

PROYECTO DE GRADUACIÓN
TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

**Turismo sostenible a través de un recorrido
audiovisual**

Propuesta de una serie documental para conocer
Argentina mediante una plataforma de streaming

Carolina Busso

0094533

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Creación y Expresión

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

21/07/2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas las personas que me acompañaron durante toda la carrea, en especial a mi familia que siempre me incentivo a dedicarme a lo que me gusta y apasiona. Quiero agradecer especialmente a mis papás que siempre me mostraran los grandes paisajes de Argentina lo cual motivó mi decisión por la temática, y a su vez agradecerles por la posibilidad de realizar un intercambio en el exterior donde me enamoré del género documental.

También quiero agradecerles a dos compañeras y amigas de la facultad, Camila Klein y Sofía Marcolongo, que fueron muy importantes durante este recorrido y con las cuáles realicé la mayoría de mis trabajos audiovisuales, de los cuales me encuentro muy orgullosa.

Gracias a la profesora Marina Zeising por guiarme al principio de la cursada, respondiendo mis dudas y recomendándome bibliografía. Le agradezco a Fernando Caniza por ayudarme con cada entrega a perfeccionar mi trabajo, estando atento a cada detalle que podía ser mejorado. Quiero destacar especialmente lo presente que estuvo teniendo en cuenta el contexto que se vivía en el país y en el mundo, viéndonos forzados a trabajar de manera remota, ha sido de gran ayuda.

Gracias a todos los profesores que me formaron durante estos cuatro años, impartiendo sus conocimientos y motivándome a realizar trabajos originales y de calidad. Agradezco todos los rodajes que viví, cada uno único con miles de experiencias y aprendizajes.

Muchas gracias a todos los que estuvieron presentes directa o indirectamente en este proceso, el cual finalizo con mucho orgullo.

Este trabajo está dedicado a todos los amantes del documental y a los apasionados de las riquezas naturales que tiene Argentina.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. Exposición y distribución: cine documental para conocer Argentina ...	10
1.1. Aproximación a una definición y modalidades de representación en el género documental.....	11
1.2. Índices de asistencia a las salas de cine en Argentina	15
1.3. Fomento y métodos de financiación del género documental en Argentina	21
1.4. Comunicación y fomento del turismo sostenible en Argentina	26
Capítulo 2. Cine para difusión del turismo mediante nuevas tecnologías	33
2.1. Video On Demand: Netflix y Cine.Ar Play	33
2.2. Las cuatro pantallas	40
2.3. La difusión del turismo sostenible a través de nuevas tecnologías	45
Capítulo 3. Técnicas y elementos de un documental innovador	52
3.1. La idea y el guion	52
3.2. Dirección y producción	58
3.3. Montaje	63
Capítulo 4. Our Planet a través de Netflix	71
4.1. Sinopsis y contexto.....	71
4.2. Análisis de sus herramientas creativas.....	80
4.3. Análisis del alcance a través de la plataforma de streaming.....	89
Capítulo 5. Viaje por Argentina a través del documental	92
5.1. La idea: propuesta de una serie documental	93
5.2. Herramientas creativas.....	103
5.3. Exposición y distribución	108
Conclusiones	111
Lista de Referencias Bibliográficas	116
Bibliografía	122

Introducción

El presente proyecto de grado (PG) trata el tema del cine documental en Argentina, en particular el desarrollo de una serie documental de género documental que incentive el turismo sostenible en Argentina y que sea exhibida en una plataforma de *streaming*. Pertenece a la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación. Se encuentra enmarcado bajo la categoría Creación y Expresión ya que el objetivo es elaborar una propuesta de serie documental sobre Argentina. El énfasis se encuentra en que el autor logre expresarse como creador. Conciernen a la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes.

El tema surgió a partir del gran interés del género documental como medio que influye en la sociedad. La pieza audiovisual propuesta plantea una solución para el turismo sostenible en Argentina a través del fomento del mismo ya que no se explota lo suficiente teniendo en cuenta los grandes paisajes que recorren el país. La pertinencia del tema está dada a partir de que indaga si el género documental audiovisual puede utilizarse como instrumento y medio de fomento del turismo en Argentina. Tiene como finalidad proponer una serie audiovisual de tipo documental que incentive a los argentinos a recorrer y conocer su país de una manera sostenible. Asimismo, es relevante porque plantea una problemática académica y profesional significativa e importante que indaga sobre un tema innovador que puede generar resultados positivos en el país, ayudando a fomentar el turismo y el consumo sostenible, lo cual también tendría un efecto positivo en la economía del mismo. A su vez beneficia al ámbito profesional ya que se indaga sobre la distribución y exhibición del cine documental en Argentina y como las nuevas tecnologías tienen un impacto en este ámbito.

Para la conformación del planteo del problema se parte del supuesto de la investigación que consiste en que los habitantes de la Argentina tienen poco conocimiento de su país y lo que el mismo tiene para ofrecer. En tanto para establecer el núcleo del problema, se considera que las causas serían la poca difusión y visibilidad del turismo

consciente, una pobre o una falta de comunicación. Como consecuencia, esto trae consigo poco desarrollo del turismo nacional.

A partir de esto se infiere que la pregunta problema es ¿Cómo fomentar el turismo sostenible en Argentina a través de una serie audiovisual de género documental?

El género documental a lo largo de la historia fue, y continua siendo, una herramienta de persuasión y fomento que influye en la sociedad y genera cambios en la misma.

Por lo tanto, el objetivo general del PG es elaborar una propuesta sobre una serie documental que trate la temática del turismo en Argentina de manera sostenible.

Asimismo, los objetivos específicos que acompañan al objetivo general son indagar sobre la exhibición y distribución del cine documental en Argentina; explicar las nuevas herramientas tecnológicas con las cuales se puede difundir el turismo sostenible a través del cine; describir las técnicas y herramientas utilizadas en la creación de un documental innovador; y por último analizar una serie documental distribuida a través de una plataforma de *streaming*.

Para el desarrollo del siguiente PG varias materias se vinculan directamente. Entre ellas se encuentran, Diseño de Producción Audiovisual I dictada por la Profesora Marina Zeising y Taller de Creación V dictada por el Profesor Marcelo Vidal.

Para dar cuenta del estado del arte se realiza un relevamiento de antecedentes entre los Proyectos de Graduación de los alumnos de la Facultad de Diseño y Comunicación, de la Universidad de Palermo.

El primero realizado por Battistuzzi (2015), titulado *Video on demand: el futuro del audiovisual* tiene como objetivo desarrollar la pertinencia del Video On Demand o video bajo demanda como el protagonista de la industria audiovisual en los años porvenir. El presente trabajo se encuentra relacionado a este PG ya que en el cuarto capítulo se aborda este sistema de consumo audiovisual en la actualidad.

El segundo de Desiderio (2019), *Humano + Animal = Salud. Carpeta de producción para una serie documental*, trata sobre la salud y las terapias asistidas con animales

culminando el trabajo con una carpeta de producción. El PG se encuentra estrechamente relacionado ya que ambos se encuentran en la misma categoría y línea temática y proponen una serie audiovisual de género documental.

El tercero, de Gacetta Dorsch (2019), *BA Consciente. Alianza de RSG entre Argentina e Israel*, busca crear consciencia en la sociedad argentina en base a tres ejes: la crisis hídrica mundial, la gran cantidad de desechos existentes y el cambio climático. Los proyectos de grado se encuentran relacionados estrechamente ya que ambos abordan temáticas para traer soluciones hacia el cambio climático.

El cuarto de González (2015), *Técnicas cinematográficas. Propuesta de emprendimiento audiovisual y su carpeta de trabajo bajo la perspectiva de las nuevas tecnologías*, busca dar cuenta que el documental es un género que sobrepasa los límites del cine y que permite generar nuevas propuestas documentales. Finaliza con una carpeta de trabajo sobre una propuesta de emprendimiento. Se encuentra estrechamente vinculado al PG en desarrollo ya que trata sobre una propuesta para realizar un trabajo sobre el cine documental, una carpeta de proyecto.

El quinto de autoría de Gutiérrez Moreno (2018), *Colombia Ancestral. El documental como vía de comunicación en los pueblos indígenas*, tiene como objetivo realizar la carpeta de producción de un documental que pretende reflejar visualmente la pre producción y realización del mismo, teniendo en cuenta aspectos técnicos y financieros. Ambos proyectos de grado se encuentran relacionados ya que tratan el mismo género cinematográfico y plantean un proyecto audiovisual.

El sexto, de Miner (2016), *Personajes temáticos. Un recurso en el documental*. El PG indaga sobre la construcción y existencia de los personajes temáticos, con la intención de llegar a una conclusión sobre sus avances y desarrollo a lo largo de la historia, su utilidad e identificación en distintas plataformas, pero principalmente la existencia de estos personajes dentro del cine documental. Se relaciona con el PG a presentar ya que ambos

tratan el género documental. Ambos abordan contenidos sobre la historia del género mencionado y análisis del mismo.

El séptimo, realizado por Paz (2017), *Salir de la Heterónoma. Desarrollo de la carpeta de producción de Bondi, una serie web LGBTIQ*, busca realizar una carpeta de producción de una serie web, por lo cual se investigará sobre los aspectos relacionados con la producción de la misma. Ambos proyectos se encuentran enmarcados en la categoría de Creación y Expresión y tienen como objetivo finalizar con una propuesta audiovisual.

El octavo, de Torres Camacho (2018), *No dejes de Grabar. Una serie web de estilo found footage*, tiene como fin la creación de una carpeta de desarrollo de un proyecto audiovisual, específicamente de una miniserie web de género terror. El PG tiene relación ya que ambos buscan ampliar conocimientos sobre la producción, realización y la distribución de contenido audiovisual.

El noveno, de autoría Vecchio (2016), titulado *Derribando mitos: la extinción del cine vs. el auge de Netflix*, realiza una investigación sobre la evolución de la visualización cinematográfica, desde las salas de cine tradicionales hasta el sistema por el que se rige la compañía Netflix. Los proyectos de grado se encuentran relacionados entre sí ya que en el presente PG se indaga sobre los índices en las salas de cine de Argentina y sobre el sistema de *streaming*, planteando finalmente un producto audiovisual que se exhibe en la plataforma de Netflix.

Por último, Velasco Vélez (2014), *Centro ecoturístico Emaus. Branding de un turismo responsable*, aborda el turismo sostenible y cómo generar la identidad de una marca basado en ello, presentando finalmente planes de branding y comunicación. Los proyectos de grado se encuentran relacionados ya que ambos abordan el ecoturismo y buscan fomentar el mismo.

Con la misma finalidad se releva bibliografía de autores que tratan la temática que componen la problemática a tratar y se comprueba que no hay muchos textos sobre esta temática específica que se aborda aquí, pero sí sobre el tema en general.

De la lectura de los textos se puede apreciar algunos conceptos de gran importancia, los aportes de estos autores serán una herramienta fundamental para tener una base sólida del PG y vincular correctamente los diferentes conceptos, conformando el marco teórico.

El primer capítulo introduce al lector a la temática de exhibición y distribución del cine documental en Argentina basada en las ideas del Bill Nichols ya que es un autor de gran relevancia en el género documental que logra a poner en contexto la temática. Se indaga sobre la asistencia a las salas de cine, sobre medidas de fomento del género documental, y como el mismo puede ser utilizado para fomentar el turismo sostenible en Argentina.

El segundo capítulo aborda la temática de las nuevas herramientas tecnológicas y cómo pueden ser aplicadas al cine documental, basada en las ideas del autor Pablo Messuti que sirven para describir mejor la problemática general porque aborda la temática de distribución de producciones audiovisuales a través de avances tecnológicos y las pantallas móviles. A su vez explica cómo las mismas pueden ser utilizadas para la difusión del turismo sostenible.

En el tercer capítulo, se describen las herramientas utilizadas en el documental basada en las ideas del autor Michael Rabiger que sirven para describir mejor la problemática general ya que aborda la dirección de documental realizando un recorrido por todas las etapas y áreas que se ven involucradas en la realización de un documental.

En el cuarto capítulo se desarrolla la corroboración empírica de la propuesta mediante la aplicación de técnicas de investigación, para verificar si es posible fomentar el turismo en Argentina a través de una serie documental transmitida en una plataforma de *streaming*. Se realiza un análisis de la serie documental *Our Planet* (Fothergill, 2019) que es transmitida a través de Netflix.

Por último, en el quinto capítulo se elabora la propuesta de una serie documental que trate la temática del turismo sostenible Argentina recorriendo sus distintas regiones. Se desarrolla una sinopsis de cada capítulo, proponiendo las herramientas creativas que serán utilizadas y se piensa una plataforma en donde será distribuida y expuesta la serie.

Para resolver la problemática y desarrollar la propuesta se recurre a una metodología que consta de diferentes técnicas exploratorias: relevamiento de bibliografía especializada y el análisis de una pieza creativa. También se aplican técnicas descriptivas: análisis e interpretación de datos obtenidos en la investigación.

En este último tramo de la introducción al PG, y antes de profundizar en el trabajo, es necesario destacar que el autor considera que el texto realiza un destacado aporte al conocimiento de esta disciplina ya que propone una temática de la cual no se encuentran trabajos realizados y puede traer una nueva perspectiva y uso al género documental. Innova en la forma en que será distribuido y exhibido, ya que otras propuestas similares apuntan a salas de cine o series web, y no a una plataforma de *streaming*. La temática de la serie documental a su vez es algo en lo que no se profundizó, se encuentran trabajos sobre el desarrollo del turismo en Argentina pero el aspecto innovador es que se realiza a través del medio audiovisual.

Asimismo, también permite encontrar un medio para generar más turismo en Argentina por parte de los residentes, generando oportunidades económicas al país al explotar sus paraísos.

Capítulo 1. Exposición y distribución: cine documental para conocer Argentina

El cine documental en Argentina es un género de gran interés por parte de los realizadores, pero a la hora de observar la asistencia a las salas se observa que los espectadores no comparten el mismo el interés, eligiendo en cambio producciones de ficción taquilleras, provenientes de la industria de Hollywood.

Se aborda una aproximación a la definición de documental según distintos autores, ya que no existe consenso en el ámbito audiovisual sobre una definición concreta. Los autores que se referencian a la hora de intentar llegar a una definición son Aufderheide (2007), Rabiger (1989) y Nichols (1997 y 2010). A su vez, se desarrollan los distintos modos de representación del documental que enmarcan al género según sus características.

Luego se exploran los índices de asistencia a las salas de cine en Argentina y cómo este se vio afectado a lo largo de los años con la aparición de la televisión (TV) y las nuevas tecnologías. Se intenta entender si supo adaptarse y complementarse a los avances o si fue sustituida por ellos. Se citan autores como Gubern (1969), Heredia Ruiz (2017), Onaindia y Macedo (2013), Cáceres y Cáceres (2012), INCAA (2017 y 2019), Messuti (2017, 2018 y 2019), Lauricella (2017), Musaluppi (2012) y Moguillansky (2016).

Asimismo, se investiga sobre el fomento y los métodos de financiación con los que cuenta un realizador a la hora de producir un documental en Argentina. Como por ejemplo, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y sus medidas hacia el apoyo de la producción nacional. Los autores que se suman al apoyo bibliográfico son Aprea (2008), Campo (2012) y Fuertes y Mastrini (2014).

Por último, se abordan posibles estrategias de comunicación para el fomento de la actividad turística sostenible utilizando el género documental como medio, apoyándose en autores como Paz (s.f.), Altamarino y Tuñez (2014a, 2014b y 2016), Celaya (2009), Arendt y Matthes (2014) y Holbert, Kwak y Shah (2003).

1.1. Aproximación a una definición y modalidades de representación en el género documental

Dentro de la cinematografía se encuentra el cine de ficción, el cual se lo conoce como las películas que relatan historias inventadas, y el cine de no ficción, el que se caracteriza como documental. Aufderheide (2007) expresa que la mayoría de las veces al nombrar el documental se asume que no son películas divertidas, sino que serias. Pero a diferencia de lo que se cree, muchos son realizados también con el objetivo de entretener.

Definir el cine documental no es fácil ya que es un concepto muy amplio. Nunca se ha llegado a un consenso de una definición precisa del mismo. Rabiger (1989) lo define como un reflejo de una fascinación y un respeto por la actualidad. Nichols (2010) plantea que hace hincapié en una realidad histórica representando desde una perspectiva distintiva. Para formular una definición del mismo plantea ideas de sentido común y las cuestiona.

En primer lugar, discute que los documentales se restringen a contar historias sobre la realidad, pero que muchas películas de ficción también tratan temas de la realidad. Aufderheide (2007) destaca que los documentales son sobre la vida real, no son la vida real. La utilizan como material crudo, construido por artistas y técnicos que toman decisiones sobre qué historia contar, a quien y por qué. Por lo tanto, “Las películas documentales tratan sobre situaciones o eventos actuales y hacen honor a hechos sabidos; no introducen nuevos e inverificables. Hablan directamente sobre el mundo histórico, en vez de alegóricamente.” (Nichols, 2010, p.7).

En segundo lugar, lleva a debate la idea de que las películas documentales tratan exclusivamente sobre personas reales, no ficticias. Las películas de ficción también se enfocan en personas verdaderas, solo que estas son actores profesionales encarnando un rol. El autor plantea que es más preciso decir que “Los documentales son sobre personas verdaderas que no están realizando un rol, en cambio se representan a sí mismos.” (Nichols, 2010, p. 8). Utilizan experiencias previas y hábitos para ser ellos

mismos delante de la cámara. Pueden ser conscientes de la presencia de la cámara, por ejemplo en entrevistas, pero el director intenta que se transmita una imagen honesta.

En tercer lugar, cuestiona la idea de que el cine documental cuenta historias sobre lo que sucede en el mundo real. En el momento de ver un documental es necesario tener en cuenta de quién es la historia, si del director o del sujeto; si la historia deriva de los eventos y las personas involucradas o si es el trabajo del director, o si es basado en la realidad. Propone que se agregue a esta noción: “En la medida en que un documental cuenta una historia, la historia es, más bien, una representación de lo que pasó, que una interpretación imaginativa de lo que puede haber pasado.” (Nichols, 2010, p10).

Cambiando las tres definiciones de sentido común se llega a una definición más precisa:

Las películas documentales hablan sobre situaciones o eventos que involucran personas reales (actores sociales) que se presentan a sí mismos como ellos mismos en historias que transmiten una propuesta plausible de, o perspectiva en, sus vidas, situaciones y eventos mostrados. El distintivo punto de vista del director da forma a la historia en una forma de ver el mundo histórico directamente, en vez de en una alegoría ficcional. (Nichols, 2010, p.14).

Es importante destacar, como lo hace Aufderheide (2007), que un documental siempre en alguna medida manipula la información. La selección de un tema, el montaje, la mezcla de los sonidos, y muchos otros aspectos de la realización de una película son manipulaciones. Un gran debate dentro del género del documental es hasta qué punto se puede manipular la información, cuando deja de llamarse documental para pasar a ser ficción. Una película documental cuenta una historia sobre la vida real, con rasgos de verisimilitud, pero hasta donde debe llegar es una cuestión de debate.

Nichols (1997) plantea distintas modalidades de representación, formas básicas de organizar textos en relación con ciertos rasgos o convenciones recurrentes. Generalmente en un documental se puede observar más de un modo de representación, pero siempre uno predomina sobre otro. En un primer momento, planteó la modalidad expositiva, de observación, interactiva y reflexiva. Luego, agregó la poética y la performativa. Las mismas pueden agruparse en dos categorías. El grupo A donde se encuentran la expositiva y la observacional, ocultan el rol del realizador, infieren que el

mundo es como se plantea en el documental y cuenta con referencias directas al mundo real. El grupo B, por otro lado, cuenta con las modalidades poética, performativa, interactiva y reflexiva, donde el realizador es protagonista y al espectador se le da un lugar donde crea su propia interpretación. Se plantea un punto de vista, que puede ser verídico o no, y se intenta persuadir al espectador para que tome esa postura.

La modalidad expositiva es la más utilizada dentro del cine documental. Presenta un argumento e intenta persuadir al espectador que lo planteado es razonable y lógico. Se dirige al espectador directamente, con intertítulos o voces que exponen una argumentación. Se utiliza variedad de contenido, por ejemplo material de archivo, entrevistas, fotografías y animaciones. Predomina el sonido no sincrónico. La retórica de argumentación del comentarista tiene un rol dominante en el texto, haciendo que este avance en función de la necesidad de persuasión. El montaje establece y mantiene la continuidad retórica, hace hincapié en la objetividad y tiende a realizar generalizaciones.

La siguiente modalidad, la de observación, suele utilizarse en todos los documentales. Cuenta con sonido sincronizado y tomas largas. Hace hincapié en la no intervención del realizador. Estas películas dejan el control en los sucesos que se desarrollan delante de la cámara, se basan en el montaje para potenciar la impresión de temporalidad auténtica. La presencia de la cámara en el lugar atestigua su presencia en el mundo histórico, sugiere un compromiso con lo inmediato, lo íntimo y lo personal que es comparable a lo que podría experimentar un observador o participante. Transmite una sensación de acceso sin trabas ni mediaciones a lo que se encuentra en pantalla.

La modalidad interactiva utiliza variedad de contenido como puede ser material archivo, observacional, entrevistas, fotografías y animaciones. Se utilizan largas tomas con sonido sincronizado. Hace hincapié en las imágenes de testimonio o intercambio verbal y en las imágenes de demostración. La autoridad textual se encuentra en los actores sociales reclutados: sus comentarios y respuestas son una parte esencial de la película. Predominan varias formas de monólogo y diálogo. Se plantea una sensación de

parcialidad, de presencia situada y de conocimiento local que se deriva del encuentro real entre el realizador y el ente social; reaccionan a los matices o implicaciones que pueda haber en el discurso del otro. El objetivo del montaje es mantener una continuidad lógica entre los puntos de vista individuales, la lógica pasa por la relación entre las afirmaciones de los sujetos entrevistados o al intercambio de las conversaciones entre el director y los actores sociales, es decir los individuos. Las relaciones espaciales pueden no ser cercanas o incluso resultar desproporcionado. Afirmaciones contradictorias sobre un mismo tema generan el efecto de una yuxtaposición inadecuada que invitan al espectador a repreguntarse afirmaciones iniciales, generando confusión y análisis crítico. La modalidad de representación reflexiva, presenta al espectador algo en qué reflexionar. Se observa una construcción, utiliza técnicas antirealistas para acentuar que se trata de una representación subjetiva, fomenta una respuesta emocional. Se utiliza una voz omnisciente para generar preguntas, no para dar respuestas. El tema central de esta modalidad es la representación del mundo histórico. Los textos reflexivos son conscientes de sí mismos en forma y estilo, pero también en lo que respecta a estrategia, estructura, convenciones, expectativas y efectos. Plantean dos formas de representar a la gente, en primer lugar, como una cuestión que el propio texto puede abordar específicamente, y en segundo lugar, como una cuestión social para el espectador haciendo énfasis en el grado en que los actores sociales aparecen ante él como significantes del propio texto. Dirigen la atención del espectador hacia el proceso de realización. Muchos textos reflexivos presentan al realizador dentro de la pantalla como un agente con autoridad. Generalmente no se centra sobre cuestiones éticas. Hace hincapié en el encuentro entre el realizador y el espectador, a diferencia de entre el realizador y el sujeto.

La modalidad de representación poética evita el montaje continuo, ya que el mismo es utilizado para presentar una narrativa lineal. Se realiza hincapié en el tono, en transmitir un sentimiento, no busca persuadir y el espectador es consciente de que se está observando una construcción. El compromiso del director es con la película al igual que

con los actores sociales. Explora asociaciones y patrones que involucran ritmos temporales y yuxtaposiciones espaciales. Los actores sociales aportan complejidad psicológica y un punto de vista del mundo específico. Se hace hincapié en el estado anímico, el tono. Se aprende a través de las emociones y sentimientos.

Por último, la modalidad de representación performativa, enfatiza las dimensiones subjetivas y afectivas en el espectador. Suele tratarse un tema personal del realizador, un aspecto de su vida que lo mueve, pero principalmente trata verdades universales. Se muestran perspectivas personales. El realizador suele comentar en el proceso de realización y en la construcción de la historia. Fuerza a la audiencia a reconocer que las historias no son más que la perspectiva de una persona en un tema determinado y en un tiempo y espacio determinado, no una verdad o un punto de vista único. El espectador es alentado a tomar las representaciones como una verdad, en vez de como una única verdad. Realiza preguntas sobre el conocimiento, subraya la complejidad del conocimiento del mundo haciendo hincapié en sus dimensiones subjetivas y afectivas. Genera énfasis en las cualidades subjetivas de la experiencia y de la memoria. Ocurrencias actuales se amplían por unas imaginadas. Estas películas enfatizan en las libertades poéticas, estructuras narrativa poco convencionales, y formas subjetivas de representación. Suelen dirigirse al espectador de manera expresiva y emocional e incentivan que el espectador cuestione las posturas propuestas.

1.2. Índices de asistencia a las salas de cine en Argentina

Desde sus comienzos el cine fue pensado para ser exhibido en salas. Con los cambios tecnológicos que trajo la historia los modos de observar y consumir cine fueron cambiando, pero las salas siempre supieron adaptarse y seguir siendo foco de espectadores. Onaindia et al. (2013, p. 105) exponen “La especificidad del cine se funda en la proyección en salas, que produce una experiencia sensorial ausente en otras pantallas, y en toda una tradición institucional que impide absorberlo sin más en el concepto más amplio y abarcador del audiovisual”.

En la actualidad, expone Heredia Ruiz (2017), el 90% de la cuota de mercado de cine del mundo es controlada por seis empresas estadounidenses, las *Big Six Majors*. Su dominancia recae en que estas empresas controlan la distribución de contenidos.

Las producciones y audiencias locales deben competir contra producciones que provienen de Hollywood, pero las mismas cuentan con menores recursos, es por eso que en las industrias cinematográficas de muchos países no son exitosas.

Cáceres et al. (2012, p.179) explican que “en una cinematografía pequeña, como la nuestra, se considera un buen indicador de productividad la relación del estreno de una película anual por cada millón de habitantes.” En Argentina, en 1991 la cantidad de estrenos fue de diez películas con una población de 35 millones de habitantes. En el 2010, con una población de 40 millones de habitantes, se estrenaron 149 películas. En el último anuario del INCAA se observa que se estrenaron 550 largometrajes durante el 2018 sobre una población de aproximadamente 44 millones de habitantes. (INCAA, 2019).

Estos datos muestran una creciente realización de largometrajes nacionales, pero los números de espectadores no demostrarían el mismo interés que los realizadores por la cinematografía nacional.

A su vez, durante el año 2018 las salas de cine de la Argentina recibieron 46.431.072 espectadores. El 14,70% de ellos asistieron a las salas para consumir películas de la industria cinematográfica de producción o coproducción nacional. (INCAA, 2019).

Asimismo, a través de los años se puede observar un cambio en la participación por parte de películas nacionales. En el 2009 este se encontraba en un porcentaje del 16,05%, cayendo entre los años 2010 a 2012 a alrededor de un 9%, luego creciendo nuevamente, hasta encontrarse en el 2018 en un 14,70%, es decir aproximadamente un 2% menor a lo que se realizaba hace nueve años. El pico de participación se dio durante el 2014 llegando a un 17,84%.

Al respecto, también se observa que:

En 2018 se estrenaron 550 largometrajes, de los cuales 238 (es decir, el 43,27%) son producciones y/o co-producciones nacionales, mientras que 312 son de origen extranjero. Desde el 2008, con 74 títulos, la cantidad de estrenos de películas argentinas continúa en ascenso: se registró desde entonces un incremento del 221,62%. (INCAA, 2019, p.33).

Sobre el asunto, la mayoría de estos largometrajes son categorizados dentro de un solo género, otros con dos o hasta tres. Los géneros utilizados durante el año en cuestión fueron: drama, documental, comedia, histórico, policial, aventura, suspenso, acción, musical, romance, humor, cultural, infantil, ciencia ficción, terror y dibujos animados. Se observa que de los 238 largometrajes nacionales los realizadores se ven atraídos a realizar drama, siendo 100 las películas categorizadas dentro de este género. Le sigue el documental con 78 producciones y la comedia con 36.

Dentro de las 25 películas más taquilleras del año 2018 los primeros seis largometrajes pertenecen a la industria internacional, encontrándose primera en la lista una película infantil animada. La industria nacional se encuentra en el puesto número siete, con un largometraje de género drama y policial basado en una historia real, en realización con una co-producción española. Ningún documental de origen argentino encabeza la lista.

Messuti (2019) analiza como del 2015 al 2017 la cantidad de espectadores totales tuvo un descenso significativo, de modo que el cine nacional se vio fuertemente impactado, aunque cabe recalcar que la disminución en esta categoría ha sido menos acentuada que en el número total. Tomando en consideración el hecho de que los estrenos nacionales aumentaron considerablemente en los últimos años, se observa una disminución en la cantidad de espectadores en las salas de películas argentinas, a pesar de que la cantidad de producciones estrenadas incrementó. La recaudación total y de cine argentino se ha incrementado probablemente debido a la inflación creciente en los últimos años.

Messuti (2018) analiza los estrenos argentinos del 2017, donde el género documental fue el que más estrenos tuvo, con 88 producciones, seguido por los largometrajes de drama, con 85 estrenos. Los demás títulos pertenecieron a los géneros de comedia, musical y

ciencia ficción. La variedad de producciones no necesariamente son un reflejo de la actividad de consumo audiovisual.

Messuti (2018, p. 133) expone “Observamos una gran asimetría en el balance entre cantidad de estrenos según el origen del país, la cuota del mercado del cine argentino y el número de los espectadores de films nacionales.” Un gran número de espectadores acuden a las salas pero la relación de ellos con la cantidad de espectadores en las producciones argentinas es una diferencia abismal. La cantidad de estrenos argentinos crece cada año, pero los espectadores continúan eligiendo las producciones extranjeras, con predominancia en los provenientes de Hollywood. Las producciones argentinas que logran captar la atención del público suelen ser las producciones taquilleras.

