

Título: Desarrollo Multimedia de ruta turística mediante un sitio web

Para el municipio de Gramalote, Norte de Santander.

William Camilo Castillo Ramírez

Camilo Ernesto Sánchez Rivera

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

Campus Villa del Rosario

2019

Resumen

Debido al progreso tecnológico y a la cantidad cada vez mayor de información que bombardean día a día los medios de comunicación masivos y que no se alcanza a procesar ni a conocer en su totalidad, es importante tener la capacidad para escoger la más conveniente, según los fines que se persigan. Los nuevos lenguajes de comunicación que utilizan las herramientas digitales aumentan su presencia en la vida cotidiana, por eso es tan importante ver todo desde una perspectiva digital.

En el siguiente trabajo se proyectó el diseño de un espacio en la Web, que partiendo de las necesidades comunicativas de la comunidad de Gramalote- Norte de Santander, pretende mostrar el municipio con todos sus atractivos turísticos, desde enfoques ambientales, ofreciendo al público información acerca de la parte histórica, cultural, y principalmente una ruta de destinos al aire libre entre ellos cascadas, lagunas, y otros sitios para prácticas de ecoturismo, como senderismo, camping o rapel. La idea es que se dé a conocer el municipio con todos sus atractivos y sitios de interés, para así lograr posicionarlo como uno de los principales destinos turísticos dentro del departamento.

Esta investigación, está estructurada en tres capítulos. En el Capítulo I, se desarrolla de una manera clara y sencilla el planteamiento del problema, su justificación, se hace la contextualización general del proyecto y del municipio, se describe el problema comunicativo, recalcando la importancia de los nuevos canales de comunicación. En este sentido, se destaca la necesidad de crear una página web en el municipio de Gramalote para crear un mayor reconocimiento, y potencializar nuevas actividades que pueden generar beneficios económicos para los habitantes del mismo. En el Capítulo II el marco teórico, se

referencian los antecedentes locales, nacionales e internacionales, además de las bases teóricas, en el capítulo III, la propuesta de producción, el tipo y diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Palabras claves: Gramalote, Desarrollo web, Ecoturismo, Naturaleza,

Abstract

Due to the technological progress and the increasing amount of information that is bombarded every day by the mass media and that is not fully processed or known, it is important to have the ability to choose the one that is most convenient for us, according to the purposes pursued. The new communication languages that use digital tools increase their presence in everyday life, which is why it is so important to see everything from a digital perspective.

In the following work, the design of a space on the Web was projected, starting from the communicative needs of the community of Gramalote- Norte de Santander, to show the municipality with all its tourist attractions, from environmental approaches, offering the public information about of the historical, cultural part, and mainly a route of outdoor destinations including waterfalls, lagoons, and other sites for ecotourism practices, such as hiking, camping or rappelling. The idea is that the municipality be made known with all its attractions and places of interest, in order to position it as one of the main tourist destinations within the department.

This investigation is structured in three chapters. In Chapter I, the problem is explained in a clear and simple manner, its justification, the general contextualization of the project and the municipality is made, the communicative problem is described, emphasizing the importance

of the new communication channels. In this sense, the need to create a web page in the municipality of Gramalote is highlighted in order to create greater recognition, and to potentiate new activities that can generate economic benefits for the inhabitants thereof. In Chapter II the theoretical framework, local, national and international antecedents are referenced, in addition to the theoretical bases, in chapter III, the production proposal, the type and design of the research, the techniques and instruments used for the collection of data.

Keywords: Gramalote, Desarrollo web, Ecoturismo, Naturaleza,

Tabla de contenido

1. **¡Error! Marcador no definido.**

2. 78

2.1 88

2.2 **¡Error! Marcador no definido.**

Capítulo 1. Problema	9
1.1 Justificación	10
Capítulo 2. Contextualización	11
Capítulo 3. Descripción del problema Comunicativo	13
Capítulo 4. Marco Teórico	15
4.1 Antecedentes	15
4.1.1 Antecedentes Internacionales	15
4.1.2 Antecedentes nacionales	17
4.1.3 Antecedentes Regionales y Locales	20
4.2 Bases Teóricas	22
Sitios web	22
Comunicación	24
Comunicación digital	25
Ecoturismo	27
Internet	29
Ntic	30
Capítulo 5. Propuestas de Producción	32
Diseño:	32
Fotografía:	34
Videoclip	33
Texto informativo:	33
Infografías.	33
Spot radial	34
5.1 Presentación de la propuesta comunicativa	34

5.2 Público objetivo	35
5.3 Cronograma de Producción	36
5.4 Etapa de preproducción	39
5.4.1 Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado	39
5.4.2 Investigación requerida para el desarrollo multimedia	40
6. Etapa de producción	44
6.1 Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos	44
6.2 Selección y análisis del material	45
6.3 Etapa de postproducción	45
6.4 Edición de los contenidos multimedia	45
6.5 Ficha técnica	46
6.6 Equipo de producción	47
6.7 Sinopsis	47
7. Anexos	48
BIBLIOGRAFÍA	54

Lista de tablas

Tabla 136
Tabla 239

Lista de gráficas

Gráfica 1 - Cascada los alcaravanes 48
Gráfica 2 – Laguna del Bojoso 48
Gráfica 3 - pozo Pomarroso..... 49
Gráfica 4 - Puente cuervo 49
Gráfica 5 - Cascadas los alcaravanes 50
Gráfica 6 - Logo 50

1. OBJETIVO

1.1 Objetivo General

Implementar nuevas herramientas de comunicación digital mediante la creación y diseño de un sitio web para la promoción del Municipio de Gramalote N. de S. como destino turístico

Capítulo 1. Problema

El casco urbano del municipio de Gramalote fue deshabitado por el desastre de remoción en masa del 17 de diciembre de 2010, dejando el 94% del sector urbano destruido sin posibilidades de regresar. La población urbana duró varios años diseminada por varios municipios del departamento como Cúcuta, Santiago, San Cayetano entre otros; la economía que para el sector rural estaba basada en la caficultura, ganadería y cultivos para el sector urbano era el intercambio comercial, se vio afectada totalmente.

Después de 9 años en los que los habitantes del municipio sufrieron una hibridación cultural, debido a su migración forzada a otros municipios y ciudades cercanas a causa del fenómeno natural, se inició el retorno del casco urbano gracias a la construcción del megaproyecto Nuevo Gramalote permitiendo que los habitantes inicien un proceso para rescatar hábitos y costumbres.

Con el reasentamiento del casco urbano nace la necesidad de generar desarrollo económico que conserve la esencia del ayer, transforme el presente y visionar el futuro a través de un medio informativo de comunicación digital, que facilite la interacción con el público, procesos más personales y eficaces, además de una comunicación directa : La página web, con miras al reconocimiento del nuevo casco urbano del municipio, las vías de acceso, el nuevo desarrollo cultural, la gastronomía y sus atractivos turísticos que permitan el fortalecimiento y aprovechamiento de sus potencialidades naturales, sociales y culturales que promueva el reconocimiento del pueblo regional y nacionalmente.

Por medio de la realización de la plataforma web se espera promocionar algunas experiencias o alternativas, desde los lineamientos del desarrollo sustentable.

1.1 Justificación

Este proyecto, mediante una página web, busca brindar nuevas herramientas digitales, canales alternativos de comunicación a los habitantes y al público en general del municipio de Gramalote – N-de S. Su historia, el antes, el ahora, para su reconocimiento y posicionamiento como un potencial turístico dentro del departamento y todo el territorio nacional.

Gracias a su abundante riqueza hídrica de fauna y flora, el municipio de Gramalote cuenta con múltiples atractivos al aire libre para actividades que generen e impulsen un turismo alternativo o ecoturismo de manera responsable con buenas prácticas ambientales, se puede generar un desarrollo sostenible, por eso se hace necesario implementar nuevas metodologías que favorezcan las experiencias de los visitantes y de los mismos habitantes, estando a la vanguardia de las nuevas tecnologías de la comunicación en la era de la digital.

La página aporta en el municipio en temas como la concientización ambiental, la preservación de los recursos naturales, y ecoturismo para todas aquellas personas que busquen momentos de total conexión con la naturaleza, experiencias y actividades favorables tanto para el visitante como para el municipio, brindando la opción que el usuario aporte, que opine, o que sugiera mejoras en general instaurando un medio efectivo de comunicación.

