámbitos de convivencia de una zona o comunidad vulnerable, de esta manera mejorando la calidad de vida de los individuos que la habitan.

Una vez dicho esto, se habla entonces del documental que se centra en el fomento del turismo rural y comunitario, al ser esta una de las mayores fuentes de ingreso de la comunidad Pucará Grande y considerando que el producto cuenta con los elementos necesarios para captar la atención de las personas de manera directa o indirecta, tiene los requerimientos suficientes para generar esa movilidad que invite a las personas a visitar esta comunidad de manera que mejore la economía de la parroquia y más específicamente de la comunidad local.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Una vez que se conceptualiza y se entiende al turismo comunitario y rural se puede dar cuenta que este siempre ha estado bajo la mano y supervisión de la propia comunidad donde se dan estas alternativas turísticas, por lo que representa y representará siempre un ingreso bastante importante en las zonas rurales que permite un avance continuo en sus entornos mejorando la calidad de vida de sus habitantes.
- Al definir a la comunicación para el desarrollo, es apropiado decir que en comunidades rurales se la trabaja en mayor cantidad y con varias estrategias enfocadas no solo al turismo, sino a otras áreas que beneficien a la localidad, es síntesis, la comunicación para el desarrollo se preocupa en la creación de estrategias innovadoras, catalizadoras y facilitadoras en los ámbitos de convivencia de los sectores más vulnerables y en las áreas de producción más débiles.
- Se puede concluir que es necesario tejer las técnicas para la preparación y elaboración del video documental, por lo tanto, es necesario tomar en cuenta la guía básica que se trabajó en el capítulo tres de esta investigación, con el fin de compilar, organizar y manipular el material fílmico de manera correcta y delicada si se desea obtener un producto con mayor calidad.
- Dado el hecho de que se vive en una sociedad altamente audiovisual y que los contenidos son de muy fácil acceso, se puede finalizar que el documental elaborado a lo largo de esta investigación tiene los elementos necesarios para impactar y generar el movimiento en las personas que se buscó desde un inicio en la investigación.

4.2 Recomendaciones

- Para favorecer la presentación de la ruta turística es recomendable que las autoridades y personas que la administren tomen las medidas y dispongan procesos de mejoramiento en estos espacios, al mejorar las vías de acceso y señalética para mejorar la experiencia de quienes se dispongan a visitarla.
- Como apoyo al proceso de masificación, para que el documental llegue a las personas y cumpla su función de motivar a personas para que la visiten, el producto puede ser facilitado a personal de la Carrera de Turismo y Hotelería, quienes se encarguen de realizar las capacitaciones adecuadas para concientizar sobre la importancia de estos espacios, de esta manera las personas que acudan y visiten la ruta 7 Cochas, lo hagan de la mejor manera y no generen disturbios e interrumpen el curso natural de la flora y fauna que se encuentran en estos espacios.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 Aillón, A. (2002) *Para leer al Pato Donald desde la diferencia: comunicación, desarrollo y control cultural*. Quito: UASB - Abya Yala.
- 2 Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?, No. 4, pp. 633-641. Caracas: Universidad Simón Bolívar. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PS0410_16.pdf
- 3 Barría, J. (2004). *Estrategias comunicacionales para la red de turismo rural de Ancud* (tesis de pregrado). Valdivia: Universidad Austral de Chile.
- 4 Beltrán, L. (2006) *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- 5 Domínguez, G. (2005). *Video documental: del Huipil a la Chilaba, musulmanes en Chiapas* (tesis de licenciatura). Puebla: Universidad de las Américas Puebla.
- 6 Equipo Audiovisual La mirada Invertida y Toma k Toma (2016) *Fragmentos: Guía didáctica para la realización de videos documentales participativos*. ASPA.
- 7 Escobar, A. (2007) *La invención del tercer mundo*. Caracas: Fundación Editorial el perro y la rana.
- 8 García, M. (2011) El video como herramienta de investigación. Una propuesta metodológica para la formación de profesionales en comunicación. *Enlaces: revista del CES Felipe II*, No. 13. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693656>
- 9 Gumucio–Dragón, A. (2011) Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Bogotá: *Signo y Pensamiento*: No. 58, pp. 26-39. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