Según los datos relevados por Messuti (2018) entre 2013 y 2017, las películas europeas e iberoamericanas sufren las mismas consecuencias que las argentinas. En 2004 se reglamentaron por Resolución 2016/INCAA cuotas de pantalla y medias de continuidad que regulan la exhibición en salas al obligar un estreno nacional por trimestre, pero estas se cumplen parcialmente y muchas veces por medio de distintas estrategias los exhibidores las saltean.

Debido a estas estadísticas se tomaron medidas con el fin de diversificar los circuitos de salas de exhibición y plataformas alternativas. Algunos de estos incentivos fueron la creación de complejos llamadas Cine.Ar Salas, la plataforma Cine.Ar TV y Cine.Ar Estrenos. El nuevo plan de fomento del INCAA, dictado por resolución INCAA 1/17, clasifica los proyectos por audiencias, diversifica los géneros y federaliza el fomento. De igual manera, el plan de Digitalización de Salas y el Convenio INCAA ARSAT lograron el equipamiento de todas las salas del país. (Messuti, 2018).

Las producciones documentales superan ampliamente a aquellas de ficción en títulos, pero esta no logra instalarse en los circuitos de exhibición tradicionales. Exceptuando los Espacios INCAA, los documentales digitales no suelen llegar a la programación de las

salas, ya que estos solo pueden ingresar por medio de un distribuidor quien evalúa los costos y beneficios que obtenga su explotación. (Lauricella, 2017).

Musaluppi (2012) afirma que en la Argentina no existe un mercado real de comercialización a través de salas, por lo que en su opinión la actividad se acerca más a lo artesanal que a lo industrial. Es decir, se realizan películas de autor y no comerciales.

El cambio de fílmico a digital en la industria cinematográfica supuso cambios en las reglamentaciones y políticas, los cuales llevaron tiempo y no fueron fáciles. Durante la gestión de Alejandro Cacetta, el INCAA presentó un nuevo Plan de Fomento, el cual se discutirá en profundidad en la sección siguiente, pero es importante destacar lo pertinente a las audiencias y exhibición. Se desarrolló una nueva clasificación de los distintos modelos de audiencias que contempla cada uno en función de las nuevas pantallas.

Este 'cuello de botella' se debe, entre otros factores, a la concentración del sector de la exhibición, a la falta de recursos destinados a la promoción y mercadeo, y también, en algunos casos, a la falta de reflexión de los directores y productores sobre el público al que estarían dirigidas sus producciones. (Messuti, 2017, p. 314).

Teniendo en cuenta el contexto actual, donde las salas de cine compiten con el contenido audiovisual por *streaming* y con la TV paga, y a su vez se observa una preferencia por los contenidos de la industria de Hollywood, la formación de públicos se dificulta. Es por estas razones, que una de las metas del nuevo plan es la creación de nuevas audiencias. Como destaca Messuti (2017), el público argentino siempre tendió a dejar de lado el cine nacional, exceptuando algunas producciones dirigidas a audiencias masivas. Esto conlleva a que no se cumplan las cuotas de pantallas, a que escaseen medidas de promoción de lanzamientos de producciones nacionales, entre otras cosas.

Tradicionalmente, la explotación comercial de las películas se basaba en distintas ventanas que se sucedían con un tiempo de tres meses de diferencia. Durante muchos años la primera ventana fue con la renta de video, sustituida hoy en día con las plataformas de *streaming*. La segunda ventana pertenecía a los canales *Premium*, como por ejemplo el sistema de *Pay Per View* (PPV). En tercer lugar se encontraba la ventana

perteneciente a los canales de cable. Por último, la TV de aire perteneciente a la cuarta ventana. Hoy en día, este modelo no funciona por la revolución que significa la exhibición de contenidos audiovisuales en red y las nuevas demandas de los espectadores, quienes prefieren poder acceder instantáneamente en el momento que quieren y donde quieren a las series y películas. Ante esta situación, el INCAA inauguró un sitio web, llamado Cine.Ar Estrenos, donde se exhiben películas argentinas en simultáneo al estreno en salas, abonando el mismo precio que en las salas. (Messuti, 2019).

A mediados de los 90 se reemplazaron los cines de barrio por las actuales multisalas. Esto trabajo consiguió una serie de negocios paralelos, entre ellos la venta de alimentos como pochoclos en las salas, lo cual redefinió el panorama de exhibición. (Messuti, 2019)

A su vez el paso a digital a mediados del 2000 el relanzamiento del cine 3D, usando efectos especiales y técnicas digitales que logran una experiencia cinematográfica que puede ser consumida solamente en las salas. (Moguillansky, 2016).

Esto demuestra como las salas de cine supieron adaptarse a los cambios, adaptándose y ofreciendo nuevos atractivos al público.

En el año 2017, 239 empresas exhibidoras se encontraban en el mercado, pero cuatro de ellas eran las líderes llevándose el 54,75% de las asistencias a salas registradas durante el año, estas siendo Hoyts, Village, Cinemark y NAI (INCAA, 2017). Estos datos demuestran que se tiende a priorizar el lanzamiento de películas taquilleras en gran cantidad de salas, de modo que deja de lado al cine nacional e independiente. Nuevas regulaciones se estipularon para que se logre la compleción de las cuotas de pantalla y medias de continuidad, impidiendo que se incumpla por omisiones de control y fiscalización. (Messuti, 2019).

Moguillansky (2016), reflexiona que por más de que nuevas formas de ver cine aparecen a través de los años, éstas no reemplazaran al cine en salas, ya que la historia demuestra que ha sabido adaptarse y ofrecer tecnologías atractivas al espectador.

Los Espacios INCAA, es decir las Salas Cine.Ar son una gran alternativa de exhibición para los documentales digitales.

1.3. Fomento y métodos de financiación del género documental en Argentina

A lo largo de la historia de cine argentino gran parte del éxito y progresión del mismo se debe a la leyes de fomento y apoyo al mismo. Muchos factores entran en cuestión a la hora de tomar medidas para fomentar la industria nacional, una de ellas, como expone Messuti (2019, p. 107) es la “injerencia del cine norteamericano en las pantallas” ya que generan una amenaza para los realizadores locales. Sin ir más lejos, en la reforma de la Constitución Nacional de 1994 se promulgo un artículo que decreta que el Congreso debe fomentar y proteger al audiovisual. Asimismo, el Instituto Nacional de Cinematografía es reemplazado por el INCAA. El mismo es un organismo encargado de fomentar y regular la actividad cinematográfica nacional, en el país y en el extranjero. Es un ente público no estatal que depende del Ministerio de Cultura de la Nación. Aprea (2008, p. 21), explica que el cambio de nombre “implica el reconocimiento de que el cine se desarrolla en un ámbito más amplio que el de las salas cinematográficas convencionales y forma parte del espacio audiovisual del país. No se trataba de una idea nueva”. Junto al cambio de nombre se fundó El Fondo de Fomento Cinematográfico, el cual se encuentra regulado por la Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica nacional 17.741, conocida como Ley de Cine. Los sucesos se dieron en un momento en que la cinematografía nacional sufría severamente, con la menor cantidad de filmes producidos en años. Las medidas tomadas significaban un apoyo y una apuesta por la industria nacional.

El concepto de fomento hace alusión a preservar y resguardar un bien común mediante incentivos, como por ejemplo préstamos, y subsidios, y coacciones, como por ejemplo cuotas de pantalla o cuotas de producción nacional. (Messuti, 2019).

En este marco, Aprea (2008), explica que lo más novedoso de la ley sentenciada en 1994 era el reconocimiento de las distintas formas en que el material cinematográfico puede circular y una nueva modalidad de recaudación del INCAA.

La mayor fuente económica para los realizadores se da a través del INCAA, el cual todos los años otorga subsidios o concursos a la mayor parte de las producciones argentinas estrenadas comercialmente. El aporte del mismo es esencial en la realización de un largometraje pero no debe ser el único. Todo indica que de no ser por la ayuda Estatal, la cinematografía Argentina no tendría lugar.

Como ya se mencionó, las leyes protegieron a lo largo de los años a la industria nacional. La ley de cine en 1994 aumentó el monto del Fondo de Fomento, elevándolo a éste cinco veces más. Esta medida implicó una reactivación de las producciones argentinas.

Asimismo, diez años más tarde, incentivado por productores jóvenes se llegó a un nuevo Plan de Fomento. Las nuevas medidas permitieron a jóvenes realizadores a tener la posibilidad de presentarse para obtener financiación, lo cual antes era imposible ya que los subsidios eran otorgados a directores con trayectoria. Sin embargo, los postulados debían contar con antecedentes ante el INCAA.

Campo (2012, p. 203) afirma que “ya sea por necesidades presupuestarias expresivas o narrativas, la producción documental siempre incorporó los cambios tecnológicos con mayor rapidez que la ficción.” Por muchos años el fomento al cine documental se encontraba en un segundo plano. Fue recién en el 2007 que se firmó la Resolución 632/07, más conocida como “vía digital” que comenzaron a tomar medidas para fomentar las producciones documentales realizadas en soporte digital.

En el 2011 se realizó una nueva resolución del INCAA N° 2202/2011, donde se modifica el Plan de Fomento. En esta instancia se decide que las películas pueden ser finalizadas en formato digital. También, se abren oportunidades a realizadores sin precedentes, sin triunfos en la industria. Cáceres et al. (2012, p.187), concluyen que las modificaciones incentivan a la “existencia de narrativas locales, el trabajo de los técnicos del campo

cinematográfico, actores, guionistas, directores y de los prestadores de servicios que proveen a las productoras”.

A diferencia de otros sectores del ámbito cultural, el sector audiovisual en Argentina ha contado gran continuidad en políticas de estado que garantizan el financiamiento de la producción cinematográfica mediante créditos y subsidios entre otros.

A fines del 2016 el INCAA anunció un nuevo Plan de Fomento que suplanta el sistema de vías por un doble régimen de asignación destinado a producciones de audiencia masiva y de audiencia media y a proyectos que se presenten a convocatorias específicas. El nuevo plan se encuentra vigente desde el 2017.

Hoy en día, el ámbito audiovisual está compuesto mayoritariamente por pymes que ofrecen servicios dentro de distintas ramas, como por ejemplo producciones de TV, largometrajes, publicidad, entre otros. Generalmente se contratan empresas externas para servicios como el catering, la iluminación, el alquiler de los equipos de cámara y sonido, el vestuario, y todas las áreas necesarias. Muchas productoras realizan los largometrajes de la mano de coproducciones con canales de TV para minimizar riesgos y asegurarse de que sus películas se encuentran en diversos mercados. Con el apoyo financiero del Estado las pymes tienen oportunidad de crecer, lo cual dinamizó la producción y generó empleo en el sector, incrementando a su vez la cantidad d producciones audiovisuales anuales. (Messuti, 2019).

Messuti (2019), explica que de manera periódica se actualizan los costos medios y topes de subsidios en función de las distintas variables de la economía, como por ejemplo la inflación del país y el presupuesto del INCAA. Esto permite que los recursos sean direccionados según distintos modelos de producción, aunque cabe tener en cuenta que desde el nuevo plan de fomento, establecido por el INCAA en la resolución 1/2017, los subsidios se afinan en relación a las audiencias, ya que hay una gran diferencia entre la cantidad de estrenos y la baja cuota del mercado local. Muchos son los estrenos pero poco el interés local. Las nuevas reglamentaciones también tienen en cuenta el desarrollo

de proyectos y guiones. Los proyectos se clasifican según tres vías. La primera es en base a las audiencias a las que están consignados, estas son masiva, media y documentales digitales. La segunda es según género, los cuales son ficción, documental y animación. Por último, la tercera es el tipo y la periodicidad de la convocatoria, es decir por ventanilla continua o por convocatoria previa.

Donde no se observan medidas efectivas es en la distribución y exhibición. Messuti (2019) expone que gran parte del mercado depende de las grandes majors en este aspecto, las cuales adquieren títulos argentinos, y las empresas pequeñas o medianas pierden participación en el negocio. En consecuencia, se priorizan estrenos de películas taquilleras, dejando de lado al cine argentino y al cine independiente.

Cabe destacar, que de todos modos existen algunas medidas proteccionistas en la instancia de exhibición. La cuota de pantalla obliga a exhibir un mínimo de películas nacionales por trimestre. A su vez, se estipula una media de continuidad, es decir la cantidad de espectadores semanales que una película nacional debe alcanzar para que la sala no pueda dejar de exhibirla. (Fuertes et al., 2014).

El nuevo Plan es más global ya que integra las series web y las producciones transmedia. El mismo redefinió los montos y modalidades de cobro en función de la proyección de los filmes en las plataformas de *Video On Demand* (VOD) y contenido *Over The Top* (OTT). La primera plataforma Argentina por medio de la web fue Odeon. En 2017, con el nuevo Plan se introdujeron Cine.Ar TV, canal de Televisión Digital Abierta (TDA) en el que se transmiten largometrajes argentinos; Cine.Ar Play, reemplazando a Odeon, una plataforma de *streaming* que cuenta con series y largometrajes argentinos gratuitos; Cine.Ar Salas, una red de salas distribuida a lo largo de todo el país; y por último, Cine.Ar Estrenos, plataforma que estrena películas argentinas en simultaneo con Cine.Ar Salas.

En el nuevo Plan se fomenta la producción de cortometrajes, el desarrollo de proyectos y el desarrollo de guiones. Se mantienen dos modalidades de subsidio a las películas nacionales, el subsidio por exhibición en salas, y el subsidio de exhibición por medios

electrónicos. Ya no se utiliza el sistema de vías que se había estipulado en el Plan anterior, éste se reemplaza por dos mecanismos de clasificación previa de proyectos para que estos obtengan declaración de interés como recaudo para acceder al subsidio por medios electrónicos: ventanilla continua y convocatoria previa. Se utilizan tres categorías de audiencias a las que están destinadas las producciones que reciben ayudas por parte del INCAA. Messuti (2017) explica que esta categorización intenta solucionar la dificultad de crear un nuevo público acorde a los proyectos de audiencias medias y bajas. La normativa declara tres audiencias: la audiencia masiva, aquí se encuentran las películas de taquilla, muchas veces participan con coproducciones; audiencias medias, la mayoría de las producciones se encuentran en esta categoría, son dirigidas a audiencias pequeñas; y por último, las audiencias por convocatoria previa, son las películas dirigidas a públicos reducidos, como por ejemplo óperas primas.

Además, el nuevo Plan distingue distintos géneros cinematográficos, el apoyo cambia dependiendo de animación, ficción y documental. Existen distintos concursos dependiendo de los géneros y los soportes en los que se realizan y dependiendo la región del país.

Sobre la base de las ideas expuestas, está claro que sin las políticas y medidas impuestas por el INCAA la producción cinematográfica y audiovisual nacional no serían posibles. Una de las únicas industrias cinematográficas en el mundo que nos e apoya en la ayuda del Estado para producir contenido audiovisual es la estadounidense, donde radican las famosas majors. Desde 1994, año en donde la cinematografía argentina se encontraba en una profunda crisis, los estrenos nacionales comenzaron a aumentar en cantidad gracias a las medidas tomadas por la Ley de cine.

Cabe destacar, que en el último Anuario del INCAA, se observa que durante el 2018 se fomentó la industria cinematográfica y audiovisual por medio de la otorgación de 376 subsidios para películas; 80 proyectos de audiencia media, uno de animación, 13 documentales, 66 de ficción; 69 subsidios a documentales; 14 empresas recibieron

incentivos a la distribución apoyos y premios; entre otro. A su vez, la red de Espacios INCAA garantizó los estrenos cinematográficos nacionales en todo el país. (INCAA, 2019). De esta forma la producción cinematográfica y audiovisual es capaz de crecer año a año.

1.4. Comunicación y fomento del turismo sostenible en Argentina

El turismo es una actividad central para el avance económico de los países y de las comunidades. Es considerada la nueva industria y a nivel mundial se cree que trabajar en el avance del turismo sostenible generará ingresos económicos que fortalezcan el desarrollo de los pueblos. (Altamirano et al., 2016).

El turismo sostenible según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es aquel que toma en consideración las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y del medioambiente para satisfacer las necesidades de los turistas, de la industria, del entorno y de los locales. Es posible en cualquier destino si las medidas apropiadas se ponen en práctica. El mismo debería aprovechar al máximo los recursos naturales ayudando así a mantener los procesos ecológicos esenciales y a conservar la biodiversidad. Se debe respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades locales, conservando las tradiciones y valores. Por último, debe asegurar las operaciones económicas a largo plazo, entre ellas el empleo y oportunidades de ganancia.

A su vez, el turismo es una actividad con mucho potencial ya que las tendencias lo marcan como una de las principales actividades humanas gracias al aumento del tiempo de ocio, los transportes más accesibles económicamente y la mejora en las tecnologías de comunicación. (Paz, s.f.). Para lograr que el turismo se imponga como una actividad en la sociedad es necesaria una buena estrategia de comunicación del mismo. Debería ser considerado de gran importancia impulsar e incentivar el turismo nacional, activando así la economía de las distintas provincias y regiones. Distintas medidas pueden ser tomadas para una efectiva comunicación del mismo, desde campañas publicitarias gráficas o audiovisuales en las redes sociales hasta largometrajes o series documentales.

Las empresas turísticas, hoy en día se preocupan por crear una experiencia turística única. Buscan calidad en servicio y se orientan a desarrollar productos que maximizan la experiencia de los turistas. En la actualidad para muchos turistas el hecho de que tomen medidas en cuanto a la preservación del medio ambiente suma valor a las compañías. Los viajeros conscientes de su impacto a la hora de elegir, por ejemplo, entre dos opciones de hoteles, prefieren optar por aquel que muestra un compromiso con el medio ambiente, como puede ser la implementación de paneles solares para generar energía.

Una particularidad del ámbito del turismo es que es multisectorial, es decir que concentra muchas otras actividades, lo que conlleva a que se realice un encadenamiento del servicio con el resto de los sectores de la economía. Dentro del turismo las industrias que se pueden destacar son la hotelera, los servicios que ofrecen experiencias y actividades, las agencias de viaje, los servicios de transporte como ómnibus y aviones, y el sector gastronómico. Otra característica, es que el mismo es consumido mientras es producido, por ejemplo un servicio de paseo en barco observando colonias de pingüinos no es una actividad que se produce previamente, sino que a medida que el turista la experimenta esta se está desarrollando. Por último, el turismo depende de que los residentes se involucren en el mismo, participando en las industrias que los turistas consumen.

Los países Iberoamericanos hace años que invierten en infraestructura y seguridad. Han creado normas y organismos que regulan la actividad y generan un producto competitivo. Estos países cuentan con grandes atractivos, como playas, montañas, lagos y selvas, que potenciados pueden ser grandes destinos turísticos. (Altamirano et al., 2016).

La fotografía fija y los contenidos audiovisuales pueden ser una gran estrategia de promoción de estos lugares ya que el interesado al ser capaz de observar los lugares e imaginarse a él mismo viviendo la experiencia de viajar a ellos. Las imágenes tienen un gran potencial de atraer potenciales viajeros, pero también es importante tener un buen conocimiento de en qué plataformas están deben ser promocionadas para alcanzar a la mayor cantidad de gente posible.

A lo largo de los años, y con los avances tecnológicos que fueron sucediendo, las estrategias de comunicación de los gobiernos debieron adaptarse, analizando el comportamiento de los nuevos usuarios y entendiendo cuáles son sus demandas en cuanto al contenido que esperan.

La comunicación turística digital adquiere relevancia en función de los cambios de comportamiento que han surgido en el viajero, en los cuales el proceso de selección y compra se encuentra influenciado por el creciente uso de Internet y de las Redes Sociales. (Celaya, 2009, p. 77).

De modo que, el usuario se convierte en protagonista, deja de ser un mero espectador y consumidor de lo que se le ofrece y se convierte en creador, genera contenidos, participa de forma activa, se ve involucrado en el proceso, y no lo hace por casualidad, lo busca, convirtiéndose en lo que Altamirano et al. (2016) denominan *consumidor-productor* de contenidos. Con este nuevo rol puede transmitir sus preferencias hacia una marca, producto o servicio. En consecuencia, la comunicación de las actividades turísticas se vio forzado a adaptarse y actualizarse para estar en concordancia con los nuevos y cambiantes hábitos y exigencias de los clientes.

Es importante durante el proceso de producción de los contenidos estar atento a lo que el consumidor está buscando, analizar comportamientos y patrones y estar preparados para el recibimiento del mismo. Siempre se intenta causar una impresión positiva que invite al consumidor a interesarse por el producto, servicio o destino para que luego indague sobre el mismo. Una imagen o un video que cautivan desde la primera mirada son de gran importancia.

Teniendo en cuenta el hecho de que el consumidor cobra un rol protagónico es necesario tener en cuenta que el mismo puede expresar una respuesta positiva o negativa y compartirla. El proceso de desarrollo y producción cobra un rol crucial ya que deben tomarse en cuenta todos los aspectos posibles en los que usuario podría tomar como negativa la propuesta e intentar pensar alternativas al mismo. En el caso de generar una imagen positiva es importante incitar al usuario a compartir su opinión.

Tal es el caso, que Altamirano et al. (2016) explican que en este contexto se crea el *turista 2.0*. El mismo participa de manera activa en Internet, utilizándolo en los procesos de selección de destinos y planificación. A su vez, comparte contenidos, sus experiencias, recomiendan servicios y productos, realizan críticas positivas y negativas, todo al alcance de un clic. Todos los viajeros tienen la oportunidad y capacidad de convertirse en referentes y promotores. Además de las plataformas de redes sociales generales como Facebook, Instagram y Twitter, existen plataformas de recomendación y reseñas específicas para viajes como lo es TripAdvisor. A su vez, existen blogs donde personas con interés sobre el turismo cuentan sus viajes personales, recomiendan servicios y cuentan sus experiencias, donde miles de lectores aprecian sus opiniones. El turista de actual se encuentra influenciado por distintos lugares y personas no solo por la percepción de la publicidad del servicio o producto que desean consumir. Se tiende a realizar una investigación previa donde se conoce la opinión de otras personas.

Un gran desafío con el que se encuentran los gobiernos hoy en día a la hora de promocionar destinos turísticos es conseguir la participación de los turistas 2.0, los cuales fortalecen las campañas de *comunicación 2.0* participando en la creación de contenidos y viralizando los mismos. (Altamirano et al., 2014a).

En un mundo donde la información y el contenido suceden a una gran velocidad y donde el mismo no escasea, es de vital importancia encontrar formas originales y creativas de comunicar para así atraer al turista 2.0.

Las nuevas tecnologías y formas de comunicación atrajeron el turismo en nuevos destinos, conocidos por la promoción y difusión en Internet y redes sociales. El uso adecuado de las mismas tiene un potencial enorme, por ejemplo un video promocional donde se muestra uno de los mayores atractivos de una ciudad o provincia llamará el interés de muchos turistas, pero si se aprovecha el hecho de ya tener la atención del usuario para mostrar un aspecto de esa provincia o ciudad que no es tan conocido se podrá atraer más gente e interés al mismo.

Los países iberoamericanos invierten en el turismo como una alternativa de desarrollo sostenible, creándose planes y políticas de comunicación con un foco digital y 2.0. (Altamirano et al., 2014b).

El éxito y el impacto de una campaña turística 2.0 radica en las estrategias empleadas para llegar al público objetivo, pero la gestión de contenidos y herramientas utilizadas para la promoción y difusión de los destinos turísticos influyen directamente en la participación del usuario y se reflejan en la viralización de los contenidos. (Altamirano et al., 2016, p. 79).

Una de las iniciativas tomadas por parte de los gobiernos es la creación de cuentas en redes sociales. Las mismas generan una oferta turística creativa, dinámica, que es capaz de actualizarse según las necesidades y exigencias. Teniendo en cuenta lo relevado, las plataformas de *streaming* podrían ser consideradas dentro del perfil del consumidor y la comunicación 2.0. Las plataformas como Netflix, podrían ser utilizadas para llegar a estos usuarios por parte de los gobiernos, como por ejemplo lo hacen con YouTube.

Un programa de TV argentino que trata sobre el turismo es *Resto del Mundo* (Valenzuela y Valenzuela, 2020). Viajan por el mundo mostrando distintas ciudades, pero no se muestran las regiones argentinas, teniendo en cuenta el potencial que podría tener en los espectadores.

Argentina cuenta con una gran cantidad de paisajes, montañas, playas, estepa, cascadas, glaciares, y demás. Asimismo la diversidad de fauna y flora es enorme. Sus tierras son extensas y las oportunidades de turismo son muchísimas. Una propuesta creativa y original de atraer a los turistas podría ser el desarrollo de un largometraje o una serie audiovisual sobre los mismos.

La base de los documentales sobre naturaleza es mostrar el mundo natural incluyendo la diversidad de plantas, animales y ecosistemas. La bibliografía existente demuestra que pueden influir en el conocimiento y actitudes de las personas. (Arendt et al., 2014).

Tomando en consideración el hecho de que estos documentales demuestran una influencia en las personas, esto podría ser una gran oportunidad de utilizar esta

información para generar un interés en los argentinos en conocer su país y todo lo que tiene para ofrecerles.

Un método de gran eficacia a la hora de pensar estrategias de fomento de turismo sostenible es el sentimiento de conexión con la naturaleza, generar el sentimiento de que la persona consumiendo el contenido es parte de la naturaleza que está observando. Sembrar un sentimiento de empatía y pertenencia. El interés por lograr el crecimiento de la actividad turística no debe dejar de lado los aspectos de cuidado y preservación de los mismos para que el ecosistema y sus especies no se vean gravemente impactados.

Un estudio realizado por Holbert et al. (2003) que analizó la relación entre el consumo de TV de contenidos del género de documental de naturaleza y personas auto declaradas como pro ambientales, llegó a la conclusión de que existen correlaciones positivas entre los documentales de naturaleza y la auto declaración de comportamiento positivo. Este estudio demuestra el impacto que un documental puede generar en el espectador. Si bien el estudio tiene como objetivo personas que ya cuentan con una conciencia sobre el medio ambiente, un espectador que no tiene esta conciencia podría ganarla si es que el documental se encuentra bien realizado y la información es clara.

Horak (2006) observa un cambio drástico en la forma de realizar documentales sobre naturaleza. Comenzando con un estilo clásico que meramente la muestra, a la actualidad que tiene el fin de preservarla y su vida animal.

Los documentales intentan persuadir a los espectadores a participar activamente en preservar el ecosistema natural, pero hay una tendencia a promover acciones individuales en lugar de un esfuerzo colectivo.

Los documentales sobre la vida animal realizados para la TV pareciera ser que tienen como objetivo único el de entretener dejando de lado la concientización (Horak, 2006). Para lograr que los mismos cumplan un fin más allá del entretenimiento deben exponer la situación que amenaza a los animales y dar a conocer medidas que los espectadores pueden tomar para generar un cambio.

A modo de conclusión, los documentales en Argentina son un género desarrollado ampliamente pero atraen pocos espectadores. A lo largo de los años con las nuevas tecnologías las salas de cine se vieron afectadas pero mientras sepan adaptarse la concurrencia a ellas seguirá en pie. El fomento de la producción audiovisual sufrió grandes cambios en sus políticas públicas y demuestran su apoyo y efectividad. Por otro lado, el género documental de naturaleza puede llegar a ser una gran forma de generar contenido original y creativo para fomentar un turismo sostenible en el país. En el próximo capítulo se ahondará sobre las plataformas de video a través de la red, las distintas formas en las que el contenido puede ser reproducido y como la suma de ambas puede lograr un documental que comunique el mensaje del turismo sostenible.

Capítulo 2. Cine para difusión del turismo mediante nuevas tecnologías

En el presente capítulo se explican las nuevas tecnologías utilizadas para consumir contenido audiovisual, como las plataformas de VOD y la evolución de las pantallas en las que se pueden reproducir los contenidos.

Para comenzar, dentro de las plataformas de contenido OTT se profundiza en el sistema de VOD a través de *streaming* haciendo hincapié en la plataforma que comenzó con este sistema y es líder a nivel mundial Netflix, y la plataforma nacional a cargo del INCAA llamada Cine.Ar Play. Para ello se citan los siguientes autores: Siri (2016), Lloret Romero y Canet Cantellas (2008), Binns (2018), Gomez-Uribe y Hunt (2015), Heredia Ruiz (2017), Messuti (2018 y 2019), Mármol (2020), INCAA (2019), Carrier (2015), Vega y Vega (2016), y Lopez Villanueva (2011).

El consumo a través de estas plataformas no es exclusivo a salas de cine, sino que puede darse en la comodidad de los hogares. Se explica cómo cambió drásticamente el sistema de consumo a través de los años, desarrollando el concepto de las cuatro pantallas. Para ahondar en esta temática los autores bibliográficos utilizados son Urresti (2011) y Artopoulos (2011).

Finalmente, con el fin de conectar las ideas anteriores y lograr una unificación se explican los usos de estas tecnologías como medio de difusión y promoción del turismo sostenible en Argentina, conocido también como ecoturismo, actividad que crece a través de los años y la concientización de la sociedad respecto al cambio climático. Para lograr una consistencia teórica el apoyo es a través de Knell (2019), Torino (2019), Dias (2003 y 2008), Beeton (2006) y notas artículos periodísticos de Booking.com (2019a y 2019b) e Infobae (2019).

2.1. Video On Demand: Netflix y Cine.Ar Play

Volviendo la mirada hacia las formas de reproducción, se entiende que actualmente el mismo no se consume solamente en salas de cine o TV, sino que a través de Internet. El contenido OTT, es aquel que existe por encima de las redes existentes, sin que el

proveedor de acceso a la red, sea este a través de compañías de cable, teléfono, o satélite entre otras, sea responsable del material ni de los aspectos legales de su distribución. Las que ofrecen contenido de video se conocen como VOD. (Siri, 2016).

El contenido se consume sin la necesidad de descargarlo previamente, se distribuye en tiempo real vía *streaming*. Hoy en día, muchas son las plataformas donde puede consumirse VOD. Existen las pagas, como por ejemplo Netflix, Amazon Video, HBO Now, Hulu, pero también existe el caso de la plataforma gratuita, YouTube. En este PG analizaremos especialmente el caso de Netflix, ya que es la líder en el mercado internacional y local; y Cine.Ar Play, la plataforma pública Argentina.