En consecuencia y en pro de un turismo responsable, se considera oportuna la elaboración de esta propuesta, ya que por medio del mismo se podrá realizar un balance general que permita conocer todo lo que este territorio puede ofrecerles a sus visitantes, generando nuevas tendencias desde las herramientas tecnológicas relacionadas. Por tanto se hace necesaria la creación de contenido multimedia, que alimente la página de información

relevante sobre cada aspecto importante dentro del municipio de Gramalote, para poder enfatizar en lo más importante y lograr un impacto real.

Capítulo 2. Contextualización

El municipio de Gramalote pertenece a la subregión Centro del Norte de Santander, a una distancia de 49 kilómetros de Cúcuta, limita al norte con los municipios de El Zulia, Sardinata y Lourdes; al sur con el Municipio de Salazar, al oriente con el municipio de Santiago y al occidente con los municipios de Lourdes y Villacaro. (EOT Gramalote 2012).

Gramalote cuenta con una gama de recursos naturales, atractivos turísticos al aire libre, su economía está basada en la agricultura, donde aún prevalecen las fincas consagradas al cultivo de café, caña, banano entre otros, también la ganadería juega un rol importante en el desarrollo y la actividad económica del municipio.

Fundado el 27 de noviembre del año 1857, por Gregorio Montes, colono propietario de tierras al margen de la quebrada la Caldera, sede terrenos de su propiedad para construir oratorio y organizar un caserío razón por la cual se le atribuye su fundación con el nombre caserío de calderos.

La ley 7 de octubre de 1864 expedida por la Asamblea corporativa del estado soberano de Santander, le da el estatus de distrito en propiedad con el nombre de Galindo; veinticuatro años después los dirigentes locales encuentran la oportunidad para modificar el nombre del municipio, la solicitud de cambio de nombre fue aceptada a partir de 1888 como el nombre de Gramalote. Se dice que se tomó del nombre de una planta gramínea abundante para la época en las laderas occidentales de la población. (Pbro. Raimundo Ordoñez, tomado EOT Gramalote 2002).

El antiguo casco urbano fue deshabitado por el desastre de remoción en masa del 17 de diciembre de 2010, dejando el 94% del sector urbano destruido sin posibilidad de retornar. Tan solo un 4% del área del casco urbano correspondiente al sector de baja afectación de la Lomita y el Barrio Jordán, sector que viene siendo habitado por vecinos del municipio.

Con el mega proyecto liderado por el gobierno nacional y ejecutado durante aproximadamente 7 años por el fondo de adaptación y diferentes consorcios de ingenieros, el reasentamiento del nuevo casco urbano es una realidad. Con más de mil casas y una inversión cercana a los 500.000 millones de pesos, se estima que a finales de octubre del presente año se termine con totalidad el casco urbano, ubicado en la vereda de Miraflores donde al menos 100 hectáreas hacen parte del nuevo municipio. Las condiciones bioclimáticas se extienden desde los 600 msnm hasta los 3290 msnm con precipitaciones promedio de 1750 mm anuales distribuidas de manera bimodal. Las anteriores condiciones nos definen cinco zonas de vida entre las que sobresale el bosque húmedo que ocupa más de 50% del territorio municipal, en la cual se desarrolla la actividad económica del municipio y que proporciona la mayoría de los sitios de interés turísticos. (EOT Gramalote 2012)

El proyecto apunta a generar una ruta turística mediante un sitio web, que proporciona nuevos canales de comunicación mediante las herramientas digitales y una plataforma abierta a todo tipo de público en la que se pueda visualizar los sitios de interés del municipio, compartir y descargar contenido acerca de los temas históricos, culturales y posibles sitios de interés.

El objetivo final es crear una apropiación social del nuevo casco urbano desde el contenido generado para el desarrollo de la página web enfocado a la preservación, el cuidado y la cultura ambiental, trabajando desde lineamientos de desarrollo sostenible.

Capítulo 3. Descripción del problema Comunicativo

Con la reubicación del casco urbano los habitantes del Nuevo Gramalote inician el retorno de sus antiguas actividades económicas en un proceso lento y gradual que fortalece los vínculos comunitarios. Sin embargo este proceso necesita un impulso que aumente y potencialice las mismas aprovechando el interés turístico que genera la construcción completa de un municipio.

Las actividades económicas del antiguo Gramalote dependían de sus relaciones con los municipios vecinos por lo que fueron suspendidas completamente después de la destrucción del casco urbano. Con el reasentamiento todos los habitantes deben buscar la forma de retomar actividades que les generen ingresos.

El Nuevo Gramalote cuenta con características únicas que lo convierten en un potencial atractivo turístico como el nuevo casco urbano, las ruinas del antiguo gramalote, las características paisajísticas e hidrográficas como lagunas, ríos, cuevas y senderos.

En plena era de la información digital, se hace oportuna la creación de una plataforma web en la cual se comparta todo lo relacionado con el pueblo y sus habitantes a partir de una ruta turística que potencialice el turismo y genere con los visitantes nuevas fuentes de ingresos para los habitantes.

La creación y producción de contenido se maneja desde un enfoque sostenible y ambiental con el objetivo de crear conciencia en los visitantes y pobladores en la conservación de las riquezas naturales.

Capítulo 4. Marco Teórico

4.1 Antecedentes

4.1.1 Antecedentes Internacionales

En la Universidad de Rovira y Virgili de Tarragona, la Dra. Asunción Huertas Roig realizó una investigación en el año 2018 de Ciudades en la Web: Usabilidad e interactividad de las páginas oficiales de los destinos turísticos en la que:

El objetivo principal de la investigación es analizar el grado de desarrollo de los sitios web de ciudades turísticas, especialmente en lo relacionado con dos aspectos claves: la usabilidad y la interactividad. El estudio empírico se realizó sobre 40 importantes ciudades turísticas de todo el mundo.

Para realizar el estudio se utilizó una metodología cuantitativa basada en una plantilla de análisis de la OMT (organización mundial del turismo) y se amplió con la aportación de investigaciones recientes (McMillan 2003; Liu 2005; Cho y Cheon 2005) y se añadió recursos interactivos de nueva creación, que aparecían como novedad en webs de destinos en el momento de realizarse la investigación.

Se tuvieron en cuenta indicadores representativos de las dos variables analizadas: la usabilidad y la interactividad. Esta última se analiza en tres factores: interacción usuario – mensaje, interacción usuario – administrador, e interacción usuario – usuario. Los resultados indican que las páginas de turismo generalmente poseen mejor estructura de diseño y usabilidad, que interactividad con los visitantes. (Huertas y Cavia 2014).

En el desarrollo y construcción de cada ítem de la página Web Gramalote a tu mano, no solo se va a tener en cuenta la usabilidad y la interactividad del público con el contenido, también se abrirá un espacio para la interacción de los visitantes en la que cada persona pueda comentar el contenido, dejar un mensaje con sus dudas y aportes o interactuar con los demás visitantes para resaltar los aspectos que más disfrutaron de su visita.

Por otro lado en España en la Universidad de las Palmas, Patricia de Camargo realizó una investigación en el año 2008 sobre “Estrategias de Promoción en la Web” la cual resalta que:

Además de las estrategias de comunicación y comercialización normalmente desarrolladas a través de la promoción en la web, es necesario también crear ciertas estrategias enfocadas especialmente a la sensibilización, valoración y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en los destinos turísticos. El objetivo del estudio fue analizar las mejores estrategias de promoción en la Web desarrolladas por diferentes destinos turísticos.

La principal conclusión del proyecto anterior fue que:

Todas las estrategias elaboradas en este estudio pueden ser utilizadas y aprovechadas tanto por destinos turísticos domésticos como por destinos internacionales ya que los recursos tecnológicos disponibles para la promoción en la Web están disponibles y son viables para todos los destinos independientemente de su tamaño.

Las promociones de destinos turísticos en la Web deben tener como enfoque principal buscar la sensibilización turística de los usuarios en relación a los factores socio – ambientales existentes en el propio destino. Por ello se deben utilizar de manera adecuada y

coherente las estrategias ya que no buscan solo comercializar sino añadir valor a los sitios web.

