

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR-UNIB.E
ESCUELA DE PRODUCCION PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de
Licenciado en producción para medios de Comunicación

Autor:

Jorge Rubén Flores Sevillano

Director del Trabajo de Titulación:

Mgst. Fredi Zamora

Quito, Ecuador

Mayo, 2022

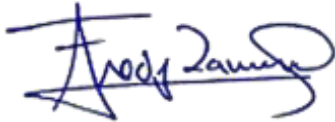
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 17 de febrero de 2023

Magister
Fredy Zamora
Director de la Carrera Producción para Medios de Comunicación
Presente

Yo, Fredy Zamora Aizaga Director del Trabajo de Titulación realizado por el estudiante Jorge Rubén Flores Sevillano de la carrera de Producción para Medios de Comunicación informo haber revisado el presente documento titulado: Video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube elaborado conforme al Reglamento de titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.
En tal virtud autorizo a los Señores a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fredy Zamora', with a stylized flourish at the end.

Mgst. Fredy Zamora
Director del Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

1. Yo, Jorge Rubén Flores Sevillano declaro, en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: “Video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube”, previa a la obtención del título profesional de Licenciado en Producción para medios de comunicación, en la Dirección de la Escuela de Producción para medios de comunicación. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.
2. Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el **artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT**, en formato digital una copia del referido Trabajo de Titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
3. Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Institucional), el referido Trabajo de Titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 29 días del mes de marzo de 2023



Jorge Flores / 1753418837

ACTA DE APROBACION

DEDICATORIA

A mí padre Lauro Flores, por impulsarme en mi carrera,
siempre dándome ánimos y ayuda en los momentos clave.

Enseñándome la importancia del trabajo duro
y de la familia.

A mí Abuelo Jorge Sevillano por enseñarme a no rendirme
ante ninguna dificultad en la vida, que
con su eterna sabiduría me
enseñó el valor de la dedicación y
el sacrificio en todo sentido de la vida.

Y finalmente quiero agradecer a mis compañeros
que algunos desde los primeros días
me supieron apoyar en momentos muy difíciles,
quiero darles muchas gracias y los mejores éxitos en
sus carreras profesionales.

INDICE

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DETITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	iii
ACTA DE APROBACION	iv
DEDICATORIA.....	v
INDICE	vi
RESUMEN	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
Presentación de la situación problemática	2
IMPORTANCIA DEL ESTUDIO.....	4
PROPOSITOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
Propósito general	5
Propósitos específicos.....	5
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	7
Estudios Previos.....	7
Referentes teóricos	7
Loma Itchimbia	8
Turismo	8
Promoción turística.....	8
Parque histórico	8
Animación 2D	9
CAPITULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
Naturaleza de la investigación.....	10
Unidades de análisis	11
Técnicas e instrumentos de recolección de información	11
Guion de entrevista	11
Validez.....	12
Técnica de análisis de la información.....	12
Triangulación.....	13
Metodología del Producto.....	13
Pre-producción	13

Producción	14
Post-producción	15
Difusión	15
CAPITULO IV	16
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	16
CUADRO DE CODIFICACION	16
Triangulación.....	20
Interés infantil (II).....	20
Promoción turística (PT).....	21
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	22
Conclusiones.....	22
Bibliografía	25
ANEXOS	28
ANEXO 2.....	38
ANEXO 3.....	38
ANEXO4.....	43

Jorge Flores. VIDEO ANIMADO EN 2D PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PARQUE ITCHIMBÍA DIRIGIDO A NIÑOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE. Carrera de Producción para Medios de Comunicación. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito, Ecuador. Marzo. 2023. 60.pp.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo elaborar un video animado en 2D promocionando los atractivos turísticos del "parque Itchimbia" el cuál es dirigido a un público infantil. El estudio se sustentó gracias al aporte de actores claves, los cuales profundizan en la historia general sobre este parque, sus raíces indígenas, el turismo moderno y el grado de atención del turismo infantil. Para la realización del trabajo, se emplea un paradigma interpretativo con un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico que desarrollan una propicia recolección de datos, mediante entrevistas a los actores sociales y versionantes que a la vez funcionan como fuentes interpretativas para determinar diferentes perspectivas sobre el mito.

Nuestros dos actores sociales conjugaron en que el legado del parque Itchimbia es sumamente importante para la promoción y reactivación del turismo quiteño y debe visibilizarse mucho más, también el impacto indígena que existe en este lugar y cómo los cambios modernos han opacado estas características. Así mismo, se detalla la creación del documental comprendiendo las etapas de preproducción, producción, posproducción y un plan de difusión. Con respecto a los resultados, trastodo esto logramos identificar las partes más importantes de la historia y legado del parque Itchimbia que a su vez serían interesantes para nuestro público objetivo, tanto como la caracterización del propio parque mostrándolo en un medio digital, la realización del guión del producto con palabras claves y la presentación general.

Palabras claves: Itchimbia, Animación 2D, Turismo, infantil, Legado.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto de investigación es la potenciación del turismo específicamente del Parque nacional Itchimbia a una demográfica específica pero no limitada hacia el público infantil, tras dos años de cuarentena mundial.

Ecuador siempre ha sido un país turístico mayormente por sus contrastes, al menos el 19% del territorio nacional está protegido y endémicamente tiene la mayor diversidad mundial. (Caiza & Molina, 2012). Estos contrastes no son solamente endémicos sino estructurales, heredando tanto estructuras pre hispánicas como hispánicas y modernas chocando en la capital de manera ecléctica.

Con esta información podemos afirmar que existen muchos atractivos turísticos en la capital del Ecuador, pero normalmente la promoción de esta índole se enfoca mucho más en las iglesias principalmente lo cual es completamente entendible debido a las estructuras sumamente interesantes que habitan estos lugares, no obstante, se debe entender que todo espacio público de la ciudad debería ser considerado como un lugar para visitar y mucho más si es un pulmón de la ciudad o espacio verde.

Hoy en día existe un gran resurgimiento del turismo debido a las condiciones mencionadas anteriormente, pero también existe una falta de exposición turística hacia parques nacionales quiteños.

La estructura de nuestro proyecto consta de una investigación de la cual sus resultados serán integrados a una animación digital mediante el proceso de pre producción, producción y postproducción para poder tener mejores resultados con nuestro público o target y tener corroboración de la información que utilizaremos en el mismo producto

CAPÍTULO I

NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

En la investigación cualitativa, el tema de investigación es considerado un aspecto crucial ya que determina el alcance y la dirección de la investigación. Es importante seleccionar un tema relevante y significativo para asegurar que los resultados de la investigación sean útiles y aplicables a contextos relevantes. La naturaleza del tema de investigación puede incluir una amplia gama de fenómenos sociales, humanos y culturales, y puede ser abordada a través de diferentes teorías y perspectivas.

De acuerdo con Charmaz (2006), el objeto central de estudio en la investigación cualitativa es el tema de investigación y es crucial para establecer los límites y la dirección de la investigación. Es fundamental elegir cuidadosamente el tema de investigación para garantizar que la investigación sea relevante y significativa y que sus resultados sean útiles y aplicables a situaciones relevantes. El tema de investigación puede abarcar una amplia gama de fenómenos sociales, humanos y culturales y puede ser explorado a través de diferentes enfoques y perspectivas teóricas.

Presentación de la situación problemática

La animación en 2D a lo largo de la historia ecuatoriana actual se ha mantenido en un estado de estancamiento, principalmente se utiliza en sentido de promoción formal para productos de consumo masivo, pero no se da una experimentación o utilización refinada de las herramientas que tienen actualmente los productores audiovisuales en el campo puramente cultural.

Hablando de animación los productos más prominentes son especialmente direccionados al público joven, no obstante, ha surgido también un público adulto que aprecia este tipo de producción y ve un valor añadido al ser una animación que no trata de simplificar el tema que se trate en cuestión, mucho menos temas importantes como la falta de atención a lugares públicos en el país.

Actualmente la promoción turística en un país es extremadamente importante y mucho más cuando su capital se considera patrimonio de la humanidad mientras

que el centro histórico ha sido explotado turísticamente como una de las partes más importantes de Quito se ha movido de lado a los pulmones de la ciudad, que son los parques emblemáticos que promueven la cultura pre hispana y la mantienen viva Tanto como nuestros pueblos indígenas.

