

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

**PROPUESTA DE MODELO PARA LA
ELABORACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL Y
MULTIMEDIA DENTRO DE LA PUBLICACIÓN
DIGITAL 'ALL YOU NEED IS ECUADOR'**

Autor.-

Rafael Ángel Remache Zambrano

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación
Audiovisual y Multimedia.

Guayaquil, Enero del 2016.

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

Subtítulo:

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Autor.-

Rafael Ángel Remache Zambrano

Equipo de Trabajo
Enrique Rojas
Andrés Sosa

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación
Audiovisual y Multimedia.

Guayaquil, Enero del 2016.

Abstract

El 27 de Noviembre del 2015 fue lanzado oficialmente el “Archivo Digital de Comunicación The Case”, una publicación digital web que año a año expondrá las campañas ecuatorianas más relevantes la campaña All You Need Is Ecuador. Este modelo para la elaboración de contenido audiovisual y multimedia, se centra en dar a conocer las especificaciones indispensables para la correcta inserción y visualización del contenido recopilado y producido para la publicación digital “The Case”. Así como los distintos soportes y formatos que existen de publicaciones digitales para entender las ventajas y desventajas de cada uno al momento de insertar contenido multimedia.

La investigación realizada es netamente cualitativa, cuyas técnicas y herramientas permitieron realizar una evaluación a los distintos aspectos que conforman el tema de contenido audiovisual y multimedia, entre ellos la identificación, producción, adaptación y organización de archivos imagen, audio y video, dentro de una publicación digital con formato de página web.

Los resultados de esta investigación, muestran información sobre las tendencias, tipos de compresión, formatos utilizados para elaborar archivos, así también recomendaciones para su inserción sin afectar el diseño y velocidad de visualización en línea de la publicación digital, la misma que expone la campaña de promoción turística All You Need Is Ecuador desde el proceso de creación hasta su difusión y resultados.

La finalidad es lograr una publicación digital que cumpla con los estándares en cuanto a calidad en contenido, velocidad de carga de archivos, y adaptabilidad a la pantalla de cualquier dispositivo móvil o fijo, los mismos que proporcionarán una excelente experiencia por parte del usuario.

Contenido

Abstract	2
Resumen del Proyecto Grupal	5
Introducción.....	5
La campaña de promoción turística All You Need Is Ecuador	5
Las publicaciones digitales como medio de información	6
Tipos de publicaciones digitales.....	8
El contenido audiovisual y multimedia en la comunicación	10
Tendencias en ámbitos nacionales e internacionales	12
Viabilidad y utilidad de proyecto.....	13
Detalles del proyecto	14
Objetivo General del proyecto.....	14
Actores	14
Objetivo General de Investigación	15
Objetivos Específicos de Investigación	15
Resultados.....	16
Conclusiones estratégicas	17
Cronograma.....	18
Presupuesto.....	18
Auspicios	19
Evaluación Individual	23
Diseño metodológico.....	23
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos	23
Muestra.....	24
Técnicas	24
Herramientas de investigación.....	24
Resultados de la evaluación.....	25
Conclusiones y recomendaciones de la evaluación.....	27
Reflexión Personal	28
Bibliografía.....	30
Anexos.....	32

Resumen del Proyecto Grupal

Introducción

La campaña de promoción turística *All You Need Is Ecuador*

Según la página oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador (2014), hasta el 2013 no aconteció una producción de mercados en toda la historia de su promoción turística, que haya generado mayor cantidad de impactos, trascendencia y alcance mundial como la de *All You Need Is Ecuador*. Se la cataloga también como una de las campañas que mayor inversión tuvo que desembolsar el gobierno ecuatoriano para cubrir gastos publicitarios como de producción y difusión.

Ante la escasez de proyectos que impulsen no sólo el turismo interno en el país, sino más bien atraer ingresos y lograr la adhesión de los mayoristas turísticos del extranjero, se crea la campaña dirigida a turistas nivel mundial. *All You Need Is Ecuador* pone al país en la mira de potenciales turistas, agencias y mayoristas internacionales, medios de comunicación especializados; en la escena turística mundial, que oferta cada uno de los Cuatro Mundos: Galápagos, Costa del Pacífico, Andes y Amazonía.

Dentro del alcance que tuvo el Ministerio de Turismo estuvieron operadores de turismo internacional, agencias de servicios turísticos y el involucramiento de todos los ecuatorianos. La campaña de comunicación

estratégica enfocada al grupo objetivo, fortaleció también la campaña madre de promoción del país al mundo, que se cataloga como un caso de éxito que llega directamente a los segmentos clave del turismo mundial.

El objetivo propuesto con la campaña promocional *All You Need Is Ecuador*, fue impactar a nivel mundial y situar a Ecuador como un destino turístico que lo tiene todo en una sola nación y tan cerca. La campaña alcanzó los 450 millones de personas quienes recibieron el mensaje, y los resultados se vieron con los 1.500.241 turistas extranjeros que ingresaron a Ecuador a finales del 2014 logrando un récord histórico en la cifra de visitantes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

Cada estrategia tomada por el Ministerio de Turismo y las agencias involucradas, fueron enfocadas a generar difusión en medios de comunicación y crear un vínculo para reforzar el reconocimiento del país como potencial turístico. Es por el éxito alcanzado y todo el trabajo que hubo detrás, que se ha elegido esta campaña como un gran referente para profesionales y estudiantes en áreas relacionadas a la comunicación para ser detallada y analizada en la publicación digital.