Por esta razón es necesario que los destinos turísticos desarrollen una planificación detallada de esta promoción y que de esta forma sea posible lograr los resultados esperados a través de la Web de una forma más eficaz. La planificación turística global del sitio debe estar relacionada con las políticas y planes existentes así como la vocación turística del destino. (Cruz, 2008)

Al identificar los puntos que pueden ser de interés turístico la promoción que se les haga debe proporcionar a los visitantes el conocimiento de los atractivos y la infraestructura existente desde la apropiación social por los pobladores inspirando confianza y credibilidad para aumentar el interés en el destino y en la compra de los productos de la región. Despertando la sensibilidad, valoración y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en los destinos turísticos dentro del municipio.

4.1.2 Antecedentes nacionales

En el trabajo investigativo “Usabilidad Aplicada al Diseño de Sitios Web” por Alejandro Sánchez en el 2016 de la Universidad de Pereira se expone que:

La usabilidad es un pilar fundamental que debe servir como base para la elaboración correcta del diseño de un sitio web. Existen sitios poco amigables, con notables falencias de diseño y generando una pobre experiencia de navegación al usuario final. Teniendo en cuenta que un sitio Web es un conjunto de páginas web, relacionadas a un dominio de internet el cual puede ser visualizado a nivel mundial mediante el uso de un navegador, el objetivo general era diseñar un manual que ayude a entender de manera sencilla los conceptos básicos de usabilidad aplicada al diseño de sitios web.

Internet como herramienta de uso público y con el crecimiento vertiginoso que ha presentado en las últimas décadas, ha generado la necesidad de estandarizar métodos y prácticas adaptando estándares de calidad que permitan garantizar la visualización de contenido mediante el uso de cualquier dispositivo o navegador que posea acceso a la web.

En sitios web comerciales el sitio web debe ser más que una simple página para mostrar o promocionar algún producto, se trata más de la fusión de conceptos actividades e iniciativas donde todas estas se relacionan en una buena orientación hacia la experiencia que el usuario pueda tener al explorar un sitio web. Los aspectos que se deben tener en cuenta son un contenido directo y conciso, una vista agradable y práctica del contenido, la organización de la información, un texto accesible, la vinculación de enlaces externos y la interacción entre los visitantes y el contenido. (Sánchez y Henao 2016)

Al elaborar la propuesta del sitio Web para el municipio de Gramalote, la plataforma contará con los estándares de usabilidad que permitan su posicionamiento y permanencia en el mercado. El desarrollo debe ser multidisciplinar y el diseño debe tener en cuenta factores como la utilidad, efectividad, eficiencia, facilidad de uso, capacidad de aprendizaje, rendimiento y satisfacción generada en el usuario; debe estar basado en la simplicidad, calidad y facilidad de uso.

La Universidad Nacional realizó la evaluación de “El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural” en el que define:

El turismo rural como una alternativa turística que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo

ambiental, social, cultural y económico. Estos principios exaltan el turismo como una actividad de carácter territorial, que tiene relación directa con las personas, su organización social y cultural, sus vínculos interinstitucionales y con el medio ambiente. Una de las principales características de los nuevos territorios rurales es su creciente heterogeneidad, impulsada por la diversificación en la demanda de la sociedad sobre el campo y se expresa en lo que se ha denominado multifuncionalidad, término que amplía la visión productiva tradicional del sector agropecuario y conlleva a la revalorización del territorio desde nuevas perspectivas productivas. El turismo es una apuesta social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales, que incluso involucra los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores.

Por consiguiente, el turismo rural constituye una nueva alternativa de diversificación de ingresos para las comunidades campesinas y un eje estratégico para el Desarrollo Territorial Rural; sin embargo también es preciso tener en cuenta las restricciones que tiene la actividad, por las cuales no todo territorio tiene vocación turística. La dinámica evolución de la economía sectorial y global impulsa a los productores rurales a la búsqueda de estrategias adaptativas, obligándolos a una transformación socio productiva y espacial. Por consiguiente, el turismo aparece como una estrategia de diversificación de ingresos para comunidades.

El municipio de Gramalote presenta una potencialidad de desarrollo y dinámicas turísticas que generan interés en los Norte santandereanos, las cuales se deben abordar como estrategias para la intervención con turismo.

En el desarrollo de la página se deben conjugar los intereses del propio turismo, del medio ambiente y de la comunidad local enfocadas a los principios del: uso sostenible de los recursos, la reactivación de las economías locales y la integración de la población local en un proceso de desarrollo planificado y controlado.

4.1.3 Antecedentes Regionales y Locales

El desarrollo turístico de Norte de Santander de manera regional ha sido impulsado y sintetizado por la Gobernación del departamento o por las alcaldías municipales. En el Diseño del Producto Turístico de Norte de Santander para el Fondo Nacional de Turismo FONTUR

Se realizó en el año 2014 un diagnóstico turístico para cada uno de los 21 municipios e incluye el análisis de oferta, la gestión de las administraciones municipales, las inversiones realizadas en el sector turístico, las proyecciones de acuerdo a los planes de desarrollo municipal y la percepción de los actores sociales.

Se define que el departamento de Norte de Santander se presenta como un destino turístico de relevante importancia para Colombia gracias a sus bondades históricas, socioculturales, ambientales y económicas.

Se plantean acciones en diferentes frentes que buscan fortalecer las condiciones de planeación, operación y capacitación y promoción del turismo. Entre los programas y subprogramas que se incluyen en el documento están los relacionados con el fomento y desarrollo turístico.

El Análisis de la demanda turística de Norte de Santander, permitió concluir que el rango de edad de visitantes del departamento se encuentra entre los 25 y los 50 años, con una composición familiar de casados siendo familias de estratos tres y cuatro en su gran mayoría empleados, con un nivel académico universitario con un promedio de duración de viaje de dos días y una noche. (López Bandera 2014).

La referencia de este documento permite conocer a detalle el público al que debe ir enfocado el desarrollo de la página sin olvidar crear contenido alternativo para los demás tipos de visitantes. En la Guía Turística de Norte de Santander Colombia, se resalta de Nuestro departamento, la naturaleza, historia, cultura y comercio que conforma el gran abanico de atractivos norte santandereanos para el turista. En los páramos nacen numerosos ríos y quebradas que nutren diversos ecosistemas de montaña y valles, protegidos en parques nacionales naturales como el Tamá y Catatumbo Barí, los cuales se prolongan en parques equivalentes en territorio Venezolano.

4.2 Bases Teóricas

Sitios Web

En la actualidad la importancia e indispensabilidad de los Sitios Web han generado nuevas tendencias a la hora de informarse, con métodos más sencillos y dinámicos, generan una mayor interacción entre las dos partes, tanto el emisor como el receptor han evolucionado a consecuencia de la digitalización y el auge de las herramientas digitales.

El desarrollo de tecnologías digitales permite el crecimiento exponencial de los canales de circulación informativa. Tres factores son centrales para un cambio de concepción en la producción y el consumo de la información: 1. La cobertura de vastas regiones con tecnologías digitales. 2. La apropiación de los lenguajes que los caracterizan. 3. La horizontalidad de las relaciones y las comunicaciones que se producen en la web. (Irigaray, 2014, p12)

Los sitios web al ser medios de difusión de información instantánea, ofrecen a sus diferentes públicos contenidos de interés, además son una herramienta idónea para visibilizar procesos socioculturales, acciones necesarias para su sistematización en otras comunidades. Dependiendo del individuo, compañía u organización es la gestión y el contenido producido, que puede también ser generado de manera dinámica, periódica o como su administrador lo considere más adecuado. Como lo afirma Medrano en su tesis, los sitios WEB se han convertido en una de las opciones de mayor consulta y divulgación para la sociedad actual, como también uno de los medios de comunicación más rápido y entretenido.

También afirma que existen muchas variedades de sitios web, cada uno especializándose en un tipo particular de contenido o uso, y puede ser arbitrariamente clasificado de muchas maneras. Estar comunicados con los demás y en constante relación es lo que nos identifica y caracteriza como seres humanos, la comunicación desde una perspectiva social enmarca todos los actos que el ser vivo tiene con su semejante para intercambiar o transmitir información. Gracias al lenguaje podemos codificar nuestros mensajes y tener una comunicación asertiva. Según Rollo May, la comunicación guía a la comunidad al entendimiento, intimidad y valoración mutua.