- 10 Juárez, G. (2013) Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Revista Líder* Vol. 23, pp. 9-28. Recuperado de: http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023_Juarez_pp9_28.pdf
- 11 Kay, C. (2001) Los paradigmas del desarrollo rural en América Latina. En García Francisco (Ed.), *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades*. Lérida: Universitat de Lleida, pp. 337- 430.
- 12 Kay, C. (2008) Reflexiones sobre el desarrollo rural y estrategias de desarrollo: exploración de sinergias, erradicación de pobreza. *Debate Agrario*. No. 4, pp. 1-29.
- 13 Krapf, K. (1953). *La consumición turística*. Berna: Universidad de Berna.
- 14 Mantecón, A., Puertas-Cañaveral, I. y Álvarez-Sousa, A. (2019). *Sociología del turismo*. Madrid: CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas.
- 15 Mantilla, S. (2015). *Compilado del turismo convencional y no convencional*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- 16 Márquez, D. (2002) *Nuevos Horizontes en el desarrollo rural*. Madrid: Ediciones AKAL.
- 17 Martínez, S. y Hellín P. (2015). *La ficción audiovisual como instrumento para la creación de marca territorial: del brand placement al place branding*. Murcia: Universidad de Murcia.
- 18 MINTUR. (2020). *Comportamiento del turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus Covid-19*. <https://servicios.turismo.gob.ec/estudio-del-comportamiento-del-turismo-nacional-en-el-escenario-covid-19>

- 19 MINTUR. (2021). *Panorama turístico Ecuador 2021*. <https://u.pcloud.link/publink/show?code=XZh0NuXZysOKOWUtPqVgLrvIbEcihfSGsDI7>
- 20 Narvaez, E. (2014). El turismo alternativo una opción para el desarrollo local. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, No.6, Vol. 6, pp. 9-18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5537859>
- 21 Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.
- 22 OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>.
- 23 OMT. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- 24 OMT. (2020). *Panorama OMT del turismo internacional*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- 25 Real, B., May P. y Pazmiño, A. (2009). Estrategia comunitaria de respuesta y mitigación de desastres de Pucará Grande. Plan comunitario de preparación para desastres PDA Pilahuín, Vol. I.
- 26 Real, B., May P. y Pazmiño, A. (2009). Estrategia comunitaria de respuesta y mitigación de desastres de Pucará Grande. Plan comunitario de preparación para desastres PDA Pilahuín, Vol. II.
- 27 Rodríguez, M. y Fraiz, J. (2011). *La imagen turística en el cine: Evaluación del impacto de un largometraje en la imagen percibida del destino en el que se emplaza*. Vigo: Universidad de Vigo.

- 28 Solsona, J. (2006). "El Turismo Rural en Europa". Mar del Plata: Reportes y Transferencias: No. 2, Vol. 10, pp. 25-35. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610204.pdf>
- 29 Szmulewicz, P. (1998). Perspectivas del Turismo Rural. Valdivia: Universidad Austral de Chile, pp. 11-28. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/47364364_Perspectivas_del_turismo_rural
- 30 Urry, J. (2018). La Mirada del Turista. *Turismo y Patrimonio*, No. 3, pp. 51-66. Lancaster: Universidad de Lancaster. Recuperado de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/153/131>
- 31 Valcárcel, M. (2006) Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo. Lima: Departamento de ciencias sociales Pontificia Universidad Católica de Perú.
- 32 Vargas-Hernández, J. (2008). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico*. <https://www.unisc.br/site/sidr/2008/textos/63.pdf>
- 33 Zamorano, F. (2008). Turismo Alternativo. Servicios Turísticos Diferenciados. México D.F.: Editorial Trillas.