Las publicaciones digitales como medio de información

Los avances en la tecnología han ayudado de manera directa en los procesos de información en todo el mundo. Es así que una

persona “mediante el desarrollo tecnológico, provisto básicamente por el desarrollo de las comunicaciones y la informática, y echando mano, como herramienta, de la digitalización, hoy en día puede tener acceso a cantidades insospechadas de información y conocimiento” (Zapata, 2014).

El término “publicación digital” se refiere al acopio y distribución de información mediante el uso de la comunicación electrónica. Surge como un intento para diferenciar la información contenida en papel de aquella producida en la computadora (Travieso, 2003). Dicha información puede estar en distintos formatos, como imágenes, audio, video o texto, es por eso que la posibilidad de almacenarla y difundirla en un mismo medio, se torna indispensable, y es aquí, donde las publicaciones digitales toman protagonismo.

Rivera (2008) señala que los responsables de la producción de fuentes de lecturas, escritores, editores y proveedores de información han tenido que adaptarse a los cambios, en procesos de producción, difusión y legitimación de la información para abrir nuevos espacios en versiones digitales. Dada esta situación, la idea de apostar por las publicaciones digitales se ha vuelto algo recurrente en los últimos años.

Las publicaciones digitales utilizan conceptos de las versiones impresas como: organización, presentación y estructura de la información, sumado a características del formato digital que permiten manipular la información acorde a los gustos y necesidades del usuario (Rivera, 2008). Una publicación digital puede ser independiente a una versión impresa, es decir, que no, necesariamente, tiene que existir en un formato en papel para que también esté en digital. Sin embargo, existen publicaciones digitales que tienen antecedentes como medio impreso.

En la actualidad es indispensable para el usuario y el publicador disponer de una herramienta que cuente con “espacio mínimo, portabilidad, material no alterable por el paso del tiempo, facilidad y economía de distribución, entre otras” (Travieso, 2003), para poder adquirir o transmitir información, y las publicaciones digitales se adaptan perfectamente a estas necesidades.

Tipos de publicaciones digitales

Una publicación digital depende tanto del soporte en que está montada como del formato que se elija para su creación. En la actualidad los soportes fijos como el CD y el DVD han sido reemplazados casi en su totalidad por el soporte en línea, que supera ampliamente el alcance que pueda tener una publicación digital gracias al internet. “Al utilizar el internet como soporte es necesario adecuar el tamaño de la publicación, para que su visualización por red no sea muy lenta” (Ordoñez, 2005) es por esto que el manejo de contenido

por parte del publicador, debe ser comprimido lo suficiente para que el usuario disponga de la información sin inconvenientes.

Como indica Ordoñez (2005), “el formato de una publicación digital es la forma en que se representa la información, por ejemplo un archivo de texto, un archivo PDF, una página electrónica en HTML o XML, entre otros”, además la combinación de varios de estos formatos le brinda más interactividad a la información contenida en la misma. Lo que hace que resulte una experiencia atractiva y variada al tener la posibilidad de incluir texto, audio, video y código HTML5.

Para la creación de publicaciones digitales en línea es importante conocer el tratamiento adecuado que se debe dar a los archivos que integrarán la publicación, es por esto que se utilizan métodos de compresión como los archivos de audio mp3, o las imágenes JPG, para obtener archivos que cuenten con el tamaño adecuado y la calidad suficiente para ser presentados en línea. Las distintas formas de compresión en “archivos de audio, imagen y video, aunados a la incorporación de gráficos vectoriales, hicieron posible la introducción de una tecnología multimedia, mucho menos robusta, diseñada para utilizarse en publicaciones en línea” (Ordoñez, 2005).

En los últimos años, los formatos de publicaciones digitales se han adaptado a los atributos de los nuevos dispositivos móviles como los

smartphones, Ipads y tablets, por lo que se han creado publicaciones digitales descargables, con el tamaño de visualización y funciones adaptadas a cada tipo de dispositivo móvil. Pero al ser un formato nuevo, aún cuenta con varias limitaciones como: costo elevado de distribución, ocupa gran espacio de almacenamiento y requiere la producción de versiones personalizadas de una misma publicación para los distintos dispositivos móviles existentes.

Todos los formatos de publicación digital cuentan con ventajas y desventajas. En este caso, el formato que se adapta a las necesidades del proyecto es el una página HTML responsive, ya que cuenta con la facilidad de integrar contenido almacenado en servidores externos, como por ejemplo Youtube, ahorrando al usuario tiempo de carga de archivos para su visualización y agilizando la navegación en el sitio web. Además se adapta la pantalla de cualquier dispositivo móvil o de escritorio, sin necesidad de crear versiones personalizadas.

El contenido audiovisual y multimedia en la comunicación

Actualmente la información no solo se limita a medios impresos, en donde generalmente predomina el texto, y, se utiliza imágenes de forma complementaria. Ahora, “como resultado de la integración de nuevas formas como el video y el sonido, entre otros, compartir conocimiento mediante la computadora se ha convertido en algo más natural” (Travieso, 2003).