El desarrollo de una página web, comprende multitud de áreas de conocimiento, desde la maquetación de páginas hasta la creación de elementos dinámicos con DHTML, pasando por la codificación en lenguaje HTML, el manejo de diferentes editores y la programación utilizando diferentes lenguajes de script en cliente. Todas ellas son imprescindibles para crear páginas web bellas y funcionales. Desarrollar un sitio Web efectivo requiere una planeación bien pensada. A pesar de que los sitios varían en rango de contenido, desde unas cuantas páginas hasta sitios mucho más complejos con características sofisticadas, el proceso de desarrollo se mantiene igual. *(Torrealba C. propuesta para el desarrollo de una página web en la U.E Colegio Rodríguez y Bello)*

La convergencia de medios es un proceso facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de la telecomunicación, que afecta aspectos muy diversos y propicia una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados. La convergencia se desarrolla, al menos, en cinco ámbitos: tecnológico, empresarial, de los contenidos, de los usuarios y de los profesionales de los medios. *(García, 2009, p.102, La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades)*

Comunicación

Comunicación es la transferencia de información y comprensión de una persona a otra. Es el modo de llegar a otros con ideas, datos, pensamientos y valores. Se trata de un puente de significado entre las personas, para que puedan compartir lo que conocen y sienten. (Werther, 2005, p13)

Como lo aclara Sydney Harris, Las palabras "información" y "comunicación" a menudo se usan indistintamente, pero significan cosas diferentes. La información implica divulgar; la comunicación es llegar al otro lado. James Cash dice que el arte de escuchar efectivamente es esencial para la clara comunicación y una clara comunicación es necesaria para el éxito en la gestión.

Al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes. El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado. (Berlo 1984).

Las comunicaciones, son las herramientas que nosotros, como seres humanos usamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar el significado de las cosas. Ser humano implica, estar en comunicación dentro de alguna cultura humana. La comunicación, entonces, constituye la esencia de la cultura, de la empresa, de la vida misma. *(Arrugo, diciembre 2001)*.

Existen diferentes tipos de códigos, como el idioma español, el lenguaje de los sordomudos, la clave Morse, las letras, etc. También existen los códigos de grupos especiales, como la policía, los pilotos, abogados, etc., que tienen una manera especial de transmitir sus mensajes. “Existen muchos códigos en la comunicación: símbolos visuales, gestos, señales con las manos, lenguaje, escritura, etc. Debemos elegir un código cuando nos comunicamos. El código que normalmente usamos es el verbal, el lenguaje”. *(Berlo, 1984)*

Es por esta necesidad que surgen los medios de comunicación, para difundir información a las masas, van siempre a la vanguardia son cada día más ágiles e implementan diferentes herramientas que permiten al ser humano una comunicación más rápida.

Ahora tomada como proceso la comunicación tienen doble contenido, intelectual y afectiva, Es decir lleva el mensaje que quiere transmitir el emisor y a la vez este va acompañado del estado de ánimo y la disposición donde se observa el tono de voz, mirada y demás. *(Guerrero 2017)*.

Comunicación digital

La comunicación digital brinda beneficios al propiciar una comunicación directa y efectiva en tiempo real, el contenido multimedia se ha convertido en el más apetecido, infografías, imágenes, videos clip, han llevado a que el público se vuelva apático a la lectura,

en cambio se potencializaron las nuevas plataformas digitales. Las más usadas son: Facebook, twitter, e instagram. Brian Clark, afirma que el contenido diseñado para los social media debe centrarse en las necesidades del lector, el oyente o el espectador. Así mismo Fernández concluye que las creaciones multimedia se basan generalmente en presentar los contenidos con gran atención al detalle, enfatizando mediante los recursos expresivos más sofisticados aquellos pormenores susceptibles de una mejor comprensión por esos medios.

El contenido transmedia es muy importante, ya que se puede difundir en diversos formatos cierta información pero desde modelos diferentes, facilitando la cobertura a todos los públicos.

La narrativa transmedia ya está aquí. La multipantalla expande los canales y ya no somos audiencias pasivas, nos transformamos en usuarios activos rastreando y participando en la construcción de un relato en movimiento. Una definición sucinta diría que la narrativa transmedia es la técnica de contar una historia a través de múltiples plataformas y formatos aprovechando las tecnologías digitales aunque esto no significa que son adaptaciones de obras de un soporte - por ejemplo, el libro- a otro medio -el cine-. (*Mascardi, 2014, p.89*)

La creación de diversas herramientas y adelantos tecnológicos van encaminadas hacia un objetivo elemental, basado en utilizar estos recursos para la transmisión de información de todo tipo y con distintos elementos propios de sentido auditivo, visuales, táctiles, etc. por ende se convierte en una necesidad utilizar esta ola de nuevas tecnologías para una mejor producción pedagógica y social.” (*Arevalo S. Diseño, implementación y actualización de la página web, para efectos de información y comunicación*)

Un sitio web dinámico puede tener cambios continuos en la presentación e información, lo importante es que siempre se muestre creatividad en los productos multimedia, ya que de ellos se alimenta la herramienta. Los contenidos culturales dentro de una población se hacen cada vez más necesarios para la conservación, visibilización de sus tradiciones y arraigos.

Justamente esta naturaleza de lo digital es lo que ha permitido el desarrollo de diferentes narrativas que mudan de unas a otras, de unos formatos a otros, de unas plataformas a otras de manera rápida y sencilla. Si antes teníamos un catalejo para mirar una sola realidad al fondo, ahora tenemos un caleidoscopio de muchos espejos. *(Moreno, 2014, p99. Hacia una comunicación transmedia)*

La hibridación cultural es un fenómeno muy natural en el contexto actual, el consumismo y el internet nos ha llevado adoptar cantidad de tendencias, modas y costumbres ajenas a las nuestras. Lo que genera una pérdida de identidad y nos convierte en seres híbridos en términos de cultura.

El “turismo alternativo” es una de las nuevas tendencias que viene tomando fuerzas en los últimos años. Aunque no tiene una definición concreta aún, se entiende a nuevos entornos al aire libre, en lugares alternativos en medio de lo rural, desenvueltos en distintos contextos como la geografía, la agricultura y la economía. El ecoturismo es uno de los más llamativos pues se enfoca en la preservación natural siempre por los lineamientos de un desarrollo social y sostenible.

Ecoturismo

Acerca del ecoturismo las siguientes características: se desarrolla en el medio rural en contraposición a los núcleos urbanos, tratando de unir intereses turísticos y

medioambientales con los de la comunidad local; supone una oferta turística reducida, lo que implica una ausencia de masificación y la utilización de pequeñas infraestructuras en armonía con la zona en la que se encuentran ubicadas; es un turismo que utiliza los distintos recursos naturales, patrimoniales y culturales propios del medio rural, pero siendo respetuoso con ellos y cuidando, ante todo, su conservación y su sostenibilidad.

Supone un importante factor de desarrollo para las economías locales, ya sea de forma individualizada o como complemento a la actividad agraria; y es básicamente demandado por turistas cuya principal motivación es el contacto con el medio rural y el conocimiento de sus particularidades, así como la huida de la masificación. *(Mediano y Vicente)*

En la actualidad es indudable el protagonismo adquirido por la actividad turística en el desarrollo socioeconómico de zonas rurales que carecen de adecuados medios de comunicación, lo que ha tenido un efecto multiplicador en el número de regiones, ciudades o países que pretenden posicionarse como destino turístico. Al mismo tiempo las administraciones públicas están tomando conciencia de sus bondades, y en particular del incremento de puestos de trabajo que implica desarrollo. *(Hernández j. Turismo cultural y de naturaleza)*

Entendiendo el ecoturismo como entonces como:

Una de las formas de turismo rural, definida como un segmento turístico en el que se prioriza la preservación del espacio natural donde se realiza, por lo que su diseño contempla ante todo el medio natural y por ende su conservación, frente a cualquier otra actividad. *(Martínez Figueroa Luis, 2007, Conceptos y Características del Turismo Rural)*

Internet

Internet es un método de interconexión descentralizado de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos denominado TCP/IP y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah.

Al contrario de lo que se piensa comúnmente, internet no es sinónimo de Word Wide Web (WWW, o “la Web”). Esta es parte de internet, siendo uno de los muchos servicios ofertados en la red internet. La Web es un sistema de información mucho más reciente desarrollado inicialmente por Tim Berners Lee en 1989. El WWW utiliza internet como medio de transmisión.