En los últimos años la cancelación de eventos y conciertos durante estos últimos dos años como el concierto anual “Quito Fest” han lastimado al turismo tanto local como mundial por esto es muy importante empezar un re potencialización en medios digitales también siendo ayudada por una recepción social más grande tras las circunstancias en los últimos años.

La exposición del parque Itchimbia como patrimonio cultural Quiteño ha existido, pero nunca se lo ha tratado como un centro de atención cultural, ya sea por la ubicación o la locación del mismo cerca de otros atractivos turísticos como son las iglesias del centro histórico y el panecillo.

Este parque es único en quito también conocido como el Palacio de Cristal por la construcción en la mitad del parque y se encuentra en el sector también llamado como “La Botica de Quito”, Entre sus atractivos podemos encontrar reliquias del pasado como la plaza Intiwatana que es un trazado de la cosmovisión andina, igualmente podemos encontrar las estatuas representando la fauna ecuatoriana y también los pequeños estanques de peces.

También cuando hablamos de la importancia de estos espacios verdes de la ciudad debemos saber que:

Los espacios verdes, son considerados por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011) como espacios imprescindibles dentro de la urbe por los beneficios que reportan en el bienestar físico y emocional de las personas. Constituyen lugares de esparcimiento y recreo, son espacios propicios para las relaciones sociales y ayudan a que se respire aire fresco y limpio. (OMS, 2011, pág. 10)

Concluimos que es un deber mantener en buen estado a este tipo de espacios lo cual en si también potencia el turismo y mejora la calidad de vida tanto humana como flora y fauna de los sectores aledaños al parque.

La falta de promoción para una parte tan imprescindible de Quito es una pérdida tanto económica como cultural para todo el país y el legado que deja en el público infantil.

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

El producto presentado será una ayuda para las familias ecuatorianas y principalmente a los niños presentándoles con más opciones tanto para socializar después del ambiente de pandemia como para realizar actividades deportivas y entretener visualmente a los mismos.

También se buscará potenciar el tráfico en negocios aledaños al parque y promoveremos eventos tanto culturales como de entretenimiento dentro del parque y sus instalaciones.

En respecto a la animación se experimentará con una animación minimalista, con mucho enfoque en el color, el contraste y el movimiento de las formas algo especialmente llamativo para niños pero que pueda ser disfrutado por un público en general.

En este producto se dará un uso completo a la animación con formas prominentes de representación múltiple ya que según Paivio (1986).

El resultado de la investigación sobre uso de formas de representación múltiples establece que la información textual se recuerda mejor cuando viene ilustrada con imágenes. Este efecto se ha explicado generalmente apelando a la teoría del código dual de Paivio.

Así nuestro mensaje será mejor digerido e interpretado por todo tipo de público,

También se han encontrado varios hallazgos afirmando la facilitación del aprendizaje y adquisición del conocimiento mediante la animación en la educación científica, mientras que la información adquirida tenga como objetivo una operación practica similar (Schnotz, 1999).

Esto se debe tener en cuenta siendo nuestro enfoque principal los procesos naturales y tangibles.

También se dará importancia social del sector en el que se encuentra el parque, también conocido como la “Botica de Quito” ya que como explican García &

Guerrero (Indicadores de sustentabilidad ambiental en la gestión de espacios verdes, 2006) citado por Chacón (2012) “Los espacios verdes de las ciudades y particularmente los parques urbanos representan sistemas ambientales que cumplen con un doble rol, social y ecológico” (p.7). Así enfatizamos la necesidad de cubrir todos los campos lógicos para la utilización en nuestro producto audiovisual.

Así cubriendo todos los campos referentes a la imagen y percepción del parque Itchimbia la difusión será una parte muy importante, al ser un producto enfocado para niños, pero en si para visualización de todo público se deberá balancear el contenido grafico a manera de satisfacer a ambas demográficas sin perder de vista el diseño de la animación o storyboard que es la base del producto en cuestión.

PROPOSITOS DE LA INVESTIGACIÓN

Propósito general

Realizar un video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.

Propósitos específicos

- Seleccionar contenidos gráficos o audiovisuales con respecto al video animado al video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.
- Establecer el proceso de preproducción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube utilizando los contenidos gráficos e audiovisuales encontrados.
- Desarrollar el proceso de producción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a

través de la plataforma de YouTube a través de la animación por secuencias mediante el software after effects.

- Ejecutar el proceso de post producción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube por medio de la plataforma adobe premiere, donde se ajustará el color y la música del proyecto.

- Establecer una agenda de difusión del producto final mediante la plataforma de Youtube.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico es un componente crucial en cualquier investigación, especialmente en estudios cualitativos, ya que proporciona un contexto teórico para la investigación y ayuda a los lectores a comprender cómo se relaciona el estudio con el conocimiento existente en el campo" (Creswell, 2014, p. 112). Según Creswell (2014), el marco teórico es clave para guiar y dar sentido a la investigación.

Estudios Previos

El trabajo revisado corresponde a Benavides (2019) quien realizó su trabajo de titulación de licenciatura en Producción para Medios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana del Ecuador con el tema: Spot publicitario con elemento de animación 2D para promover el atractivo turístico del Parque Ecológico Cachaco de la parroquia de Amaguaña, Cuyo objetivo de investigación fue realizar un plan de producción mediante la recolección de información para posteriormente crear un guion, narrativa audiovisual y recepción del producto.

Este proyecto se realizó con una metodología de campo con abordaje cualitativo principalmente con el uso de la observación y entrevistas concluyendo que la creación y animación de personajes 2d sirve como una caracterización del parque lo que es llamativo para ciertos públicos. Este estudio nos indica la importancia de una manifestación personalizada o mascota para promover el atractivo de los parques a nuestro público específico.

Referentes teóricos

Como referentes para nuestra investigación es importante definir que son los términos: Loma Itchimbia, Turismo, Promoción turística, Parque histórico, Animación 2D.

Loma Itchimbia

Es el lugar en donde se fundó el parque de su mismo nombre, así (Correa, 2018) refiere que:

La loma del Itchimbia es un lugar histórico, que antiguamente se conocía como observatorio, centro de sabiduría y “la botica de Quito”, con una elevación de 2.910 metros aproximadamente sobre la ciudad se beneficia de una vista privilegiada de Quito y de todo su entorno. A partir del siglo XVIII comienza aparecer este sector en los planos de Quito, en los cuales se muestra un trazado en la cuadrícula que toma la forma de la loma. En base a lo que se asegura en la Guía de Arquitectura de Quito.

Esto nos ayuda a confirmar a la loma como un lugar histórico.

Turismo

Como una actividad común en nuestra sociedad se debe entender que:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. (OMT, 2022)

Exactamente con el fin de una visita en tiempo consecutivo es que el turismo tiene valor en nuestra investigación.

Promoción turística

Una de los temas centrales de la investigación es la promoción turística, cómo reaccionará el público y cuál será la tasa de incremento en el turismo debido a nuestro producto, pero como un concepto básico se define que este tipo de promoción es “comunicar a los potenciales consumidores turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas, en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino y visitarlo” (Castillo & Castaño, 2015, pág. 739). Lo cual esta complementado con nuestra difusión.

Parque histórico

Como se podría deducir por la palabra en sí, es un parque con un gran legado y una importante historia cultural para la ciudad o el sector en el que se encuentra ubicado concisamente.

Así mismo tomamos en cuenta que

La importancia de la cultura radica en el hecho de que cada uno de nosotros se siente representado por un grupo de tradiciones, elementos, formas de pensamiento, formas de actuar que son parte de nuestra herencia cultural y que desarrollamos como sociedad y nos dan una idea de pertenencia, y este es el sentir que nos brinda el Parque Histórico al crear esa ventana al pasado de la región litoral. (Molineros, 2020, pág. 21)

Animación 2D

La animación 2D como herramienta de comunicación es extremadamente útil y utilizada en todo ámbito moderno, esta tan apegada a la promoción y propaganda principalmente para el público joven que es imprescindible utilizarla para este tipo de productos.

Si hablamos del tema generalmente podemos ver que

la animación tradicional comprendía un amplio proceso: interminable. Anteriormente era trabajada a mano, donde cada fotograma se dibujaba cuadro por cuadro sólo para recrear una escena. En la actualidad la animación digital es un quehacer que se desarrolla desde muchas técnicas con objetivos variados (vinculados al deseo del animador por darse a conocer); pero a pesar del tiempo y del cambio constante que ha experimentado sigue erigiéndose como el principal pilar del movimiento en acción. (Hernández, s.f, pág. 2)

Como vemos la flexibilidad o adaptabilidad de la animación es muy útil cuando empezamos la creación de un producto y se puede seguir ajustando dependiendo de la necesidad de nuestro target.