Dado esto, se abren diversas posibilidades para transmitir este tipo de información, generando una comunicación más completa. Nuevas tecnologías y nuevas corrientes artísticas, preparan el terreno para nuevas reglas técnicas y nuevas reglas de consumo y producción de mensajes (Boscardin, 2007).

Como indica Valero (1999) lo sencillo y gráfico permite al alumno comprender mejor, más rápidamente y descubrir por sí mismo la materia en muchas ocasiones. No es raro que se reemplace el texto por un video o imagen que pueda contener la misma cantidad de información, ya que se preferirá la que se presente de forma más atractiva para el receptor.

Actualmente las imágenes y el video son elementos importantes en los medios de comunicación. “Este hecho, coincide con el cada vez mayor predominio de la comunicación visual sobre la verbal y el empleo del material gráfico como modo superior de comprensión” (Ordoñez, 2015) y el auge de los dispositivos móviles, son un gran ejemplo de la preferencia humana por la comunicación en estos formatos.

“Vivimos en un entorno pleno de imágenes, documentos escritos y sonoros, que convierten la experiencia de la realidad en una percepción que lleva consigo el desarrollo de la tecnología multimedia” (Ordoñez, 2015), anteriormente compartir este tipo de tecnología era complicado, los archivos requerían mucho espacio de almacenamiento y los soportes en línea no

contaban con la velocidad ni el espacio suficiente para su difusión. Sin embargo, se han desarrollado distintos métodos de compresión y conexiones más veloces para que la distribución de tecnología multimedia tenga un mayor alcance.

Tendencias en ámbitos nacionales e internacionales

En Ecuador el tema de las publicaciones digitales se está desarrollando, la revista digital *Awake*, que cuenta con más de 5.000 descargas, es la primera revista 100% digital de latinoamérica, y *Zoom*, un proyecto realizado por alumnos de la Universidad Casa Grande, es una publicación digital sobre el tema de género, disponible en formato de página web y en formato descargable para *Ipads* e *Iphones*.

En el ámbito internacional, la revista *Vis-á-Vis* es la primera revista digital gratuita en español. Empezó, en el 2012 con la empresa editora Ploi Media, en un formato de publicación digital descargable, disponible para *Ipads*. Ésta nace por las innovaciones con el primer *Ipad* de *Apple* y como modelo de la revista *Widdle*. Por otro lado, la revista chilena *Capital*, ha apostado por expandirse de una versión impresa, a una versión de publicación digital, en un formato página web responsive, con contenido adaptable a cualquier dispositivo móvil o de escritorio, convirtiéndose en el primer medio digital con estas características en Chile. Estas son las dos tendencias de publicaciones digitales que predominan en la actualidad, entre las cuales se eligió la que más se adapta a las necesidades del proyecto.

Viabilidad y utilidad de proyecto

Tomando en cuenta la gran cantidad de contenido audiovisual y multimedia que generó la campaña All You Need Is Ecuador, además de datos estadísticos, puntos de vista de los protagonistas y documentos que forman parte de la información recolectada para la realización del proyecto, es viable crear una publicación digital con formato de página web responsive, que permite al grupo objetivo acceder a toda la información de la campaña, de una manera interactiva, cómoda, en cualquier momento y desde todos los dispositivos con acceso a internet existentes en la actualidad.

En el año 2014, según el *Interactive Advertising Bureau (IAB)* (2014), el 83% de la población que accede a Internet en Ecuador, lo hace mediante smartphones, y el porcentaje restante accede en computadoras o tabletas. Con estos datos se abre acceso a futuros usuarios además de beneficiar nuestro proyecto ya que nos permite tener el impacto deseado a la audiencia objetivo.

De esta manera se pondría al alcance público, información relevante para el ámbito profesional y educativo en temas de marketing, comunicación, publicidad y afines. Convirtiéndose en el primer archivo digital de comunicación del Ecuador, y proyectándose año a año como un reconocimiento a las campañas más destacadas a nivel nacional e internacional.

Detalles del proyecto

Objetivo General del proyecto

El objetivo de este proyecto es recopilar el material publicado y no publicado de la campaña *All You Need Is Ecuador*, para realizar una publicación digital web bajo un formato interactivo, entretenido y amigable. Sirviendo como fuente de información para profesionales, docentes y estudiantes, sobre la creación de una campaña de marca país, desde su concepción hasta su implementación.

Es por esto que se realizó la publicación digital bajo el nombre de The Case, el primer archivo digital de comunicación del Ecuador.

Actores

El presente proyecto contó con diferentes actores cuya participación e involucramiento fueron de suma importancia para la elaboración del producto.