Algunos de los servicios disponibles en internet, aparte de la Web, son el acceso remoto a otras máquinas (SSH y telnet), la transferencia de archivos (FTP), el correo electrónico (SMTP y POP), los boletines electrónicos (news o grupos de noticias), las conversaciones en línea (IRC y chats), la mensajería instantánea y la transmisión de archivos (P2P, P2M, Descarga Directa).

Comparado a las enciclopedias y a las bibliotecas tradicionales, la web ha permitido una descentralización repentina y extrema de la información y de los datos. Algunas compañías e individuos han adoptado el uso de los Weblogs, que se utilizan en gran parte como diarios actualizables. Algunas organizaciones comerciales animan a su personal para

incorporar sus áreas de especialización en sus sitios, con la esperanza de que impresionen a los visitantes con conocimiento experto e información libre.

Internet ha llegado a gran parte de los hogares y de las empresas de los países ricos, en este aspecto se ha abierto una brecha digital con los países pobres, en los cuales la penetración de internet y las nuevas tecnologías es muy limitada para las personas.

Desde una perspectiva cultural del conocimiento, internet ha sido una ventaja y una responsabilidad. Para la gente que está interesada en otras culturas proporciona una cantidad significativa de información y de una interactividad que sería inaccesible de otra manera. (Madroñero Guerrero, 2017, p9).

Nuevas tecnología de la Información y la Comunicación (NTIC)

Las nuestras tecnologías de Información y Comunicación son un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información.

La denominación NTIC, es utilizada para referirse a una serie de nuevos medios como los hipertextos, la multimedia, la Internet, la realidad virtual o la televisión por satélite. Estas nuevas tecnologías giran de manera interactiva en torno a las telecomunicaciones, la informática y las audiovisuales, y su combinación como son los multimedia. (Cabero, 2000)

Cuando se habla de NTIC no se está haciendo referencia a un solo tipo de tecnología.

En estos momentos se dispone de, al menos, tres tipos diferentes, cada vez más articulados entre sí, pero que utilizan procesos y establecen relaciones muy distintas entre los contenidos y los usuarios: la televisión, la computadora y el teléfono. Es decir, estas tecnologías giran en torno a cuatro medios: La

Informática, la Microelectrónica, los Multimedia y las Telecomunicaciones.
(Torrealba 2004)

La denominación de nuevas tecnologías comprende todos aquellos medios al servicio de la mejora de la comunicación y el tratamiento de la información, que van surgiendo de la unión de avances, propiciados por el desarrollo de la tecnología, que están modificando los procesos técnicos básicos de la comunicación.

En la actualidad, se han venido desarrollando más programas dirigidos a la pedagogía y a lo didáctico, orientándose a las necesidades curriculares. Gracias al desarrollo de las telecomunicaciones y la facilidad del World Wide Web (www), en muchos países se han implementado las prácticas de educación a distancia; incorporando las NTIC al proceso de enseñanza-aprendizaje.
(Torrealba 2004)

Según Belloch (2000), se puede resumir a tres las innovaciones que han hecho posible la "revolución de la comunicación y la información: microelectrónica, informática y telecomunicaciones. En síntesis, se puede formular: tecnología educativa + informática educativa = NTIC. La riqueza radica en la adición de multimedia."

Capítulo 5. Propuestas de Producción

La necesidad de transmitir la información al público de una manera inmediata y efectiva, la web es una herramienta esencial al momento de la facilidad de comunicación.

Asumiendo la facilidad que en la actualidad se tiene para visitar la web, desde un compromiso social se creará un contenido adecuado para que pueda ser visitado y utilizado por el mayor número de personas posibles.

A través de diferentes métodos de comunicación se emplea el desarrollo de la página web, con fin de socializar las diferentes actividades y lugares que se ansía proyectar. Existen muchas diversidades de sitios web, cada uno especializándose en un tipo particular de contenido o uso, y puede ser arbitrariamente clasificado de muchas maneras. Para este caso cabe destacar el sitio web informativo y educativo.

Diseño:

Cuando se habla del diseño de una página web no solo se habla de combinar los elementos gráficos, sino de transmitir una imagen. Se tiene que mostrar ante el usuario, teniendo muy en cuenta, la sensación de seguridad y cercanía que se puede generar en él. A veces resulta complicado, alcanzar un punto medio entre la calidad y la simpleza, pero es justo ahí donde reside el valor de un buen diseño. Para impactar se debe brindar facilidades de acceso a la información, con fin de tener éxito en la experiencia generada. El diseño es fundamental para que sea eficaz y creativa nuestra plataforma web.

Fotografía:

Se van a utilizar diferentes fotografías para mostrar los distintos lugares dentro del municipio de Gramalote, con planos de detalle y generales, para ir desde lo más específico a lo general, con diferentes angulaciones teniendo en cuentas planimetría y composición de los diversos sitios a registrar, se hace más atractivo la implementación de fotografías para evidenciar los diferentes productos que se obtendrán y que se desea mostrar.

Videoclip

La idea de generar videos cortos o videoclips, es mostrar, además de referenciar esas alternativas de esparcimiento y recreación que están surgiendo de la mano del nuevo casco urbano, registrar algunas de las riquezas naturales que brinda el municipio para su visibilización y así generar un interés del público por estas nuevas alternativas de ecoturismo.

Texto informativo:

En el lenguaje escrito es una herramienta necesaria en los sitios web, por eso implementaremos algunas descripciones y detalles del contenido generado con textos que complementen el contenido multimedia, con datos generales del municipio, sus características, gastronomía, rutas y otros.

Infografías.

Se crearán muchas infografías sobre diferentes temas, aprovechando las características que goza el municipio en cuanto a diversidad de fauna y flora, de actividades de arte y cultura, de sitios de interés y comida típica.

5.1 Presentación de la propuesta comunicativa

Se propone el desarrollo y la creación de una página web con contenido multimedia que permita el acceso a la información de interés general para los visitantes del municipio de Gramalote, esto con el propósito de posicionar la página web como una herramienta digital que se consolide como referente turístico y aumente como una guía turística del municipio de Gramalote. Para esto realizaremos un reconocimiento general de todos los posibles puntos de interés, teniendo en cuenta los aspectos culturales propios del municipio, sus recursos y lugares, así como de sus habitantes.

En el trabajo de campo se identificarán los principales sitios de interés mediante registros fotográficos y registros audiovisuales, para poder referenciar y mostrar la diversidad de atractivos turísticos al aire libre, creando una ruta que brinde varios sitios como destinos de esparcimiento ideales para compartir experiencias diferentes, promoviendo actividades como el senderismo dentro del ecoturismo.

En cuanto al diseño y manejo del sitio web, se compró el dominio web y se personalizó de acuerdo a los lineamientos manejados en el proyecto, resaltando siempre la naturaleza en su máximo esplendor, algunos botones en la página de inicio que ofrecen diferentes alternativas como Gastronomía, ruta, y los sitios más importantes a visitar

Registros de las actividades del día a día de la gente del municipio para así generar contenido a través de infografías que permitan mayor y más fácil relación entre el público , el entorno y lo que se quiere transmitir, llevando un mensaje directo al público.

5.2 Público objetivo

El objetivo del sitio web es proporcionar información del municipio de Gramalote a esas personas que buscan nuevas alternativas de descanso, lugares nuevos al aire libre y experiencias relacionadas con la pacha mama, gastronomía y cultura, un público ubicado no solo en la región sino en todo el territorio nacional, incluso generando visualización en el exterior.

Proporcionar información general del municipio y sus principales atractivos turísticos, destinos para las prácticas de ecoturismo, algunos deportes extremos y experiencias desde lo cultural, ambiental y social, para mostrar sus atractivos principales, además de los lugares emblemáticos que lo hacen un gran destino a la hora de viajar.