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan partes fundamentales de la investigación como son las técnicas o instrumentos necesarios para la investigación, nuestros actores sociales, la validez de estos mismos, nuestra técnica para analizar la información adquirida mediante el instrumento y finalmente la metodología de nuestro producto animado.

Naturaleza de la investigación

Nuestra investigación utiliza un paradigma interpretativo, según Denzin y Lincoln (2011), este paradigma se basa en la idea de que la realidad es construida a través de la interpretación y la comprensión subjetiva de los individuos. Por lo tanto, el objetivo de la investigación interpretativa cualitativa es producir una representación detallada y comprensible de la realidad subjetiva de los participantes, así nuestra animación 2D será una reconstrucción de la interpretación de nuestros entrevistados.

También tenemos un enfoque cualitativo que según (Cresswell, 2014), “la investigación cualitativa es un enfoque de investigación que se centra en la comprensión profunda y subjetiva de las experiencias, perspectivas, motivos y significados de los participantes a través de la recopilación y análisis de datos no estructurados y subjetivos”, gracias a nuestras entrevistas tenemos una comprensión subjetiva de los temas a tratar en nuestra animación y sabemos a qué temas darles más prominencia.

Como conceptos importantes de la entrevista según Hernandez et al. (2010) afirman que:

en el desarrollo del proceso investigativo cualitativo se puede mencionar como principales conceptos al interaccionismo simbólico, las investigaciones etnográficas, investigación acción, la etnometodología, teoría fundamentada, investigación participativa, triangulación, idealismo, realismo, diseños narrativos, investigación participativa o el uso de software de análisis cualitativo como el Atlas.ti o Decision Explorer.

Tomando esto en cuenta resaltaremos los simbolismos, los cuales son sumamente importantes en lo audiovisual y específicamente importante para nuestro público principal, así como el diseño narrativo que es parte fundamental del producto.

Unidades de análisis

El presente estudio tiene como dos unidades de análisis que nacen directamente del enfoque investigativo como serian libros sobre la historia del parque Itchimbia como también entrevistas con historiadores quiteños.

Entrevista

- Entrevista con dos actores sociales:
- Historiador quiteño
- Miembro del público general

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Según Creswell (2014), “la recolección de datos cualitativos se realiza a través de métodos no estructurados que permiten capturar la perspectiva subjetiva de los participantes” Las técnicas e instrumentos para la recopilación de información cualitativa incluyen entrevistas abiertas, observaciones participativas, discusiones en grupos pequeños y el estudio de documentos y material relevante. Estos métodos permiten una comprensión profunda y detallada de la experiencia de los participantes y su entorno. Es importante destacar que la selección de la técnica y el instrumento de recopilación de información dependerán de la perspectiva y objetivos particulares de la investigación.

Guion de entrevista

Nuestro instrumento de investigación es la entrevista semiestructurada, ofreciéndonos un análisis más profundo del tema desde el punto de vista de un historiador, esta entrevista contará de preguntas abiertas en las cuales se interrogará sobre la historia general del parque tanto como actualidad turística en el mismo.

La entrevista cuenta con 10 preguntas clave específicamente dirigidas a su experiencia profesional que han sido verificadas por expertos en producción audiovisual.

Validez

La validación de nuestro instrumento es un paso crucial en la investigación y una evidencia de la credibilidad del mismo, también según Keever, et al. (2018):

El concepto de validez en investigación se refiere a lo que es verdadero o lo que se acerca a la verdad. En general se considera que los resultados de una investigación serán válidos cuando el estudio está libre de errores, [...].

Debemos tener en mente que la entrevista semiestructurada deberá facilitar la ampliación de conocimiento que tenemos acerca del tema en cuestión y no encerrar las respuestas en un solo casillero, pero también debemos ser claros y no permitir que se tomen temas o se alarguen sujetos no mencionados específicamente en las preguntas.

Con esto en mente podemos afirmar que nuestro instrumento fue formulado con ciertos criterios y como indica Arias (Técnicas e instrumentos de investigación científica, 2020) " Si bien, pueden tomarse preguntas ya estandarizadas, no recomiendo que las preguntas sean iguales a las de otro estudio, debido a que el contexto es diferente por más que se evalúe la misma variable."

También como paso crucial podemos verificar que nuestro instrumento ha sido analizado por expertos en el área de Producción para medios de comunicación tanto como en el área de investigación de la Universidad Iberoamericana del Ecuador

Técnica de análisis de la información

"Los investigadores dedicados al estudio cualitativo esperan que su trabajo sea relevante para el público académico y el no académico debido a que esta metodología hace que se tome muy en serio las palabras y acciones de las personas estudiadas." (Santana, 2020)

Mediante nuestro análisis de la información adquirida se deberán responder todas las preguntas que se han formulado a lo largo de nuestra investigación así podemos decir que

La respuesta está en la investigación exhaustiva del contenido de las respuestas de los entrevistados. Se trata de analizar punto por punto cada una de las respuestas de los entrevistados y resaltar los puntos de convergencia y divergencia que se dan entre todos ellos, sistematizarlos y categorizarlos hasta reducirlos a conclusiones solventes, específicas, y adecuadas que resuelvan nuestros objetivos y preguntas de investigación (Lopezosa, Mayo 2020, pág. 4)

Una gran parte del análisis es la codificación de los datos obtenidos en este caso las entrevistas realizadas a nuestros actores clave nos ayudaran a detectar congruencias y diferencias

podemos afirmar que el sistema de categorización implementado por el investigador dio como resultado un instrumento de categorización y a través de éste, puede tener una aproximación interpretativa a la realidad de los actores; por lo que, el proceso de categorización-codificación establecido por el investigador es razonablemente concordante o considerable con los resultados de los expertos.

Triangulación

La integración de diferentes fuentes de información es clave en la investigación cualitativa. Según (Cresswell, 2014), "la triangulación es esencial para obtener una comprensión más precisa y profunda de la realidad estudiada". La combinación de diferentes perspectivas y enfoques en la investigación fortalece la validez y la confiabilidad de los resultados, permitiendo una visión más equilibrada y completa del fenómeno investigado. Es crucial asegurarse de que la triangulación se ajuste a los objetivos específicos de la investigación para lograr su efectividad.

Metodología del Producto

En este caso, el producto seleccionado a realizar consta de muchas partes en el rango de lo visual tanto como diseño gráfico como diseño de animación, también podemos hablar del diseño de sonido, tanto como la parte literaria la cual requiere un guion como guía para el proyecto en general.

Pre-producción

Es la preparación necesaria para hacer realidad un proyecto audiovisual como afirma (Botella, 2018, pág. 8) Antes de empezar con la realización del proyecto, rodajes, etc. es necesaria una buena planificación de lo que se va a hacer, además

de una sólida documentación respecto al tema y tener claro por dónde se quiere llevar.

Así se construyó la siguiente estructura de pre-producción:

- Idea para establecer la historia de la animación 2d
- Investigación a través de entrevistas para determinar lo que se va a mostrar en la animación 2d
- Selección del target según el público al que se desea llegar
- Formato para plataformas digitales
- Definición de género y narrativa
- Establecer personajes (protagonista y antagonista)
- Creación de la psicología de los personajes y sus motivaciones
- Construcción del guion
- 11. Se establece una paleta de colores para los personajes y estilo artístico para la animación

Producción

“Durante la fase de producción se pone en práctica todo lo planificado

en la fase de preproducción. Esta es la parte del proyecto donde se graba todo el material necesario para el montaje.” (Botella, 2018, pág. 20)

Estos son los pasos que se toman para la producción:

- Fichas de los personajes según la psicología establecida
- Se realiza el primer bosquejo, hasta obtener la apariencia física de los personajes y la determinación y elaboración de los escenarios.
- Realización de la carpeta de producción
- Realización de storyboard
- Producción de animación mediante la carpeta de producción establecida en el software after effects

Post-producción

Aquí se refina el producto, se masterizan los audios, se pule la animación y la parte audiovisual para que quede correctamente paralela a la narrativa seleccionada, también se revisan los detalles técnicos como la resolución, colorización del producto y sonido.