Los actores internos y externos que estuvieron involucrados directa o indirectamente en la realización del proyecto son:

Tabla 1 Actores Involucrados

Actores Internos	Actores Externos
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estudiantes de Pregrado ❖ Docentes del área de Comunicación ❖ Directivos de la Institución ❖ Departamento de Proyectos de Aplicación Profesional 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Director Creativo de Koenig & Partners Juan Manuel Koenig ❖ Exministro de turismo Vinicio Alvarado ❖ Director General de Vértigo Films Andrés González ❖ Expertos en el área de Diseño Web ❖ Expertos en el área de Multimedia

Fuente: Elaboración Propia

Objetivo General de Investigación

Definir cómo realizar una publicación digital del proceso de la campaña *All You Need Is Ecuador* que se ajuste a las necesidades de estudiantes universitarios, profesionales y docentes de la ciudad de Guayaquil interesados en campañas de marca país.

Objetivos Específicos de Investigación

- Analizar los hábitos de consumo online e interacciones en productos digitales que generan mayor interés de nuestro grupo objetivo.
- Identificar cómo se han establecido otros proyectos digitales en el país.
- Evaluar e implementar el proceso que requiere la creación y difusión de una publicación digital.

- Conocer e implementar los contenidos que se requieren para cumplir las necesidades del grupo objetivo.

Resultados

La idea de tener un caso en el que se pueda acceder en cualquier momento desde un aparato móvil es muy buena, pero no podemos dejar que caiga en la desactualización. Debe estar renovándose constantemente y buscando nueva información para que sus usuarios estén siempre informados con datos actuales y veraces. La metodología que se caracteriza como la más apropiada es la de aprender haciendo, por eso la publicación digital debe tener interacción, para crear un enganche con el usuario, tenga dinamismo, sea más divertida de usar y la información impartida sea memorable.

Debe estar enfocada para celulares y tablets ya que son artefactos tecnológicos que todos los jóvenes y adultos están usando como accesorios cotidianos, de esta manera podrán tener acceso a ella en todo momento y en cualquier lugar, en un formato adaptable para facilitar su visualización.

Esta publicación debe generar una experiencia, una sensación y emoción en los usuarios, de esta manera siempre estarán en contacto con ella aprendiendo y transmitiendo este conocimiento adquirido.

Conclusiones estratégicas

Dado el éxito que ha obtenido la campaña de marca país *All You Need Is Ecuador*, desde su lanzamiento hasta la actualidad, esta puede ser tomada como un gran referente local para profesionales, docentes y estudiantes de las facultades de comunicación del país.

Es por esto, que se puede concluir la importancia de generar material de consulta que sirva para llenar vacíos existentes en cuanto a la creación de una campaña publicitaria en el Ecuador, que incluya la experiencia del proceso directamente de los creadores, junto una selección de material visual y auditivo utilizado, y que sea de interés para el grupo objetivo.

Para esto se plantea producir una publicación digital en formato de página web responsive bajo el nombre de The Case, donde se expondrá todo el material relevante de la campaña. Además, tiene la posibilidad de ser de dominio público mediante el uso de dispositivos móviles con acceso a internet.

Cronograma

Tabla 2 Cronograma

Mes	junio				julio				agosto				septiembre				octubre				noviembre				diciembre			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo del proyecto para presentación del primer avance	█	█	█																									
Presentación del primer avance				█																								
Entrevistas con los protagonistas y recopilación de contenido de la campaña					█	█	█	█	█	█	█	█																
Investigación de plataformas y grupo objetivo					█	█	█		█																			
Resultados de la investigación									█																			
Presentación de propuesta proyecto													█															
Producción y tratamiento de contenido para la publicación													█	█	█	█	█	█	█	█								
Desarrollo de pregrado													█	█	█	█												
Conceptualización del producto, publicación digital													█	█	█	█												
Campaña en redes sociales																	█	█	█	█	█	█	█	█				
Entrega de documento de pregrado																	█											
Programación e inserción de contenido en la publicación digital																	█	█	█	█								
Financiamiento del evento de lanzamiento																	█	█	█	█								
Presentación de pregrado																					█	█	█	█				
Preproducción del evento de lanzamiento																					█	█	█	█				
Convocatoria de evento de lanzamiento																									█	█	█	█
Producción de video promocional																									█	█	█	█
Evento de lanzamiento de la publicación digital																									█	█	█	█
Entrega del grado																												█
Presentación del grado																												█

Fuente: Elaboración Propia

Presupuesto

Tabla 3 Presupuesto

Presupuesto de la publicación digital The Case sobre All You Need Is Ecuador			
Especificación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Viajes de investigación a Quito	2	\$72,00	\$144,00
Programación web			\$500,00
Hosting y dominio	1	\$61,26	\$61,26
Template CMS	1	\$57,70	\$57,70
Transporte logística del evento			\$28,00
Impresión de invitaciones	80	\$1,62	\$130,00
Bocaditos	325		\$134,50
Funditas The Case	80	\$1,00	\$80,00