5.3 Cronograma de Producción

Tabla 1

Actividad	Recursos	Fecha
<ul style="list-style-type: none"> ● Capturas fotografías del casco urbano y parte de la zona rural del municipio. ● Crear videoclips mostrando lugares importantes de Gramalote ● Crear spots radiales para el fortalecimiento turístico. ● Crear textos con historias representativas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cámara. ● Computador. ● Grabadora. 	09 – 30 de mayo
<ul style="list-style-type: none"> ● Diagnóstico de la situación actual que posee las tradiciones culturales autóctonas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fotocopias. ● Computador. ● Cámara. ● Grabadora. 	12 – 19 Junio

<p>en los habitantes del municipio de gramalote</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Registro de actividades culturales en fechas conmemorativas. ● vídeo clip con artistas oriundos del municipio resaltando el talento local. ● Videoclip mostrando las fuentes de economía con agricultores del sector y sus principales productos. 		
<ul style="list-style-type: none"> ● Contextualización acerca de la reserva natural el Bojoso. ● Caminata de concientización ambiental a pozo largo, ubicado en la reserva 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cámara. ● Computador. ● Implementos de aseo. 	21- 30 Junio

<p>natural del Bojoso.</p> <ul style="list-style-type: none">● Jornada de limpieza con jóvenes estudiantes del municipio en aras de una cultura ambiental.● senderismo a las ruinas del antiguo casco urbano y sus principales atractivos.		
---	--	--

5.4 Etapa de preproducción

El propósito inicial de la preproducción es realizar el reconocimiento y los puntos de interés turísticos para los visitantes del municipio de Gramalote. Se hace necesaria la implementación de diferentes técnicas de investigación cualitativa para la recolección de los datos que permitan identificar los espacios de mayor representación turística.

La etapa de preproducción incluye como primera fase un recorrido por los diferentes lugares, lo que hace necesario una intervención de campo por parte del equipo de preproducción. Esto incluye la realización de una bitácora que contenga la descripción física y el registro fotográfico de los principales espacios reconocidos por los habitantes que permitan el desarrollo turístico y económico del municipio.

5.4.1 Selección de temas y fuentes a consultar según el desarrollo multimedia seleccionado

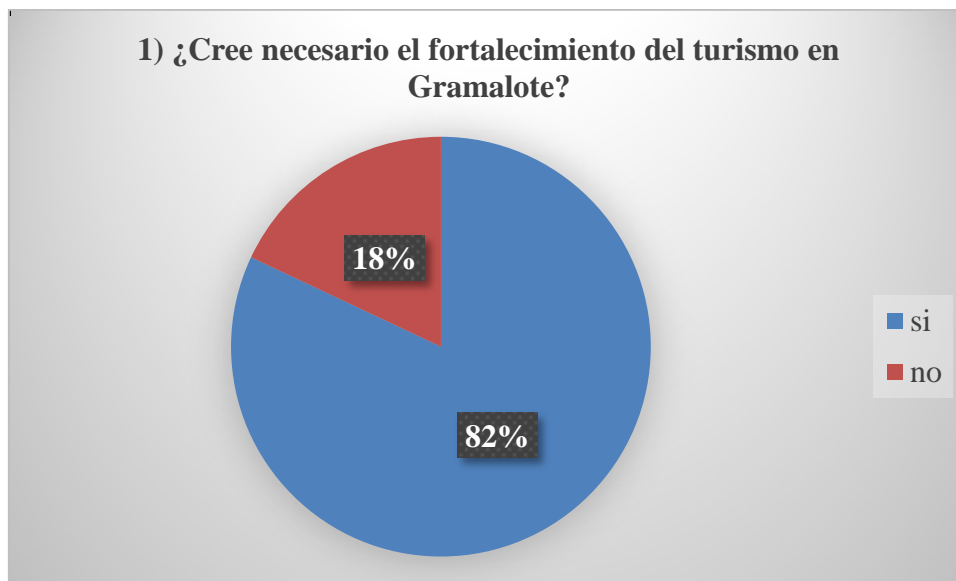
Tabla 2

Tema	Fuente
Senderismo Ecológico	Colectivos regionales Ecológicos
Alimentación y Hospedaje	Habitantes del municipio
Sitios de Interés	Comunidad en general
Medios de transporte	Empresas de transporte Intermunicipales y particulares

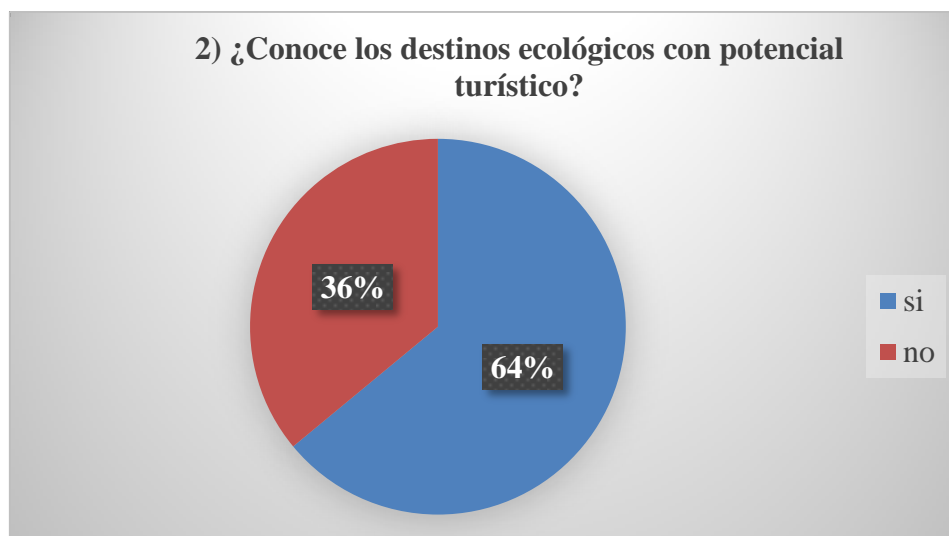
5.4.2 Investigación requerida para el desarrollo multimedia

CUESTIONARIO

Responda de acuerdo a sus conocimientos.



El 82% de la población de muestra cree necesario fortalecer el turismo en Gramalote, mientras que el otro 18% cree lo contrario.



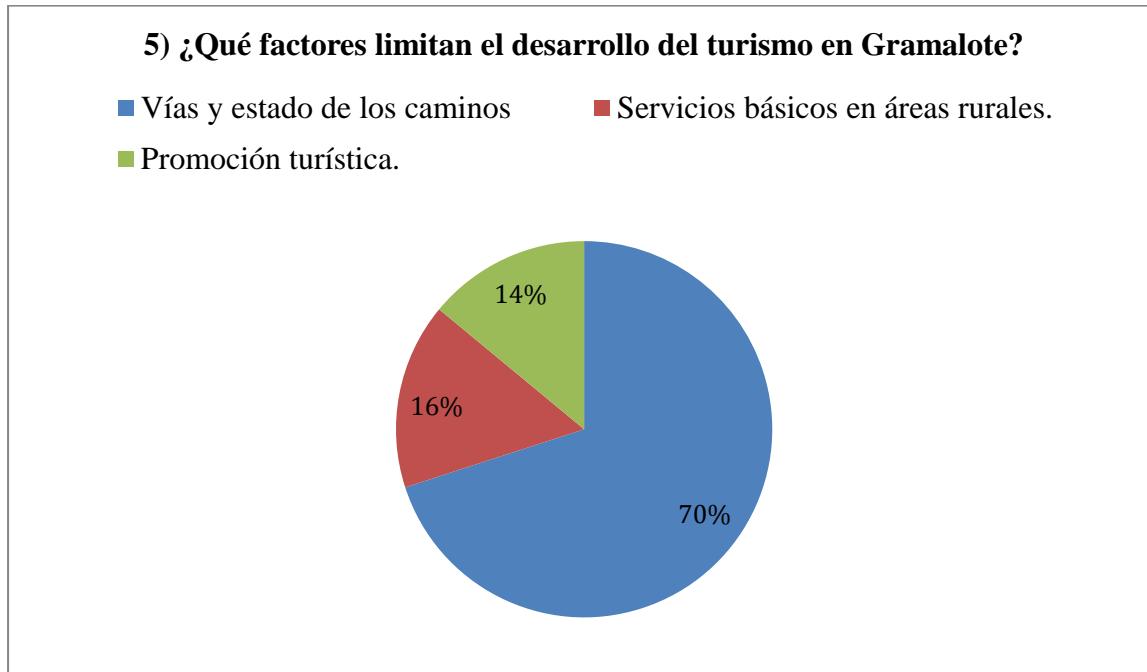
Según las personas encuestadas, el 64% conoce destinos ecológicos con potencial turístico en el municipio de Gramalote, en cambio un 36% dice no conocer ningún destino.