1. Revisión técnica de la fluidez de la animación
2. Masterizar audios narrados / sonidos folley
3. Uso de colorimetría
4. Exportación del producto en los formatos adecuados

Difusión

En esencia es como vamos a compartir el producto a nuestro público o target para tener la mejor recepción y accesibilidad

1. Crear de canal de youtube dedicado específicamente al producto realizado.
2. Crear y publicación de miniatura para el producto.
3. Anexar subtítulos para accesibilidad en la visualización del producto.

CAPITULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

En este capítulo revisaremos las entrevistas realizadas las cuales responderán las preguntas formuladas y validadas, tras la transcripción se realizará una codificación, categorización de los temas hablados y las palabras más importantes, se analizará los resultados creando una triangulación de toda la información.

En cuanto a la codificación de información de cada entrevista utilizamos códigos de color para tener una mejor separación de temas específicos.

CUADRO DE CODIFICACION

Codificación	Color
Cualidades Turísticas (CT)	Amarillo
Interés infantil (II)	Celeste
Promoción turística (PT)	Verde

Tabla N°1 Codificación

Categorización	Actor Clave 1	Actor Clave 2
Cualidades Turísticas (CT)	<ul style="list-style-type: none">• Subcategoría Calidad cultural “fue construido por razones espirituales, recae bastante interés por poblaciones antiguas”□• Se presta como un pedazo de campo abierto dentro de la cumbre de una montaña donde se puede crear infraestructuras	<ul style="list-style-type: none">• ...la loma del Itchimbia era muy famosa para la recolección de plantas medicinales• ...se construye la plaza Intihuatana, la cual fue el centro de atención del parque hasta la llegada del palacio de cristal

	<p>que nos ayudan a generar el turismo.</p> <p>Se adaptó para crear la primera botánica de Quito, tenemos también el mirador</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...tenemos juegos para niños también un pequeño parque ubicado a las mascotas, increíbles, impresionantes, muy bien cuidadas, todo esto es un conjunto de cosas que ayuda al turismo. <p>Así mismo tenemos el palacio de Cristal, el cual es algo interesante, da gusto verlo, recorrerlo, también tenemos algunas estatuas adornando el parque y como mencionaba tenemos un mirador increíble en el que se puede apreciar la naturaleza, muy bonito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...se realizaron conciertos como el quito fest con bandas internacionales y pues tuvieron bastante acogida 	<ul style="list-style-type: none"> • se realizaban rituales y debido a hallazgos que hubo si no me equivoco en el noventa y siete de asume que es un lugar de descanso para los muertos o para los rituales funerarios antiguos y claro también está la parte de las plantas medicinales que puedes decir es un gran atributo para los antiguos curanderos. • las estatuas de animales nativos del país, las pequeñas lagunas los juegos de niños, ah y el mirado • ...pero hay que apreciar mucho la plaza, talvez no sea lo que dirige la mirada de la gente al llegar aquí tanto como el palacio, pero es nuestro legado y su historia es muy interesante • la cantidad de eventos que se realizan aquí la mayoría del año hay algo de interés ocurriendo en el parque.
--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • la historia del parque da para mucho contenido educativo y se debería promover más.
Interés infantil (II)	<ul style="list-style-type: none"> • Podemos encontrar infraestructuras tanto para niños como para adultos • Ahora podemos ver una normalidad y es más acudido tenemos familias que vienen tenemos tours, es una gran localidad turística para apreciar esta joya que tenemos dentro de la ciudad. • He tenido el placer de conocer varias familias que se han enamorado completamente de parque porque pueden disfrutar de cada uno de los juegos que se prestan y están adecuados para los niños, tenemos ruedas, toboganes, resbaladeras, esculturas para escalar. • Cada persona que llega, cada niño se queda enamorado del 	<ul style="list-style-type: none"> • al menos en términos turísticos, incluso el último año se ha normalizado completamente las visitas al parque, puedes ver familias, jóvenes niños incluso del área cercana visitando, claro que ha ayudado mucho • Bueno, cada parque diría que tiene el mismo nivel de apelación hacia los niños, realmente depende más de los padres el interés infantil en mi opinión, en este caso especial creo que talvez no he visto tantos niños también como mencione los eventos que se realizan no son enfocados en el público infantil • Igualmente, en el valor de entretenimiento, no es tan alto y si creo que se podría hacer más eventos para niños porque

	<p>parque y quisieran quedarse todo el día.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pero en cuestión a eventos para niños, no, del único que escuche y no hubo mucha promoción fue de una feria del libro años atrás 	<p>mayormente el parque podría considerarse un lugar de aprendizaje, podrían hacerse tours interactivos, con la botánica incluso sería cuestión de visibilizar más todo esto.</p>
<p>Promoción turística (PT)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ...recae bastante interés por poblaciones antiguas que conocían un poco y consideraban una zona mayormente espiritual. • He visto bastante publicidad para serte sincero, de hecho, se han realizado muchos eventos en los espacios verdes 	<ul style="list-style-type: none"> • Creo que es bueno el nivel, pero para conciertos, para el resto de eventos es normal lo que se esperaría de un museo y creo que se podría mejorar mucho, como hablábamos antes de la entrevista me gustaría mucho ver tu producto, es importante llamar la atención de todos los públicos

Tabla N°1 Categorización

Triangulación

Cualidades Turísticas (CT)

Tomando en cuenta las respuestas de los actores clave, podemos decir que el parque Itchimbia es mayormente turístico debido a sus estructuras y a los eventos que se realizan constantemente alrededor del año, también una gran parte de su atractivo es la botánica encontrada en el palacio de cristal.

También como menciona el actor clave 2, el legado histórico del Itchimbia es una gran parte del atractivo para ciertos grupos sociales y el análisis educativo de esta historia es cercano al de un museo lo cual atrae el turismo histórico.

Como mencionan ambos actores clave, podemos ver que el turismo actual se ha recuperado y ha sido por mayor parte debido a los eventos musicales que han tomado lugar en los campos verdes del parque lo cual igualmente aporta al turismo cultural como menciona (Gelosi, 2019) "...una subcategoría del turismo cultural. Si bien los turistas que practican esta modalidad de viaje tienen como principal motivación la asistencia a festivales musicales, también buscan conocer otros aspectos culturales del destino como visitar sitios icónicos y vincularse con la comunidad local." (pág. 9.)

Interés infantil (II)

En término de infraestructuras como menciona actor clave 1, el parque se encuentra equipado con juegos interactivos y convencionales como toboganes, resbaladeras, espacio para deportes varios.

Partiendo de la premisa de que los niños participan en las actividades turísticas y por tanto son consumidores de los productos y servicios turísticos –ya sean exclusivamente dirigidos o adecuados para ellos, ya sea viajando en familia o a través del turismo pedagógico (junto a docentes y compañeros), y también en grupos de la misma edad, como en campamentos de verano y campamentos: está claro que también juegan un papel social (Sayuri, 2013, pág. 5)

A pesar de esto podemos ver que la motivación según ambos actores clave para el turismo infantil es motivada mayormente por los padres y no se hace un énfasis en el aprendizaje sino es un turismo genérico, solo de ocio, como mencionan ambos

actores clave sería beneficioso aprovechar el legado del parque para actividades educativas como tours o más ferias de libros infantiles mejor promocionadas.

Promoción turística (PT)

Según actor clave 1, existe una promoción turística específica mediante el legado indígena que existe en el parque que es principalmente la plaza Intihuatana, la cual se podría considerar un lugar de culto para esta etnicidad, lamentablemente la población actual alrededor del parque es minoritariamente de este grupo social.

También actor clave 2 nos menciona la popularidad que ha conseguido el parque en general debido a los constantes eventos musicales que se realizan en los campos verdes lo cual atrae mayoritariamente público adolescente y adulto, también se menciona de ambos actores como la mayor publicidad se realiza sobre estos eventos y se ha perdido un poco el enfoque en los atractivos turísticos en sí del propio parque señalizando de alguna forma una necesidad de exposición más pronunciada para esto, “las actuaciones sobre el patrimonio histórico y la cultura y su incidencia en objetivos de desarrollo turístico vienen a reafirmar la necesidad de una gestión integral, con la finalidad de actuar globalmente en los intereses de una marca urbana” (Vera & Linares, 1995, pág. 163).