Moleskines	80	\$2,70	\$216,00
Transporte de catering			\$30,00
Alquiler de copas de vidrio	65	\$0,30	\$19,50
Alquiler vasos de vidrio	65	\$0,10	\$6,50
Alquiler de platos de entrada	65	\$0,20	\$13,00
Vaso roto	1	\$2,00	\$2,00
Mesero	1	\$40,00	\$40,00
Alquiler de mesas para bocaditos	3	\$6,00	\$18,00
Alquiler de mesas cocteleras	2	\$8,00	\$16,00
Sillas de mesas cocteleras	8	\$5,00	\$40,00
Plumas The Case	100	\$0,65	\$72,80
Roll up The Case	1	\$60,00	\$60,00
Impresión de afiches	6	\$2,16	\$13,00
Backing The Case	1	\$188,86	\$188,86
Impresión de PROPS	7	\$1,20	\$8,40
Estatuillas de reconocimiento	2	\$47,04	\$94,08
Impresiones			\$5,00
Clips	65	\$0,08	\$5,61
Envío de invitaciones			\$11,17
Compras varias para el evento			\$61,12
Total			\$2,050.89

Fuente: Elaboración Propia

Auspicios

El evento de lanzamiento de la publicación digital The Case sobre All You Need Is Ecuador contó con las siguientes marcas auspiciantes, con los que se acordó los siguientes paquetes de auspicios.

Electrocables – Tubos Pacífico

Paquete Gold \$350

Se ubicaron los logos en el backing de Photobooth.

Se ubicaron los logos en la página web.

Se mencionaron las marcas en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó las marcas en las redes sociales.

Insights

Paquete Gold \$350

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó roll up de la marca en el evento.

Se ubicó una revista Insight en la silla de todos los invitados.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

La Pizarra

Paquete Platinum \$200

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

Baking Ideas

Paquete Platinum \$100

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

La Bahía Ec

Canje: SmartWatch para sorteo

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó roll up de la marca en el evento.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

Robinson Barberán

Canje: 2 sombreros de Paja Toquilla para sorteo

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó roll up de la marca en el evento.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

Kawka

Canje: 65 mini empanadas para el evento

Se ubicó el logo en el backing de Photobooth.

Se ubicó el logo en la página web.

Se mencionó la marca en el evento junto con un agradecimiento.

Se mencionó la marca en las redes sociales.

Evaluación Individual

Tema: Propuesta de modelo para la elaboración de contenido audiovisual y multimedia dentro de la publicación digital ‘All You Need Is Ecuador’

Ésta evaluación individual se centra en proponer un modelo para la elaboración de contenido audiovisual y multimedia dentro de la publicación digital ‘All You Need Is Ecuador’.

Para lo que se necesitó alcanzar los siguientes objetivos, previo a la ejecución de esta propuesta.

Diseño metodológico

Objetivo general

- Determinar el uso correcto de contenido audiovisual y multimedia dentro de una publicación digital en línea.

Objetivos específicos

- Conocer las herramientas audiovisuales y multimedia permitidas en una publicación web.
- Identificar los distintos formatos de archivos multimedia utilizados actualmente en publicaciones digitales formato web.

- Analizar el tratamiento que se debe dar a los contenidos audiovisuales para su publicación en línea.
- Indagar sobre la correcta inserción del contenido audiovisual y multimedia en una publicación web.

Muestra

Se seleccionó la muestra mediante muestreo no probabilístico, entre ellos, expertos en temas multimedia, creación de publicaciones digitales y de contenido web.

Técnicas

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron las entrevistas semiestructuradas para obtener toda la información necesaria junto con recomendaciones de los expertos. Además de la revisión bibliográfica a tesis, publicaciones académicas y artículos en línea.

Herramientas de investigación

Tabla 4 Herramientas de Investigación

Técnicas de investigación	Herramientas de Investigación	Unidades de Análisis
Entrevista	Guía de entrevista	Experto en plataformas digitales
Entrevista	Guía de entrevista	Experto en páginas web
Entrevista	Guía de entrevista	Experto en publicaciones digitales
Revisión Bibliográfica	Documentación	Tesis académicas, artículos académicos

Resultados de la evaluación

A partir de los datos y recomendaciones extraídas en las entrevistas y la revisión bibliográfica, se establece que todos los archivos multimedia y audiovisuales deben tener un formato comprimido para su correcto ensamblaje en la publicación digital.

Entre el contenido multimedia utilizado en la actualidad, se encuentran, el audio, video, fotografías, gráficas y contenido interactivo HTML5.

Los formatos de imagen que deben ser utilizados para el proyecto son el JPG para fotografías y el PNG para gráficas, con o sin transparencia, ambos formatos no tienen limitaciones respecto al número de colores, uno de los puntos a favor según Hernández (2014) es que “tienen una profundidad de color 24 bits, lo que supone el almacenamiento de hasta 16 millones de colores diferentes”, a diferencia del formato GIF que sólo soporta 256 colores. Además para obtener un peso adecuado la calidad debe ser de 72DPI con un peso que varía entre 50 KB y los 300 KB, según las dimensiones de la imagen, y así permitir una rápida visualización de todo el contenido que tenga cada sección de la publicación.

Para archivos de audio la compresión deberá ser formato MP3, con una calidad de 128KBPS a 320KBPS, tomando en cuenta la complejidad de composición sonora que presente el archivo.

En el caso de los videos, su almacenamiento se puede realizar en servidores externos a la publicación digital, para no afectar la velocidad de carga del sitio web. Por lo que se recomienda una compresión MP4 codec H264, y posteriormente almacenarlos en servidores como Youtube o Vimeo los mismos que deben estar correctamente enlazados en cada sección de la publicación digital para su correcta visualización.