El 90% de las personas encuestadas creen que el turismo es bueno para los habitantes de Gramalote, mientras el otro 10% opina lo contrario.

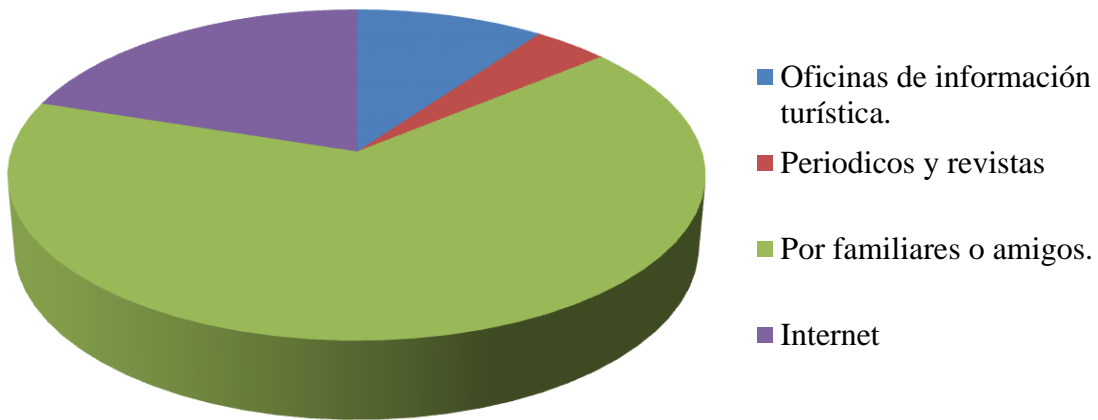


El 56% de las personas encuestadas están interesadas en recibir capacitación para estar preparadas como guía turístico del municipio, mientras el otro 44% no están interesadas.



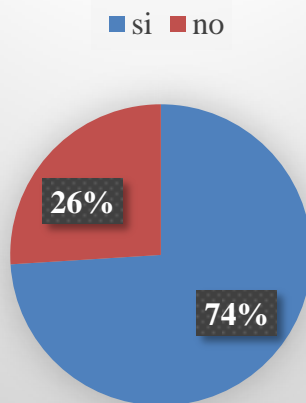
El 70% de los encuestados consideran como primer factor que limita el desarrollo del turismo en Gramalote las vías y estados de los caminos, otro 16% cree que son los servicios básicos en áreas rurales, el otro 14% considero en cambio la promoción turística.

6) ¿Cómo se informa de los diferentes sitios turísticos?



El 66% de los encuestados seleccionó que se informa de los diferentes sitios de interés mediante familiares o amigos, otro 20% de la población seleccionó que mediante internet, otro 10% seleccionó que se informa mediante oficinas de información turística y el otro 4% mediante Periódicos y revistas.

7) ¿Cree que Gramalote está preparado para ser un sitio turístico?



Según el 74% de las personas encuestadas considera que Gramalote está preparado para ser un sitio Turístico, mientras el otro 26% señaló que no está preparado para ser un sitio turístico.

5.4.3 Diseño del esquema del desarrollo multimedia

6. Etapa de producción

6.1 Recolección del material necesario para la construcción de los contenidos multimedia

Mediante visitas al municipio se realizó una serie de recolección de material fotográfico y audiovisual, que permite que se desarrolle de la mejor manera la propuesta gráfica para la página.

Se visitaron puntos estratégicos y con grandes potencialidades en turismo a los cuales se realizaron fotografías de diversos tipos, grabación de audiovisuales en diferentes planos, que muestren de la mejor manera la naturaleza paisajística del municipio. Además se realizó toma de fotografías y entrevistas a personajes típicos del municipio que permiten contar parte de la historia iconográfica y antropológica de los gramaloteros.

6.2 Selección y análisis del material

El material seleccionado luego de las salidas de campo fue modificado en varias ocasiones siguiendo las pautas necesarias para generar contenido de calidad, solo las fotografías de mejor composición fueron las seleccionadas, los audiovisuales mostrarán lo más natural y representativo de los diferentes puntos de interés, incluyendo aspectos historiográficos paisajísticos, y gastronómicos.

6.3 Etapa de postproducción

Después de terminar los contenidos se continuará con la etapa de publicación a la plataforma web, para que de ésta manera se pueda dar a conocer el sitio y empiece la interacción entre el público y el contenido.

6.4 Edición de los contenidos multimedia

Las imágenes seleccionadas serán editadas en Photoshop, posterior a esto su publicación en la plataforma, de igual manera las tomas registradas de los sitios de interés serán editadas para obtener los productos de videoclips, se utilizará el programa de Adobe Premiere y Sony Vegas pro, en los otros contenidos como las infografías y el diseño en general se implementarán los programas de Corel draw y Canva.

6.5 Ficha técnica:

Tabla 3

Producción para Medios de Comunicación:	Desarrollo web multimedia
Tipo de desarrollo multimedia:	Desarrollo web multimedia de un sitio web
Tema central:	-Gramalote -Desarrollo web multimedia de una ruta turística mediante un sitio web para el municipio de Gramalote
Plataformas seleccionadas para el desarrollo multimedia:	Sitio web, redes sociales.

Equipo de producción:

Camilo Ernesto Sánchez Rivera

William Camilo Castillo Ramírez

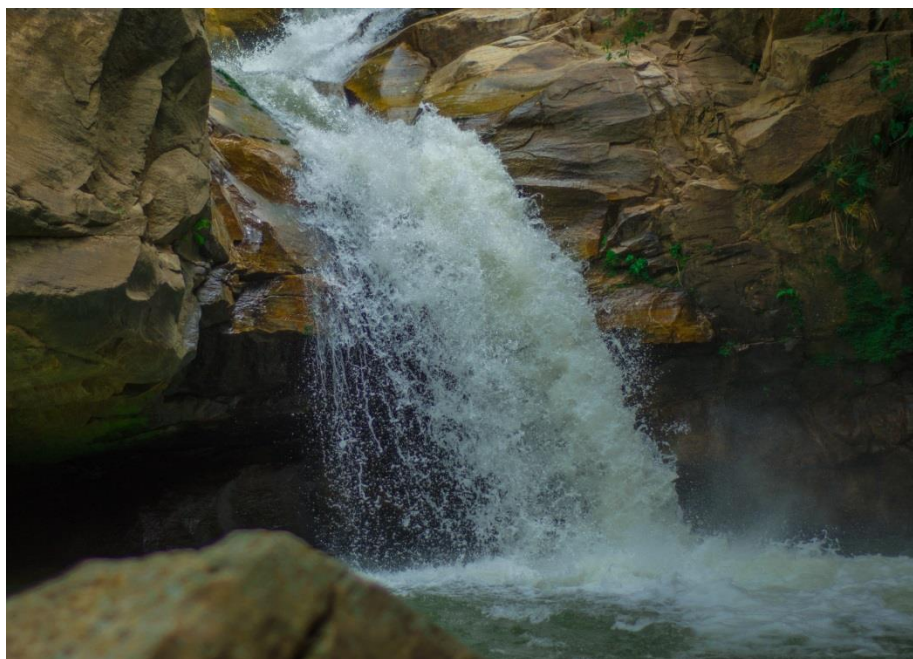
Sinopsis

Con el desarrollo de esta propuesta se busca presentar una alternativa económica diferente para los habitantes de Gramalote, que necesitan nuevas fuentes de ingreso y que aporten a la reactivación económica del municipio, enfocándose en el turismo, ecoturismo y turismo vivencial como ese factor de desarrollo de las comunidades.

En este orden de ideas, se pretende generar un posicionamiento de Gramalote con todas las potencialidades en turismo con las que cuentan, para que así los ciudadanos del departamento y Colombia puedan conocer nuevas alternativas de esparcimiento y disfrute de la naturaleza en espacios no convencionales.

Resaltando además de sus principales sitios de interés en los cuales se generan espacios de conexión con la naturaleza, experiencias desde lo gastronómico, cultural e histórico.