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“En el presente capítulo del trabajo de investigación se desarrollan las conclusiones y recomendaciones obtenidas al emplear la técnica de recolección de información cualitativa” (Moreira & Fuentes, 2021, pág. 87). Estas conclusiones se consiguen mediante la técnica de entrevista a dos actores clave para la realización del producto animado 2D enfocado en el parque Itchimbia con el público infantil como prioridad.

Conclusiones

A continuación, planteamos las conclusiones para poder dar pauta al cumplimiento de nuestros propósitos específicos

- En referencia al primer propósito, gracias a las entrevistas de nuestros actores clave se facilitó la selección de fondos, fotografías de locaciones, diseños y finalmente la animación dirigida a nuestro target, además del contenido visual se ha tomado en cuenta el guion para la narración de nuestro producto la cual busca acertar históricamente y socialmente con ayuda de los entrevistados, de acuerdo a temas clave como la influencia adulta en el turismo infantil, la necesidad de más eventos infantiles, los atractivos turísticos clave y el conocimiento general del parque.
- Correspondiendo al segundo propósito, se estableció el proceso de pre-producción mediante una carpeta de producción, storyboard, guion y tests de animación en el software after effects, mediante las guías encontradas gracias a las entrevistas en el primer propósito y así optimizando la pre-producción, también se realizó una paleta de colores, selección de tipografía para máxima accesibilidad a nuestro público.
- En base al tercer propósito en nuestra investigación se realiza la producción del producto audiovisual mediante la carpeta de pre-producción, se utiliza un estilo de animación con temática de libro de cuentos, en el cual se visualiza una promoción turística de la cultura para niños, los niños con sus padre y

los atractivos clave siendo el centro de atención, también en esta etapa se graba el audio de nuestra narración la cual es una herramienta importante al entendimiento completo del producto, se realiza el movimiento de personajes y las expresiones en cada ilustración de los mismos, también se implementan los movimientos de todos los objetivos en escena inspirado en libros interactivos, los fondos son basados en fotografías tomadas para esta investigación las cuales son digitalizadas a mano y transformadas en pinturas ambientando la narrativa de nuestro producto.

- En nuestro cuarto propósito se logró el proceso de post producción, el cual implicó la limpieza y optimización de la animación en el software after effects, masterización de audios narrativos mediante el software adobe audition, implementación de subtítulos para mejor accesibilidad, colorización del producto para retener la atención del público, también se realiza la exportación del producto en 1920x1080 píxeles en 25 fotogramas por segundo para la plataforma de youtube.
- Nuestro quinto propósito trata de establecer una agenda de publicación para nuestro producto de animación, se crea también un canal de youtube específico para nuestro producto ya que será la prioridad del canal y finalmente la subida de nuestro producto a la plataforma.

Recomendaciones

Según nuestras conclusiones especificadas en la parte anterior procedemos a plantear las recomendaciones.

- Se recomienda a los productores audiovisuales tener en cuenta el contexto social del tema que se va a abordar en un proyecto de producto, esto engrandece la riqueza cultural del mismo y el nivel de asociación que puede llegar a tener nuestro público, en nuestro caso la historia contada por el narrador ayuda a prolongar de alguna manera la historia tomando también un lugar en la propagación de cultura popular.

- Se recomienda a los productores audiovisuales utilizar más herramientas de animación como herramientas narrativas, independientemente del público o target la animación ha demostrado ser un lenguaje audiovisual poderoso, aumentando la inmersión en multitud de temas que de otra manera no atraerían atención del público general, también vuelve la información más accesible y fácil de digerir.

- Se les recomienda a las autoridades gestoras de parques y patrimonio de local a promocionar de manera más amplia sus eventos y legado, la inclusión de capsulas publicitarias, videos e incluso música pueden ser una herramienta muy útil para atraer interés en la historia de quito.

- Se le recomienda a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a incentivar la creación de productos animados los requieren el mismo o mayor trabajo que una producción audiovisual tradicional y que ayudan a los estudiantes a entrar en competencias creativas amplias como son la industria de la animación internacional, poniendo a relucir más de nuestra cultura en este campo mundial.

Bibliografía

- Botella. (2018). *“Preproducción, producción y. GANDIA: Escuela politecnica superior de Gandia. Obtenido de*
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110416/Botella%20-%20Pre-producci%c3%b3n%2c%20producci%c3%b3n%20y%20postproducci%c3%b3n%20de%20un%20perfil%20audiovisual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Buhalls, Gallego, Mata, Navarro, Osorio, Pedro, . . . Ruiz. (s.f.). *Introducción al Turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo. Obtenido de
<http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). *ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL TERRITORIO ECUATORIANO*.
- Campos. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. Universidad La Salle Pachuca. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Castillo, & Castaño. (2015). *Manual metodologico de apoyo para la formulaciòn de los planes parciales*. Universidad Católica de Pereira.
- Chacón, T. N. (Enero de 2012). *Tesis de grado presentado como requisito para la obtención del*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1421/1/102311.pdf>
- Correa, E. (08 de enero de 2018). *Repositorio USFQ*. Obtenido de
<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7293/1/136274.pdf>
- Cresswell, J. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Garcia, & Guerrero. (2006). *Indicadores de sustentabilidad ambiental en la gestión de espacios verdes*. Tandil: Revista de geografía Norte Grande.
- Gelosi, F. (2019). *Un análisis de la oferta y demanda local de viajes a festivales internacionales d emusica electronica*. Obtenido de

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/116642/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, N. (s.f). Obtenido de

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46979250/ensayo_naomi-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1656656045&Signature=OsnU9Kr-Ag6yuAneO5Ku3lOtyLPnsmv0cB-4YK1Obmt1dutjSG-LJImQDwEWt9ZPLUOxgLCNOkb8FvnhA0ivAjR5MX~8u0uptHFjh2uKKT6Ta5GTOAUuhTIYZZ~DiVc--4GCfklr6cCxBIG

Jara. (2021). *Enseñanza de saberes tradicionales en dos asociaciones de mujeres bonaverenses*. Manizales: Universidad Católica de Manizales. Obtenido de https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/3308/1/Ense%c3%b1anza_saberes_tradicionales_dos_asociaciones_mujeres_bonaverenses.pdf

Keever, V., MárquezGonzález, Zurita-Cruz, & Novales, M. (2018). *El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones*.

Lopezosa. (Mayo 2020). Entrevistas semiestructuradas con Nvivo. 4.

Luis, A. G. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>

Molineros, R. (2020). *Parque Histórico Guayaquil: un derecho cultural*. Guayaquil: UNIVERSIDAD DE LAS ARTES. Obtenido de <https://dspace.uartes.edu.ec/bitstream/123456789/740/1/Tesis%20Roxana%20Betsabe%20Molineros%20Faubla.pdf>

Moreira, & Fuentes. (2021). *Elaboración de un webtoon sobre los acontecimientos de radio Quito en 1949. Caso: La guerra de los mundos - Orson Welles*. Quito: Universidad Iberoamericana del Ecuador.

OMS. (2011). Triple Billions: targeting a better future. *World health Organization*. Obtenido de <https://www.who.int/data/stories/triple-billions-targeting-a-better-future>

- OMT. (2022). *Compendium of Tourism Statistics, Data 2016 – 2020, 2022 Edition*. OMT. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423583>
- Paivio. (1986). *A Dual Coding Perspective on Encoding Processes*. Springer-Verlag. Obtenido de 293122002014-with-cover-page-v2.pdf
- Santana. (2020). *Bases de la investigación cualitativa, técnica y procedimientos para desarrollar la*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Isaias-Santana-3/publication/339786195_Bases_de_la_investigacion_cualitativa_tecnica_y_procedimientos_para_desarrollar_la_teor%C3%ADa_fundamentada/links/5e659007a6fdcc37dd11cc18/Bases-de-la-investigacion-cualitativa-tecnica
- Sayuri. (2013). *Tourism for children:a conceptual proposal*. Revista UFPR.
- Schnotz, W. (1999). *Aprendizaje Multimedia desde una Perspectiva Cognitiva*. Universidad de Koblenz-Landau. Obtenido de <https://revistas.um.es/redu/article/download/20011/19381?inline=1>
- Vera, J. F., & Linares, J. M. (1995). *TURISMO Y PATRIMONIO HISTÓRICO Y CULTURAL*. Instituto de Estudios Turísticos.

ANEXOS

Validación de instrumento

Quito, D.M. 24 de noviembre de 2022

Mgst. Dioni Villalobos

Presente. -

Me dirijo a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente instrumento que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: VIDEO ANIMADO EN 2D PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PARQUE ITCHIMBÍA DIRIGIDO A NIÑOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE, el cual será presentado como Trabajo de Titulación para optar al grado de Producción para Medios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E.