A través de las plataformas mencionadas los usuarios y suscriptores pueden acceder a películas y series en el momento que elijan, desde donde deseen hacerlo. En el caso de YouTube los usuarios pueden subir contenido y luego es reproducido por otros usuarios de la plataforma. La misma, cuenta con contenidos profesionales y aficionados. Las plataformas como Netflix contienen producciones profesionales, las mismas no son utilizadas por sus suscriptores para generar contenido, solo como medio de consumo.

Así pues, en este contexto surge el movimiento *Web 2.0*.

Ha evidenciado la capacidad de Internet para movilizar colectivos. De un lado porque las nuevas aplicaciones permiten al usuario convertirse en creador y consumidor de contenidos según sus propias y particulares necesidades, pero, por otro lado, porque le permite integrar e integrarse en comunidades que comparten gustos, necesidades, sueños, sentimientos y experiencias... Lloret Romero et al. (2008, s.p.)

La filosofía de colectividad en los usuarios permite que Internet evolucione como medio de comunicación. En la actualidad, existen limitaciones para algunos usuarios en cuanto a la disposición de la red y la banda ancha, pero afirman que crecen las posibilidades de producción y distribución del contenido audiovisual en red. A través del sistema de VOD el consumidor tiene libertad de elegir dentro de muchas alternativas qué y cuando ver lo que desea y cuantas veces quiera, a diferencia de la TV tradicional o de una cartelera de salas de cine donde las programaciones son estipulados previamente y el consumidor debe adaptarse a ellas.

Anteriormente, el público era considerado como homogéneo y pasivo, simplemente observaba el contenido sin participar activamente ante él. Actualmente, al tener un mayor control, se observa un crecimiento en las críticas y comentarios, ya que el contenido se discute y se comparte una y otra vez. (Binns, 2018). El espectador de la actualidad es uno activo, que expresa sus opiniones, positivas y negativas, e influye en la industria. Asimismo, los creadores tienen mayor comprensión de qué es lo que busca el usuario, conocen sus gustos y opiniones y así pueden crear contenido acorde a las demandas.

Las posibilidades de observar y entender los gustos de los espectadores tienen una gran ventaja en los servicios de *streaming* a diferencia de la TV tradicional, ya que pueden recolectar data de cada usuario, desde de que dispositivo lo hacen, en que momento del día, con cuanta frecuencia y por cuanto tiempo, entre otras variables. Así es como la plataforma crea algoritmos que ayudan a recomendándole al usuario series y películas.

El sistema de recomendaciones se divide en distintas categorías, como por ejemplo tendencias que se combinan con personalización del usuario para ofrecer mejores opciones; continuar viendo, para incentivar al usuario a seguir viendo un producto; similitud por video, donde se ofrecen contenido similar a otros ya consumidos. Una de las últimas actualizaciones incluye una categoría donde se presentan los diez contenidos más vistos dentro del país del usuario.

La personalización de los contenidos permite a la plataforma encontrarle un público a producciones que en el modelo de la TV tradicional no funcionarían por el hecho de que al atraer a pocos espectadores los ingresos de los anuncios serían escasos. Con la utilización del sistema de recomendaciones, Netflix es capaz de ofrecer de una manera más equilibrada los contenidos. (Gomez-Uribe et al., 2015).

Es importante aclarar que la compañía Netflix no comenzó como una plataforma de *streaming*, sino que sus inicios se remontan al año 1997, ofreciendo una alternativa a los videoclubes. Con una suscripción mensual los usuarios tenían disponible un servicio de videos a domicilio. La empresa supo adaptarse a los cambios tecnológicos y observaron

con la llegada de Internet una oportunidad de negocio donde otros observaron una pérdida. Comenzaron ofreciendo contenidos de terceros y en la actualidad ofrecen contenidos propios. De esta manera, Netflix muchas veces apoya la realización y lanzamiento de producciones locales, lo cual abre una oportunidad a producciones de bajo costo, y a su vez ofrece una alternativa de distribución, sin la necesidad de optar por las salas de cine, donde suele ser difícil encontrar una audiencia. De esta manera pequeños proyectos tienen la oportunidad de llegar a una audiencia más amplia. Se revolucionó el modo tradicional de producir y distribuir contenido.

De igual manera, estos cambios significan nuevas formas de atender al mercado.

La masificación de internet, la revolución tecnológica, la multiplicación de pantallas en la vida cotidiana de las audiencias (Smarttv, celulares inteligentes, tablets, etc.) y la aparición y rápida expansión de nuevas plataformas de distribución de contenidos audiovisuales como Netflix, Hulu, HBO Go, YouTube o Amazon, han generado en las audiencias nuevas necesidades de consumo de estos contenidos, en las que los tiempos de las ventanas tradicionales de explotación cinematográficas ya no se ajustan a las expectativas del mercado. (Heredia Ruiz, 2017, p. 279).

Los cambios sucedieron rápidamente y las productoras y realizadores de contenidos audiovisuales debieron adaptarse a la misma velocidad para poder permanecer en la competencia. El mercado de consumo cambió y surgió la necesidad de conocer al nuevo consumidor, el usuario que cumple un rol activo. A su vez compañías ya asentadas en la debieron actualizar y adaptar sus servicios. Por ejemplo, compañías de TV ofrecen formas de visualizar a su vez contenidos de *streaming*. En la Argentina, como explora Messuti (2018), distintas plataformas ofrecen sus servicios a través de señales de TV por cable lineales por las compañías telefónicas bajo modelos de suscripción, entre otras opciones. Algunas de ellas son Espn Play, Fox Play, Cablevisión Flow y Arnet Play.

Netflix cuenta con una gran ventaja al ser la compañía que comenzó con el sistema de *streaming* ya que así, en el presente se encuentra liderando el sector. Igualmente, otras compañías del sector ya comenzaron a ofrecer estos servicios y pueden quitarle el puesto, pero por el momento continúa siendo la líder a nivel mundial. La llegada de otras productoras, a su vez, significa que contenidos de terceros con los que contaban

anteriormente ahora pertenecen a otras plataformas, es por esta razón que es de vital importancia que Netflix continúe produciendo con éxito contenidos propios.

Comenzando en Estados Unidos, Netflix, luego expandió su negocio a Canadá, llegando posteriormente a Latino América. Así es como, Netflix se instaló en la Argentina en el año 2011. Actualmente, lidera el sector en el país, llegando a los 4.5 millones de suscriptores, posicionándose dentro de los diez países en el mundo con más usuarios. Brasil siendo otro de los países que cuenta con una gran suma de usuarios. (Mármol, 2020).

El sistema de VOD cuenta con grandes diferencias en cuanto a los sistemas de distribución y consumo en comparación al cine en salas y al sistema de TV por cable. Así es como, el negocio tradicional del cine basado en la explotación comercial de las películas en distintas ventanas sucedidas en brechas temporales alrededor de tres meses se encuentra en crisis. La primera brecha solía ser la renta de video, la cual se reemplazó por las plataformas OTT, en segundo lugar los canales *Premium*, en tercer lugar los canales de cable y la cuarta la TV de aire. Pero en la actualidad con la creciente cantidad de consumo por red y la prioridad del consumidor de ver en el momento que desea el contenido, el mercado demandad cambios. (Messuti, 2019).

De esta manera es como nace y se forma, la plataforma de *streaming* nacional Cine.Ar Play, creada por el INCAA. A través de una página web se puede acceder a películas y series argentinas gratuitamente desde cualquier parte del mundo. En paralelo se encuentra Cine.Ar Estrenos, donde en simultáneo a las salas de cine se puede acceder a sus lanzamientos por el mismo costo que una entrada en el Cine Gaumont. Los productores obtienen taquilla y subsidio por cada entrada vendida a través de la plataforma. Estas plataformas se pueden consumir a nivel mundial.

Durante el 2018 la plataforma de Cine.Ar Play alcanzó los 1.277.810 suscriptores llegando al millón de horas visualizadas. Todas las semanas se agregan nuevos títulos. En orden, los géneros más vistos fueron drama, comedia, documental, romance y policial.

A su vez, Cine.Ar Estrenos publicó 140 estrenos con una permanencia de ocho semanas cada título. (INCAA, 2019).

Muchas razones deben el éxito a las plataformas de *streaming*. Es indiscutible que los usuarios prefieren este tipo de sistema a otros, lo cual no quiere decir que es el único que utilizan, pero su rápida llegada a distintas partes del mundo demuestra que es una opción más que válida que deja satisfechos a sus usuarios.

A este respecto, según Siri (2016), una de las razones del éxito de Netflix es el hecho de que el usuario puede acceder a su contenido con la misma facilidad y comodidad que cuando consume contenido de la TV tradicional. Esto se logra a través de los *Smart TV* y de las consolas de juego a través de las cuales es posible usar sus servicios, entre otras opciones. A su vez, puede ser accedido a través de la aplicación para pantallas móviles.

En la sociedad del presente parece ser que la comodidad y la inmediatez es una de las prioridades. Hay una tendencia a exigir que los deseos del momento puedan ser satisfechos en el momento que se dan, sin tener que esperar a hacer algo para satisfacerlos. Es por esta razón que parecería que la mayoría del tiempo los usuarios prefieren consumir sus series y películas preferidas en un *Smartphone* o *Smart TV*, en vez de esperar a que la programación del cine se adecúe a sus vidas. Se prioriza la inmediatez a la espera, donde si fuera al revés el contenido podría ser visualizado en mejores condiciones, ya que una sala de cine trae consigo una pantalla de escala mayor a la que uno cuenta en su casa o la de un celular, con mejor calidad de imagen y sonido. La compañía Netflix, observó esta tendencia desde un principio, llevando así a la comodidad de sus hogares la oportunidad de visualizar lo que el usuario desee en el momento que este lo estipule y la cantidad de veces que a este le apetezca.

Dentro de este marco, Siri (2016) explica que el público al que apunta la compañía líder en *streaming* dentro de Argentina es el segmento socioeconómico medio y alto. El precio mensual es moderado pero es cobrado en dólares lo cual implica ciertas exigencias

económicas para las personas que deseen suscribirse. Este no es el caso de compañías nacionales que ofrecen TV por cable, lo cual supone una diferencia de públicos objetivos. Asimismo, resalta Carrier (2015), esto se debe también a que la mayoría de sus contenidos son de origen estadounidense, a que el único medio de pago es mediante tarjeta de crédito y la necesidad de contar con una buena conectividad a la red. Una de las razones por las cuales el servicio de Arnet Play puede tener mayor éxito en los segmentos bajos es el hecho de que dispone de mayor oferta de producciones locales.

La llegada de estos nuevos sistemas al país podría suponer un cambio o una recepción negativa para las compañías tradicionales ya asentadas, pero Vega et al. (2016, pp. 6-7), analizan que en Argentina, “la transición hacia un sistema híbrido de distribución offline y online está caracterizada por una convivencia armoniosa entre los distintos actores preponderantes.” Para muchos proveedores de servicios de Internet la llegada de Netflix atrae a nuevos clientes e incita a otros a contratar planes *premium* o con una velocidad de descarga y definición mayor. Asimismo crece el interés por adquirir servicios de banda ancha.

Con la llegada de este nuevo formato de consumo, la TV tradicional sufre disrupciones. López Villanueva (2011) describe este suceso como una nueva fase, donde algunas características permanecerán como en la actualidad y otras cambiarán o desaparecerán. Una opción posible es, por un lado que las plataformas de *streaming* ofrezcan las producciones cinematográficas junto con las salas de cine. Por otro lado que el contenido de series permanezca en las plataformas VOD. Y por último, que la TV tradicional exista exclusivamente para los programas en vivo como pueden ser los deportes.

En relación a lo expuesto, Vega et al. (2016) afirman que la TV paga no pierde cuota de mercado llegando a una penetración nacional del 80% en el 2015. Los servicios OTT por medio de VOD llegan con mayor fuerza a aquellos hogares donde ya se encuentran abonados a la TV paga, lo adquieren como un complemento más bien, no como un sustituto a las tecnologías con las que ya se encontraban familiarizados.

2.2. Las cuatro pantallas

Existen distintas maneras de consumir contenidos digitales y audiovisuales en la actualidad. Con la llegada de los dispositivos móviles los usuarios pueden acceder a contenido variado a través de diversas pantallas, en cualquier momento, desde la comodidad de sus casas, hasta en el transporte público. Pero la llegada a esta instancia no fue una simple y tampoco fue una rápida. Cuatro categorías de pantallas pueden ser consideradas.

Antes de comenzar a observar las distintas categorías es importante aclarar qué se entiende por pantalla. El término hace referencia a la ventana a través de la cual el espectador tiene acceso a contenidos visuales. A principios del siglo pasado nace la primera pantalla, el cine. La segunda pantalla, la TV, se popularizó en los años sesenta. La tercera pantalla es la computadora personal que se consolida con la popularización de Internet en 1995. La cuarta pantalla comienza alrededor de 1990 y se consolida en el 2002 con la difusión de la banda ancha móvil, ésta pantalla pertenece a los *Smartphone* y dispositivos móviles con capacidades de procesamiento avanzado, como pueden ser *iPod*, *iPad* y *Tablet*.

Por lo que se refiere a las pantallas, Urresti (2011), explica que antes existió la radio, la cual permitió hablar y escuchar a distancia a audiencias simultáneas. Con ella se llegó por primera vez a los sectores iletrados, creando un nuevo perfil para la comunicación. En cine y la TV llevaron esta tendencia más allá y comenzaron las imágenes en movimiento, expandiendo la comunicación masiva. El cine se convirtió en entretenimiento masivo marcando épocas y se popularizó a gran velocidad ya que no implicaba una necesidad de capacidades de lectura o escritura, lo que permitía llegar a un público más amplio. Desde un principio su objetivo fue entretener, atraer la atención del que lo mira y que sea un momento de disfrute. El cine ampliaba la experiencia de lo visible de maneras nunca antes pensadas o experimentadas creando un nuevo régimen de placer unido a la visión. El cine en su momento era una experiencia similar a la del teatro ya que era un

espacio separado, destinado específicamente a entretener. Implicaba una discontinuidad de la vida cotidiana ya que requería trasladarse a un espacio diferente. Se recibía en un ámbito que requería de atención y concentración, ya que era una sala oscura con butacas orientadas a una pantalla, sin distracciones.

La segunda pantalla, la TV, presenta características diferentes a la primera. La misma representa más una continuidad de la radio que del cine. La forma de transmisión se realizaba a través de fuentes de emisión de ondas electromagnéticas, es decir algo similar a una radio con imágenes. A su vez, la forma de organizar la grilla, las programaciones ofrecidas y el modo de definir la audiencia era muy similar al de la radio. Una vez consolidada la TV de forma masiva en los hogares, se asienta el *broadcasting*, es decir la difusión amplia o masiva del contenido. La programación tenía como objetivo acompañar los ritmos familiares. La TV a diferencia del cine se encuentra en un ámbito doméstico, hogareño y privado, no se presenta como extraordinaria sino como una integración con la vida familiar cotidiana. (Urresti, 2011)

El modelo de *broadcasting* es luego reemplazado por un modelo de audiencia segmentada. Se generan canales diferenciados por temáticas, los cual facilita la búsqueda de audiencias, separando por canales informativos, deportivos, infantiles, de series, de cine, de cocina, de documentales, educativos, sobre economía, finanzas, negocios, política, historia, videos musicales, y muchas otras variantes. Formato que continúa existiendo hasta la actualidad. Esto crea un consumo más individualizado que el formato anterior. Se genera una competencia mayor ya que cada canal debe intentar atraer la mayor cantidad de espectadores posibles, lo que conlleva a la utilización de técnicas de marketing para conocer lo que el público desea, brindarlo y luego analizar los resultados.

Esto da como resultado un nuevo modelo basado en la televisión por cable y por señal satelital que segmenta definitivamente a la población en audiencias especializadas que buscan sus propios gustos e intereses. En este contexto, quienes más se alejan del modelo de recepción tradicional son las generaciones más jóvenes, casi exclusivamente centradas en los canales de su interés, sin visita a otras señales. (Urresti, 2011, p. 16)

Así es como con la segunda pantalla comienza la individualización de la sociedad. Con el sistema de antes se buscaba que la familia comparta un momento en el día, generalmente por la tarde noche, el cual se calificaba como el prime time, ya que era el mayor momento de consumo a nivel de masas en el día.

El cine y la TV son sistemas de comunicación unidireccionales siendo su objetivo principal la difusión más que la comunicación. Las computadoras, especialmente la interconexión entre ellas permitieron el establecimiento y la expansión de un sistema de comunicación que tomó la forma de la red y puso en contacto a todos los puntos que la componen, con la capacidad de recibir y emitir, es decir de interactuar sin las limitaciones de los sistemas previos.

En la década del noventa este sistema aumentó en conexiones en los países centrales, y en los países periféricos llegó una década después. Esto trajo consigo un nuevo ámbito de comunicación mediada. Se genera la posibilidad de la conexión a distancia en tiempo real, lo que permite nuevas maneras de pensar el trabajo, la educación, el entretenimiento y las relaciones interpersonales.

Internet funciona como un canal de publicación abierto sin grandes costos, lo cual conlleva a que el flujo de emisión sea extremadamente alto con respecto a los medios masivos tradicionales. Urresti (2011, p. 19), explica que con Internet el concepto de audiencia masiva toma un sentido distinto al tradicional ya que “se va desarticulando en nubes dispersas de puntos: esos puntos podrán conectarse entre sí, pero su comportamiento, visto desde el conjunto, reviste una complejidad mucho mayor que la de una audiencia que funciona en bloque.” Cada usuario navega a través de Internet como desea, lo que conlleva a que la demanda tome un rol más importante que la oferta, donde la actividad toma un aspecto más individual. La característica similar que tiene la computadora con la TV es que ambas son dispositivos que se encuentran en el hogar. La TV tenía como fin ser un aparato de consumo familiar, pero la computadora aunque puede ser compartida es un artefacto que se utiliza de manera individual. La

computadora permite una nueva forma de interacción con las pantallas que es el *multitasking*, es decir que se pueden realizar varias tareas a la vez como es la utilización de ella como fuente de información, entretenimiento, comunicación interpersonal, trabajo, y otras actividades al mismo tiempo.

Con la aparición de los medios móviles, como *Tablet* y *Smartphone*, se genera la cuarta pantalla. Con ella, se rompe la dinámica de utilización de las pantallas en el ámbito doméstico, ya que al ser portátiles pueden ser transportadas fuera del hogar. “Permiten romper con la dinámica estática del hogar y fundar las bases de un nuevo nomadismo.” (Urresti, 2011, p. 22).

Todas las tareas que se realizaban dentro de la casa ahora pueden ser realizadas desde cualquier lugar, por ejemplo la oficina o una confitería, trasladando así toda la información personal. Los dispositivos portátiles junto con la conexión a Internet revolucionaron la forma de conectarse y comunicarse. Los adelantos tecnológicos que trajeron los teléfonos convirtieron a los mismos en computadoras portátiles pequeñas con capacidad de registrar fotografías, grabar video, recibir y enviar mensajes, consumir multimedia, entre muchas otras cosas. La cuarta pantalla absorbe todas las posibilidades que introdujo la tercera pantalla en un aparato de dimensiones mucho más pequeñas.

El uso de Internet únicamente en las computadoras es un hecho del pasado. Actualmente, se puede acceder a ella desde *SmartTV*, *Smartphone*, videojuegos en red y *Tablet*, entre otros dispositivos. A través de la cuarta pantalla es posible acceder a educación a distancia, realizar transacciones bancarias, realizar compras, bibliotecas y museos virtuales, acceder a películas y series, videojuegos, entre otras cosas. Con las nuevas tecnologías nace un nuevo usuario activo que tiende a migrar entre plataformas tecnológicas cuando no encuentran satisfacción en una de ellas, por ejemplo de la TV a un videojuego. Existe una tendencia de participación, los usuarios generan contenido aficionado o profesional, expresan sus opiniones y realizan críticas.

Estos dispositivos que funcionaban por separado están integrando funciones y conecta “las dimensiones cultural, económica, educativa, política y comunicativa” transformando las experiencias individuales y colectivas. (Artopoulos, 2011, p. XVI).

Las computadoras portátiles y los dispositivos móviles continúan el proceso iniciado por la TV, al ser dispositivos que ingresan en la vida doméstica. Se deja de lado la gran pantalla de cine y se suplanta con una pantalla chica que se encuentra dentro de los hogares. Comienza con la TV, continúa con la computadora y finaliza con los dispositivos móviles, precisamente *Smartphone* y *Tablet*. Los últimos no solo se encuentran dentro del hogar sino que cuentan con la cualidad de que pueden ser transportados, es decir que las posibilidades son mayores, ya que puede ser utilizado casi en cualquier lado.

A medida que las nuevas pantallas fueron surgieron, no fueron reemplazando o dejando obsoletas a las anteriores, sino que conviven y convergen entre sí. Las pantallas que van quedando por decir más antiguas se adaptan para continuar compitiendo con las nuevas. Es decir, la pantalla de cine, con la llegada de la TV, se volvió más grande y comenzó a ofrecer nuevas tecnologías como puede ser el 3D. Con el surgimiento de las computadoras fue el turno de la TV de lograr continuar siendo útil volviéndose más realista. Asimismo, el surgimiento de los dispositivos móviles llevo a las pantallas mencionadas anteriormente a buscar una forma de convertirse en dispositivos más interactivos.

La revolución de la información llegó a las sociedades periféricas con la popularización de la cuarta pantalla ya que la telefonía móvil llego incluso a los sectores de menores recursos. Experiencias íntimas y sociales se encuentran mediadas por pantallas. La pantalla móvil permite el acceso a redes sociales en medios electrónicos, intercambiar información en tiempo real a través de medios de confianza de cualquier parte del mundo en cualquier momento y la producción descentralizada de contenidos digitales.

Para comprender el auge del contenido audiovisual a través de VOD, y el hecho de que las salas de cine queden en un segundo plano, es crucial entenderlo en relación a la

cuarta pantalla, ya que esta supuso una revolución informática, un cambio en los formatos tradicionales que permite nuevas fronteras para los usuarios. Pareciera ser que no existen los límites ya que sin importar el lugar o la situación en la que se encuentre el consumidor puede hacer uso de estas tecnologías.

2.3. La difusión del turismo sostenible a través de nuevas tecnologías

De las evidencias desarrolladas durante este capítulo se pueden describir distintas formas en las que el turismo puede aprovechar y sacar ventaja de las nuevas tecnologías. Para comenzar, es necesario tener en cuenta las plataformas de OTT a través del VOD para generar contenidos a través de las mismas sobre comunicación y difusión del turismo. A su vez deben tenerse en cuenta por los medios en que estos contenidos serán reproducidos. Teniendo en cuenta la cultura de la inmediatez que existe en la actualidad debe tenerse especial consideración de la cuarta pantalla.

Las nuevas tecnologías, utilizadas correctamente tienen un gran potencial para influir en los usuarios y consumidores. La publicidad en las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter cumple un rol central en la comunicación del presente. Pero las formas de publicidad más tradicionales aplicadas a las redes no son la única forma en la que pueden ser utilizadas las plataformas OTT. La producción de largometrajes y series puede ser una gran herramienta a la hora de transmitir un mensaje, fomentar una actividad, e intentar convencer de nuevos hábitos, entre otras cosas. Un gran ejemplo de esto son los documentales que tratan sobre el medio ambiente, cambios alimenticios, y otras temáticas. En la plataforma de *streaming* de Netflix, más de uno de estos documentales tuvo éxito, entre ellos *Cowspiracy: The Sustainability Secret* (Anderson, 2014), un largometraje que trata sobre el impacto en el medio ambiente de la industria animal; *Our Planet* (Fothergill, 2019), una serie de ocho capítulos que muestra los grandes ecosistemas del planeta y a la vez incentiva a un cambio exponiendo el cambio climático; *What the Health* (Phoneix, 2017), película que expone los efectos del consumo animal en la salud, *Océans* (Perrin, 2009), largometraje que explica la vital relación que

los océanos cumplen en el bienestar del planeta. De la misma manera puede aprovecharse la plataforma para desarrollar un largometraje o serie documental fomentando el turismo sostenible en el país.

Para lograr un turismo sostenible se deben potenciar y remarcar aquellas industrias y actividades que promueven el cuidado del ecosistema y de las comunidades.

A lo largo de la Argentina se encuentran gran cantidad de Parques Nacionales, Reservas y Patrimonios. Estos protegen la fauna y flora del lugar e incentivan a un turismo más consciente. A través de las nuevas tecnologías estos pueden ser gran foco de atención, atrayendo a los turistas a realizar actividades más conscientes a la hora de viajar. Por ejemplo se puede utilizar la plataforma gratuita de *streaming*, YouTube para generar publicidad que se reproduzcan al principio de los videos donde se muestran los Parques Nacionales y se relaten sus beneficios para el medio ambiente y animales del lugar. Estos tendrían un gran alcance ya que la plataforma puede visualizarse desde computadoras personales, *Tablet*, *Smartphone* y hasta *Smart TV*.

El desarrollo sostenible permite mejorar la calidad de vida de la población local y a su vez aprovechar los recursos naturales de manera responsable. Knell (2019), explica que la industria del turismo es más dependiente que otras en cuanto a la salud y bienestar de las comunidades locales, ecosistemas y culturas. Se estima que para el 2050 la población llegará a los 10 billones de personas, el cual supone un gran efecto en los recursos. Sentencia que es necesario invertir en la resiliencia de los lugares afectados por el turismo masivo y el cambio climático. Teniendo en cuenta el efecto que el contenido audiovisual y las historias tienen en la población, sentencia que, desde *National Geographic*, creen que es importante celebrar la belleza del mundo natural y cultural para incentivar a la población a tomar las medidas necesarias para protegerlo.

Como se mencionó anteriormente, Netflix en la actualidad cuenta con 4.5 millones de suscriptores en Argentina, lo cual significa que al desarrollar una serie o largometraje documental incentivando a los turistas a tomar decisiones y acciones en torno a un

turismo más sostenible, el mismo tendría la capacidad de llegar a un amplio segmento de la sociedad nacional.

A raíz de la información en los años recientes sobre el cambio climático muchos turistas ya eligen viajar de forma consciente, eligiendo distintos sostenibles, hoteles *eco-friendly*, y tomando decisiones y costumbres para contribuir al cuidado del medio ambiente.

Booking.com (2019a) llevó a cabo un estudio en el cual se concluye que el 72% de la comunidad global cree que es necesario tomar medidas y elegir destinos de viaje sostenible para cuidar el planeta para las futuras generaciones. Esto demuestra el creciente interés por tomar decisiones conscientes, pero a veces por más de que esta intención la población no está segura de cuáles son las medidas que debe tomar, es por esta razón que una comunicación efectiva a través de las redes sociales y las plataformas VOD es una gran oportunidad de hacer llegar la información de manera clara y concisa. Por ejemplo, en la actualidad existen alojamientos ecológicos, el mismo estudio analizó que el 73% de los viajeros a nivel internacional expresan interés por hospedarse por lo menos una vez en un alojamiento con medidas positivas en cuanto al medio ambiente durante el año que le seguía al estudio. A ese respecto el 62% también aseguró sentirse mejor sabiendo que el hospedaje en el que se alojaba era considerado sostenible.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que las intenciones no son suficientes ya que muchos obstáculos se encuentran a la hora de realizar planes de viajes sostenibles. En primer lugar, el 37% de los encuestados no está seguro de qué medidas debe tomar para que su viaje cuente con experiencias más ecológicas. En segundo lugar, el 34% considera que las opciones para viajar de manera sostenible son menos atractivas. En tercer lugar, el 36% considera que tomar decisiones en cuanto a un viaje más sostenible requiere un presupuesto más elevado, con el cual no cuentan.

Estas conclusiones no hacen más que confirmar el hecho de que es necesario hacer llegar a la población la información. El alcance que puede llegar a tener Netflix con la

existencia de las cuatro pantallas es enorme. Si a esto se le suma el hecho de que el público que se encuentra suscripto a la plataforma es de un estatus socioeconómico medio-alto, se puede llegar a inferir que el impacto será de mayor relevancia ya que este sector suele invertir su dinero en viajes. Incentivando a este sector a elegir destinos y alojamientos amigables con el medio ambiente puede ser de gran ayuda. Un largometraje o una serie documental que muestre destinos con ecosistemas de gran belleza que cuentan con una industria hotelera que se compromete con el medio ambiente, y enseña sobre las medidas que uno como individuo puede tomar para realizar un viaje más sostenibles puede generar un cambio muy positivo en la actividad turística presente.

Otras actividades que pueden ser fomentadas a la hora de planear un viaje más sostenible es movilizarse en los destinos a través del uso de bicis o hacer senderismo en los casos que sea posible. Por ejemplo en destinos como El Chaltén, el pueblo se encuentra conectado con todos los senderos disponibles en el área, por lo tanto no es necesario el uso del auto, una vez alojado dentro del pueblo el turista puede acceder a sus actividades deseadas a pie.

En otro estudio se observa que durante el 2020 habrá tendencia por parte de los viajeros a optar por destinos secundarios, es decir menos conocidos, con el objetivo de intentar reducir el exceso de turismo y así proteger el medio ambiente. El “60% de los viajeros globales les gustaría tener acceso a un servicio (app/web) que les recomendase destinos en los que un aumento del turismo tendría un impacto positivo en la comunidad local.”

(Booking.com, 2019b, s.p.)

Aplicando esto a nivel nacional, es una gran oportunidad de ofrecer contenido audiovisual que recomiende, por ejemplo, en una serie un destino alternativo a los populares. Además, se pueden integrar las ideas y medidas recomendadas para que en aquellos destinos el turismo se desenvuelva de una forma sostenible, de esta manera el espectador se entera de destinos originales que no conoce y se informa sobre como participar con un rol más activo en el cuidado del medioambiente en su país.