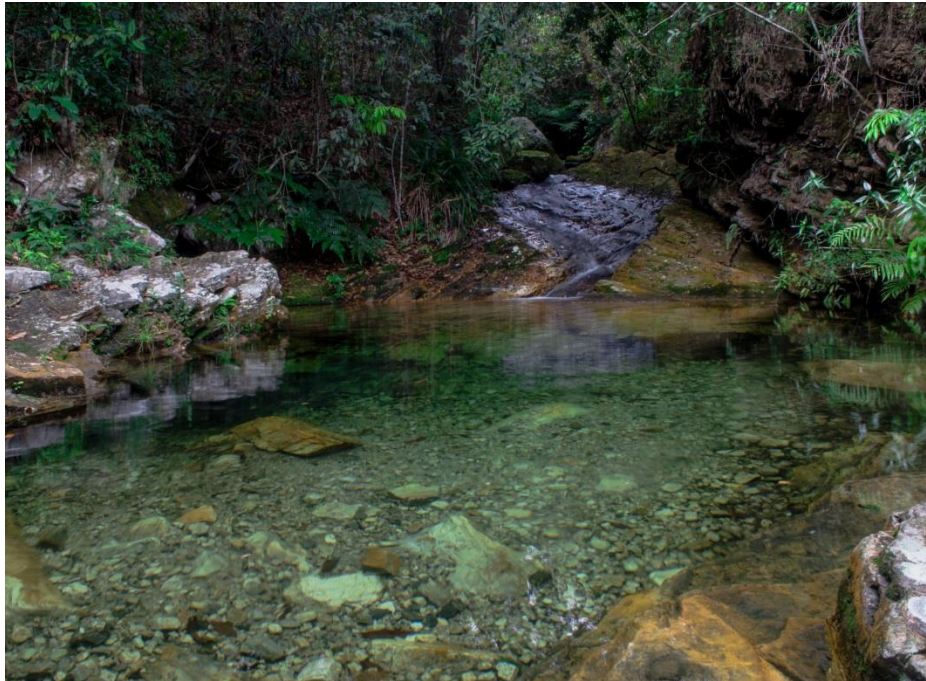
7. Anexos



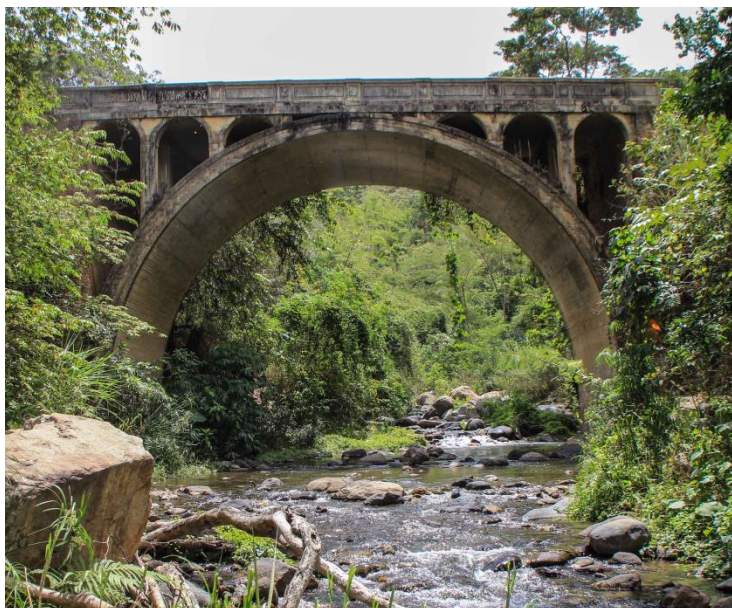
Gráfica 1 - Cascada los alcaravanes



Gráfica 2 – Laguna del Bojoso



Gráfica 3 - pozo Pomarroso



Gráfica 4 - Puente cuervo



Gráfica 5 - Cascadas los alcaravanes



Gráfica 6 - Logo



Gráfica 7



Gráfica 8

QUEBRADA LA COLORADA

Tabla 3

Título	Descripción	Duración
Presentación del concepto	Imágenes de la quebrada desde diferentes puntos estratégicos	5 – 8 segundos
Entrada a la quebrada	Personas caminando por la entrada principal de la quebrada	3 segundos
Descripción de la quebrada	Imágenes desde plano general y primer plano para exaltar los elementos del lugar	6 segundos
Desenlace	Recopilación de imágenes desde la entrada de la quebrada	2 segundos

Pozo del Pomarroso

Tabla 4

Título	Descripción	Duración
Entrada a la quebrada	Indicaciones para poder indicar la entrada hacia el pozo	8 segundos
Ruta	Ruta que se hace desde la entrada hasta el pozo	7 segundos
Lugar	Panorama que se visualiza sobre el camino para llegar al pozo	8 segundos
Personas en el pozo	Personas dentro del pozo con imágenes de primer plano	6 segundos

Pozo el molino

Tabla 5

Título	Descripción	Duración
Ruta	Puntos referentes para identificar la entrada al pozo	6 segundos
Entrada	Personas entrando al pozo	5 segundos
Características	Visualización de los paisajes que se observan sobre el sendero	9 segundos
Lugar	Plano general del pozo resaltando caída de agua	8 segundos
Paisaje	Primer plano de la flora del lugar	7 segundos

Pozo la cascada

Tabla 6

Título	Descripción	Duración
Entrada	personas ingresando al pozo desde un plano general	7 segundos
Características	Plano general y primer plano para resaltar las características del pozo	8 segundos
Entorno	Imágenes del entorno del pozo resaltando la flora	7 segundo
Cscada	Imágenes de las cascadas que se forman en el pozo	10 segundos

BIBLIOGRAFÍA

Aldrich, D. 2000 Dominando mercado digital – Estrategias prácticas para competitividad na nova economía. Makron Books, São Paulo

ÁTICA 2009. Manual Básico de creación de páginas web. Universidad de Murcia.

Arévalo et al 2013. Diseño, implementación y actualización de la página web, para efectos de información y comunicación de la Sublínea de investigación educación física en ámbitos disformales. Universidad Libre

Bigné, J.; Font, X.; Andreu, L. 2000 Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo. ESIC, Madrid

Blanco, M.1990 Teoría general de turismo. Diana, México

Cruz, G. 2005 Promoción en la web para destinos turísticos – Estrategias e indicadores para destinos brasileños. Tesis del programa de Doctorado en Turismo y Sostenibilidad – ULPGC. Las Palmas de Gran Canaria

Cruz 2005. Estrategias de Promoción en la Web, análisis de destinos turísticos internacionales. Universidad Estadual de Santa Cruz, Bahia Brasil.

Guardian Ortiz y Morer 2011 Diseño instruccional y objetos de aprendizaje: hacia un modelo para el diseño de actividades de evaluación del aprendizaje online. Universidad de Oberta de Catalunya

Huertas y Fernández Cavia 2010. Ciudades en la Web: Usabilidad e interactividad de las páginas oficiales de los destinos turísticos. Unidad predepartamental de Comunicación Audiovisual, publicidad y periodismo.

Madroñero Guerrero 2017 Diseño de un Sistema de Información Web para mejorar la publicidad de los servicios ofertados por el consultorio 102 Dra Fernanda Madroñero.

México 2005 Consejo de promoción turística de México.

Morgan, N.; Pritchard, A. 1999 Tourism promotion and power. Wiley, London

Ortega Carrillo 2011 Planificación de ambientes de aprendizaje interactivos on-line: las aulas virtuales como espacios para la organización y el desarrollo del teletrabajo educativo. Universidad de Granada – Centro UNESCO.

OMT 1998 Introducción al turismo. OMT, Madrid

OMT 2005 Ranking de llegadas internacionales. Disponible en: <<http://www.world-tourism.org>>. Visitado el 20 de febrero.

Palazón Meseguir 2005. Comunicación web: el valor de los contenidos de la red. Madrid.

Porter, M. 1999. Competição on competition. Estratégias competitivas. Campus, Rio de Janeiro

Sánchez y Aristizabal 2016 Usabilidad aplicada al diseño de sitios web. Universidad tecnológica de Pereira.

Suau Jiménez. 2010 Uso metadiscursivo interpersonal en inglés y español en páginas web institucionales de promoción turística.

Torrealba 2004. Propuesta para el desarrollo de una página Web en la U. E Colegio Rodríguez y Bello

Wind, J.; Mahajan, V.; Gunther, R. 2002 Convergence Marketing. Strategies for reaching the news hybrid consumer. Prentice-Hall, New York

William y Martel 2008. Turismo. La web social como plataforma para desarrollar un ecosistema turístico basado en el conocimiento.