Los objetivos del estudio son:

Objetivo General:

- Realización de un video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.

Objetivos Específicos:

- Seleccionar contenidos literarios, audiovisuales o entrevistas con respecto al video animado al video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube
- Establecer el proceso de preproducción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube utilizando los contenidos gráficos e audiovisuales encontrados.
- Desarrollar el proceso de producción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube a través de la animación por secuencias mediante el software after effects.

- Ejecutar el proceso de post producción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube por medio de la plataforma adobe premiere, donde se ajustará el color y la música del proyecto.
- Establecer una agenda de difusión del producto final mediante plataformas de redes sociales.



GUIÓN DE ENTREVISTAS PARA VIDEO ANIMADO EN 2D PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PARQUE ITCHIMBÍA DIRIGIDO A NIÑOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE.

Objetivo del instrumento: Las preguntas planteadas a continuación tienen como objetivo ser expuestas y respondidas por el actor clave Daniel Villacis Historiador Quiteño, dando como resultado la recopilación de información necesaria para el posterior desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Instrucciones: A continuación, se encuentra un listado de 10 preguntas relacionadas con la realización de video animado en 2d para la promoción de los atractivos turísticos del parque itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de youtube, las cuales deben ser respondidas en orden esperando el correcto desarrollo de cada una de ellas:

#	PREGUNTAS
1	¿Qué tipo de historia general conocemos en este sector (parque Itchimbía)?
2	¿Porque la ubicación geográfica del parque?
3	¿Qué tipo de estructuras podemos encontrar en el parque?
4	¿Qué tipo de estructuras podemos encontrar en el parque?
5	¿Cuáles para usted serían las cualidades más turísticas del parque y porque?
6	¿Cómo ha visto usted el turismo en el último año, con la recuperación post pandemia?
7	¿Qué tanta popularidad cree que tiene el parque con el público infantil?

8	¿Cuánto valor de entretenimiento cree usted que aporta al público infantil?
9	¿Qué cree usted sería más llamativo en un producto animado sobre el parque Itchimbia?
10	¿Qué cree usted que se debería enfatizar en un producto animado sobre el parque itchimbia?

CRITERIOS	APRECIACION CALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
1. Temática				
2. Contenido				
3. Formato				
4. Estilo				
5. Originalidad				
6. Calidad de la animación				
7. Calidad de la música				
8. Calidad de la voz				
9. Calidad de la edición				
10. Calidad de la producción				

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Con estas preguntas se aborda la Subjetividad
que quien comprende esa realidad ó fenómeno.

Observaciones:

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
	1	X		X		X		X		X		
2	✓		X		X		X		X			
3	X		X		X		X		X			
4	X		X		X		X		X		X	
5	X		X		X		X		X			
6	X		X		X		X		X			
7	✓		✓		✓		✓		✓			
8	X		✓		✓		✓		✓			
9	✓		✓		✓		✓		✓			
10	X		✓		✓		✓		✓			

Apreciación cualitativa:

Para obtener un mejor resultado en la aplicación del instrumento hay que evaluar las
Hímanos.

Observaciones:

Validado por: Magst. Karina Tiburón

Profesión: Magister en Gestión y Desarrollo

Cargo que desempeña: Docente

Firma: [Firma manuscrita]

Fecha: 25 de noviembre

Jorge Flores

Quito, D.M. 24 de noviembre de 2022

Mgst. Karina Tituaña

Presente. -

Me dirijo a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente instrumento que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: VIDEO ANIMADO EN 2D PARA LA PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PARQUE ITCHIMBÍA DIRIGIDO A NIÑOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE YOUTUBE, el cual será presentado como Trabajo de Titulación para optar al grado de Producción para Medios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E.

Los objetivos del estudio son:

Objetivo General:

- Realización de un video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.

Objetivos Específicos:

- Seleccionar contenidos literarios, audiovisuales o entrevistas con respecto al video animado al video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube
- Establecer el proceso de preproducción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube utilizando los contenidos gráficos e audiovisuales encontrados.
- Desarrollar el proceso de producción del video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbía dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube a través de la animación por secuencias mediante el software after effects.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1		X	X			X				X		Analizar "historia general"
2												
3												
4						X		X		X		"calidades" Atrachivos
5		X	X			X		X		X		Reparar la redacción.
6		X	X									
7		X	X			X		X		X		Valor de cabotaje.
8												
9												
10												

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por: Dr. D. on. Villalobos

Profesión: Docente en Educación

Cargo que desempeña: Docente - Investigador

Firma: 

Fecha: 25/11/2022

ANEXO 2
Guion de entrevista

#	PREGUNTAS
1	¿Qué tipo de historia general conocemos en este sector (parque Itchimbia)?
2	¿Por qué la ubicación geográfica del parque?
3	¿Qué tipo de estructuras podemos encontrar en el parque?
4	¿Cuáles para usted serían las cualidades más turísticas del parque y por qué?
5	¿Cómo ha visto usted el turismo en el último año, con la recuperación post pandemia?
6	¿Qué tanta popularidad cree que tiene el parque con el público infantil?
7	¿Cuánto valor de entretenimiento cree usted que aporta al público infantil?
8	¿Cómo considera el nivel de promoción del parque Itchimbia en redes sociales?

ANEXO 3
Transcripción de entrevistas

Entrevista 1, Julio Hernández

¿Qué tipo de historia general conocemos en este sector (parque Itchimbia)?

Pues básicamente el parque Itchimbia fue construido por razones espirituales, recae bastante interés por poblaciones nativas que conocían un poco y consideraban una zona mayormente espiritual.

Se presta como un pedazo de campo abierto dentro de la cumbre de una montaña donde se puede crear infraestructuras que nos ayudan a generar el turismo.

Se adaptó para crear la primera botánica de Quito, tenemos también el mirador, por la locación de la montaña tenemos una vista panorámica importante desde la que podemos apreciar la ruta viva incluso.

¿Que podrías decirme de las cualidades turísticas del parque?

Podemos encontrar infraestructuras tanto para niños como para adultos, tenemos juegos para niños también un pequeño parque ubicado a las mascotas, increíbles, impresionantes, muy bien cuidadas, todo esto es un conjunto de cosas que ayuda al turismo.

Así mismo tenemos el palacio de Cristal, el cual es algo interesante, da gusto verlo, recorrerlo, también tenemos algunas estatuas adornando el parque y como mencionaba tenemos un mirador increíble en el que se puede apreciar la naturaleza, muy bonito.

¿Cómo haz visto la recuperación del turismo en el parque Itchimbia después de la pandemia?

Pues vaya, tuvimos golpes muy fuertes con las restricciones, el acercamiento, teníamos que estar a dos metros y pues estar en los parques no estaba tan permitido.

Ahora podemos ver una normalidad y es más acudido, tenemos muchas familias que vienen a nuestros tours, es una gran localidad turística para apreciar esta joya que tenemos dentro de la ciudad.

¿Qué tanta popularidad tiene con los niños este parque? ¿qué tanto entretenimiento aporta?

He tenido el placer de conocer varias familias que se han enamorado completamente de parque porque pueden disfrutar de cada uno de los juegos que se prestan y están adecuados para los niños, tenemos ruedas, toboganes, resbaladeras, esculturas para escalar.

Como lo decía anteriormente está muy buen cuidado y se puede disfrutar de una manera sana.

Cada persona que llega, cada niño se queda enamorado del parque y quisieran quedarse todo el día.

¿Cuál crees que es el nivel de promoción en redes sociales del parque Itchimbia?

He visto bastante publicidad para ser sincero, de hecho, se han realizado muchos eventos en los espacios verdes, también se realizaron conciertos como elquito fest con bandas internacionales y pues tuvieron bastante acogida, yo recuerdo que hubo un evento en el que la gente paso dos o tres días en el parque continuando una fiesta, creo que eso ha promovido la publicidad y movimiento.

Pero en cuestión a eventos para niños, no, del único que escuche y no hubo mucha promoción fue de una feria del libro años atrás, pero parece que no tuvo tanta acogida.

Entrevista 2, Ricardo Tapia

¿Qué tipo de historia general conocemos en este sector (parque Itchimbia)?