En Argentina se observa una tendencia a elegir destinos con diversidad natural. El 83% de ellos elige viajar por Latinoamérica ya que cuenta con grandes paisajes de playa, montañas y cataratas entre otros. El 66% prefiere nuestro continente por la riqueza en historia y cultura y la calidad humana. Asimismo, el 37% aprecia la familiaridad y proximidad cultural. Dentro del país, uno de los destinos elegidos por contar con gran biodiversidad y una cultura de sustento al ecosistema es los Esteros del Iberá, en la provincia de Corrientes. Allí se encuentra el segundo humedal más grande del mundo, hogar de 4.000 especies acuáticas y terrestres. Al mismo tiempo, al pie de la Cordillera de los Andes se encuentra otro foco de turismo, el Parque Nacional Lago Puelo y Los Alerces. Aquí se encuentra un complejo sistema de ríos y arroyos rodeado por bosques. (Infobae, 2019).

La OMT declaró que el turismo de naturaleza recauda 263.000 millones de dólares por año, pero en la Argentina, territorio donde abundan los recursos naturales esta actividad turística se encuentra desaprovechada. “A pesar de contar con 47 áreas protegidas que albergan algunas de las maravillas naturales más fascinantes del mundo, casi la mitad de los argentinos nunca pisó un Parque Nacional.” (Torino, 2019, s.p.).

Donde parece haber una mayor consciencia por la conservación y cuidado del medio ambiente es en las generaciones de *millennials* y *centennials*, por lo que una producción audiovisual que trate sobre la temática en cuestión indicaría ser de gran éxito ya que la temática llamaría su atención, y si se distribuye a través de una plataforma de *streaming* podría tener un gran alcance ya que esas generaciones se concentran en aquellas plataformas.

Dentro del turismo sostenible tienden a predominar las experiencias en la naturaleza. Dias (2003), destaca factores que influyeron en el desarrollo de este tipo de turismo. En primer lugar, la concientización por parte de la población de la importancia de preservar los recursos naturales. En segundo lugar, el interés de las personas a alternativas a los centros urbanos. En tercer lugar, la búsqueda de estilos de vida más simples y tranquilos,

escapando de las grandes ciudades. Por último, el desde de interactuar con la naturaleza y su fauna, buscando una mejor calidad de vida.

Una actividad de gran interés y que parece atraer a los turistas son los safaris fotográficos. Existe la oportunidad de desarrollarlos en la Argentina, al igual que ya se realiza en África. El mismo podría ser una gran fuente de ingreso. A través de las nuevas tecnologías se podría plantear una serie documental que sigue las aventuras de un safari fotográfico, mostrando la experiencia que podrían vivir los turistas teniendo de cerca a los animales salvajes.

Una aproximación a la definición de marketing ecológico, ambiental o verde puede ser aquel que tiene por objetivo incentivar conductas y actividades que conllevan a la reducción del impacto perjudicial sobre el medio ambiente.

Se entiende por consumo ecológico en turismo a:

Aquellas actividades caracterizadas por el uso de recursos naturales conservados en estado de baja intervención humana, entre los cuales se incluyen paisajes, cursos de agua, montañas, vegetación, vida silvestre, etc. Éstos configuran un tipo de turismo basado en la naturaleza que a su vez presenta un amplio abanico de tipologías tales como: ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo ambiental, turismo ornitológico, entre otros. (Dias, 2008, p. 146)

El aumento de la conciencia del medio ambiente conlleva a un incremento en este tipo de turismo. Los turistas van en busca de lugares inéditos, donde se pueden observar a los animales en su hábitat natural.

A la hora de promocionar un destino turístico, un alojamiento o actividades que se pueden desarrollar en el ecoturismo es importante destacar el aire libre puro y la tranquilidad que se experimenta en aquellos espacios. La observación de animales es su hábitat natural es uno de los mayores atractivos para los turistas. De la diversidad de fauna que se encuentra en el mundo el que más turistas atrae es la observación de aves. A la hora de desarrollar contenido audiovisual orientado a promover el ecoturismo es de vital importancia hacer uso de estos recursos. Imágenes impactantes de los paisajes y de

los animales pueden ser una gran atracción para los espectadores lo que conlleva al deseo de experimentarlo en primera persona.

Beeton (2006) aborda el concepto del turismo inducido a través de la cinematografía. Los sistemas populares de cultura audiovisual tienen una gran influencia en las ideas y creencias de los turistas. El cine en sí mismo cumple un rol activo en la construcción social y se convierte en una gran herramienta del marketing de destino. En más de una ocasión locaciones de filmaciones de películas fueron promocionadas como destinos turísticos luego de sus estrenos con grandes resultados. Por ejemplo, durante el auge de *El Señor de los Anillos*, se advirtió que la mayoría de los turistas que elegía Nueva Zelanda como destino tenía conocimiento de las películas. Realizado a conciencia el turismo inducido a través del cine puede ser una herramienta muy poderosa.

A modo de colusión, las nuevas tecnologías traen grandes posibilidades de consumo y revolucionaron el mercado. En la actualidad el usuario cuenta con múltiples plataformas y pantallas para consumir contenido audiovisual, desde salas de cine, hasta TV y la mayor novedad el VOD. A través de los dispositivos portátiles el mismo puede elegir donde y cuando consumir sus series y películas preferidas. Estos nuevos avances significan grandes oportunidades para distribuir y promocionar el turismo sostenible. En el próximo capítulo se analizarán los roles y las etapas que entran en juego a la hora de realizar un contenido audiovisual de género documental innovador.

Capítulo 3. Técnicas y elementos de un documental innovador

Con el objeto de describir sobre técnicas, elementos y herramientas que logran un documental innovador, original y con un punto de vista particular, en este capítulo se abordan los métodos y las etapas que son necesarias para desarrollar un producto audiovisual.

En primer lugar, se releva información sobre en qué consiste una idea única y cómo es posible llegar a ella. A su vez, se ahonda en el guion audiovisual, específicamente el guion documental ya que cuenta con particularidades que los distinguen del de ficción. Para ello la teoría se apoya en los escritos de Comparato (1993), Rabiger (2005), Gamarro y Salomón (1993) y Carrière (1991).

Luego se investiga el proceso de dirección y producción, indagando sobre las etapas y los roles de cada uno. Teniendo en cuenta la importancia de la relación del director y el productor y como esta se complementa para lograr realizar un producto audiovisual de calidad. Profundizando en las tareas realizadas por cada uno de ellos. La bibliografía utilizada es la de Rabiger (2005), Coellyn (1993), Nichols (2010) y Battle (2016).

Para concluir el capítulo se aborda la última etapa de la producción de un largometraje o una serie audiovisual, el montaje. Esta etapa es conocida a su vez como la posproducción o edición del contenido. Es una etapa clave en el documental ya que es cuando se observa el contenido filmado y toma sentido la película. Muchas veces se considera al montajista del género documental como un segundo director de la película. Para abordar esta etapa el apoyo bibliográfico será a través de los autores Arias (2010) Rabiger (2005), Baudry (1999), Bordwell y Thomson (1999), Zunzunegui (2010) y Thompson (2001).

3.1. La idea y el guion

Todo producto audiovisual de ficción o de no ficción nace de una primera idea, un evento o acontecimiento que motiva un interés en el escritor el cual le genera una necesidad de contar una historia. Estas se convierten en el fundamento del guion.

Es importante destacar que por tan simple que suene el concepto, obtener una idea puede ser un proceso muy complejo y puede tomar distintas formas. Nace de la imaginación y de la creatividad de cada individuo. Cualquier persona tiene la capacidad y las herramientas para desarrollar esa creatividad y tener grandes ideas que pueden cambiar el mundo. Son la base del armado de cualquier obra artística, desde lo audiovisual hasta lo plástico.

Lo esencial a la hora de buscar una idea y desarrollar un guion es la originalidad, es decir lo que diferencia una idea o texto de otro, su estilo particular. Se suele decir en el mundo del cine que ya todos los temas fueron realizados, que todas las historias fueron contadas, lo que diferencia a cada producto audiovisual es la forma en que son contados estas historias o los temas, es decir la originalidad y creatividad de cada creador.

Comparato (1993) describe seis campos en donde pueden encontrarse las ideas. Primero, la idea seleccionada, la cual es rescatada de la memoria, de una experiencia personal, de un recuerdo. Es propia de la persona ya que surge de sus pensamientos, por ejemplo de una experiencia pasada de su niñez. Usualmente, las ideas que surgen de un lugar íntimo son con las que se identifican gran parte de las personas, por lo tanto pueden obtenerse grandes resultados ya que se logra conectar con el público. Es importante que el guionista no se quede en su vivencia personal, sino que logre contar algo más profundo, llevarlo a otros horizontes, no meramente se experiencia y perspectiva de la situación.

Luego explica la idea verbalizada, la cual se da en los casos de una persona secundaria que le cuenta algo al guionista en cuestión, por ejemplo un comentario en una conversación con un vecino en el ascensor. La idea no nace de una vivencia propia sino que de algo que se capta en el entorno del escritor en su vida cotidiana.

Después manifiesta la idea leída, la cual se da al leer un libro, un cartel en la calle, una revista, un correo electrónico, entre otros. El origen es parecido al de la idea verbalizada, funciona como un disparador.

También se encuentra la idea transformada, esta nace de una novela, de una obra de teatro, de un largometraje. Las ideas se adaptan para contar o por ejemplo una misma historia desde un punto de vista distinto, o en otro medio, como es en este caso el audiovisual.

A su vez, se encuentra la idea solicitada, la cual es encomendada por alguien, por ejemplo una productora solicita una novela sobre cierta temática. Esto supone un reto ya que puede restringir las posibilidades y libertades artísticas y creativas. Es un tipo de desarrollo de idea muy usual para los profesionales, sobre todo dentro del género de ficción.

Finalmente, se encuentra la idea buscada, esta se halla luego de una investigación de mercado sobre gustos y tendencias al interesarse por qué es lo que se demanda por parte del público.

A su vez, Rabiger (2005), plantea distintas maneras en las que se pueden encontrar y desarrollar las ideas para la realización de un documental, podrían considerarse como disparadores de ideas, acciones proactivas que uno puede tomar en pos de encontrar ideas singulares.

Para comenzar plantea desarrollar un diario personal, acto que realizaba en su época Leonardo Da Vinci, y anotar en él todo aquello que lo sorprenda, que lo intrigue, en fin que le genere curiosidad. Es una manera de prestar mayor atención a aquellas cosas que le generan interés, las cuales antes de escribirla pueden pasar desapercibidas.

A continuación, propone recortar y guardar noticias de diarios y revistas, crear categorías y temas según lo que los recortes que le generan interés, y así descubrir para donde se siente más atraído, artículos suelen llamar su atención.

Por otro lado, sugiere a los interesados en la historia, volver a la misma y contar los hechos o la vida de personajes importantes que inspiran. De la misma manera puede investigarse sobre leyendas y mitos y crear historias a partir de sus protagonistas o encontrar inspiración en ellos para pensar nuevas historias. Lo mismo puede hacerse

desde un lugar más personal, puede indagarse sobre la historia de la propia familia o recordar historias de la infancia.

Por último, el documental puede buscar inspiración en la ficción, desde novelas hasta largometrajes. Muchos de ellos parten de hechos históricos reales, o pueden contener ciertos aspectos basados en la realidad que pueden ser tomados para la realización de una obra de no ficción.

Sobre la base de las ideas expuestas, es importante luego de obtener una idea analizar la viabilidad del mismo. Es por eso que es necesario indagar e investigar sobre el mismo, averiguar si ya se realizó, y si es así si se puede ofrecer una nueva mirada o una forma creativa de abordarlo. Asimismo, es necesario investigar adecuadamente sobre la temática en sí, saber todo lo que hay por saber de la misma, capacitarse. Una vez que estas cuestiones se resuelven se procede a la realización del guion audiovisual.

Varias definiciones hacen alusión a lo que es un guion. Podría decirse de una manera simple que nace en las primeras fases del desarrollo de un proyecto y que es como se encuentra escrito cualquier proyecto audiovisual. A su vez puede ser considerado como una historia sobre una temática en particular que es contada a través de la descripción de imágenes, sonidos, acciones y diálogos, siguiendo una estructura dramática.

A este respecto, Gamero et al. (1993, p. 5) explican que:

El guion no está en ninguna parte en su totalidad. Hay algo de él en el procedimiento creativo... pero también en el texto escrito, en las reuniones de productores y ejecutivos, durante el rodaje, en la sala de montaje y, por supuesto en la película terminada.

El guion en papel es solo algo provisorio del que no se sabe realmente su valor hasta que la película se encuentra terminada, y una vez que esto sucede el guion es absorbido por la misma y desaparece, deja de tener importancia. El guion en sí no es consumido por alguien, sino que el producto final. Un buen guionista cuando escribe no lo ve como un guion sino que está viendo la película en su imaginación.

Carrière (1991) afirma que el guionista comparte más con un director que con un escritor, ya que el guion no es una etapa final, como lo es un libro, sino que es el principio de un proceso audiovisual.

Ciertas diferencias caracterizan al guion documental del guion de ficción. Por empezar, su estructura o formato, un guión de ficción se escribe en una columna, describe acciones y las mismas se intercalan con los diálogos. El guion documental puede tomar distintas formas pero suele abordarse realizando dos columnas, una para las acciones y otra para el sonido. En un guion documental no se introducen diálogos, ya que suelen darse en el rodaje de manera espontánea, introduciendo elementos no previstos. Lo que sí puede realizarse es trazar una idea de lo que se quiere comunicar a través de dichas entrevistas. A veces, en el caso de que se realice una narración en off puede escribirse un texto sobre el mismo, pero esto puede ir cambiando hasta la fase final de grabación o hasta en el montaje. El guion dentro del género en cuestión suele servir como una aproximación a lo que se quiere contar, es una guía, orienta al director durante el rodaje y ofrece un punto de referencia. El producto final va tomando forma en los rodajes y luego en la sala de edición.

A la hora de elaborar un guion de género documental es necesario que el escritor se comprometa a contar la verdad. Comparato (1993, p. 273) reflexiona que “un documentalista ha de ser, por encima de todo, imparcial; debe intentar informar sobre un acontecimiento con fidelidad a los hechos. El documental, como los materiales para informativos, tiene la finalidad de reproducir un hecho tal como es.” A su vez, deben tenerse en cuenta tres aspectos fundamentales a la hora de realizar guion.

En primer lugar, el Logos, que hace referencia a la palabra, al discurso, es decir la estructura general, la organización del guion.

En segundo lugar, el Pathos, que refiere a lo dramático de una anécdota humana, es la vida y la acción, los acontecimientos que se generan debido a los conflictos que atraviesan la cotidianidad.

En último lugar, se encuentra el Ethos, que es la ética y la moral, le da un significado a la historia, un trasfondo, es la razón por la cual se escribe. Si no existe una motivación, algo que mueve al director o guionista a contar la historia, esta carecerá de sentido.

Cabe destacar, que un guion es efímero, ya que existe, vive, solamente durante el tiempo en que lleva rodarse y producirse, es decir el tiempo que tarda en convertirse en un producto audiovisual.

Lo esencial a la hora de escribir un guion es pensar en imágenes, es decir ver y sentir la escena, no solo a través de las creencias y emociones de uno mismo sino que es indispensable para un guionista aprender también a ver a través de otros ojos y de otras mentes para así lograr ponerse en el lugar del otro y conectar con la audiencia en un nivel más profundo.

Como explica Rabiger (2005) el documental moderno improvisa a partir de los elementos que la vida le aporta, si se utilizara un guion minucioso de las acciones y los diálogos los participantes estarían asumiendo el papel de actores profesionales, lo que sucede en una ficción, lo cual quitaría espontaneidad a las situaciones y lo haría inverosímil. No obstante, existen excepciones en las cuales, sin contar con un guion minucioso, si es necesario contar con una guía más detallada, como se expone en la siguiente cita:

Existen géneros no ficcionales en los que se hace necesario establecer de antemano una relación de palabras e imágenes como: la película de reconstrucción histórica, el reportaje sobre la naturaleza, la película científica o médica, el documental de viajes, la película educativa, la película histórica o sociológica, la película de divulgación. Ya que la función de todas ellas es la de transmitir información, puede resultar útil elaborar previamente un guión, y además ahorra mucho tiempo. (Rabiger, 2005, p.157).

Lo anteriormente expuesto, demuestra que en los casos de tratarse de documentales que exponen información, es de gran ayuda realizar un esbozo de lo que se quiere transmitir. Esto es esencial a la hora de utilizar estadísticas, hechos que no pueden ser obviados u olvidados, por ejemplo en un documental que indaga sobre los efectos de la minería en un ecosistema, ciertos hallazgos en la etapa de investigación deben ser transmitidos en el producto final. Como ya se mencionó anteriormente, el caso de una narración en off, es

prudente realizar un borrador o un guía de lo que se dirá para a su vez tener en cuenta que imágenes deben ser filmadas durante el rodaje para que se genere una coherencia entre lo que el espectador escucha y visualiza.

Distintos motivos pueden incitar a un realizador a elegir utilizar una narración en la película. En los documentales que basan su información principalmente en entrevistas no suele utilizarse este recurso ya que los datos necesarios suelen darla los personajes entrevistados. Distinto es el caso, por ejemplo, de los documentales que tratan temáticas como la naturaleza y el medio ambiente. Salvo que se entreviste a un profesional de la temática, suele hacerse uso de imágenes de paisajes, de los animales en movimiento, de sus comportamientos, por lo cual es necesario que una voz explique qué es lo que sucede, las causas y consecuencias, entre otros casos.

3.2. Dirección y producción

Una vez que se tiene la idea del documental a realizarse comienza la etapa de desarrollo de proyecto y preproducción, ya que el desarrollo del guion puede suceder a la par. Durante esta etapa trabajan el director, el guionista y el productor en conjunto.

Teniendo en cuenta la visión de Guber (1969), el cine es una expresión artística que genera ingresos a las distintas partes involucradas. Los que se ocupan de la producción negocian los recursos, realizan la búsqueda de financiación, y se ocupan de que la película se concrete. Los que distribuyen contactan a los productores y a los exhibidores para que la película se encuentre en distintas plataformas. Por último, los exhibidores proyectan la película a los espectadores. (Heredia Ruiz, 2017).

En el cine el productor es el dueño de la película, es decir que es el titular de los derechos. La producción puede estar a cargo de una empresa o de una persona física. Se encargan de la coherencia entre los aspectos artísticos, financieros y temporales del proyecto.

El director y el productor trabajan conjuntamente. La película no puede realizarse sin la cooperación mutua. El director es el que genera los aspectos creativos de la película,

elige como contar la historia, desde que perspectiva y con qué herramientas. Sin la ayuda del productor el director no puede tener la libertad creativa que necesita ya que debería encargarse de los aspectos técnicos y burocráticos de realizar su proyecto. Ese es el rol que cumple el productor, se ocupa de los aspectos no artísticos o creativos, para que el director pueda llevarlos a cabo sin esas preocupaciones. Los productores suelen ser personas con muy buenas capacidades de organización y persuasión, por el otro lado los directores suelen ser personas más creativas y artísticas. Juntos se complementan y logran traer a la realidad el deseo de una película.

Entre las tareas que debe ejercer el director se encuentra la elección de los planos, en ficción suele realizarse un guion técnico, es decir para cada escena se decide el tipo de plano que se utilizará, el lente y el movimiento de cámara, entre otras cosas. En el documental no se suele hacer uno detallado pero es recomendable antes de asistir a un rodaje ya tener en mente las tomas que se quieren realizar. También debe decidir qué tipo de estética quiere para su película. En el documental no es usual que se divida el equipo en muchas categorías como lo es en la ficción, pero si suele haber un operador de cámara, con el cual debe conversar y expresarle cuál es su intención en cuanto a la fotografía, que paleta de colores quiere, la profundidad de campo, la iluminación y tono en general de la película.

A la hora de realizar un documental, es importante que el director tenga en claro desde que punto de vista quiere contar la historia. Este no necesariamente es único a lo largo del largometraje, puede variar, aunque muchas veces uno predomina. El punto de vista, según Rabiger (2005, p.67) es “aquel con cuya realidad se identifica totalmente el espectador en un momento dado”. En primer lugar se encuentra un punto de vista principal, el que seguramente será expresado por uno de los personajes. Luego se encuentra el punto de vista múltiple, es decir los conflictos que atraen los personajes. Después el punto de vista omnisciente, el cual es capaz de ver todo. Y por último, el punto de vista del autor, es decir del director.

Generalmente, el punto de vista surge de las situaciones que se plantean en el guion y la forma en que los personajes toman forma. Dentro de una escena puede existir más de un punto de vista. Esto genera profundidad en la historia y el espectador es capaz de empatizar con otros personajes y obtener otras perspectivas.

En el cine documental, como en el cine de ficción, se realiza una construcción de los personajes. Esto suele suceder en la etapa del guion pero el director debe encontrarse activamente en la construcción de los mismos, si es que el mismo no cumple ambos roles. Coellyn (1993 p.103), desde su experiencia explica que “La noción de ‘construcción de personaje’ da cuenta de una serie de necesidades de orden dramático: en el cine, un personaje no existe hasta que no ha sido construido y el espectador ha llegado a conocerlo.” La selección de los personajes en el documental puede ser con la intención de que representen a un sector de la población con el que el público se sienta identificado o centrándose en lo peculiar, en lo fuera de lo común que genera interés y curiosidad de conocer.

Como se mencionó en el primer apartado, Nichols propone utilizar otro término a la hora de referirse a los personajes en el documental, denominándolos actores sociales, ya que los mismos no se encuentran realizando una actuación de alguien más, sino que se representan a ellos mismos. (Nichols, 2010).

Es importante destacar, que el dispositivo, es decir la cámara, muchas veces puede influir en el actor social. Es decir, una persona puede actuar o sentirse de manera distinta ante una situación al ser consciente de la presencia de la cámara, con lo que esto conlleva que, que es el hecho de que luego otras personas observaran el material realizando un juicio de valor sobre ellos mismos. La cámara puede generar nervios, ansiedad, y otros sentimientos negativos que alteran su comportamiento y terminan por no reflejarse como son realmente. Es el trabajo del director el de llevar tranquilidad a aquellos que así puedan sentirse, para lograr un comportamiento lo más natural y real posible.

Volviendo la mirada hacia los aspectos de la producción, Batlle (2016) divide el proceso productivo en cinco grandes etapas.

En primer lugar, el desarrollo de proyecto y la búsqueda de financiación, que comienza con la idea y llega hasta el momento en que el proyecto está listo para ser rodado. Los involucrados en esta instancia suelen ser el guionista, director y productor. Durante esta instancia los productores obtienen las fuentes de financiación a través del sector público, el INCAA, y sectores privados, presentando un pitch, es decir una presentación oral, una carpeta de desarrollo donde se explica la propuesta artística y cuál sería el costo de realización, y en lo posible un adelanto en formato audiovisual que puede ser realizado a través de material archivo para mostrarle a los interesados cual es el objetivo y motivación del director. Un paso muy importante es el de la investigación del tema en cuestión. Rabiger (2005) propone algunos pasos que pueden ser considerados universales a la hora de comenzar una investigación de esta índole, aunque es necesario tener en cuenta que dependiendo del tema estos pueden variar según las necesidades del mismo. Primero, propone definir un método hipotético de abordar el tema, el cual a lo largo del proceso deberá ser revisto. Luego, es recomendable encontrar una relación de las secuencias de acción, es decir dentro de los sucesos importantes que marcan al documental, y considerar si por si solas tienen el potencial de construir una película interesante. Una vez realizado este paso, comprobar que la idea corresponde con una realidad, es decir, que sea accesible, que el presupuesto sea realista y pueda llevar a la película que se tiene en mente. Asimismo, es necesario consultar la documentación que se encuentra escrita sobre el tema que se aborda, investigar todo lo ya publicado para contar con toda la información necesaria, abarcando desde novelas hasta películas. En base a esto desarrollar un punto de vista propio, que sea original, así no se repite una y otra vez en la historia un mismo tema contado de una misma manera. De esta manera también se definen los objetivos y el estilo con el que contará la producción. Además del guion es importante realizar un tratamiento del documental, es decir una propuesta para

convencer a los patrocinadores, socios financieros o empresas de difusión del impacto que puede tener el producto audiovisual, detallando de manera convincente de que trata la propuesta. Para la presentación del proyecto se realiza un portafolio con una carta de presentación, una frase que resume la propuesta, una sinopsis donde se describe el argumento del documental, una carta de motivación donde el director expresa cómo y porqué surgió el proyecto, la investigación realizada sobre la temática, en lo posible un tráiler audiovisual, el presupuesto, un plan de trabajo, una descripción del personal creativo, el público al que se apunta y el estado financiero actual. .

En segundo lugar se encuentra la preproducción, es decir la preparación del rodaje: se buscan las locaciones donde se realizarán los rodajes, se piden los permisos necesarios para filmar en las locaciones propuestas, se contrata el equipo técnico, se contratan los equipos de filmación y el catering, se realiza un plan de rodaje detallando fechas y que se llevará a cabo cada día, entre otras cosas. Es de vital importancia que el productor prevea cualquier problema que pueda surgir en la instancia del rodaje y que piense soluciones o alternativas para los mismos, es importante encontrarse preparado para no perder tiempo durante las jornadas de filmación. Un paso al que no se le debe quitar importancia es el de fortalecer la confianza entre director y entrevistado, o cualquier persona la cual participará y sumará algo a la película. Es necesario que estos conozcan las intenciones del realizador y cuál es su objetivo con el documental, que intenta transmitir, pero sin comprometerse demasiado, ya que a lo largo de la producción las decisiones preliminares pueden ir cambiando. De igual manera, el realizador debe realizar trabajo de campo en el cual, por ejemplo, conoce las costumbres y rutinas de los individuos de una comunidad. Mediante observaciones podrá recolectar datos importantes como que se considera normal y que atípico, a quienes consignara el rol de protagonistas y a quienes los roles secundarios, entre muchas otras variables. Un paso recomendado por muchos realizadores es realizar entrevistas previas sin realizar las más importantes hasta el día del rodaje, aunque algunos prefieren saltarse este paso e iniciar

el rodaje sin preconcepciones. Una vez que se determina el rodaje, el director y el productor tomarán las decisiones sobre el equipo técnico, como por ejemplo el operador de cámara. Se realizará un plan de rodaje, es decir cuándo se realizará y que se filmará cada día y por último algunos realizadores eligen realizar una prueba de rodaje.

En tercer lugar, el rodaje de la película, es decir la filmación del proyecto audiovisual, lo que incluye entrevistas y todo el material necesario y planteado anteriormente. Si la preproducción fue realizada correctamente todo debería estar organizado. Problemas pueden surgir a lo largo de las jornadas pero los productores deben estar preparados y actuar rápidamente ante los inconvenientes, y así dejar lugar al director para que desempeñe su rol. El director se encontrará filmando junto a los actores sociales, al operador de cámara y al sonidista. Este es el momento en que su visión comienza a tomar vida. En el caso de la realización de entrevistas el director es el que realiza las preguntas. Debe asegurarse de que los entrevistados se encuentren cómodos con su presencia para poder lograr un buen desempeño y generar confianza. Luego de cada rodaje, algunos directores visualizan el material filmado y se realizan copias por cuestiones de seguridad.

En cuarto lugar, se realiza el montaje, es decir la edición del material rodado. El mismo será abordado en detalle en la próxima sección. El director participa activamente del mismo.

Por último, se encuentra la etapa de comercialización, donde se distribuye el contenido a nivel local, internacional y a través de festivales. La comercialización puede darse a través de distintas plataformas como salas de cine, TV, y en la actualidad plataformas de *streaming* como es el caso de Netflix o Cine.Ar Play.

3.3. Montaje

En la actualidad, debido a la digitalización y los dispositivos móviles, cualquier persona a través de las cámaras de sus celulares u otros dispositivos son capaces de registrar la realidad a través de imágenes en movimiento. Es decir esta tarea no radica solo en los

documentalistas. “De esta manera, la omnipresencia de la imagen que define a nuestra época ha conseguido que todo acontecimiento, y esto es toda imagen, sea susceptible de convertirse en documento.” (Arias, 2010, p. 56). Cabe preguntarse entonces, ¿Cuándo una imagen es considerada profesional y cuando meramente una imagen aficionada? La autora concluye que la diferencia recae en una imagen montada y una imagen sin editar. La gran cantidad de imágenes producidas en la actualidad se convierten en un documento profesional cuando son ensambladas dentro de una retórica particular. La realización de un producto audiovisual de género documental contemporáneo radica en la lógica de asociación que significa el montaje.

De acuerdo con lo anterior, cabe destacar entonces que cualquier video que muestra un acontecimiento de la vida subido a las redes no podría ser considerado un contenido documental, en cambio sí por ejemplo un periódico sube a su cuenta de Instagram un video mostrando situaciones cotidianas, y se encuentra montado de modo que cuenta una historia o da cuenta de un suceso, este si podría ser considerado un video documental.

El montaje audiovisual es un proceso organizativo donde se toman los planos filmados en la etapa del rodaje y se colocan en un orden fijado previamente por el guion pero en el caso del documental dejándose libertades de acuerdo a él, ya que la película documental se conoce realmente en esta última etapa. El material filmado cobra sentido y la primera idea del guionista o director toma forma y se convierte en una realidad.

El montaje en los términos más simples es “la coordinación de un plano con el siguiente” (Bordwell et al., 1999, p. 247) que puede realizarse de distintas maneras. En primer lugar, por corte, donde la transición no es percibida por el espectador. En segundo lugar, por encadenado, donde la transición es gradual y se realiza superponiendo las imágenes, esta es observada por el espectador. En tercer lugar, por fundido, donde la transición comienza a desaparecer gradualmente hasta finalizar en una imagen negra, la misma es distinguida por el espectador.

La posproducción del documental comienza una vez finalizado la instancia de rodaje. El material filmado se monta de manera que luego puede ser presentado ante una audiencia. Durante esta etapa trabaja el montador y el equipo de montaje de sonido, los cuales consultan con el director. La misma abarca distintas etapas. Rabiger (2005) ofrece un orden del mismo.