Los archivos interactivos HTML5, tiene una amplia gama de características para generar gráficos y efectos 2D y 3D, es un gran soporte para audio y video, permite la utilización de APIs para el acceso de componentes de entrada y salida en los distintos dispositivos. Brinda la opción de implementar CSS3 que permite realizar diseños sofisticados, también otorga mayor optimización de velocidad y ofrece operatividad sin conexión a internet. Por ser relativamente nuevo, este tipo de lenguaje aún no está optimizado para todos los navegadores web que existen en la actualidad, lo que limita el diseño y el alcance de las publicaciones digitales que lo incorporen.

Conclusiones y recomendaciones de la evaluación

Una vez determinado el uso correcto del contenido audiovisual y multimedia que se insertará en la publicación digital. Se organizará, modificará y producirá imágenes, audio y video de la siguiente manera.

La publicación digital sobre All You Need Is Ecuador contará con archivos JPG, PNG, video MP4 con codec H264 y audio MP3, dado que estos permiten una rápida y correcta visualización del contenido, sin ocupar mucho espacio de almacenamiento y manteniendo una calidad óptima, en los navegadores web de todos los dispositivos fijos y móviles existentes en la actualidad.

El contenido audiovisual que se obtenga por parte de los creadores de la campaña expuesta en la publicación digital, debe cumplir con las especificaciones indicadas en los resultados de la investigación antes de ser insertado en la página web. De igual manera, todo el contenido que deba ser producido para complementar o reemplazar la información textual, se creará bajo los parámetros de compresión y formato antes detallados.

Antes de producir la publicación digital se debe hacer un inventario de todo el contenido audiovisual con en que se cuenta, para poder definir el contenido faltante que deba ser producido. Se debe trabajar en conjunto con el área de diseño, para adaptar, todas y cada una de las fotografías y gráficas, acorde a las dimensiones adecuadas para cada sección de la publicación digital, para que haya armonía entre todos los elementos.

Se debe organizar todo el contenido gráfico y de video en distintas carpetas, por cada sección existente en la publicación digital. Esas carpetas contendrán el contenido final, los archivos PSD, AI, los proyectos de edición y postproducción, además del material en bruto en el caso de que se necesite modificar contenido. Los archivos que se insertan directamente en la página de la publicación digital, como las fotos y gráficas, no deben tener espacios en su nombre de archivo. Se recomienda enumerarlos según el orden de visualización para cada sección tenga la página web.

Los videos finales serán subidos a la cuenta de Youtube de la publicación digital, y deben estar marcados como “no listados” para que se puedan visualizar exclusivamente desde la publicación digital. Así mismo, todos los videos que se produzcan, deben tener las mismas dimensiones y calidad que los videos dados por la agencia y productora encargada de la campaña a exponerse.

Reflexión Personal

El trabajo que realicé en este proyecto ayudó a reforzar mis conocimientos en el campo de las plataformas digitales y la producción multimedia. A lo largo de este proceso existieron muchos retos que tuve que superar con esfuerzo y dedicación junto al trabajo y confianza de mis compañeros.

Los conocimientos sobre diseño web, el manejo y producción de todo tipo de contenidos multimedia que adquirí durante mis años de estudio en la universidad fueron fundamentales para afrontar la realización de esta evaluación y realización del archivo digital The Case sobre All You Need Is Ecuador. Además de contar con la posibilidad de dialogar con los protagonistas de la campaña y aprender de sus experiencias, en especial de Andrés González director de Vértigo Films, productora encargada del comercial, que es un gran referente en el medio audiovisual local.

Bibliografía

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>

Ministerio de turismo del Ecuador. *Campaña All You Need Is Ecuador presenta cifras récord*. (2014). Quito. Ecuador. Recuperado de <http://goo.gl/EXY7C8>

Zapata. *Sociedad del conocimiento y nuevas tecnologías*. Recuperado de <http://goo.gl/gP8ikE>

Travieso. (2003). *Publicaciones electrónicas: Una revolución en el siglo XXI*. Recuperado de <http://goo.gl/BV9dXp>

Rivera. (2008). *Las publicaciones digitales como recurso de información en bibliotecas universitarias*. (Tesis de licenciatura en bibliotecología, Universidad Nacional Autónoma de México). Recuperado de <http://goo.gl/tFnm3Y>

Ordóñez. (2005). *Edición de publicaciones digitales*. (Tesis de licenciatura en lengua y literaturas hispánicas, Universidad Nacional Autónoma de México). Recuperado de <http://goo.gl/PdJtdo>

Boscardin, J. (2007). *Lenguaje Gráfico*. Recuperado de <http://goo.gl/JUhM8>

Ordóñez. (2015). *La nutrición infantil y su influencia en el aprendizaje de los niños del segundo año de educación básica de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de ingeniería en diseño gráfico, Universidad de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/>

Valero, J. (1999). *La imagen periodística dibujada y su forma de comunicar mensajes*. Recuperado de <http://goo.gl/J7rh6Q>

Interactive Advertising Bureau (IAB). (2014). *Estudio de hábitos digitales en Ecuador*. Recuperado de <http://goo.gl/XxFJgO>

Hernández, L. (2014). *Cuando utilizar JPG, GIF o PNG y las particularidades de cada formato*. Recuperado de <http://goo.gl/cgB2pH>

Anexos

Entrevista a Félix Valle

Experto en páginas web

¿Qué tipos de archivos multimedia se son compatibles con una página HTML?