Bueno, sabemos que la historia del Itchimbia es muy amplia e incluso vienes mucho antes de la colonización, la loma del Itchimbia era muy famosa para la recolección de plantas medicinales de ahí viene el nombre la botica de quito.

El sector en si fue considerado de interés espiritual por eso se construye la plaza Intihuatana, la cual fue el centro de atención del parque hasta la llegada del palacio de cristal el cual viene hace más o menos en los mil ochocientos noventa y algo el cual es construido con partes importadas de Alemania.

¿Por qué la ubicación geográfica del parque?, ¿Qué tipo de estructuras podemos encontrar en el parque?

Más que la ubicación del parque podría hablarte de la fijación indígena con este lugar, se entiende que fue un lugar espiritual al estar cerca del sol, se realizaban rituales y debido a hallazgos que hubo si no me equivoco en el noventa y siete de asume que es un lugar de descanso para los muertos o para los rituales antiguos antiguos y claro también está la parte de las plantas medicinales que puedes decir es un gran atributo para los antiguos curanderos.

Ahora de las estructuras que existían queda la plaza Intihuatana, modernamente se fue aumentando el palacio como mencione antes, las estatuas de animales nativos del país, las pequeñas lagunas los juegos de niños, ah y el mirador el que es también algo reciente.

¿Cuáles para usted serían las cualidades más turísticas del parque y por qué?

La verdad me gusta mucho el palacio de cristal que funciona también como una botánica, aunque la verdad ha sido una construcción invasiva de cierta forma siendo traída desde Europa y ensamblada aquí el parque no sería lo mismo sin esto, pero hay que apreciar mucho la plaza, talvez no sea lo que dirige la mirada de la gente al llegar aquí tanto como el palacio, pero es nuestro legado y su historia es muy interesante

¿Cómo ha visto usted el turismo en el último año, con la recuperación post pandemia?

Me imagino que te refieres específicamente al turismo en el parque, yo creo que estamos al día de hoy al menos en una normalidad completa al menos en términos turísticos, incluso el último año se ha normalizado completamente las visitas al parque, puedes ver familias, jóvenes niños incluso, del área cercana visitando, claro que ha ayudado mucho la cantidad de eventos que se realizan aquí la mayoría del año hay algo de interés ocurriendo en el parque.

¿Qué tanta popularidad cree que tiene el parque con el público infantil?, ¿Cuánto valor de entretenimiento cree usted que aporta al público infantil?

Bueno, cada parque diría que tiene el mismo nivel de apelación hacia los niños, realmente depende más de los padres el interés infantil en mi opinión, en este caso especial creo que talvez no he visto tantos niños también como mencione los eventos que se realizan no son enfocados en el público infantil al menos no los eventos más populares así que en comparación podríamos decir con parques como la carolina no hay tantos eventos para toda la familia necesariamente.

Igualmente, en el valor de entretenimiento, no es tan alto y si creo que se podría hacer más eventos para niños porque mayormente el parque podría considerarse

un lugar de aprendizaje, podrían hacerse tours interactivos, con la botánica incluso sería cuestión de visibilizar más todo esto.

¿Cómo considera el nivel de promoción del parque Itchimbia en redes sociales?

Creo que es bueno el nivel, pero para conciertos, para el resto de eventos es normal lo que se esperaría de un museo y creo que se podría mejorar mucho, como hablábamos antes de la entrevista me gustaría mucho ver tu producto, es importante llamar la atención de todos los públicos y de verdad la historia del parque da para mucho contenido educativo y se debería promover más.

ANEXO4
Carpeta de Producción



Legado Natural
ITCHIMBIA
UNA VENTANA A NUESTRA HISTORIA

CONTENIDO

Tema, Sinopsis

Personajes

Locaciones

Storyboard

Producción



Piromedia es una productora independiente especializada en la realización de productos audiovisuales animados creada por Jorge Flores.

Buscamos cambiar la percepción de la animación ecuatoriana y motivar a la producción de esto.

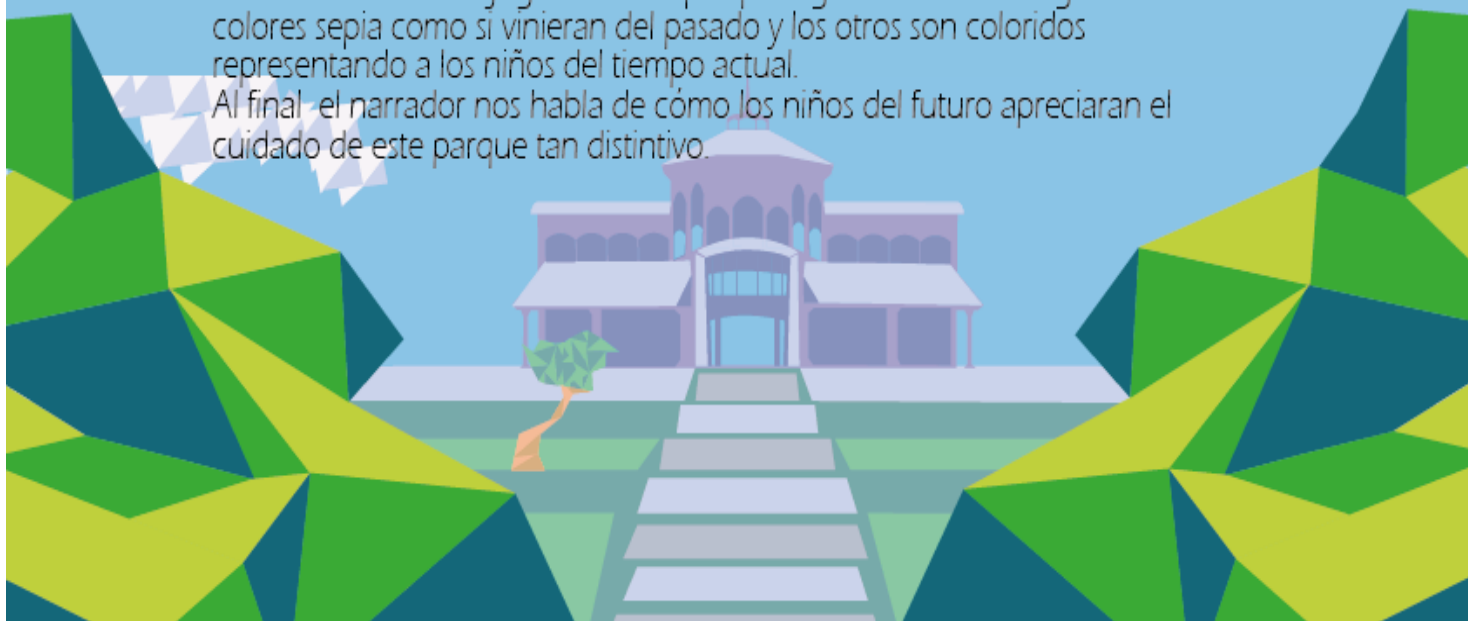
Video animado en 2D para la promoción de los atractivos turísticos del parque Itchimbia dirigido a niños a través de la plataforma de YouTube.

SINOPSIS

En un día soleado en el medio del parque itchimbia escuchamos una voz omnipresente, mientras la voz nos explica un poco de la historia del parque itchimbia, saltamos en el tiempo viendo la construcción del palacio de cristal, regresamos al tiempo presente en donde observamos la plaza intihuatana y otros atractivos del parque, mientras el narrador nos habla de la importancia de nuestro legado ecuatoriano.

Observamos a niños jugando en el parque algunos tienen una gama de colores sepia como si vinieran del pasado y los otros son coloridos representando a los niños del tiempo actual.

Al final el narrador nos habla de cómo los niños del futuro apreciarán el cuidado de este parque tan distintivo.



PERSONAJES

Diseño de personaje:

Juan y Sofia



Los personajes tendran un modelo estandard, sera un total de 4 niños y los adultos se representaran como sombras.

Esto se debe a nuestro enfoque infantil ya que se les dara prioridad a estos diseños.