Para comenzar deben visionarse todas las tomas junto con el director, así el mismo comenta lo que crea oportuno, orienta al montador hacia la dirección que quiere ir con su película y se realiza una selección conjunta del material que creen más oportuno, tomando nota de las razones por las cuales ciertas tomas son elegidas y otras son descartadas.

Luego, se realizan las transcripciones del diálogo. Es decir, se construye un soporte escrito de las entrevistas realizadas a lo largo de los rodajes, que ahorra tiempo durante el montaje y dota de mayores capacidades creativas al montador el cual puede hacer uso del mismo mientras que realiza la edición sin la necesidad de volver a reproducir una y otra vez las entrevistas y las tomas varias.

A su vez, se debe cronometrar o minutar el material, es decir se coloca un tiempo a todas las tomas y escenas elegidas, un tiempo acumulativo, y a cada tiempo se le asigna una breve descripción. Luego de realizar esta tarea, localizar el material se vuelve un trabajo mucho más rápido y ameno. Además, una buena opción es asignar palabras claves y así segmentar el material según temáticas.

Una vez realizados estos pasos se procede a confeccionar una estructura de la película, lo que podría considerarse un guion de montaje, en el cual se utilizan descripciones de planos y las transcripciones para orientarse, se busca una estructura subyacente y una lógica de los hechos. En base a esta estructura se realiza un primer montaje, es decir un montaje en bruto. Luego, se profundiza, afinando el montaje. En los casos en que se utiliza una voz narradora, el siguiente paso es grabar la misma, y luego la música si es que se decide utilizar música original.

En los documentales donde se elige utilizar una voz narradora, esta suele informar sobre los hechos más importantes, su propósito no es el de manipular las emociones del espectador o hacer juicios de valor, más bien permitir al espectador que tome sus propios juicios de valor sobre la base de la evidencia que se muestra. Luego se limpian los diálogos, es decir, se perfeccionan eliminando los sonidos indeseados, para luego realizar la ecualización. Así pues, se preparan todos los elementos y componentes del sonido y se realiza la mezcla de los efectos, la música y el sonido ambiente. Se mezclan las pistas para producir una pista de sonido única, una que contiene todo el componente necesario, claro y fluido.

En el montaje del documental existe una libertad que no existe en la ficción. El montajista tiene una “libertad de mirada y de percepción que se desprende de las intenciones y del intento de reinterpretar la temática lo más cerca posible del sentido deseado por el realizador”. (Baudry, 1999, p. 68).

En las producciones del género de ficción el montajista debe atenerse al guion previamente estipulado, realizando cambios menores. Por el contrario, en el documental a veces no se cuenta con un guion, y las otras veces este cumple un rol orientativo, por lo cual el montajista tiene libertad de repensar el material rodado y darle una estructura y visión nueva. Es importante que el director le dé espacio al montajista para crear estructuras nuevas y repensar aspectos preliminares, ya que el producto final suele ser muy diferente a lo pensando en las primeras etapas.

Se suele decir que un buen montajista sabe crear ritmo, pero para que un producto audiovisual funcione es necesario que ese ritmo no sea meramente formal sino que tenga un sentido, que obedezca a una lógica.

La decisión de la elección de los planos, su duración y el orden no son decisiones al azar. El montajista analiza las tomas, escenas y secuencias e intenta encontrarles y formar sentidos. Durante esta etapa el montajista prueba distintas formas de contar la historia,

mueve y repiensa las estructuras una y otra vez hasta encontrar la adecuada, la que mejor cuenta la historia que se quiere transmitir.

Según Baudry (1999) el arte del montaje es entender cuando un plano debe ser cortado. Todo plano debe tener una razón de estar, no se colocan al azar, y el mismo termina cuando cumple el objetivo de contar lo que tiene que contar, en concordancia a lo que cuenta la película completa. La duración de los planos cambia de la real, de la tomada durante el rodaje, el orden cronológico de los eventos cambia, las secuencias se recrean y queda todo en integrado.

Un montajista a partir de una gran cantidad de tomas separadas filmadas durante el rodaje deben unirlos de manera que creen un todo que cuente una historia con sentido y atrapante para el espectador. El montaje es un constante prueba y error, donde las secuencias deben ser pensadas y repensadas constantemente. La intuición y la percepción son grandes cualidades con las que un montador debe contar.

El cine es una arte de la percepción (...). El montaje trata de captar esta percepción, de adivinarla, de preverla y controlar sus efectos para construir la dramaturgia. Ese trabajo del montaje en documental, es el trabajo que se realiza en el momento del guion en ficción. (Baudry, 1999, p. 74).

La estructura del documental se desarrolla en gran parte durante el montaje, es de vital importancia que el director cuente con un montajista creativo, con imaginación y criterio. El director llega a esta última instancia conociendo el material, por lo tanto llega con prejuicios. El montador observa el material por primera vez, por lo tanto contará con una visión más realista en el momento de juzgar la calidad del material y el potencial que tiene.

Es el trabajo del montajista lograr que el material filmado cobre coherencia. Es importante que cuente con paciencia, sea organizado y experimente con lo que le es dado. Luego de observar todo el material, se aconseja realizar un edición sobre papel para presentarle al director y que obtenga una clara visión de cuál es el potencial. Luego de enseñarle el esquema al director el montajista realizará una primera versión de la película. El mismo suele realizarla de manera individual, y una vez terminada se la muestra al director. De

esta manera el director observa el primer borrador sin prejuicios y logra verlo desde un lugar objetivo.

Existen distintas modalidades o estructuras de montaje, de acuerdo a que se quiere transmitir o que sensaciones se quieren despertar en el espectador cuál es más efectiva. Planificar una estructura requiere pensar que progresión temporal adquirirá la narración. El montador piensa el orden de las secuencias en pos de las ventajas dramáticas. Se debe tener en claro el objetivo de la película y pensar la mejor manera de llegar a él. Rabiger (2005) propone seis estructuras posibles. La primera es la cronológica, es decir una película que muestra los acontecimientos de un determinado período de tiempo en el orden que sucedieron realmente. En segundo lugar, se encuentran la estructura no cronológica, por ejemplo primero se muestra un acontecimiento del presente y luego uno del pasado. En tercer lugar, se puede utilizar una estructura desde un punto de vista subjetivo, por ejemplo se puede contar la historia desde la perspectiva del director y no desde la objetividad de los hechos concretos. En cuarto lugar, se puede optar por una estructura inventarial, es decir contar de una manera distinta, original una temática ya propuesta en otros documentales. En quinto lugar, se presenta la estructura de viaje metafórico, es decir contar la historia a través de una metáfora que al final termina por entenderse sus significado. Por último, se encuentra la alternativa de que no exista una estructura temporal predominante, es decir que no se evidencia una estructura de tiempo evidente ya que puede no ser de importancia para el desarrollo de la historia el orden de los sucesos.

Cuando se habla de montaje hay ciertos términos que deben tenerse en cuenta. Zunzunegui (2010) explica los principales. Por un lado, el concepto de plano, el cual puede ser observado desde distintos puntos de vista. En primer lugar como la toma filmada durante el rodaje que ocurre entre dos cortes. En segundo lugar, con respecto a su tamaño, dependiendo de cuanto lugar ocupan los personajes puede demonizarse como plano general, primerísimo primer plano, e conjunto, entre otros. En tercer lugar,

tomando en consideración la duración, puede entenderse el plano secuencia, es decir la sucesión de distintos planos que dan la impresión de ser uno solo continuo, utilizado en varias ocasiones por el famoso director de suspenso Alfred Hitchcock. En cuarto lugar, el plano puede denominarse según su movilidad, es decir plano fijo o en movimiento. Por otro lado, es necesario comprender que todo plano define un campo, es decir una parte del espacio imaginario que se encuentra dentro del encuadre. El encuadre hace referencia a la relación entre el observador y los objetos figurativos que están en pantalla. La imagen dentro de los límites del encuadre tiene el carácter de plano. A su vez, la profundidad de campo es la parte del campo que puede verse con nitidez. Un encuadre determina un campo pero también un fuera de campo, es decir el espacio que se encuentra por decirlo de alguna forma detrás de la cámara, todo lo que se encuentra detrás del decorado o un elemento del mismo. Los elementos del fuera de campo se encuentran en relación con el campo de forma imaginaria para el espectador ya que existe el potencial de que estos en acción dentro del cuadro en función de las necesidades del relato. Se relacionan a través de las entradas y salidas de los personajes y los objetos, de las interpelaciones realizadas hacia fuera de campo, por ejemplo un entrevistado mirando hacia afuera del campo, y la determinación del espacio off a través de la fragmentación de personajes u objetos de los que una parte queda excluida del encuadre.

Thompson (2001) afirma que existen seis elementos del montaje. Primero, la motivación, que hace referencia a la necesidad de que exista una justificación para realizar un corte entre planos. La misma puede ser visual, sonora, o una combinación de ambas. Segundo, la información visual, el cambio a un nuevo plano debe justificarse con información nueva, diferente a la anterior. Tercero, el montador debe asegurarse de seleccionar planos que se encuentren compuestos correctamente. Cuarto, el sonido es un elemento crucial a la hora de pos producir, el mismo es más inmediato y abstracto que la imagen. La falta del mismo puede desvalorizar un montaje. Quinto, debe prestarse

atención al ángulo de la cámara para que los ejes no se irrumpen. Cada vez que se realiza un corte la cámara debe encontrarse en un ángulo distinto al que le antecedió, la diferencia de los ejes no debe ser menor a 45° o mayor a 180° cuando se trata del mismo sujeto. Sexto, un aspecto muy importante a la hora de montar es la continuidad o raccord, es decir unir los movimientos de dos planos de manera que no se produzca un salto a la vista del espectador, es decir que no exista una descoordinación entre ellos. La acción que se desarrolla en pantalla pasa de un plano a otro sin interrupción. Se puede dar por continuidad de contenido, movimiento, posición o sonido. Por ejemplo un plano general, es decir donde se ve el cuerpo completo a un primer plano, donde solo se observa la cabeza del individuo, el mismo comienza a levantar la mano para acomodarse el pelo y en el plano que le sigue continua la misma acción.

A modo de conclusión, es importante tener en claro los roles de una producción documental para así respetarlos y tener conocimiento de que tareas debe desempeñar. A su vez, es necesario saber sobre las etapas ya que cumplen un rol organizativo. El director y el productor son una pareja de vital importancia ya que son los que llevan a cabo la película y se complementan desde sus roles. El montador es muchas veces considerado un segundo director que ayuda a traer la película pensada en un principio a una realidad.

Capítulo 4. Our Planet a través de Netflix

El objetivo del capítulo a abordar es analizar una serie de género documental distribuida a través de una plataforma de *streaming*. Es decir, la herramienta de recolección de datos a utilizar es el análisis de una pieza creativa. La pieza elegida es la serie documental original de Netflix llamada *Our Planet* (Fothergill, 2019), en español, Nuestro Planeta.

En primer lugar, se realizará una sinopsis de la serie y sus ocho capítulos, contextualizando a su vez con la situación que se vive en la actualidad en cuanto al cambio climático y cómo el mismo afecta a los diferentes ecosistemas, diversidad y vida animal, afectando asimismo a la especie humana.

En segundo lugar se realizará un análisis de sus herramientas y técnicas creativas. Es decir, movimientos de cámara, elección de planos, el uso de la profundidad de campo, el uso de la música para intensificar emociones, el uso de la voz narradora, la dirección y el montaje, entre otros aspectos.

Por último se lleva a cabo un análisis de la repercusión y alcance de la serie al ser distribuida y exhibida en la plataforma de *streaming* Netflix.

4.1. Sinopsis y contexto

Our Planet (Fothergill, 2019) es una serie documental original de Netflix, realizada por Silverback Films Productions, especializada en películas sobre la naturaleza. World Wildlife Fund (WWF) trabajó en colaboración para brindar un sustento científico. Se encuentra narrada por Sir David Attenborough, naturalista británico que participó en numerosos documentales.

La serie fue desarrollada en un contexto de preocupación por el futuro del planeta debido al comportamiento a lo largo de los años de los seres humanos, el cual genera un cambio climático acelerado con temperaturas que crecen alrededor de la Tierra. Muestra la diversidad del planeta, intentando inspirar a los espectadores a entender el mundo natural y concientizar sobre el cuidado y conservación. El tratamiento no convencional,

ya que no se muestra meramente la naturaleza, sino que además se promueve la sustentabilidad.

Todos los capítulos cuentan con una misma introducción donde se expone que se celebraran las maravillas naturales que persisten y revelará lo que se debe preservar para asegurar el desarrollo de las personas y de la naturaleza.

El primer capítulo, titulado *One Planet*, funciona como una introducción a la serie, donde se observan secuencias que serán retomadas posteriormente. Luego de este capítulo cada uno se centra en un ecosistema en particular. Comienza con la voz narradora de David Attenborough afirmando que la naturaleza es resiliente y a su vez se observan imágenes variadas de los paisajes que recorren el mundo, océanos, desiertos, bosques, y su fauna. Luego de esta pequeña introducción comienzan a contarse las historias de distintas especies en ecosistemas alrededor del mundo. Comienza narrando el principio de una, luego continua con otra y así sucesivamente. A continuación finaliza las historias entrelazando las historias, como un efecto negativo en un ecosistema afecta a otro, por ejemplo los glaciares con las costas. Se tiende a individualizar, es decir se selecciona a un animal dentro de la manada para contar la historia personal de él y así tener empatía del espectador con todo la especie. Se muestran historias con un final positivo y feliz como por ejemplo una madre que protege a su cría en una persecución y logra salvarle la vida, y a su vez historias con un final más triste, como un flamenco en la búsqueda de agua con su manada es dejado atrás ya que no puede seguir por la sal del agua que se solidifico en sus patas. A su vez, explican de qué depende la supervivencia de las especies. Ya llegando al final del capítulo explica que se está perdiendo la estabilidad y que las medidas tomadas en los próximos años determinarán lo que sucede con la vida de todas las especies. Finaliza con la misma idea que se expresó al principio, de que la serie se concentrará explorar los hábitats del planeta más importantes y en celebrar la vida que todavía hay. Al final de cada capítulo se incentiva al espectador a visitar la página web de la serie para conocer qué medidas pueden ser tomadas para combatir el

cambio climático, haciendo hincapié en el ecosistema tratado en cada capítulo. Todos los capítulos tienen una duración de 50 minutos.

El segundo capítulo, titulado *Frozen Worlds*, comienza en la Antártica con una secuencia donde se explica que los pingüinos gentoos y las ballenas jorobadas se alimentan de kril, y las orcas de los pingüinos. Debido a las temperaturas del calentamiento y el hielo que desaparece, los suministros del mismo se redujeron a más de la mitad. El narrador explica como la vida en este lugar depende de la banquisa. En la isla cercana, Georgia del Sur, se encuentran aves, focas de leopardo que cazan a los pingüinos y elefantes marinos. Ellos dependen del kril y con la desaparición de la banquisa se encuentran en peligro. Luego, se desarrolla una secuencia en el Ártico. Las focas se encuentran desprotegidas debido a que el mar ahora se congela tarde por lo tanto el hielo es plano. Esto por un lado favorece a los osos polares que las cazan pero por el otro son avistadas más fácilmente. Si desaparece la banquisa también desaparecerán los osos polares. El narrador explica como la banquisa juega un rol vital en la determinación del clima de todo el planeta ya que una superficie blanca mantiene fresca a la tierra al reflejar gran parte de la energía solar de vuelta al espacio, por el contrario, una superficie oscura absorbe la energía del sol y por lo tanto calienta la tierra. Continúa explicando que el Ártico se está calentando dos veces más rápido que cualquier otro lugar en el mundo. Para finalizar el capítulo se realiza una secuencia en la lejana costa de Rusia donde se encuentran millones de morsas amontonadas en una playa. El narrador explica que su hogar natural son las banquinas, pero que sin ellas este es el donde pueden descansar. Algunas encuentran espacio en acantilados de 80 metros pero cuando deben volver al mar caen de alturas que nunca tendrían que haber escalado. A modo de conclusión el narrador explica que por ahora el invierno ártico regresa y la banquisa vuelve a formarse, restableciéndose el orden. Luego llama a la reflexión preguntando por cuánto tiempo los mundos congelados serán parte del planeta.

En el tercer capítulo, *Jungles*, se abordan los bosques tropicales, bosques lluviosos, selvas o junglas. En El Congo, se encuentra el bosque lluvioso más joven del mundo. La caza ilegal reduce la población de gorilas y elefantes, los cuales son de vital importancia ya que viajan varios kilómetros en busca de frutos y semillas, dispersándolas. En los bais se alimentan ya que son ricas en sales, pero solo uno de estos se encuentra protegido, fuera de él se encuentran en peligro. El pasado geológico de Nueva Guinea, la convirtió en un impresionante paisaje de montañas y valles donde se aisló a una especie de la otra y los mismos se han vuelto muy extraños. Muestran varias especies de aves y desarrollan sus características. Luego, se transporta a las junglas de Borneo, las más antiguas de la Tierra, se describen sus particularidades y la diversidad de flora y fauna que lo habita, desde una cumbre montañosa que se formó bajo el mar y con el tiempo y la lluvia se convirtió en torres de 40 metros de altura, hasta uno de los depredadores más antiguos, y la relación de las plantas y sus animales, que tomaron millones de años en evolucionar pero que podrían desaparecer en una década. Asimismo, comienza una secuencia la cuenca del Amazonas. Animales como los monos araña negros visitan los depósitos de sal siendo cuidadosos del jaguar. Las hormigas trabajan de manera colectiva tomando hojas para crear jardines de hongos con lo que alimentan a sus larvas. Con bacterias controlan patógenos. Se cree que estas bacterias podrían generar soluciones ante enfermedades humanas. Un hongo parásito controla a las especies para que ninguna pueda ser dominante. En la actualidad la diversidad de las junglas del mundo se está reduciendo a un ritmo alarmante. Jungla virgen es reemplazada con la palma aceitera, llevando a muchos animales a la extinción. En los bosques pantanosos de Sumatra, se encuentra el orangután. En las últimas cuatro décadas las tierras de las que dependen los orangutanes se ha reducido a un 75%. A modo de conclusión el narrador explica que las junglas almacenan y capturan más carbono que cualquier otro hábitat del planeta, refrescan el planeta y proporcionan comida y medicinas.

El cuarto capítulo de la serie, se titula *Costal Seas*. En las aguas costeras viven el 90% de todas las criaturas marinas. En el Parque Nacional de los Everglades, campos de praderas marinas cubren las aguas tropicales bajas, sustentando una gran variedad de animales. La pesca no está permitida comercialmente por lo tanto hay gran cantidad. Las raíces de los manglares crean áreas seguras para los peces jóvenes, los que luego construirán sus hogares en los arrecifes de coral. Proveen alimento y refugio, pero están perdiendo a los tiburones por la pesca implacable. En la Polinesia Francesa, los tiburones se encuentran protegidos. Ayudan a mantener la salud del arrecife y un balance en la comunidad de peces. La mayor amenaza para los arrecifes es el cambio climático en los mares ya que se están calentando y perdiendo su principal fuente de alimento. En las latitudes más altas las aguas, debido a la tormenta, llevan nutrientes esenciales a la superficie. Estos mares son los más productivos del planeta. En los bosques submarinos de la Costa de California, se encuentran la nutria marina y el pez labrido que comen los erizos de mar que se alimentan de las algas. Fuera de estos santuarios crecen sin control y talan el bosque de algas. Las especies que dependen de las algas desaparecieron. En Alaska, cardúmenes de arenques van hacia aguas más bajas para reproducirse, pero en el camino son cazados por leones marinos, águilas calvas y ballenas jorobadas. Son tan abundantes que la mayoría llega y desova. Con la pesca industrial se sobreexplotan los criaderos. Las medusas usurparon las aguas de los mares costeros advirtiendo un desequilibrio. En las costas del desierto de Atamaca, las colonias de aves desaparecieron debido a la pesca indiscriminada. Se introdujeron controles y en el presente, cormoranes, charranes incas y piqueros peruanos, buscan anchoas. Si se permite que se recuperen, podrían sustentar los 25 millones de aves marinas que una vez sustentaron. Los mares de las islas de Raja Ampat, fueron privados de tiburones por la pesca sin regulaciones. Los mares alrededor de Misol fueron protegidos y la recuperación fue excepcional. El narrador expone que un tercio de los mares costeros deben convertirse en áreas protegidas para que las zonas de pesca se recuperen ayudando a sustentar a la

humanidad y al resto de la naturaleza.

El título del quinto capítulo es *From Deserts to Grasslands*. Un quinto del terreno del planeta está cubierto por desiertos. En Omán, durante el monzón del verano la niebla llega desde el mar y trae humedad suficiente para sustentar un poco de vegetación convirtiéndose en un foco de vida. El leopardo árabe se encuentra en estas tierras pero su número cada vez decrece más. Lograron captar imágenes únicas de una hembra y un macho, el narrador explica que su futuro dependerá de que su territorio sea protegido. Rub al-Jali. es el mar de arena más grande del mundo, en el, el oryx de Arabia anteriormente fue cazado hasta casi ser exterminado. En el presente reclaman su territorio con la ayuda de convencionistas. En Namibia, quedan menos de 150 elefantes del desierto. Sobreviven por el conocimiento transferido a través de las generaciones, pero en el presente quedan menos de 20 matriarcas, y si se pierde su conocimiento no podrán continuar viviendo allí. Las praderas mantienen a los conjuntos de animales más grandes de la Tierra. En el Serengueti, los ñus siguen las lluvias para cortar la hierba recién crecida, y a su vez atraen depredadores. Comienza una secuencia donde una manada de chitas caza a su presa. El Serengueti se encuentra protegido pero es una excepción. Las praderas han ido desapareciendo debido a la agricultura. En Hungría, se encuentran los antiguos prados de heno aún cosechados de forma tradicional, los cuales aportan hábitats de extraordinaria riqueza pero quedan pocos en Europa. Al este, una vez se extendían praderas desde Rumania hasta China. En estas tierras habitan saigas, antílopes que están en grave peligro de extinción, pero los esfuerzos de conservación han comenzado a hacer una diferencia. En Mongolia, las praderas todavía siguen intactas. Hace 50 años los caballos de Przealski se encontraban extinguidos pero algunos sobrevivieron en cautiverio, y en el presente se encuentran en estas áreas. En India se encuentran los pastizales más altos en la Tierra. Una tigresa camuflada entre ellos se acerca a su presa pero es detectada. En los últimos cien años el número de

tigres salvajes ha disminuido en más de un 95%, pero en India el número de tigres está aumentando.

El sexto capítulo se titula *The High Seas*. En el Golfo de California se encuentra un santuario para las ballenas azules. Una ballena madre nada junto a su cría protegiéndola con su aleta. En la costa de Costa Rica, delfines giradores se reúnen, seguidos por el atún de aleta amarilla, en busca de peces linterna que prosperan al no ser pescados por el ser humano. Se relatan las características y beneficios del fitoplancton, plantas microscópicas que combinan los nutrientes en el agua con la energía del sol para crear la base de toda la cadena alimenticia. Los animales dependen de ellas, y a su vez el fitoplancton se beneficia de sus nutrientes. Juega un rol vital en la formación de nubes oceánicas que reflejan la energía del sol de vuelta al espacio. Los océanos producen la mitad del oxígeno e impulsan el clima, transportando agua dulce a todo el mundo. Sus profundidades descienden unos casi 4 kilómetros. Ninguna luz penetra bajo los 1.000 metros, por lo tanto los animales crean su propia luz. Frente a la costa de Florida, 500 metros bajo la superficie, hay arrecifes de coral de aguas profundas. Proporcionan refugio y alimento y son viveros vitales. Crecen muy lento y a pesar de estar tan profundo las redes de pesca arrastradas por el fondo marino los reducen a escombros. En el océano austral muchas aves marinas en los últimos años han estado en declive. El atún rojo es el pez más valiosos del mar por lo cual han sido cazados hasta casi la extinción. Décadas de pesca insostenible han dejado a muchas poblaciones de peces en serio declive. Si se continúa así, no solo las pesquerías colapsarían sino que todo el sistema oceánico. El 90% de los grandes cazadores oceánicos ha desaparecido. Sin embargo, si los océanos se cosechan de manera sostenible, pueden ser muy productivos. El narrador explica como hay señales de que tiene el poder de recuperarse. Las ballenas jorobadas fueron cazadas hasta casi ser extinguidas. Una protesta pública enorme llevó a la prohibición de la caza comercial. Desde entonces, su número aumentó constantemente. Reciclan nutrientes que enriquece las aguas superficiales, impulsando el crecimiento de

fitoplancton, que a su vez alimenta al kril. Un océano en funcionamiento es vital para la salud del planeta. El narrador expone que solo con la cooperación global es posible que los océanos se recuperen y prosperen una vez más.

Fresh Waters, es el título del séptimo capítulo. En el desierto de Australia central, una vez por década, las nubes del monzón revientan y los lechos de los ríos se llenan e inundan el desierto creando el lago más grande de Australia donde abundan peces y los pelícanos llegan desde las costas a él. Casi dos tercios del agua dulce del planeta yace congelada en los polos, pero lejos de los polos en la primera se derrite. Se muestra la relación entre los salmones y los osos, y como los primeros se encuentran en extinción perjudicando a los osos que los necesitan para reunir las reservas de grasa necesarias para mantenerse durante su hibernación invernal. El 30% del agua dulce del planeta yace bajo la superficie de la tierra, dentro del material de rocas. Al volverse ligeramente ácida debido a la lluvia, disuelve lentamente la caliza, creando cuevas subacuáticas. En Florida subyacen cuevas donde en la superficie los peces son abundantes y también sus depredadores. Los manantiales alimentan a ríos y estanques donde florece toda clase de vida. Pero los seres humanos usan tanta agua de esta agua y contaminan muchas de las otras que están perdiendo sus hogares. En Iguazú, se encuentran las cataratas más grandes del planeta. La mayoría de sus aguas provienen del bosque lluvioso del Amazonas. En las planicies de Brasil, crean el pantanal. Sin embargo, los cambios estacionales reducen el caudal del río cada año. El lago Tanganica en África, contiene casi un quinto del total de agua dulce accesible en la Tierra. Solo cerca de su superficie el agua contiene suficiente oxígeno para que exista la vida. El futuro para estos peces es incierto, ya que a medida que sube la temperatura mundial se reduce la capa superior oxigenada. El río Mekong, en el sudeste Asiático, sustenta la pesca tierra adentro más grande del mundo, pero su futuro, se ve cada vez más amenazado. Para ilustrar los efectos de la falta de agua y las sequías se muestran elefantes que a falta de agua comen una madera que contiene mucha humedad y otros que llegan a un río que se encuentra seco y que con sus

trompas hacen posos para beber. A su vez unos leones que esperan a unos búfalos que se encontraban en busca de agua para cazarlos. El narrador expone que el ser humano no se encuentra solo en la necesidad de agua, pero que tiene la habilidad de asegurar que las aguas dulces del mundo fluyan y que sólo ellos pueden determinar cómo compartirlas.

Por último, el octavo capítulo, titulado *Forests* comienza en el bosque boreal, en Rusia. Aquí se encuentra el tigre siberiano. La caza ilegal lo ha llevado casi a la extinción, pero desde la década de 1980 su número ha aumentado lentamente. El bosque se extiende desde Rusia hasta Norteamérica, cruzando Europa. Almacena más del 40% del carbono del mundo. En la actualidad solo perdura el cinco por ciento de los bosques de secoyas. Hacia el final del verano, el bosque se encuentra seco y los fuertes vientos impulsan las llamas. Sin embargo, una vez que se apagan, las flores y vástagos de árboles verdes se levantarán del suelo. Las secoyas antiguas sobreviven, protegidas por su corteza resistente al fuego. Sin embargo, la mayoría de los bosques no pueden recuperarse por sí solos. Los árboles y sus habitantes son interdependientes. Se desarrolla una secuencia para ilustrar esto en las Ghats de India con los macacos de cola de león y los bucrótidos que distribuyen las semillas. Asimismo, en el Miombo, las orugas mopane le quitan todo el follaje pero el mismo se recupera produciendo una segunda crecida que atrae a los elefantes, los cuales comen todo el árbol. Esta destrucción moldea al bosque ayudando a los perros salvajes ya que atrae animales que se convierten en presas. La isla de Madagascar se mantuvo aislada por 80 millones de años. Existen al menos 40 diferentes tipos de lémures, todos en peligro de extinción. Sin ellos algunas especies de árboles no pueden sobrevivir. Se describen las características de la fosa y su forma de reproducirse. Un tercio de ellas ha desaparecido en los últimos 20 años, resultado de la continua destrucción de los bosques. A nivel mundial, se destruyeron más de la mitad de los bosques, perdiendo sus animales y cambiando el clima en todo el planeta. Pero dada la oportunidad, los bosques son resistentes de maneras increíbles. En Chernóbil, en 1986

explotó un reactor en una planta nuclear y fue declarada inhabitable por los próximos 20 mil años. Aun así, en solo una década, la vegetación comenzó a germinar y aparecieron los animales. Al sacar de allí al ser humano, se creó espacio para que regrese la vida salvaje. El narrador concluye que si se les da tiempo y espacio a los bosques, podrían volver a envolver la tierra con gran aporte de las ricas y variadas comunidades de animales y plantas que fueron despojadas de sus hábitats.

Observando las características en común de los capítulos, se puede observar que todos muestran los aspectos positivos del planeta, cuentan las historias de las especies y sus ecosistemas, sus formas de relacionarse, cazar, reproducirse, y a su vez de alguna manera ilustran como todo se encuentra en peligro debido al cambio climático pero siempre haciendo hincapié en la resiliencia de la naturaleza y como si se toman medidas esto puede cambiar y se puede restablecer el orden. Suelen intentar a través del humor y la empatía conectar al espectador con las distintas especies.