Video y audio por estándar tú no puedes ponerlos aun, con html5 tu puedes insertar audio y video en un sitio web, pero html5 no hay una versión que digas, bueno ya hay una versión estable, ya todos los navegadores la reconocen y está en pleno funcionamiento. Lo que hay es que se está desarrollando, de ahí hay ciertas utilidades de html5 que se están utilizando como el canvas que es programación para que tú puedas hacer animaciones en un sitio web, como un juego y cosas así, pero audio y video aún están siendo desarrolladas, aun no todos los navegadores pueden, es por eso que es recomendable que pongas el video en Youtube porque así liberas el tráfico de tu sitio. Si tienes varias personas que van a ver el video al mismo tiempo, y no tienes un buen hosting que eso también te cuesta con una conexión buena, se te va a parar el video y nadie lo va a poder ver.

¿En el caso de insertar audio, habría que recurrir a un servidor externo?

Tendrás que recurrir a un plugin externo, te van a dar así como en Youtube un código de script para embeberlo en tu sitio, y entonces aparecerá un reproductor.

¿En el caso de las imágenes si se puede insertar directamente?

Sería recomendable que fotos e imágenes, las manejes ahí, en JPG, PNG, básicamente esos de ahí, tienen que ser imágenes que no te pesen tanto, toma en cuenta el target al que vas a llegar, toma en cuenta la velocidad de internet que usen. Tienes que ver que la imagen dependiendo del tamaño, tienen que pesar máximo 150KB, las imágenes más grandes deben rodear los 200KB.

¿Cómo deben estar organizados y nombrados los archivos multimedia para poder subirlos?

No deben tener espacios, en vez de eso pon un sub guion, en el caso de la eso MAC no causa problemas, pero las PC son distintas, el sistema operativo de PC es defectuoso, hay ocasiones en la que incluso grabas una imagen con espacios y no las quiere reconocer, y tienes que entender que un sitio web por lo general va a ser visto en PC porque es lo más común, entonces debes trabajar para que lo reconozcan todas las maquinas, tanto MAC como PC. Trata de no mezclar mayúsculas y minúsculas, pon todo en minúscula y si quieres dar algún espacio para separar las palabras pon sub guion o guión.

Las imágenes todo debe ir en carpetas, los HTML deben ser de las secciones del sitio, con los nombres de cada sección de la página.

¿Qué factores podrían afectar a la visualización del contenido de la página?

Tal vez el navegador, que tengan un navegador de una versión muy antigua, suele pasar, hay clientes que no actualizan los navegadores, por ejemplo Internet Explorer

es el peor de los navegadores. Esto podría ser una falla para que aparezcan los slides, pero hay sitios web en los que tú puedes ver cómo responde tu página en distintos navegadores, online tú puedes ver cómo funciona tu página, entonces averiguas las fallas. Y aparte de que te falle el hosting, podría ser solo un navegador.

Entrevista a Andrés Nader

Experto en plataformas digitales

¿Qué es una revista digital?

Una revista digital, dependiendo del enfoque puede llegar a ser un magazine o un blog magazine en internet, también puede decirse que es una revista física con ciertas ventajas digitales, que se puede unir tanto a una aplicación, ya sea en un teléfono móvil o en una computadora a manera de interacción, para definirla como una revista digital en sí, o como un suplemento hecho pdf, documento digital que puede ser enviado por correo electrónico.

¿Puede ser interactivo o como un PDF estático?

Depende mucho del enfoque de la revista digital, puede ser una revista digital interactiva o una revista a secas, depende mucho del orden y del enfoque que se le dé.

¿Qué es una publicación digital?

Es casi lo mismo que la revista digital, con una diferencia, las revistas se planean para ser publicadas periódicamente, ya sea cada mes, un suplemento cada quince días, una cada dos meses, versus una publicación que puede ser un libro, un texto, un texto científico, un texto universitario, un texto investigativo que no siempre ocurre con una frecuencia periódica, pero puede tener el mismo estilo de revista digital con la variante de que su frecuencia de publicación es mucho más alejada.

¿Los términos offline y online cómo se aplican a las publicaciones?

Las publicaciones digitales online son las que tu requieres una conexión a internet activa para poder visualizar su contenido y sus interacciones, cosa que disminuye un tiempo de carga en la persona, llamando carga a megabytes en tu teléfono inteligente o en tu computadora a través de un modem de operadora telefónica, maximizando el uso de megas, lo que haría que se drenen un poco más rápido y te quedes sin plan de datos más rápido de lo normal por la calidad obtenida de la publicación digital online con variantes interactivas que tengan videos y todo eso. Sin embargo offline es todo lo contrario, es descargar todo el contenido a una aplicación y conservarlo en la memoria de tu dispositivo, ya sea computadora o smatphone o tablet reduciendo de forma drástica el uso de megas o plan de datos y aumentando la más bien el ritmo de interacción de la misma. Entiéndase que no todo el mundo puede darse el lujo de pagar un plan y no puedes ofrecer algo online a

un target cuya necesidad mínima es conservar sus megas, por lo que es recomendable que se descargue a través de wifi. Aunque es como una balanza, uno te gasta los megas de plan pero te ahorra los megas de almacenamiento de tu dispositivo y el otro te ahorra los megas del plan pero te gasta los megas de tu dispositivo, entiéndase megas por almacenamiento.