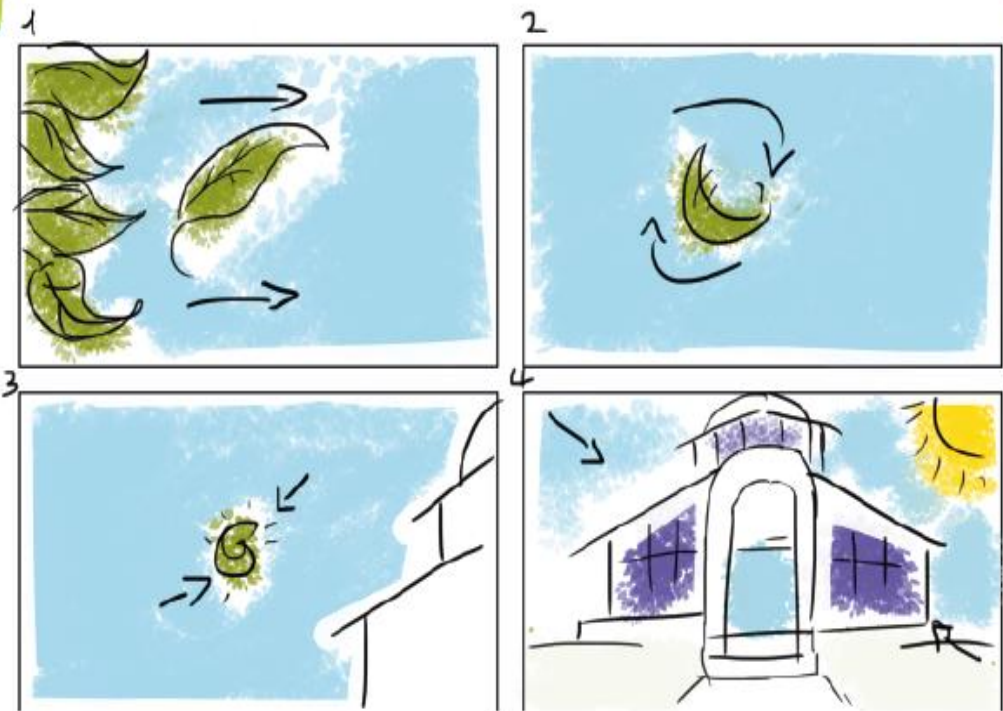
LOCACIONES

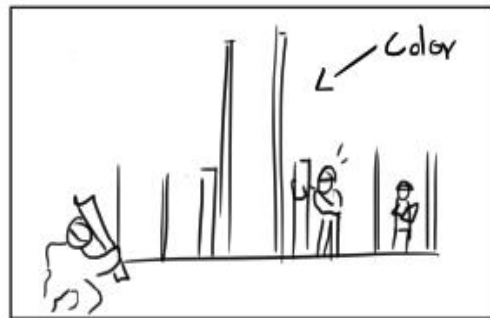
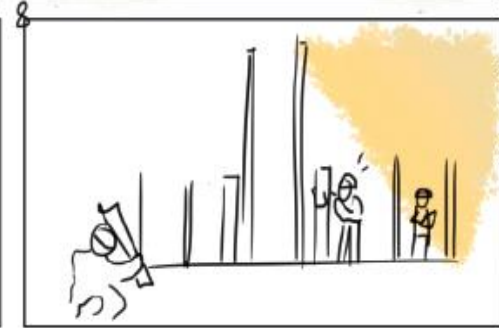
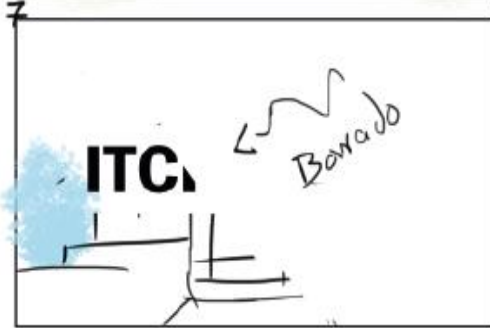


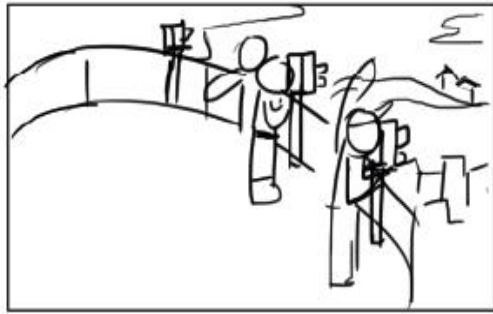
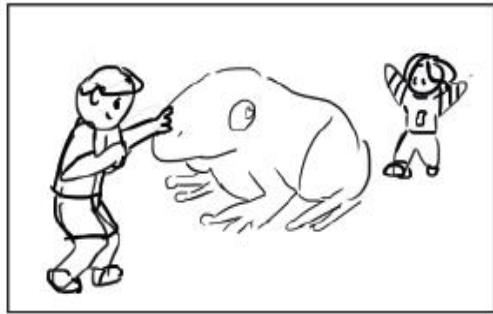
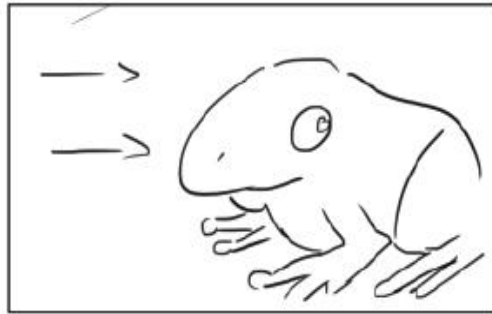
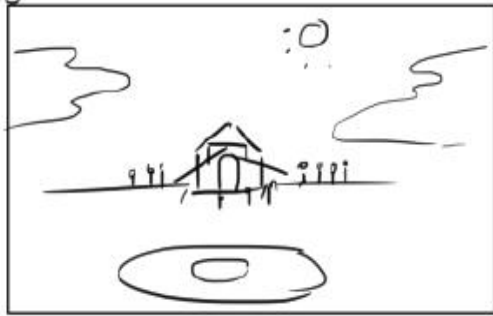
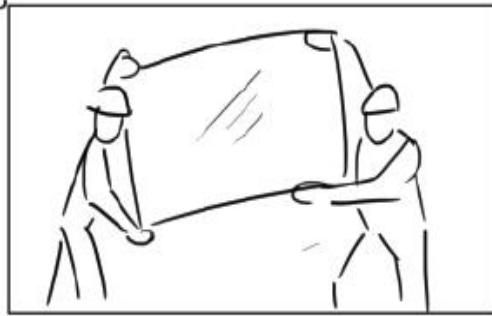
Todas nuestras locaciones son parte del parque Itchimbia, siendo nuestro producto un video promocional nos enfocaremos en los atractivos turisticos generales y tambien en los juegos infantiles

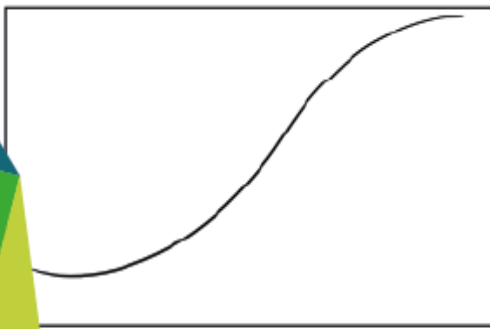
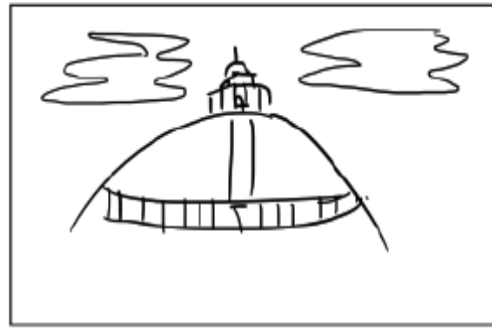
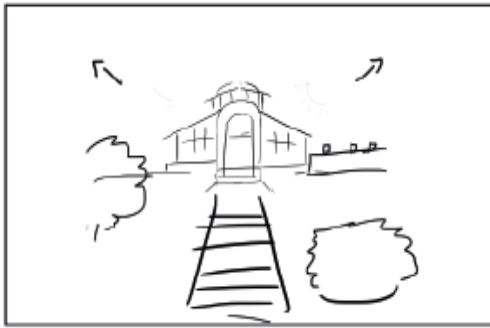
Con esto buscamos dar una identidad prominente al parque.

STORYBOARD









PRODUCCIÓN



En el tema de producción la parte fundamental de una animación 2d es el diseño digital de los personajes, fondos, etc.

Tenemos también la parte de animación que será realizada en Adobe After Effects.



Tenemos también correspondiente a la sonoridad: la actuación de voz, correspondiente al narrador y la banda sonora de nuestro producto.