4.2. Análisis de sus herramientas creativas

La serie documental analizada puede categorizarse dentro de dos modalidades de representación. En primer lugar, dentro de la modalidad expositiva ya que presenta un argumento e intenta persuadir al espectador que lo planteado es razonable y lógico, dirigiéndose al mismo a través de una voz narradora. El montaje se establece y mantiene la continuidad retórica y hace hincapié en la objetividad. En segundo lugar, se encuentra dentro de la modalidad de representación reflexiva, ya que presenta al espectador algo en que reflexionar, es decir sobre las consecuencias de sus acciones en el medio ambiente. Fomenta una respuesta emocional y utiliza una voz omnisciente para generar preguntas.

La misma se realizó en un periodo de cuatro años, con un total de 33.757 días de filmación. Fue producida por Alastair Fothergill, el creador de *Planet Earth* y *Blue Planet*. Se acumularon 400.000 horas de monitoreo de cámaras trampa, se realizaron 6.600 vuelos de dron, estuvieron 911 días en el mar, acumularon 2.00 horas de buceo y 600

personas participaron en su realización sumando más de 200 viajes de filmación. Se filmó en 60 países alrededor del mundo, ocupando todos los continentes. Se utilizaron las últimas tecnologías. El primer año fue dedicado a investigación, consultando con científicos y personal de WWF, y los tres siguientes a filmación y edición.

A pesar de que los capítulos fueron distribuidos entre seis directores, la serie muestra unidad y concordancia. Se utilizaron en varios ecosistemas cámara trampa, es decir cámaras escondidas, que se activan por movimiento. A su vez durante toda la serie se observan gran cantidad de tomas aéreas con dron. Para las tomas submarinas, buceadores utilizaron cámaras protegidas para lograr intimidad con las criaturas acuáticas. Abundan los lentes macro en las tomas de insectos y animales pequeños, como por ejemplo las hormigas y orugas. Los movimientos de cámara suelen ser lentos y sutiles, con las excepciones de tomas de persecuciones, como por ejemplo durante la caza de los chitas. En varias ocasiones, se utilizan imágenes del planeta desde la vista del espacio para mostrar donde se ubican las locaciones mencionadas o para mostrar los cambios climáticos que sucede. Cada ecosistema requiere características y alternativas diferentes, pero es importante resaltar que la coherencia entre capítulos es notoria.

Como ya se mencionó, el primer capítulo funciona como una introducción a la serie, por lo tanto se observan destinos ecosistemas y situaciones que se retomaran posteriormente. El narrador describe como el planeta se encuentra lleno de vida, y las imágenes acompañan mostrando a la misma en sus distintas formas y hábitats, desde planos generales con lentes angulares de cardúmenes de peces, un ave alimentándose de una flor utilizando cámara lenta, un primer plano con un teleobjetivo de un tigre caminando sigilosamente hacia su presa, una ballena nadando con su cría, capturada desde un dron en un plano cenital, hasta un oso polar con su cachorro caminando en el vasto Ártico, apreciando su inmensidad desde un plano general que permite capturar su grandeza y magia en tonalidades frías.

Suele recurrirse a la individualización, es decir dentro de una manada tomar a un animal en particular y crear una historia alrededor del mismo, en algunas ocasiones acudiendo al humor, en otras a emociones de tristeza, para lograr empatizar con el espectador. Un ejemplo de lo mencionado puede verse en el segundo capítulo, cuando unos pingüinos son perseguidos por su depredador, las focas de leopardo. Logran salir ilesos pero muestran como uno en particular estuvo muy cerca de no sobrevivir y centran el resto de la secuencia en el él. Este no fue el primero de sus obstáculos, debe evadir a los elefantes marinos. Se muestran planos detalles de sus pies caminando, primeros planos de sus caras. A su vez, planos cercanos con referencia de los elefantes, lo cual logra mostrar la diferencia de tamaños ya que sus cabezas apenas sobresalen entre la manada. Una vez que llegan a donde sus crías se encuentran muestran primeros planos del pingüino, gritando para encontrar a su cría, y contraplanos de sus crías realizando la misma acción ya que de esta manera se encuentran. La cría y el padre que muestran no necesariamente se encuentran relacionados, pero el montaje logra que el espectador lo crea así. Una vez que padre y cría se encuentran se crea un sentimiento de triunfo y la secuencia finaliza. Es importante aclarar que no siempre se graba al mismo pingüino pero la historia es construida de tal manera que el espectador tiene la percepción de que se trata del mismo pingüino. Esto se logra a través de la narración en off y el montaje.

La serie fue realizada con las últimas tecnologías disponibles. Los equipos de filmación debieron trabajar bajo condiciones totalmente extremas y fuera de lo normal en cuanto a lo que comprende una producción audiovisual. Como se puede observar en el detrás de cámara de la serie, se utilizaron cámaras trampa en los bosques y en los ríos, buzos se aventuraron en las aguas de los océanos repletas de animales marinos; drones para tomas en las que antes debían usar helicópteros los cuales no permitían tomas tan cerca del agua por ejemplo; a su vez helicópteros para tomas de los desprendimientos de los glaciares; y muchas otras tecnologías. A su vez, el equipo técnico debió aventurarse dentro de las selvas, transportando cámaras y trípodes enormes con ellos, mientras

cruzaban aguas que le llegaban a las rodillas. Debieron soportar las temperaturas bajas de los bosques de Rusia, y protegerse de miles de morsas que rodeaban el refugio donde se encontraban.

Para el capítulo ocho, en el cual se tratan los bosques, el equipo se encontraba en la búsqueda del tigre siberiano el cual es muy difícil de encontrar ya que se encuentran en periodo de recuperación. Consultaron con científicos de la zona y colocaron refugios para camarógrafos durante dos inviernos, tiempo en el que solamente salían una vez por semana de ellos, esperando tener la oportunidad de capturarlos con sus cámaras. A su vez, colocaron cámaras trampa en árboles y sectores del bosque por los cuales el tigre podría rondar. El primer invierno no lograron capturar ninguna toma del mismo, pero el segundo lograron capturarlo, obteniendo imágenes icónicas del tigre paseándose por el bosque. Son tomas fijas ya que fueron logradas desde las cámaras trampa, donde se observa un plano general del bosque y el tigre que los atraviesa. En algunas ocasiones a estas tomas fijas se les agrega movimiento por medio de la edición, generando un efecto de *zoom*.

Las tomas con dron son abundantes a lo largo de la serie. Usualmente son utilizados al comienzo de cada secuencia o cambio de locación para situar al espectador en el nuevo espacio. Por ejemplo en las selvas y los bosques se pueden observar imágenes aéreas de las copas de los árboles pero a su vez imágenes con dron entre los árboles, cerca de la tierra, por lo cual uno se siente inmerso dentro de los bosques y selvas. Los drones también son utilizados en los mares, costas y océanos. En el capítulo seis se pueden observar tomas aéreas de una ballena azul nadando con su cría, protegiéndola y acariciándola. En el capítulo cinco, donde se tratan las praderas y los desiertos las tomas con dron son utilizadas para mostrar lo vastas que estas son. Se pueden observar animales como elefantes caminando grandes distancias.

Buzos se aventuraron en las aguas alrededor del mundo para lograr capturar a las especies marinas. En el cuarto capítulo, donde se abordan los mares costeros, buzos

nadan en la oscuridad nocturna utilizando cámaras especiales con luces potentes que permiten capturar las profundidades mientras que miles de tiburones salen a la caza. Imágenes asombrosas son capturadas ya que los buzos nadan entre los tiburones, el espectador puede sentirse parte de ellos y sentir la adrenalina. Estas tomas son realizadas con lentes angulares que permiten capturar un ángulo de visión mayor al del ojo humano, se pueden realizar tomas panorámicas de las especies.

En varias ocasiones, se utilizan *timelapses*, es decir que se muestra el paso del tiempo a través de una cámara rápida. En más de una ocasión este recurso fue utilizado para mostrar el paso del tiempo de un día al otro, es decir comienza de noche y muestra el transcurso hasta que comienza el nuevo día. Un ejemplo de esto es en capítulo titulado *Forests*, en una secuencia donde las fosas se encuentran en periodo de reproducción y pasan juntas la larga noche mientras otra de su especie espera debajo de un árbol. Cuando se hace uso de este recurso optan por lentes angulares con los que se logra captar planos generales.

Los lentes macro son utilizados a través de la serie para retratar a los seres más pequeños como los insectos. Impactantes imágenes de hormigas, orugas, larvas y demás son posibles debido a ellos. Los lentes macro generan, por ejemplo, que una oruga en la imagen resulte igual o más grande que su tamaño en la vida real. El capítulo sobre las junglas realiza una secuencia espectacular sobre las hormigas y su forma de trabajar con ayuda de estos lentes. Se observan imágenes desde la altura de las hormigas mientras que atraviesan la selva llevando hojas. Se las observa atravesar obstáculos, y en ocasiones junto a otros animales, como un caracol, lo cual muestra la diferencia de tamaños. También se las puede apreciar en el momento en que cortan las hojas y caen agarrándose de ellas para no perderlas. En estas secuencias se utiliza en gran mayoría una poca profundidad de campo, es decir se puede distinguir nítidamente a las hormigas y el fondo aparece borroso o fuera de foco.

Por otro lado, el teleobjetivo, es utilizado para situaciones en donde los animales se encuentran a largas distancias y no es posible acercarse por cuestiones de seguridad, obstáculos que no lo permiten o simplemente para no perturbar las actividades de los mismos. Por ejemplo, en las escenas donde los depredadores como chitas, tigres y leones se acercan sigilosamente a sus presas para cazarlas. En el capítulo cinco, se puede observar como cinco chitas se preparan para atacar a sus presas. Se esconden entre la flora, caminando sigilosamente y con la cabeza baja para no ser vistos. Se observan primero planos y planos detalles de su cuerpo a través de teleobjetivos. Las tomas se ven atravesadas por plantas que se encuentran en el camino entre el lente y el animal, las cuales se encuentran fuera de foco, y aumentan el de escondite y sutileza. Una vez que se detecta la presa, un ñu de gran tamaño los planos se encuentran limpios, es decir sin maleza de por medio. Las tomas elegidas son de primeros planos de las mismas con la mirada fija en su presa.

Una vez que las cinco chitas salen de su escondite se opta por planos generales donde se puede apreciar de mejor manera las acciones. A su vez, de esta manera es más fácil seguir a las chitas corriendo a gran velocidad. En principio cada una va tras un objetivo distinto pero luego se unen para combatir juntas a uno mismo logrando así capturarla.

Los movimientos de cámara suelen ser muy sutiles o nulos. Las persecuciones son los momentos en donde se observan más movimientos rápidos, pero como regla general suelen ser muy tenues, como son las tomas de dron o submarinas donde se mueven lentamente. Las tomas con en tierra son realizadas con trípodes, en algunas ocasiones la cámara se mantiene fija, por ejemplo cuando un orangután se encuentra comiendo, pero en los momentos que necesitan seguir el movimiento de una animal, por ejemplo un orangután que trepa de un árbol a otro, las mismas se hacen sin movimientos bruscos.

El tratamiento del color es fiel a la naturaleza, es decir que no fueron interferidos de manera que las imágenes parecen artificiales, sino que se intenta reflejar la realidad de la naturaleza, es fiel a su flora y fauna. En los polos la paleta de color es fría, con blancos y

azules, ya que sus paisajes son los océanos y los hielos. En cambio, en las praderas y los desiertos la paleta es más cálida, ya que los marrones predominan, no solo en el paisaje sino que también en los animales, predomina la tierra y la arena, animales como los leones, tigres, ñus, entre otros.

Un recurso que se utiliza en múltiples ocasiones a lo largo de la serie es la imagen del planeta Tierra desde el espacio. La misma tiene dos propósitos. Primero sirve como guía para entender donde se sitúan los territorios de los cuales habla el narrador, por ejemplo cuando se habla del Amazonas en Brasil se muestra donde está situado. En segundo lugar, se utiliza para mostrar gráficamente los cambios mencionados, por ejemplo como las selvas se reducen por la tala indiscriminada, como los glaciares retroceden por el incremento en las temperaturas, y otras consecuencias del cambio climático por el impacto del ser humano.

La música juega un rol muy importante en la construcción de las historias. Acompañan a la narración y a las imágenes que se muestran en pantalla. Acompaña al espectador en sus emociones y a su vez pueden ser consideradas una guía de cómo debe sentirse. Es decir, en una escena en donde se muestra música positiva, alegre, como puede ser el caso de las secuencias donde se muestran imágenes de pájaros realizando coreografías para atraer a las hembras, el espectador siente diversión al ver las imágenes y hasta puede llegar a reírse de las mismas. Sin la música las imágenes pueden ser entretenidas pero la misma suma otro un elemento clave, intensifica las emociones, es una pauta de cuáles son las emociones que se despiertan. Asimismo, sucede lo mismo con las secuencias que intentan generar en el espectador un sentimiento de preocupación por el medio ambiente. En más de una ocasión cuando se detallan las consecuencias del cambio climático y del incremento de las temperaturas en el planeta se utiliza música dramática, tensa, triste, lo cual intensifica el sentimiento del espectador de preocupación y angustia ante la información que se le es dada. Un ejemplo de esto, podría ser la secuencia final en el segundo capítulo, donde las morsas caen de acantilados en su

desesperación de volver al agua en busca de comida. Mientras que se ven las impactantes imágenes el narrador explica que esto se debe a que las banquisas de hielo, donde suelen descansar, se derritieron y no tienen otra opción que venir a estas playas, al no estar preparadas para escalar las mismas mueren trágicamente. La música intensifica lo que el espectador observa en pantalla y la información que le es dada a través de la voz narradora.

El sonido ambiente también juega un rol muy importante. Se encuentra presente en la mayoría de los casos, cuando la música no se encuentra presente es cuando mejor se pueden apreciar, por ejemplo en el capítulo de alta mar una secuencia comienza con un plano de dron de los delfines nadando, no contiene música, por lo tanto se oye el silencio del vasto océano y el sonido de los delfines saltando en el agua. El mismo es construido a través de los animales que se observan en pantalla y a su vez con los que no pueden verse pero que habitan los ecosistemas. Por ejemplo se muestra en pantalla un elefante caminando a través de la selva y se oyen sus pasos y sonidos, pero a su vez se pueden oír pájaros y animales que se encuentran en otras partes de la selva.

La voz narradora hace posible que una serie de esta temática cobre sentido. Sin ella el espectador lo único que haría es consumir imágenes impactantes de animales en su hábitat natural. La voz en off explica las características y comportamientos de los mismos y deja en claro sus amenazas que enfrentan debido al cambio climático y el impacto que el hombre tiene sobre ellos y sus ecosistemas. La voz de David Attenborough crea tensión, suspenso y a su vez esperanza. El mensaje a través de toda la serie es que por más de que el impacto que el hombre genera en el planeta es negativo y devastador con cambios de hábitos y políticas internacionales se puede revertir si se le da espacio y tiempo a la naturaleza. Se transmite esperanza y se muestra como ecosistemas y animales ya se recuperaron, como sucedió en las islas de Raja Ampat en el Sudeste Asiático donde comunidades de tiburones se recuperan, y en la ciudad fantasma de

Chernóbil donde en la actualidad crece un bosque que es habitado por distintas especies de animales, algunas de las que se encontraban previamente en extinción.

A lo largo de la serie no se explican en detalle o no se dejan claras cuales son técnicamente las medidas a tomar, en cambio al final de cada capítulo se incentiva al espectador a visitar el sitio web de la producción donde pueden encontrar cuales son las medidas que deben tomarse.

En varias ocasiones se hace uso de la cámara lenta para apreciar ciertas acciones que se perderían a una velocidad normal. Por ejemplo, en la secuencia introductoria del capítulo que trata sobre las aguas dulces comienza con la imagen de un ave buceando y saca del agua a un pez. Esta acción es muy rápida en tiempo real, pero con el uso de la cámara lenta puede apreciarse en detalle la misma. En la escena previamente mencionada de las chitas cazando, cuando las mismas se acercan a su presa también se utiliza este recurso, generando más tensión y suspenso.

Los distintos recursos utilizados juntos en las secuencias intensifican la tensión y el drama de un hecho o acto. Por ejemplo al final del capítulo donde se tratan los mundos congelados, el narrador llama a la reflexión del espectador sobre el hecho de que no se sabe por cuánto tiempo más los océanos de los polos tendrán hielos durante el verano, se puede observar a un oso polar desde la toma de un dron nadando en el inmenso océano azul con un solo témpano o hielo a la vista y la música genera emociones de tristeza y desesperanza. Asimismo, en la secuencia donde las morsas caen de acantilados muy altos. Comienza generando suspenso con una música baja, se muestra una imagen de dron de morsas en el agua y luego un plano de una morsa en el acantilado que quiere bajar. La música asciende y se intensifica el suspenso hasta que se tira y se vuelve muy triste, secan los sonidos ambientes y en un gran plano general se observa a la morsa cayendo. La música se apaga por unos segundos, la morsa cae al agua abruptamente. Luego comienza de nuevo, muy calma, baja y transmite angustia. Se muestran distintos planos de varias morsas cayendo. Continúa sin sonido ambiente y un

piano acompaña a la voz narradora. Se muestra un primer plano de una morsa lastimada. Luego imágenes de dron de los cuerpos de las morsas que cayeron en las costas. Con estos recursos y el relato del narrador se transmite un sentimiento de angustia e impotencia. Otra de las secuencias que muy impactante debido a los recursos utilizados, es una que se desenvuelve en el último capítulo. Un bosque se encuentra cubierto en llamas. Comienza con un plano general de dron donde los bosques se encuentran cubiertos de humo. La música se intensifica de a poco. Se muestran imágenes en el interior del bosque, cerca de la tierra y las llamas. Se oye el sonido del fuego. Predominan las imágenes de dron donde se ve el bosque cubierto de fuego y humo. La música es intensa y asciende con el transcurso de la secuencia. Una vez que comienza a apagarse el mismo descende, y es más tranquila. Se muestran imágenes de un bosque negro y despojado de su vegetación. El espectador se encuentra totalmente sorprendido y la secuencia captura su total atención.

Únicamente en dos ocasiones se observa la presencia humana. En primer lugar, en un momento donde se trata la pesca insostenible en el capítulo cuatro, mostrando imágenes de ballenas y lobos marinos, y detrás los barcos con las redes de pesca y el narrador expone la situación intentando generar conciencia. La segunda es en el capítulo siete, durante la secuencia en el río Mekong, donde se observan nuevamente las redes de pesca y la gente trabajando con miles de pescados.

4.3. Análisis del alcance a través de la plataforma de streaming

Our Planet (Fothergill, 2019) fue estrenada el 5 de abril del 2019 a nivel mundial, específicamente en 190 países. La misma fue exhibida exclusivamente en la plataforma de *streaming* Netflix, donde en la actualidad sigue habilitada. Los ocho capítulos que la componen fueron estrenados al mismo tiempo, por lo tanto los espectadores contaban con la posibilidad de consumirla como deseen, por ejemplo viendo todos los capítulos en el día en que fue estrenada, o visualizando uno por noche. La serie documental fue vista, según la información que brinda Netflix, en 33 millones de hogares alrededor del mundo.

La serie se encuentra en el puesto número seis entre las series originales de Netflix más vista durante el año 2019, siendo la serie audiovisual más visualizada en lo que respecta al género documental en la plataforma. (Koblin, 2019).

Antes de ser lanzada el productor Alastair Fothergill en una entrevista con The Telegraph predijo que la serie iba a ser vista por un billón de personas. Esto no se sabe si se logró ya que Netflix analiza según hogares, pero dentro de cada hogar más de un usuario puede visualizar la misma. El productor, aseguraba, que el programa incentivaría a los políticos y a los ciudadanos a realizar cambios para salvar el medio ambiente. Es difícil analizar si las medidas tomadas luego del estreno de la serie son motivadas por ella o por otros factores, pero es importante destacar que en el 2017 cuando se estrenó *Blue Planet II*; esta promovió la conversación sobre el plástico en los océanos, por lo tanto es posible que *Our Planet* (Fothergill, 2019) enfoque la discusión hacia la amenaza que los seres humanos significan al planeta. Sin ir más lejos, luego de ser estrenada la serie fue protagonista de muchas noticias y en las redes sociales. A su vez, Fothergill, comentó en la entrevista que le mostraron clips de la serie a líderes mundiales y que los mismos se encontraban muy emocionados al visualizar las imágenes, y que si se puede llegar a esas personas de esta manera se puede llegar a generar un cambio realmente. (Singh, 2019).

Debido a su excelente producción y éxito en el mercado fue nominada a varios premios y ganó mucho de ellos. Fue nominada a 10 *Emmy Awards* y ganó dos de ellos, Exepcional Doucmental o Serie No Documental y Expecional Narración, otorgado a Sir David Attenbourough. A su vez fue nominado en los *Golden Trailer Awards, Hollywood Music In Meda Awards* (HMMA), *International Documentary Association, International Fllm Music Critics Award* (IFMCA), *Motion Picture Sound Editors, Online Film & Television Association, Television Critics Association Awards*, llevandose el premio de IFMCA por Mejor Partitura Original para un Documental, y de HMMA por Mejor Tema Principal – Serie de TV / Serie Limitada.

Debido a la situación que se vive en la actualidad a raíz de la pandemia generada por el COVID-19, Netflix y la producción Silverback Films decidieron en Abril del 2020, un año después de su estreno internacional en la plataforma de *streaming*, habilitar el contenido de la serie en la plataforma de YouTube a través del canal de Netflix, en el cual suben tráileres de sus contenidos, para que maestros y profesores tengan acceso a la serie documental gratuitamente y sea una herramienta en la educación de los más jóvenes en un momento de incertidumbre global. De esta manera la serie documental se encontraba disponible para un mayor cantidad de personas, por lo tanto el mensaje del cuidado del medio ambiente es transmitido sin barreras. En esta plataforma la serie también fue un éxito llegando a su máxima visualización el capítulo titulado *From Deserts to Grasslands*, que menciona en el mismo que uno de los grandes efectos en el medio ambiente es la utilización de las praderas para la cosecha de alimento, y que cambiando los hábitos de consumo y producción de los seres humanos se podría generar un cambio positivo en el medio ambiente. El capítulo obtuvo 1.218.544 de visualizaciones en solo un mes de encontrarse disponible en la red social. La suma de todos los capítulos llega a las 5.356.991 visualizaciones por el momento.

En conclusión, luego del análisis realizado sobre la serie se puede observar que la serie fue realizada con gran ambición intentando generar a través de la misma un cambio en los hábitos de la sociedad y medidas a nivel mundial por parte de los políticos. La serie cuenta con grandes herramientas creativas que mueven al espectador, llevándolo desde estados de ánimos muy alegres donde se observa la fauna y flora del planeta, hasta emociones de angustia y desesperación donde la misma se ve amenazada. El mensaje es siempre uno de esperanza ante las adversidades, incentivando a generar cambios ya que si estos se llevan a cambio se puede revertir el daño causado. En el próximo capítulo se propondrá una serie documental que fomenta el turismo sostenible tomando en consideración los aspectos narrativos y creativos que fueron analizados durante este capítulo.

Capítulo 5. Viaje por Argentina a través del documental

Los documentales son una gran herramienta de difusión de la información y educación. Brindan un portal donde discutir temáticas de gran relevancia en el mundo, comenzando un proceso de conversación en la sociedad que puede llegar a generar movimientos sociales. Por esta razón se cree que este género es el indicado a la hora de intentar fomentar el turismo sostenible y los hábitos de viajes conscientes en las personas.

En este último capítulo se propone una serie de carácter documental sobre destinos turísticos naturales de Argentina con el fin de fomentar el turismo sostenible teniendo en cuenta lo investigado y analizado previamente. El propósito no es centrarse en las grandes ciudades o capitales de las provincias, más bien en sus paisajes naturales y atractivos alternativos, muchos de los cuales no suelen frecuentarse a la hora de programar un viaje. Los aspectos turísticos son sustentados con las guías turísticas de Bigongiari (2012).

En primer lugar se desarrollara la sinopsis de cada capítulo, transitando los sitios turísticos que se exponen, realizando una descripción de sus características, flora, fauna, y todo lo que tienen para ofrecerle al turista. Se muestran destinos conocidos al viajero y a su vez otros que son poco frecuentados pero que tienen mucho potencial y si el turismo llega a los mismos podrían enriquecer sus provincias.

En segundo lugar, se plantearan las herramientas creativas que se utilizarán en la realización de la serie audiovisual. Entre ellas se encuentran que lentes son los adecuados, que planos capturan de mejor manera la fauna y flora, cómo funciona la música y el sonido ambiente, y que tipo de montaje es adecuado.

Por último, se propone que la serie documental sea exhibida en la plataforma de *streaming* Netflix llegando así a la mayor cantidad posible de personas que pueden encontrarse interesadas en la misma. Se expone porque se cree que este formato es el adecuado a la hora de elegir entre los distintos modos posibles, entendiendo que existen otras maneras más tradicionales de hacerlo.

5.1. La idea: propuesta de una serie documental

La serie documental planteada consta de cinco capítulos. La división de los mismos sigue la lógica de las distintas regiones del país, abarcando dentro de cada área las provincias que tienen paisajes naturales y actividades enmarcadas dentro del ecoturismo. La Ciudad de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires no son abordadas ya que la ciudad, es un ambiente urbano, y la provincia cuenta con playas y otros ambientes naturales pero los mismos ya son un gran foco de turismo y no se encuentra dentro del turismo alternativo en que se enfoca la serie.

Todos los capítulos de la serie comienzan con una misma introducción. Se explica que se recorrerán los paisajes naturales más impresionantes de la Argentina, incentivando al viajero a conocer su país, y al hacerlo desarrollar una actitud sostenible.

El primer capítulo de la serie aborda el Noroeste de la Argentina. El narrador comienza con una breve introducción donde relata que en esta región se encuentra gran diversidad de paisajes, desde áridos bosques, impenetrables yungas, alturas cubiertas de cardones y hasta los volcanes más empinados del mundo. Comienza con la provincia de La Rioja donde se encuentra el Parque Nacional Talampaya. El narrador explica como el cañón de Talampaya fue labrado a lo largo de millones de años por las lluvias, el viento y el río. Se pueden observar geoformas, un jardín botánico natural de especies autóctonas, vestigios de las culturas originarias, guanacos, zorros, mulitas, suris, ñandúes cordilleranos y cóndores. Dentro del Parque pueden realizarse excursiones a pie, en bicicleta y en auto. Luego se transporta a la sierra de Los Quinteros, donde abunda el Vultur gryphus, un cóndor andino, ya que hay poca presencia humana y mucho ganado bovino y caprino en las praderas de altura, de modo que abunda la carroña de la que se alimentan. Continúa con Catamarca, donde en El Peñon se puede realizar una expedición llamada "la vuelta del Galán". El narrador explica como el viajero puede observar un volcán de 5.200 metros que baja al río Los Patos donde se pescan grandes truchas. El narrador continúa su relato a 20 kilómetros de allí donde se encuentra un inmenso campo de piedra pómez,

con extrañas formaciones de color ocre y crema. El camino entre El Peñon y Antofagaste de la sierra hacen que el viajero se sienta en la luna, y a los costados de la ruta se yerguen oscuros conos volcánicos. El campo de los negros es un inmenso escorial de lava negra eyectada por el volcán que con otro cono gemelo, forma el volcán Los Negros de la laguna. Luego comienza una secuencia sobre el paso de San Francisco. La ruta asciende entre paisajes lunares y arenosos, formaciones sedimentarias marrones y luego rojizas. Se introduce en la quebrada de las Angosturas, de color rojo, que más arriba admite espesores amarillentos en el medio, luego prosigue como un estrecho desfiladero gris y después con cerros bicolors. Al ingresar al inmenso valle de Chaschuil se extiende un mundo lunar gris. Luego se encuentra el monte Pisssis y hacia el norte, a un grupo de picos seismiles. En Tucumán, se desarrolla una corta secuencia de Tafí del Valle, la localidad serrana más linda de la Argentina por su naturaleza y paisaje. Un valle entre las montañas con praderas de pastoreo que se cubren de flores amarillas en verano y manchas de bosque autóctono de alisos. En Salta, se encuentra el Parque Nacional Baritú que es un valioso enclave para la conservación de una de las ecorregiones de mayor diversidad, la selva de montaña o yungas. Es el único Parque Nacional tropical del país. Cafayate es la capital del vino salteño donde aumentó el turismo en las últimas décadas. Cachi es un encantador pueblito que cuenta con fincas, situado en la confluencia del río Cachi, con el Calchaquí, con el fondo del imponente Nevado de Cachi. Aquí se encuentra el Parque Nacional Los Cardones. Su mayor atractivo natural son los gigantescos cardones *Trychocereus pascani*, que cubren el Campo de Tin Tin con sus siluetas antropomorfas y florecen cuando está bien instalado el verano. La última secuencia explora la provincia de Jujuy. Comienza con el Monumento Natural Laguna de los Pozuelos en torno de una laguna tan poco profunda que su superficie puede variar de 100 hectáreas en épocas secas a 150.00 hectáreas en periodos lluviosos. Su atractivo son los flamencos rosados que se encuentran por millares, junto a otras aves acuáticas. Luego, continúa con la ruta por la Quebrada hasta Humahuaca, uno de los tramos ruter

más espectaculares de la Argentina. Purmamarca es uno de los grandes atractivos de la Quebrada. El mayor atractivo natural es el cerro de los Siete Colores. El narrador explica el origen de sus colores. Hay caminatas para hacer hacia la quebrada de Coquena, por donde baja al río Pumamarca, y en el Paseo de los colorados. Humahuaca es conocida como la capital de la Quebrada, cuenta con un encanto particular. La Cuesta de Lipán es un camino de 20 kilómetros con curvas de caracoles espectaculares por los colores y texturas de la montaña y los abismos. Las Salinas Grandes, es el más blanco de los salares de la puna Argentina. Se puede caminar hasta las piletas de extracción.