¿Cómo se podría hacer con la descarga de contenido online, donde se lo publica?

Si citamos el ejemplo de dos de las publicaciones más vanguardistas de Guayaquil por así decirlo, una de ellas se llama Awake que es una revista gratuita que tiene una circulación mensual, que es interactiva, que es aplicación al mismo tiempo, que requiere de una conexión de wifi para que descargues los 180 megas que pesa una revista de Awake para que la leas una sola vez y luego la desechas al tacho, lo haces a través de Adobe Digital Publisher que es la plataforma que te brinda Adobe a través de Indesign para diseñar y desarrollar este tipo de publicaciones interactivas para aplicación por así decirlo y así mismo ellos te dan la plataforma de subida, ellos te bajan inmediatamente un espacio en la tienda en su Itunes y en su Playstore, con tus iconos y tu línea gráfica, pero conservando el que puedes almacenar en el dispositivo las revistas que vayas descargando, para esto requieres licencias de Apple para desarrollado de IOS y licencia de Android para desarrollador de Android y utilizar el software que se llama Adobe DPS o Digital Publisher a través de Indesign para compilar toda la revista en un solo paquete para Ipad, Android tablet, Iphone o lo que sea y subiéndolo a través de esta plataforma.

El problema con esto es que requiere de una licencia adicional que es de Adobe y no es gratuita cuesta cerca de quinientos a cinco mil dólares. Lo óptimo es comprar por mes el Adobe Indesign que te da las libertades para hacer publicaciones personales, porque si vas a hacer publicaciones empresariales o universitarias te cuesta la licencia por volumen más alta.

Y la otra revista que emula el mismo sistema que ya estuvo presente como PAP de la universidad Casa Grande que no llegó a culminar como proyecto al no poder presentar la publicación por limitaciones económicas, pero lograron establecer que se podía visualizar e interactuar con ella.

¿Cuándo tengo todo el paquete con toda la información, prosigue a conseguir la licencia?

Básicamente, pero no venden la licencia en Ecuador, ese es otro problema, tienes que comprarla en estado unidos.

Entrevista a César Moncayo

Programador y diseñador de publicaciones digitales (Zoom y Awake)

¿Cómo se puede agregar contenido interactivo HTML?

Lo bueno es que en web te permite ingresar HTML, entonces empecé a aprender adobe Edge, al principio hice eso que era una animación que quería que salga en secuencia, pero eso no te permite en formato DPS (publicación descargable), entonces hice eso en Edge y lo exporte en HTML5.

Las animaciones son básicas, como te dije HTML, en una aplicación que se llama Edge y de ahí la exportar en HTML5. También existe un programa que se llama Wallaby. Esa cosa la exporto a Wallaby y me lo importa en HTML pero nunca me salió eso, por eso me metí a lo otro.

¿Para las imágenes, cómo las exportabas?

Para web, save for web en JPG si es que no necesitas que sea transparente, porque PNG si es pesado, JPG no, pero si es en web, ya con que te pese 500kb es millón.

¿En el caso de botones en web que nos recomiendas?

El tamaño de los botones, yo había leído que es 60x60, porque ese es el tamaño para que no moleste al usuario.

¿Y en cuanto a insertar videos?

Usamos Movavi para bajar la calidad del video, o sea el tamaño en megas, en realidad es bastante y eso es lo que tienen que pensar al momento de hacerla (Página web), si son millón fotos y videos, mas nada con las fotos y vídeos.

¿En el caso de la publicación digital que hiciste, fue descargable todo el contenido o siempre funcionaba online?

Que se baje el contenido es mejor, y que uno tome en cuenta digamos eso, el peso. Obviamente, hay personas a las que no le importa, yo puedo bajar una de quinientos megas, la veo y la borro, pero hay otras personas que si tienen limitada la memoria, entonces si pesa quinientos megas no me la bajo y eso puede ser un problema en el momento en el que se quiera evaluar cuantas personas se la descargaron.

¿Qué nos recomiendas en cuanto al manejo del contenido multimedia?

Siempre es bueno que manejen pocas personas las fotos, en mi caso lo bueno es que yo tenía todo, entonces no hubo ese problema de que se podía perder un archivo. Una cosa que nos pasó en videos, es que se nos perdió uno, no se quien lo tenía, borramos la memoria y se nos perdió un video, era importante, era de la socióloga, teníamos solo el audio por eso también optamos por ilustrar para que no sea solo foto, audio.

¿Si quiero hacer cambios una vez subido todo, como procedo?

¿Tú vas a tener todos los archivos?, entonces los cambios que haya cuando ya esté programado tienen que ser desde tu computadora o desde donde tengas los archivos, es bueno que alojes siempre las cosas en tu escritorio.