El segundo capítulo, aborda el litoral Argentino. Esta región se caracteriza por el agua en todas sus formas, desde cataratas, grandes ríos, lluvias y hasta inmóviles esteros. En el Chaco se encuentra el Parque Nacional El Impenetrable. Sus 130.000 cuentan con gran valor por el buen estado de conservación de su flora y fauna. Es el hábitat natural de especies emblemáticas de la zona como son el oso hormiguero, tapir, pecarí, tatú carreta y yagareté, además de una enorme variedad de aves. Se trata de un área de gran relevancia para la conservación. Entre Ríos, como su nombre lo indica, está entre los ríos Uruguay, al este, y Paraná, al oeste, hasta su unión al sur, en el río de la Plata. Los ríos Guayquiraró y Mocoretá son los límites que la separan al norte, de la provincia de Corrientes. El Parque Nacional El Palmar cuenta con 8.213 hectáreas que pertenecen a la ecorregión Espinal. Protege la especie de palmeras llamada yatay que cubría una vasta parte del litoral, desde Uruguay y Brasil hasta Santa Fe y Corrientes. Fueron diezmadas por la ganadería: los animales no destruyen las palmeras pero si los renovales, con lo que, antes o después, el palmar se extingue. Los ejemplares más viejos de yatay en El Palmar tienen un par de siglos. En el Parque, la fauna más vistosa son los ñandúes y las iguanas o lagartos overos. También se ven nutrias, carinchos, vizcachas, zorrinos, zorros de monte y aves, entre ellas, pájaros carpinteros, perdices y cotorras. Se encuentran senderos que pueden realizarse a pie, en bicicleta y algunos incluso desde el auto, donde puede realizarse avistaje de aves, observarse arroyos, ríos y a su fauna.

Corrientes alberga uno de los hábitats más ricos de Sudamérica. El Parque Nacional Iberá cuenta con unas 183.500 hectáreas que pertenecen a la ecorregión de los Esteros del Iberá. Es una enorme extensión de aguas brillantes, Iberá, en guaraní. En su vastedad hay ocho grandes lagunas de aguas límpidas y pocos metros de profundidad, y una inmensidad de esteros y bañados con innumerables islas flotantes, que soportan el peso de una persona y, a veces, quedan ancladas al fondo de la laguna. Cuenta con unas 4000 especies vegetales y una variada fauna en la que, además de las aves palustres, destacan por tamaño el carpincho y el yacaré. Los esteros se descubren a pie, a caballo, en bote y en lancha. Prácticamente no hay lugares de libre acceso público, ya que se encuentran dentro de propiedades privadas y, para disfrutarlos, hay que alojarse en las estancias o contratar servicios. Imágenes de turistas con sus guías aparecen en pantalla. En esta área se está llevando a cabo restauración de su fauna, entre ellas el yagareté, con la meta de establecer una población autosustentable que pueda cumplir su rol ecológico, turístico y cultura dentro del Parque. En Misiones, se encuentra la selva misionera que cubría una vastísima región, desde las costas del sur del Brasil hasta Misiones y el Paraguay, pero fue diezmada para la agricultura y por la tala indiscriminada, sobre todo del lado brasileño. En misiones aún existen 1.200.000 hectáreas de selva, pero existían 2.700.000. La provincia creó un largo corredor verde en su vertiente oriental para preservar este hábitat, donde existen más de 3.000 especies de plantas y más de 1.000 especies de vertebrados entre peces, anfibios, reptiles, aves y mamíferos. Por último, se transporta el espectador al Parque Nacional Iguazú, el más visitado de la Argentina. Posee una superficie de 67.620 hectáreas pertenecientes a la ecorregión Selva Paranaense. El Parque Nacional Iguazú fue designado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco en 1984. Además, las Cataratas del Iguazú, una de las nuevas Maravillas del Mundo, poseen Valor Universal Excepcional, según la Unesco. El río Iguazú, que significa en guaraní agua grande, desemboca en el Paraná y corre con una anchura de 1.500 metros, salpicando islas e islotes para desembocar en un barranco de

lava formado hace 120 millones de años. Están formadas por 2.775 saltos a lo largo de 2,7 kilómetros con una altura media de unos 75 metros y hasta 90 metros en la Garganta del Diablo. La fauna es muy variada. Los animales más vistos y también más amenazados por el hombre son los yagüaretés, los osos hormigueros y los tapires. También es común ver las iguanas o lagartos overos, los ruidosos boyeros, los tucanes, las mariposas, además de los vencejos que anidan detrás de las cataratas.

Durante el tercer capítulo, se explora el centro de la Argentina. Comenzando en Mendoza, donde en los alrededores de la ciudad se encuentran bodegas y viñedos que pueden ser visitados realizando degustaciones de vinos. Se desarrolla una corta secuencia de las mismas y el narrador explica que además de ser famosa por sus vinos cuenta con muchas otras actividades y atractivos. En Parque Provincial Aconcagua el ascenso al Aconcagua puede realizarse por la quebrada de Vacas o por el valle de Horcocones. Además, se puede acceder a la laguna de Horcocones desde donde se tiene una mirada espectacular del Aconcagua y se pueden realizar *treks* de horcocones a Plaza Francia y Plaza de Mulas. En bicicleta también se llega hasta la quebrada del Durazno. La voz narradora continúa el relato en laguna Diamante que se encuentra dentro de una reserva provincial. Es un espejo de agua en el que se refleja la silueta triangular del majestuoso y pasivo volcán Maipo. También se puede observar a caldera diamante, el cráter de una colosal erupción volcánica que desparraó piedra pómez. Luego el espectador es transportado a la Reserva Natural del Llanquanelo, un área protegida que ampara todo el perímetro de laguna y los bañados, donde se agotan el río Malargüe y otros arroyos. La vasta pero poca profunda laguna es un santuario para unas 165 especies de aves, de las que casi la mitad son acuáticas. Las más vistas son los flamencos rosados y los cisnes de cuello negro. En el este de la laguna, corre un cordón de cerros volcánicos. Un sendero permite llegar a la laguna, y otro sube al volcánico cerro Trapal desde donde se tiene el mejor panorama de Llanquanelo. La Reserva provincial El Payén o Payunia, protege unas 192.000 hectáreas en torno de los volcanes Payún Liso y

Payún Matrú cuyos cráteres están a más de 1.500 metros sobre la llanura circundante, además de docenas de conos menores. El narrador continúa relatando que las erupciones más recientes ocurrieron hace menos de 10.000 años. En San Juan, se encuentra el Parque Nacional El Leoncito, en pleno corazón de la sierra del Tontal y de cara al valle de Calingasta. El narrador explica como pocos lugares en el mundo pueden jactarse de tener un cielo con la calidad del que envuelve a la naturaleza cuyana en esta porción de maravillas, es por esta razón que cuenta con dos observatorios astronómicos. En promedio hay 250 noches al año sin nubes y está ausente todo tipo de polución atmosférica. La fauna más vistosa del lugar son los guanacos y suris. En esta provincia también se encuentra el Valle de la Luna, un extraño paisaje donde escasea la vegetación y la caracteriza la más variada gama de colores de sus suelos, además de las formas de los montes. El recorrido de unos 40 kilómetros con guía se realiza en caravanas. En la travesía, con guías lugareños simpáticos y conocedores, se pueden observar formaciones sedimentarias, Los Rastros, valle Pintado, el río Seco y una serie de geoformas, la Cancha de Bochas. Subiendo a casi 1.500 metros de altura, se encuentra El Submarino y hay una gran vista del valle. En Córdoba, se encuentra el Parque Nacional Quebrada del Condorito. Asegura la supervivencia de la población de cóndores cuyas nidadas y apostaderos colonizaron desde siempre los niveles más altos del cañadón de roca desnuda, una de las quebradas más grandes de Argentina. A su vez, la planicie de altura que es La Pampa de Achala obra como cabeza de cuenca que capta las precipitaciones que se escurren formando las nacientes de importantes ríos de Córdoba. Senderos llevan al visitante hasta el Balcón Norte y el Balcón Sur donde se observan impactantes vistas. Hay muchos recorridos posibles, a pie, a caballo y *mountain bike*. A su vez, se puede practicar escalada, rappel y tirolesa. La Cumbrecita, es un enclave de montaña donde su ya añosa vegetación de pinos y robles, al estilo de las construcciones y el origen de sus vecinos más antiguos le dan un aire europeo. En los alrededores, hay cantidad de excursiones para hacer a pie a los cerros, cascadas y ollas;

también hay senderos para paseos a caballo y buenos lugares para pescar truchas. También cuenta con un conocido río subterráneo, que en realidad es un río que corre por la quebrada; con el tiempo las grandes rocas que se fueron desprendiendo de las laderas dejaron sepultado a su cauce, ocultando varios metros bajo tierra.

En el cuarto capítulo se aborda la Patagonia. El narrador describe como es una de las regiones más atractivas del mundo, que su sola mención despierta curiosidad. En Neuquén, en el Parque Nacional Lanín, el volcán con su nombre se eleva a más de 2 kilómetros de altura sobre su base. Tras la última glaciación tuvo intensa actividad. Los geólogos lo consideran activo y potencialmente peligroso. Luego el espectador es transportado a San Martín de los Andes, una pequeña ciudad que se extiende por el angosto valle de laderas boscosas sobre la orilla del lago Lácar. Es posible descubrir sus encantos a través de paseos náuticos, caminatas, canopy, excursiones en *mountain bike* y kayak. Desde aquí la voz narradora comienza con el camino de los Siete Lagos. En valle del río Hermoso se encuentra el acceso al segundo lago del recorrido, el Hermoso. El tercer y cuarto lago, Villarino y Falkner, están unidos por un breve arroyo. Un camino sube por un bosque de coihues y desciende hacia el quinto lago, el Traful. Además del lago, la náutica y la pesca, en los alrededores de Villa Traful hay paseos fáciles y uno más exigente al cerro Negro. Navegando hasta la cabecera este se vislumbra el increíble Bosque Sumergido, donde hay docenas de cipreses, de una porción de bosque que se deslizo en masa por la ladera hasta unos 25 metros de profundidad. Costeando la orilla norte del sexto lago, el Correntoso, se llega al acceso del lago Espejo Chico. Luego el camino bordea por el oeste dos brazos del séptimo lago, el Espejo. El camino de los Siete Lagos sigue hacia Villa La Angostura, uno de los panoramas más esplendidos de la Patagonia. La Villa se encuentra situada en un paisaje idílico, al pie de las montañas boscosas y frente a la península Quetrihue, en el lago Nahuel Huapí. La península, es recorrida por un sendero peatonal y ciclístico de 12 kilómetros a través de un bosque de coihues, culminando en el bosque de arrayanes. El narrador prosigue explicando cómo el

Parque Nacional Nahuel Huapi fue el primero del país en fundarse. Se emplaza en dos provincias, Neuquén y Río Negro y convive con distintas ciudades. San Carlos de Bariloche, ciudad ubicada en Río Negro y recostada en la margen sureste del lago Nahuel Huapi, es el centro más excepcional de Argentina para el turismo activo, se puede volar en parapente, bucear, cabalgar, despalzarse en canopy, pescar con mosca, desplazarse en rappel, practicar *windsurf*, *mountain bike*, kayak, rafting y *treks*, entre otras actividades. Luego el narrador desarrolla un relato sobre el Cerro Catedral, una cresta granítica coronada por agujas rocosas que le dan el aspecto de una catedral gótica. Fuera de la temporada invernal se puede iniciar la caminata por las crestas hasta el refugio Frey. Algunos de los *trekkings* que pueden realizarse en Bariloche son al Cerro López, al Mirador Isla Corazón y al Refugio Mehling. El narrador continúa su relato explicando que el monte Tronador es el más alto de la región y debe su nombre al ruido que producen los hielos al desprenderse de sus glaciares y caer. Es un antiguo volcán del cual nacen siete glaciares que tuvieron repetidos avances y retrocesos en los últimos mil años, en las últimas décadas se encuentran en franco retroceso, excepción hecha del Ventisquero Negro que no recula. Luego se muestra un bello camino que baja por el valle del río Manos. El narrador explica que en esta zona se ofrece rafting y cabalgatas. La comarca del Manso es ideal para acampar fuera de los grandes circuitos turísticos. Luego el espectador es trasladado a El Bolsón, uno de los valles más lindos de los andes australes. Se encuentra el cerro Piltriquitrón, y lo recorren dos ríos, el Quemquemtreu y el Azul. Se pueden realizar *trekkings* de distinta dificultad y longitud. En Chubut se encuentra Península de Valdés. A través de un istmo de 40 kilómetros de largo y 7 kilómetros de ancho en su parte más estrecha se lanza al mar con estepa, médanos, bajos, lagunas y salinas. La riqueza de fauna marina puebla los golfos San Matías, San José y Nuevo. Aves, lobos marinos, ballenas y pingüinos acuden al reparo de sus aguas. Un desvío de río hacia el norte costea un tramo del golfo San José hasta isla de los Pájaro. El golfo hoy es un Parque Marino Provincial al que las ballenas han regresado.

Desde el mirador de Punta Pirámides se puede contemplar la amplia terraza de roca muy concurrida en verano por harenes de lobos de la lobería de Punta Loma que cruzan el golfo para parir allí. En primavera también se observan las ballenas francas. Camino a Punta Delgada, desde la ruta se ven las Salinas Grandes y la Salina Chica, dos depresiones excavadas por los fuertes vientos en el suelo blando de la península, donde se acumula la sal de lagunas temporarias. En Punta Delgada se puede observar una elefantería, donde también suele haber lobos marinos. La Reserva Faunística de Punta Norte ampara una lobería. Entre febrero y abril también se avistan orcas que se acercan a la costa para cazar crías de lobo marino.

Finalmente, en el quinto capítulo se explora la Patagonia Austral. El narrador relata que Santa Cruz es una de las provincias con más variedad para ofrecer al viajero aventurero. En el área del Parque Nacional Bosques Petrificados, ubicado en Jaramillo, hace unos 150 millones de años, presentaba un clima de gran humedad donde se desarrollaban densos bosques con árboles de porte gigantesco. Con las erupciones volcánicas y el inicio del levantamiento de la Cordillera, el territorio patagónico fue sepultado con cenizas y lavas y los bosques se petrificaron dejando un paisaje único. Luego, el espectador es transportado a la ciudad costera de Puerto Deseado donde se realizan navegaciones observando toninas overas, aves y una lobería, llegando a su vez a la Isla Pingüino dentro donde puede observarse un faro abandonado, pingüinos de Magallanes y los muy simpáticos y originales pingüinos de Penacho Amarillo. El visitante camina en la pingüinera con total libertad en una experiencia inolvidable. El relato continúa en Cuevas de las Manos. Las mismas fueron realizadas a lo largo de miles de años en diferentes estilos y hay más de 800 negativos. El narrador explica su origen, significado y materiales que caracterizan los distintos colores. Uno de los Parques Nacionales menos visitados del país es el Perito Moreno, debido a su asilamiento, pero el mismo esconde paisajes asombrosos. En el sector oriental, los bosquecillos de lenga y ñire son ralos y dispersos, pero el paisaje en su conjunto es majestuoso, por las montañas de más de 1.000 metros

sobre los lagos. El lago Belgrano, con su península que separa aguas de color esmeralda y turquesa, deja hipnotizado al que lo vea. También se puede llegar a la cabecera este del lago Burmesteir, donde hay algunos bosquecillos de lenga y ñire. El sector occidental es inaccesible por eso es habitado por los huemules. En el resto del Parque se ven choiques, guanacos y cantidad de aves. Luego, el narrador explica como El Chaltén es un simpático pueblo conocido como la capital del *trekking*. Se encuentra enclavado en un valle y en la confluencia de los ríos Fitz Roy y De las Vueltas. Un vez que el viajero se encuentra en el pueblo puede llegar a todos los lugares de interés a pie o en bici. Las actividades se relacionan con el senderismo y montañismo. Siguiendo la picada por el río Fitz Roy se llega a laguna torre, con área de acampe y formidable vista de los glaciares Torre y Grande, al pie del cerro Torre. El sendero conecta con otra senda por las lagunas Nieta, Hija y Madre, y con la laguna Capri. La picada prosigue por el valle del río Blanco, desde donde se accede a las lagunas Sucia y De los Tres, desde donde se obtiene una magnífica vista de los cerros Fitz Roy y Torre que son las cumbres más importantes de un macizo que tiene varias agujas de sorprendente belleza. El Parque Nacional Los Glaciares preserva una extensa área de hielos continentales y glaciares, del bosque andino-patagónico austral y de la estepa patagónica. Desde Puerto Perito Moreno se embarca para una navegación frente al glaciar o para practicar un *trekking* en el hielo. Hay paseos por unas impecables pasarelas, con balcones de observación desde donde se aprecia la inmensidad y los desprendimientos del Glaciar Perito Moreno. Finalmente, en Tierra del Fuego, se encuentra Ushuaia, la ciudad conocida como el fin del mundo, al ser la más austral. Se encuentra ubicada en una bahía, entre montañas boscosas. Uno de los mayores atractivos es la navegación por el canal Beagle. Se puede recorrer el archipiélago de las islas Bridges, ver lobos marinos y cormoranes, llegar hasta el poético faro Les Éclaireurs, hasta la pingüinera, y hasta Estancia Harberton, la pionera de las estancias patagónicas. El Parque Nacional Tierra del Fuego que se encuentra en una franja a lo largo de la frontera de Chile desde el lago Fagnano hasta el canal Beagle. Se

disfrutan caminatas en contacto con la naturaleza virgen. Su mayor atractivo es el bosque fueguino. Llegando al punto más austral de la Argentina se encuentra Puerto Almanza, un pequeño pueblo de pescadores artesanales. El hermoso camino que lo recorre serpentea el bosque en la ladera. El narrador finaliza agradeciendo a los espectadores por acompañarlo en el recorrido por la Argentina y sus grandes bellezas. Todos los capítulos finalizan, invitando al espectador a visitar la página oficial de la serie en Instagram donde puede encontrar más información sobre Argentina y como practicar un turismo sostenible.

5.2. Herramientas creativas

Este proyecto se enmarca dentro de la modalidad de representación expositiva, ya que presenta un argumento e intenta persuadir al espectador de que lo planteado es razonable a través del uso de una voz narradora, haciendo hincapié en la objetividad. A su vez, se encuentra dentro de la modalidad reflexiva ya que presenta al espectador algo en que reflexionar a través de la voz omnisciente que genera preguntas, fomentando una respuesta emocional.

La duración de cada capítulo es de 40 minutos. Como ya fue mencionado cuentan con una breve introducción que los une a todos. La misma cuenta únicamente con planos aéreos cenitales. Se toman paisajes de cada región para la construcción del mismo, lugares de gran importancia, reconocidos fácilmente, como por ejemplo Las Cataratas de Iguazú, y otros que pueden ser menos conocidos para el viajero, como por ejemplo los Esteros del Iberá.

Para el desarrollo de la serie uno de los aspectos más importantes en cuanto a las herramientas creativas es el uso de una voz narradora. Como regla general en el documental no suele utilizarse esta herramienta, pero en cuanto a los documentales que tratan temáticas de naturaleza son la mayoría, si es que no todos, los casos que la emplean. Una de las razones de esto es que no se cuenta con entrevistas o un individuo que brinda la información, por lo cual es difícil transmitir el mensaje y la información deseada sin ningún tipo de relato verbal. Por ejemplo, el espectador puede estar

observando una imagen de los animales en su hábitat natural, pero sin el diálogo de la voz narradora no es más que una imagen que puede significar muchas cosas, la voz narradora aporta datos relevantes como puede ser las características del hábitat y de las especies que los habitan, sus comportamientos, efectos que sufren por el cambio climático, puede brindar información sobre las oportunidades de turismo en el área, entre otras cuestiones. La voz narradora cumple el rol de describir las características de los hábitats, especialmente su flora y fauna, explicar las actividades que pueden realizarse en aquellos lugares, y todo lo que tienen para ofrecer, destacando en la medida en que se pueda actividades de aventura y de prácticas de turismo sostenible, como por ejemplo *trekking* y *mountain bike*. A su vez desarrolla cuáles fueron los impactos que ya sufrieron estos ecosistemas y cuáles son las medidas que se tomaron o que pueden realizarse en un futuro para protegerlas. Por ejemplo, el Parque Nacional El Palmar se fundó por la deforestación que estas palmeras sufrieron, como una iniciativa de protegerlas y conservarlas. Asimismo, la voz narradora busca que el espectador reflexione sobre los datos que se le son transmitidos, por lo tanto realiza preguntas retóricas que permiten que el público llegue a su propia conclusión.

También se encuentran los aspectos técnicos dentro de las herramientas creativas. Las tomas aéreas no son realizadas con helicópteros, se utilizan drones. Las mismas son abundantes a lo largo de la serie y son utilizadas con distintos fines: para situar al espectador en una nueva locación, para mostrar la vastedad de los espacios naturales y como introducción de una nueva secuencia donde se presenta un paisaje nuevo, entre otras funciones. Por ejemplo, cuando el narrador comienza con el relato de Tafí del Valle en Tucumán comienza narrando que es la localidad serrana más linda de la Argentina antes de nombrar el lugar, estas palabras son acompañadas en pantalla con una imagen aérea con leves movimientos del valle para que el espectador aprecie su belleza.

Los planos que predominan a lo largo de cada capítulo son los generales para mostrar la belleza de los paisajes y de los distintos hábitats, ya que permiten visualizar y apreciarlos

mismos en su totalidad y vastedad. Esto se cumple tanto en los planos aéreos como en los realizados con trípode desde tierra. Por ejemplo cuando se desarrolla la secuencia de las Salinas Grandes en Jujuy, se logra apreciar su tamaño y belleza a través de un plano general que muestra el espacio que cubren las blancas sales.

Los planos detalles son utilizados para mostrar de cerca la flora en específica. Por ejemplo cuando se presenta una nueva locación además de mostrar planos generales en algunos casos se centra en flores y plantas que caracterizan al lugar y la mejor forma de hacerlo es con planos donde se aprecian sus detalles y cualidades.

La fauna, es decir los animales que habitan por ejemplo en los Parques Nacionales mencionados a lo largo de la serie, son capturados con planos generales planos más cercanos, como por ejemplo un primer plano, así logrando una mejor apreciación de los mismos y sus acciones.

En cuanto a los lentes los grana angulares con permiten un ángulo de visión amplio y son ideales para vistas panorámicas y paisajes, utilizados para las tomas generales. Los lentes macro son utilizados para los mencionados planos detalles de la flora de los hábitats. Por último, los teleobjetivos permiten un ángulo de visión menor obteniendo distancias focales mayores a los otros lentes, por lo tanto mismos son utilizados en los momentos en que la vida salvaje se encuentra a distancias largas y a su vez para planos cercanos de los mismos, como pueden ser los primer planos mencionados anteriormente.

Las cámaras trampa son una herramienta crucial ya que permiten realizar tomas de los animales en su hábitat natural realizando distintas acciones. Las mismas graban cada vez que se detecta movimiento, por lo tanto distintas especies son capturadas. Son utilizadas especialmente los Parques Nacionales donde abundan los animales y se pueden apreciar sus conductas y cómo se relacionan entre sí. Además, utilizando esta tecnología no se molesta a los animales y pueden continuar con sus actividades como lo hacen habitualmente. Esta es una gran herramienta en lugares como el Parque Nacional Perito Moreno donde una parte del mismo no se encuentra habilitada al público por lo

tanto los huemules se encuentran allí, y con estas cámaras se logra capturar imágenes únicas de los mismos sin que ellos lo sientan como una amenaza.

Las cámaras submarinas utilizadas por buzos son necesarias para ciertos momentos, por ejemplo cuando se desarrolla la secuencia del Bosque Submarinos de Tafí del Valle, o en lugares como Península de Valdés donde cuenta con gran cantidad de vida marina donde puede lograrse una mejor apreciación de los mismos desde el agua.

Los movimientos de cámara en la mayoría de las tomas son sutiles, con un leve movimiento, para transmitir un sentimiento de tranquilidad y serenidad. En los casos en que esto puede no ser utilizado es por ejemplo en la secuencia donde las orcas cazan a los lobos marinos donde algunas de las tomas pueden requerir mayor velocidad.

La cámara lenta es utilizada en situaciones en particulares pero no predomina a lo largo de la serie. Es más bien utilizada como un recurso en situaciones donde por ejemplo se aproxima una persecución, para generar tensión y suspenso. Es importante destacar que este recurso es contemplado especialmente en el momento del montaje donde se logra una mejor apreciación de cuando este recurso puede ser eficiente.

El tratamiento del color se mantiene fiel a la naturaleza. Se prioriza mantener los colores originales y naturales de los paisajes y su fauna y flora, en tal caso, remarcándolos, pero siempre manteniéndose fiel a los mismos para representarlos como son originalmente.

Las animaciones en 2D son utilizadas con distintos fines. En primer lugar, mostrar los cambios en los hábitats, por ejemplo el retroceso de los glaciares del Cerro Tronador. Además, son utilizadas al comienzo de cada capítulo para ilustrar la región a tratarse. A su vez son utilizadas como transiciones en los momentos que son consideradas necesarias, por ejemplo donde se ubica un lugar o una provincia a tratarse o distancias transitadas de un lugar a otro. Cumplen una función ilustrativa, descriptiva y explicativa.

La música acompaña a la voz narradora, es decir que según su relato cómo es que la música reacciona, ya que el narrador es el que lleva el hilo conductor de la serie. La música a su vez, cumple un rol de acompañamiento en el espectador, con sus emociones

y sentimientos. Es decir, en las escenas donde se observan paisajes impactantes como el Cerro de los Siete Colores, la música transmite un mensaje positivo, alegre e inspirador. Por el contrario, en momentos en que el narrador relata, por ejemplo que gran parte de la selva Misionera fue diezmada debido a la agricultura y la tala indiscriminada, la música transmite soledad, angustia y desesperanza. A su vez, en la secuencia en donde las orcas cazan a las crías de lobos marinos la música acompaña al espectador en su angustia desarrollándose en tonos tristes, transmitiendo un sentimiento de drama, con instrumentos como piano y violín.

El sonido ambiente es de vital importancia ya que el mismo construye los hábitats y la personalidad de cada animal. La construcción del mismo es realizada a total conciencia, prestando atención a cada animal que habita el ecosistema en cuestión, y no solamente al animal que puede encontrarse dentro del plano, es decir sonidos diegéticos y extradiegéticos. El mismo no solo es importante en momentos donde se encuentran animales presentes, también es importante destacar los sonidos de los desprendimientos del glaciar Perito Moreno, el sonido que produce el agua de la Garganta del Diablo en las Cataratas del Iguazú, la paz que transmiten las Salinas Grandes de Jujuy o los lagos y montañas de la Patagonia. Es un recurso de vital importancia que crea realismo y transporta al espectador a los distintos escenarios intensificando el sentimiento de sentirse presente en ellos.

El montaje sigue el orden de las provincias para que queden claramente descriptas sus características, paisajes, flora y fauna. Cada provincia desarrolla su propia secuencia, destacando los lugares que las hacen únicas. El montaje es uno tranquilo, donde se le da tiempo a cada paisaje, acción o acontecimiento de desarrollarse. El mismo, a su vez, siempre sigue la lógica del discurso de la voz narradora, es su guía y se forma alrededor de la misma.

La serie cuenta con la presencia humana en ciertos momentos pero los mismos nunca miran directo a cámara y tampoco se los oye, es decir no dialogan entre sí o a la cámara.

La presencia de ellos se reserva únicamente para mostrar guías de turismo en ciertas áreas, como por ejemplo es el caso de los Esteros del Iberá donde se realizan paseos en lancha, o para mostrar a viajeros realizando actividades sostenibles y de aventura, como por ejemplo realizando un *trekking* en El Chaltén, o realizando un circuito de rafting en un río de Bariloche.

Al final de cada capítulo se incentiva al espectador a visitar la cuenta de Instagram de la serie donde puede conocer más información sobre la Argentina y las medidas que se pueden tomar hacia un turismo más sostenible. En la misma se comparten fotos de los paisajes que pueden observarse en la serie, se comparte información de cada región, se realizan publicaciones con información de actividades relacionadas con el turismo sostenible, y se comparte cualquier información que pueda ser relevante para el espectador.

5.3. Exposición y distribución

Luego de lo indagado en los capítulos previos y teniendo en cuenta que el estilo del contenido propuesto responde a una serie dividida en capítulos, se puede concluir que no se encuentra bajo las condiciones para ser exhibida en salas de cine, más bien en la TV o por una plataforma de *streaming*.

La TV tradicional podría ser una opción viable, donde un capítulo por semana es estrenado, pero dependerá de la programación y puede que menos espectadores conozcan la misma. A su vez, un trabajo de marketing más riguroso debe ser puesto en acción ya que es necesario hacerle conocer al espectador que la serie existe y en qué momento de que día debe estar presente.

El sistema de VOD permite generar un impacto mayor, llegando a la mayor cantidad de espectadores y viajeros posibles, ya que los usuarios pueden acceder al contenido desde cualquier lugar y en cualquier momento teniendo en cuenta que se puede consumir desde una computadora, una *Tablet*, un *Smartphone* y un *Smart TV*, siempre y cuando se encuentre disponible el acceso a la red.

Como se observó previamente, la cantidad de suscriptores de Netflix es de gran escala en la Argentina, alcanzando los 4.5 millones, y creciendo a un ritmo acelerado, por lo tanto se llegaría a una gran cantidad de personas.

En Netflix, los contenidos locales son publicitados en los países en que son producidos, por lo tanto la serie contaría con gran visibilidad a nivel nacional. Un tráiler de la serie es reproducido cada vez que el usuario ingresa en la plataforma, incentivándolo a consumir el mismo, por lo tanto hay grandes probabilidades de que las personas suscriptas observen por lo menos el primer capítulo dándose una idea de que trata la serie y si se logra captar su atención, interés y curiosidad se espera que continúen y finalicen la misma.

A su vez, logrando un tráiler que capta la atención del espectador se puede llegar a un público amplio, por lo tanto la serie puede destacarse en la categoría de los 10 contenidos más vistos en el país, atrayendo nuevos espectadores.

En principio el público objetivo es el nacional, pero de tener éxito y una repercusión considerable, se podría encontrar la posibilidad de distribuirlo a otros países de Latinoamérica, o hasta alrededor del mundo, incentivando el turismo sostenible internacional en Argentina.

El modelo de Netflix es uno en que todos los capítulos son estrenados un mismo día, a diferencia de la TV tradicional donde se estrena un capítulo por semana de cada temporada. Este sistema incentiva el *binge watching*, es decir lo que se conoce como una maratón, visualizando todos los capítulos en un corto plazo. La temporada se encuentra disponible al espectador desde un primer momento y el mismo tiene la libertad de elegir como verla, pudiendo decidir si ver todos los capítulos juntos en una noche si ver uno cada día, o como mejor guste dependiendo de sus hábitos y tiempos.

Otro de los aspectos que puede atraer al usuario a la serie es el hecho de que funciona como una guía de turismo, de la cual los espectadores pueden partir para la

programación de su próximo viaje, inspirándose en ella y tomando nota de los espectaculares escenarios que se observan en pantalla.

A su vez, se pueden realizar campañas de publicidad en las redes sociales, como Instagram, YouTube, Facebook y Twitter ya que es donde se encuentra el turista 2.0. Como se mencionó previamente conseguir la participación de los mismos fortalece las campañas de comunicación 2.0, por lo tanto conseguir que figuras públicas, por ejemplo *instagramers* de viajes, creen contenido sobre la serie puede ser un gran aporte ya que sus seguidores pueden seguir su recomendación.

(Ver Cuerpo C)

Conclusiones

A lo largo del presente PG, se busca encontrar fundamentos teóricos para la creación de una serie audiovisual de género documental con la cual se fomente el turismo sostenible en Argentina, apoyando el contenido de la misma en un abordaje correcto de la temática. Existen varios documentales que tratan la temática de las sustentabilidad pero escasean los documentales que tratan sobre el turismo sostenible.

La selección del tema se realizó ya que se observó una tendencia a tomar acciones e iniciativas hacia un mundo más sostenible, combatiendo el cambio climático y sus efectos, por ejemplo el incremento en las temperaturas globales. El documental es utilizado como una vía para transmitir el mensaje en cuestión.

La temática es un desafío ya que puede generar preocupación en el espectador el estado del cambio climático por lo tanto es necesario que se trate de una forma dinámica para que se encuentre interesado en continuar viendo la serie y así tomar consciencia sobre las acciones que debe tomar a la hora de viajar. Uno de los principales objetivos de la serie también es mostrarlos lugares naturales de Argentina, los que son conocidos mundialmente como por ejemplo las Cataratas de Iguazú en Misiones, y los que no son tan conocidos, como por ejemplo la Isla Pingüino en Santa Cruz, para fomentar el turismo alternativo y el desarrollo de las provincias.

En un trabajo de esta envergadura muchos son los desafíos que surgen a lo largo camino. Uno de ellos fue como tomar un documental que se inclinaba más hacia lo comercial sin que deje de lado uno de los aspectos fundamentales del género que es el hecho de llevar la atención a un problema que afecta a la sociedad. Es así como se llegó a la conclusión de que tratando el tema desde el punto de vista del turismo sostenible la temática se enriquecía y brindaba un aporte mayor, dejaba de ser un producto audiovisual que meramente mostraba paisajes de Argentina. Se encontró un propósito mayor que incentiva el cuidado del medio ambiente.

El objetivo principal establecido al comienzo del PG era elaborar una propuesta sobre una serie documental que trate la temática del turismo en Argentina de manera sostenible. Para poder lograr el objetivo planteado, se esbozaron cuestiones más generales en un principio para luego llegar a lo particular.

Al tratarse del género documental, en primer lugar se intenta llegar a una aproximación de definición del mismo apoyándose en distintos autores y se desarrollan las distintas modalidades de representación, las cuales permiten categorizar a los distintos tipos de documental según sus principales características. Luego se indaga sobre los índices de asistencia en las salas de cine, especialmente a producciones del género documental. Las salas supieron adaptarse a los cambios que significaron la TV y los nuevos sistemas de consumo, pero los índices de asistencia son relativamente bajos en cuanto al documental, teniendo en cuenta que es uno de los géneros más desarrollados en Argentina y por los cuales pareciera ser que los realizadores tienden a preferir. Estos aspectos son enlazados con las medidas tomadas por parte del Estado para el fomento del género en el país, las cuales han sido particularmente activas en los últimos años, incentivando la realización del mismo. A su vez, se desarrolla la cómo es y la comunicación y fomento del turismo sostenible en Argentina y cuál es el camino que debería tomarse para obtener el mejor rendimiento del mismo.

En segundo lugar, se explica el VOD enfatizando en la plataforma internacional líder del mercado, Netflix y la plataforma nacional, Cine.Ar Play. A través de este modelo el espectador tiene la capacidad de consumir cualquier contenido audiovisual en el momento y en el lugar que lo desee, siempre y cuando cuente con una conexión estable a la red. Esto se vincula con las cuatro pantallas y su rol en el consumo de las nuevas tecnologías que permite al consumidor la libertad de ver sus series y películas preferidas desde cualquier lugar a través de *Smartphone*, *Tablet*, computadoras personales y otros tipos de dispositivos móviles. Finalmente, teniendo en cuenta estas herramientas y

avances tecnológicos se explica cómo las mismas pueden ser utilizadas para difundir y fomentar el turismo sostenible en Argentina.

En tercer lugar, se describen las técnicas y elementos necesarios para realizar un documental innovador, abordándolo desde tres puntos de vista. Comenzando con la idea y el guion donde nace el proyecto y comienza a tomar forma. El guion del documental no es uno fijo, sino que es una guía para tener en cuenta en el momento del rodaje. Continúa con la dirección y la producción, donde se lleva a cabo lo planteado, comenzando con la preproducción donde se abordan los temas financieros y organizativos, luego la producción donde se realiza el rodaje, y finalmente la postproducción donde entra el rol del montajista y el material filmado cobra sentido. El mismo observa las tomas realizadas y debe construir una película o serie a través de ellas. Aporta una nueva mirada ya que es la primera vez que se encuentra con el contenido y puede así lograr una perspectiva sin prejuicios y objetiva. Muchas veces el producto audiovisual final es muy distinto a lo planteado en la primera etapa, especialmente tratándose del género documental que se encuentra abierto a cambios y reconsideraciones.

Finalmente, se analiza una serie documental llamada *Our Planet* (Fothergill, 2019) que expone el cambio climático y fomenta prácticas sostenibles en el espectador. El mismo es transmitido a través de la plataforma de Netflix. Se analiza su contenido narrativo, es decir como es contada; sus herramientas creativas, desde la voz narradora hasta las tomas y lentes elegidos; y el alcance que obtuvo al ser exhibida a través de la plataforma internacional de *streaming*.

La pregunta problema planteada en la introducción era: ¿cómo fomentar el turismo sostenible en Argentina a través de una serie audiovisual de género documental? La misma es resuelta abarcando cada aspecto de cada capítulo. Es decir la serie audiovisual que pretende fomentar el turismo sostenible en Argentina se logra comprendiendo qué es un documental y situando la propuesta en la modalidad de representación que mejor

funciona para su propósito, comprendiendo en que ámbito y plataforma se puede transmitir el mensaje para que llegue a la mayor cantidad de personas, aplicando las nuevas tecnologías disponibles, utilizando las técnicas para construir un documental innovador y demás aspectos que fueron abordados durante el PG.

El objetivo principal fue cumplido, ya que se logró la propuesta planteada. Esto fue posible ya que se abarcó el marco teórico, tomando a los autores en los que se basó el desarrollo del PG, y a su vez se tomaron en cuenta los aspectos analizados en el cuarto capítulo.

El género documental tiene el poder de afectar y transformar personas y sociedades a través de su mensaje. Ayudan a construir un futuro distinto, brindando información relevante que tal vez no se encuentra a su alcance de otra manera. El espectador es invitado a reflexionar y a tomar acción sobre ciertos temas de importancia. El medio audiovisual tiene la ventaja de poder comunicar a través de un modo dinámico, innovador y creativo. La atención del espectador es captada fácilmente si se utilizan las herramientas creativas adecuadas. Es el medio utilizado hoy en día masivamente, y las nuevas tecnologías permiten que el contenido audiovisual pueda ser consumido en cualquier lugar y en cualquier momento.

El turismo es una de las actividades más importantes para la economía en la actualidad, es por esta razón que es de vital importancia transmitir el mensaje de que este puede ser realizado de una manera sostenible, cuidando los recursos que nos aporta el planeta. La mayoría de las personas interesadas por el medio ambiente practican el ecoturismo pero es importante que todos los viajeros conozcan e implementen estas prácticas. Los mejores destinos donde pueden ser practicadas estas medidas es en los de naturaleza, no tanto en los ámbitos de ciudad, es por eso que la serie se centra en aquellos destinos que cumplen con esos requisitos.

A través de este PG se logra aportar a la disciplina un conocimiento nuevo ya que no se encontraban trabajos previamente realizados que aborden el uso del documental como

fomento de prácticas sostenibles en el turismo en Argentina. A su vez innova en el medio de distribución, ya que muchos de los trabajos plantearon salas de cine u otras maneras de distribuir a través de la web, mientras que este PG plantea hacerlo desde una plataforma de *streaming* líder internacionalmente.

Es posible continuar realizando estudios en base a la perspectiva propuesta. Algunas preguntas que podrían ser planteadas a partir del trabajo son: ¿es posible lograr el desarrollo del turismo sostenible en grandes ciudades?, ¿podría considerarse la opción de realizar una segunda temporada, conociendo sectores del país que no pudieron ser cubiertos en esta primera temporada?, ¿es posible llevar esto a gran escala desarrollando, por ejemplo, una serie sobre turismo sostenible en Latinoamérica, logrando la coparticipación de los países?

A su vez, a partir del abordaje de este PG, se podría realizar un estudio en detalle de cada provincia de la Argentina y cuáles son las medidas en particular que deberían ser tomadas para lograr la mayor eficacia y el mejor resultado del turismo sostenible.

Por último, a través de lo indagado en los capítulos y del análisis llevado a cabo de la serie documental se logró proponer un producto audiovisual que abarca desde los aspectos narrativos que integran la sinopsis de cada capítulo las herramientas creativas utilizadas en los mismos que abarcan los movimientos de cámara, la intención de la voz narradora, la elección de planos y la construcción de los sonidos, entre otras cosas; hasta la elección del formato de distribución y su justificación que es a través de una plataforma la plataforma internacional de *streaming*, Netflix.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Altamirano, V. y Tuñéz López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism, 1 (1), 76-90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Altamirano, V.; Tuñéz López, M. (2014a). *Contenidos digitales para la promoción y la difusión turística en Iberoamérica*. Contenidos innovadores en la universidad actual. España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. In press, Citado en: Altamirano, V. y Tuñéz López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Altamirano, V.; Tuñéz López, M. (2014b). *Promoción y Difusión Turística en Iberoamérica. Análisis de contenidos y herramientas utilizadas en portales web y redes sociales*. In: VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Tenerife, España. Citado en: Altamirano, V. y Tuñéz López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Anderson, K (Productor). (2014). *Cowspiracy: The Sustainability Secret*. [Serie de Netflix]. Estados Unidos: A.U.M. Films y First Spark Media
- Aprea, G. (2008). *Cine y políticas en Argentina: continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*. Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Arendt, F. y Matthes, J. (2014). *Nature Documentaries, Connectedness to Nature, and Pro-environmental Behavior*. Environmental Communication A Journal of Nature and Culture. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/277966962>
- Arias, J.C. (2010) *Las nuevas fronteras del cine documental: La producción de lo real en la época de la imagen omnipresente*. Aisthesis, 28. [Revista en línea]. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-71812010000200004
- Artopoulos, A. (Ed.). (2011). *La sociedad de las cuatro pantallas: una mirada latinoamericana*. España: Ariel-Fundación Telefónica.
- Aufderheide, P. (2007). *Documentary Film: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Batlle, N. (2014). *Producción de largometraje*. Buenos Aires: Ediciones del CIC.
- Baudry, A. (1999). *Montaje y dramaturgia en el cine documental*. Signo y pensamiento, 18 (35). [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2845856>
- Beeton, S. (2006). *Understanding Film-induced Tourism*. Tourism Analysis, 11 (3), 181-188. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/233489857>

- Binns, D. (2018). *The Netflix documentary house style; Streaming TV and slow media*. Fusion Journal, 14, 60-71. [Revista en línea]. Disponible en: <https://fusion-journal.com/the-netflix-documentary-house-style-streaming-tv-and-slow-media/>
- Booking.com (2019a, 17 de abril) *Turismo Sustentable: 72% de la comunidad global considera que "es necesario actuar ahora y elegir opciones de viaje sustentables para resguardar la Tierra para la futuras generaciones"*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://news.booking.com/turismo-sustentable-72-de-la-comunidad-global-considera-que-es-necesario-actuar-ahora-y-elegir-opciones-de-viaje-sustentables-para-resguardar-la-tierra-para-las-futuras-generaciones/>
- Booking.com (2019b, 10 de octubre) *Booking.com revela las principales tendencias de viaje para 2020*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://news.booking.com/bookingcom-revela-las-principales-tendencias-de-viaje-para-2020/>
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1999). *El arte cinematográfico: Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Cáceres, C.E. y Cáceres, M.A.(2012). *El cine ha muerto. ¡Larga vida al cine! El Plan de Fomento del INCAA ante el desarrollo de la tecnología HD*. Toma Uno, 1. [Revista en línea]. Disponible en: <https://revistas.psi.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/8579>
- Campo, J. (2012) *Cine documental argentino: entre el arte, la cultura y la política*, Imago Mundi, Madrid.
- Carrière, J. C. (1991). *Práctica del guión cinematográfico*. Barcelona: Paidós. Citado en: Comparato, D. (1993). *De la creación al guión*. España: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- Carrier, E. (2015). *Por ahora, complemento*. Comentarios. Disponible en: <http://www.comentariosblog.com.ar/2015/08/14/por-ahora-complemento/>. Citado en: Siri, L. (2016). *El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?* Revista Hipertextos, 5 (4), 47-109. Disponible en: <http://revistahipertextos.org/rol-netflix-ecosistema-medios-telecomunicaciones-fin-la-televison-del-cine/>
- Celaya, J. (2009). *La empresa en la Web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000. Citado en: Altamirano, V. y Tuñéz López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Coellyn, J.P. (1993). *Le regard documentaire*. Paris: Editions du centre Pompidou. Citado en: Vallejo, A. (2008). *Protagonistas de lo real: la construcción de personajes en el cine documental*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Comparato, D. (1993). *De la creación al guión*. España: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- Dias, R. (2003). *Turismo sustentável e meio ambiente*. San Pablo: Atlas. Citado en: Dias, R. (2008). *Marketing ecológico y turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo 17 (2), 140-155. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713896004.pdf>

- Dias, R. (2008). *Marketing ecológico y turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo 17 (2), 140-155. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713896004.pdf>
- Fothergill, A. (Productor). (2019). *Our Planet*. [Serie de Netflix]. Reino Unido: Silverback Films.
- Fuertes, M. y Mastrini, G. (Editores) (2014) *Industria cinematográfica latinoamericana*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Gamerro, C. y Salomón, P. (1993). *Antes que en el cine entre la letra y la imagen: el lugar del guión*. Buenos Aires: La Marca.
- Gomez-Uribe, C.A: y Hunt, N. (2015). *The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation*. ACM Transactions on Management Information Systems, 6 (4). [Revista en línea]. Disponible en: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2843948>
- Gubern (1969). *Historia del cine*. Barcelona: Editorial Anagrama. Citado en: Heredia Ruiz, V. (2017). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Revista Chasqui, 135, 275-295. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776>
- Heredia Ruiz, V. (2017). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Revista Chasqui, 135, 275-295. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776>
- Holbert, I., Kwak, N. y Shah, D. (2003). *Environmental concern, patterns of television viewing, and pro-environmental behaviors: Integrating models of media consumption and effects*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 47, 177-196. Disponible en: doi:10.1207/s15506878jobem4702_2. Citado en: Arendt, F. y Matthes, J. (2014). *Nature Documentaries, Connectedness to Nature, and Pro-environmental Behavior*. Environmental Communication A Journal of Nature and Culture. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/277966962>
- Horak, J. C. (2006). *Wildlife documentaries: from classical forms to reality TV*. Film History, 18, 459-475. Disponible en: <https://muse.jhu.edu/article/209758>
- Infobae (2019, 5 de junio). *Turismo sustentable: 5 destinos eco-friendly para turistas comprometidos con el medio ambiente*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.infobae.com/turismo/2019/06/05/turismo-sustentable-5-destinos-eco-friendly-para-turistas-comprometidos-con-el-medioambiente/>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (2018). *Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2017*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Disponible en: http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario_2017.pdf. Citado en: Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. Austral Comunicación, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (2019). *Anuario INCAA de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2018*. Buenos Aires: Instituto Nacional

de Cine y Artes Audiovisuales. Disponible en: <http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/06/Anuario-INCAA-2018-DIGITAL.pdf>

- Knell, G. en Stone, G. W. (2019, 9 de septiembre). *For travelers, sustainability is the Word-but there are many definitions of it*. National Geographic. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/what-sustainable-tourism-means/>
- Koblin, J. (2019). *Netflix's Top 10 Original Movies and TV Shows, According to Netflix*. The New York Times. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2019/10/17/business/media/netflix-top-ten-movies-tv-shows.html>
- Lauricella, V. (2017). *Análisis para dimensionar el alcance del subsidio a la producción de documentales digitales otorgado por el INCAA (2010 – 2014)*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas. Disponible en: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1112_LauricellaV.pdf
- Lloret Romero, N. y Canet, F. (2008). *Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual*. Hipertext, 6 (1). [Revista en línea]. Disponible en: http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88755/hipertext_a2003n1a9/lenguaje-audiovisual.html#expression
- López Villanueva, J. (2011). *La reconfiguración de la cadena de valor*. Citado en: Vega, D. M. y Vega, G. L. (2016). *La evolución de Netflix en la Argentina. Nuevas estrategias para la distribución de contenidos audiovisuales en entornos convergentes*. Actas de Periodismo y Comunicación, 2 (1). Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70568>
- Mármol, H. (2020, 19 de febrero). 4.5 millones de usuarios: Argentina está entre los 10 países con más suscriptores de Netflix. Clarín [Artículo en línea]. Disponible en: https://www.clarin.com/tecnologia/argentina-10-paises-suscriptores-netflix-mundo_0_gqaLXSjU.html
- Messuti, P. (2017). *Nuevas líneas de fomento para el cine y el audiovisual argentino: audiencias, digitalización, contenidos y nuevas plataformas*. *Questión: Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1 (55), 312-330. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/66070>
- Messuti, P. (2018). *Políticas y diversidad audiovisual en la Argentina*. *Revista Científica de REDCOM*, 7, 129-144. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/73264/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. *Austral Comunicación*, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Moguillansky, M. (2016). *El Nuevo cine de espectáculo como estrategia comercial. Un análisis de las tendencias del consumo de cine en salas*. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 39 (3). [Revista en línea]. Disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-8442016000300167&script=sci_arttext

- Musaluppi, H. (2012), *El cine y lo que queda de mí*. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Madrid: Paidós.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary* (2nd Ed). Bloomington: Indiana University Press.
- Onaindia, J. y Macedo, F. (2013). *La industria audiovisual*. Palermo Business Review, 88, 183-217. Disponible en: http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial_05onaindiaWEB.pdf. Citado en: Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. Austral Comunicación, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Paz, S. (s.f.) *El turismo en la mira pública. Reflexiones acerca del papel actual del estado y su política económica en el sector argentino*. Asociación de Administradores Gubernamentales. Disponible en: <https://www.asociacionag.org.ar/documentos/page/122/>
- Perrin, J. (Productor). (2009). *Océans*. [Serie de Netflix]. Francia: Disneynature.
- Phoneix, J. (Productor) (2017). *What the Health*. [Serie de Netflix]. Estados Unidos: A.U.M. Films
- Rabiger, M. (1989). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Focal Pr.
- Rabiger, M. (2005). *Dirección de documentales (3ª ed.)*. Madrid: Ente Oficial de Radio y Televisión.
- Singh, A. (1 de abril de 2019). *Netflix series Our Planet 'will reach one billion people in a way the BBC cannot match'*. The Telegraph. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.telegraph.co.uk/news/2019/04/01/netflix-series-planet-will-reach-one-billion-people-way-bbc/>
- Siri, L. (2016). *El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?* Revista Hipertextos, 5 (4), 47-109. Disponible en: <http://revistahipertextos.org/rol-netflix-ecosistema-medios-telecomunicaciones-fin-la-television-del-cine/>
- Thompson, R. (2001). *Manual de montaje; Gramática del montaje cinematográfico. Montaje 1*. Plot Ediciones.
- Torino, M (2019, 24 de agosto). *Parques nacionales: ¿podríamos ser una potencia verde?* La Nación. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/parques-nacionales-podriamos-ser-una-potencia-verde-nid2280391>
- Urresti, M. (2011). *Las cuatro pantallas y las generaciones juveniles*. Citado en: Artopoulos, A. (Ed.). (2011). *La sociedad de las cuatro pantallas: una mirada latinoamericana*. España: Ariel-Fundación Telefónica.

Valenzuela, H. y Valenzuela, P. (Productores). (2020). *Resto del mundo*. [Programa de TV]. Argentina: 3 de Febrero Visión.

Vega, D. M. y Vega, G. L. (2016). *La evolución de Netflix en la Argentina. Nuevas estrategias para la distribución de contenidos audiovisuales en entornos convergentes*. Actas de Periodismo y Comunicación, 2 (1). Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70568>

Zunzunegui, S. (2010). *Pensar la imagen (7ª ed.)*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Bibliografía

- Altamirano, V.; Tuñez, M. (2014a). *Contenidos digitales para la promoción y la difusión turística en Iberoamérica*. Contenidos innovadores en la universidad actual. España: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. In press, Citado en: Altamirano, V. y Tuñez López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Altamirano, V.; Tuñez, M. (2014b). *Promoción y Difusión Turística en Iberoamérica. Análisis de contenidos y herramientas utilizadas en portales web y redes sociales*. In: VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Tenerife, España. Citado en: Altamirano, V. y Tuñez López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Altamirano, V. y Tuñez López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76.90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Alterini, H. A. (2015-2016) *El Estado Argentino frente a los desafíos planteados por las nuevas plataformas audiovisuales*. Buenos Aires: UBA. Disponible en: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1065_AlteriniHA.pdf
- Anderson, K (Productor). (2014). *Cowspiracy: The Sustainability Secret*. [Serie de Netflix]. Estados Unidos: A.U.M. Films y First Spark Media
- Apra, G. (2008). *Cine y políticas en Argentina: continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Arendt, F. y Matthes, J. (2014). *Nature Documentaries, Connectedness to Nature, and Pro-environmental Behavior*. Environmental Communication A Journal of Nature and Culture. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/277966962>
- Arias, J.C. (2010) *Las nuevas fronteras del cine documental: La producción de lo real en la época de la imagen omnipresente*. Aisthesis, 28. [Revista en línea]. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-71812010000200004
- Artopoulos, A. (Ed.). (2011). *La sociedad de las cuatro pantallas: una mirada latinoamericana*. España: Ariel-Fundación Telefónica.
- Aufderheide, P. (2007). *Documentary Film: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Battle, N. (2014). *Producción de largometraje*. Buenos Aires: Ediciones del CIC.
- Baudry, A. (1999). *Montaje y dramaturgia en el cine documental*. Signo y pensamiento, 18 (35). [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2845856>

- Beeton, S. (2006). *Understanding Film-induced Tourism*. *Tourism Analysis*, 11 (3), 181-188. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/233489857>
- Berenice Gutiérrez, N. (2016). *Almacenamiento y distribución de producciones audiovisuales argentinas en Internet: los casos de Contenidos Digitales Abiertos y Cinema Argentino*. *Fusion Journal*, 14. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3114>
- Bigongiari, D. (2012). *Guía YPF Litoral*. Argentina: YPF S.A.
- Bigongiari, D. (2012). *Guía YPF Patagonia (2da ed.)*. Argentina: YPF S.A.
- Bigongiari, D. (2012). *Guía YPF Noroeste*. Argentina: YPF S.A.
- Bigongiari, D. (2012). *Guía YPF Cuyo y Córdoba*. Argentina: YPF S.A.
- Binns, D. (2018). *The Netflix documentary house style: Streaming TV and slow media*. *Fusion Journal*, 14, 60-71. [Revista en línea]. Disponible en: <https://fusion-journal.com/the-netflix-documentary-house-style-streaming-tv-and-slow-media/>
- Booking.com (2019a, 17 de abril) *Turismo Sustentable: 72% de la comunidad global considera que "es necesario actuar ahora y elegir opciones de viaje sustentables para resguardar la Tierra para las futuras generaciones"*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://news.booking.com/turismo-sustentable-72-de-la-comunidad-global-considera-que-es-necesario-actuar-ahora-y-elegir-opciones-de-viaje-sustentables-para-resguardar-la-tierra-para-las-futuras-generaciones/>
- Booking.com (2019b, 10 de octubre) *Booking.com revela las principales tendencias de viaje para 2020*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://news.booking.com/bookingcom-revela-las-principales-tendencias-de-viaje-para-2020/>
- Bordwell, D. y Thompson, K. (1999). *El arte cinematográfico: Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Cáceres, C.E. y Cáceres, M.A.(2012). *El cine ha muerto. ¡Larga vida al cine! El Plan de Fomento del INCAA ante el desarrollo de la tecnología HD*. *Toma Uno*, 1. [Revista en línea]. Disponible en: <https://revistas.psi.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/8579>
- Campo, J. (2012) *Cine documental argentino: entre el arte, la cultura y la política*, Imago Mundi, Madrid.
- Carrière, J. C. (1991). *Práctica del guión cinematográfico*. Barcelona: Paidós. Citado en: Comparato, D. (1993). *De la creación al guión*. España: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- Carrier, E. (2015). *Por ahora, complemento*. *Comentarios*. Disponible en: <https://comentarios.info/index.php/2015/08/14/por-ahora-complemento/>. Citado en: Siri, L. (2016). *El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?* *Revista Hipertextos*, 5 (4), 47-109. Disponible en: <http://revistahipertextos.org/rol-netflix-ecosistema-medios-telecomunicaciones-fin-la-television-del-cine/>

- Celaya, J. (2009). *La empresa en la Web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000. Citado en: Altamirano, V. y Tuñéz López, M (2016). *Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales*. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST), 1 (1), 76-90. Disponible en: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122/149>
- Coddington, W. (1993). *Environmental marketing: positive strategies for reaching the green consumer*. Nueva York: MacGraww-Hill. Citado en: Dias, R. (2008). *Marketing ecológico y turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo 17 (2), 140-155. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713896004.pdf>
- Coellyn, J.P. (1993). *Le regard documentaire*. Paris: Editions du centre Pompidou. Citado en: Vallejo, A. (2008). *Protagonistas de lo real: la construcción de personajes en el cine documental*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Comparato, D. (1993). *De la creación al guión*. España: Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- Comparato, D. *El guion: arte y técnica de escribir para cine y TV*. Colombia: SOFAR Editores.
- Dias, R. (2003). *Turismo sustentável e meio ambiente*. San Pablo: Atlas. Citado en: Dias, R. (2008). *Marketing ecológico y turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo 17 (2), 140-155. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713896004.pdf>
- Dias, R. (2008). *Marketing ecológico y turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo 17 (2), 140-155. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713896004.pdf>
- Dufuur, L. (2010). *Tendencias actuales del cine-documental*. Frame; revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación, 6. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3142370>
- Febrer, N. (2010). *El cine documental se inventa a sí mismo*. Área abierta, 26. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671145>
- Fothergill, A. (Productor). (2019). *Our Planet*. [Serie de Netflix]. Reino Unido: Silverback Films.
- Fothergill, A. (Productor). (2019). *Our Planet Behind The Scenes*. [Documental de Netflix]. Reino Unido: Silverback Films.
- Fuertes, M. y Mastrini, G. (Editores) (2014) *Industria cinematográfica latinoamericana*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Gamero, C. y Salomón, P. (1993). *Antes que en el cine entre la letra y la imagen: el lugar del guión*. Buenos Aires: La Marca.
- Gomez-Uribe, C.A: y Hunt, N. (2015). *The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation*. ACM Transactions on Management Information Systems, 6 (4). [Revista en línea]. Disponible en: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2843948>
- Grant, B. K. (Ed.) y Sloniowski, J. (Ed.). (2013). *Documenting the Documentary: Close Readings of Documentary Film and Video*. Detroit: Wayne State University Press.

- Grierson, J. (s.f.) *Postulados del documental*. Disponible en: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/decarli/archivos/Te2tex.html>
- Gubern (1969). *Historia del cine*. Barcelona: Editorial Anagrama. Citado en: Heredia Ruiz, V. (2016). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*.
- Heredia Ruiz, V. (2017). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Revista Chasqui, 135, 275-295. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776>
- Holbert, I., Kwak, N. y Shah, D. (2003). *Environmental concern, patterns of television viewing, and pro-environmental behaviors: Integrating models of media consumption and effects*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 47, 177-196. Disponible en: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15506878jobem4702_2. Citado en: Arendt, F. y Matthes, J. (2014). *Nature Documentaries, Connectedness to Nature, and Pro-environmental Behavior*. Environmental Communication A Journal of Nature and Culture. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/277966962>
- Horak, J. C. (2006). *Wildlife documentaries: from classical forms to reality TV*. Film History, 18, 459-475. Disponible en: <https://muse.jhu.edu/article/209758>
- Infobae (2019, 5 de junio). *Turismo sustentable: 5 destinos eco-friendly para turistas comprometidos con el medio ambiente*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.infobae.com/turismo/2019/06/05/turismo-sustentable-5-destinos-eco-friendly-para-turistas-comprometidos-con-el-medioambiente/>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (2018). *Anuario de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2017*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Disponible en: http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2018/10/Anuario_2017.pdf. Citado en: Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. Austral Comunicación, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (2019). *Anuario INCAA de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina 2018*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Disponible en: <http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/06/Anuario-INCAA-2018-DIGITAL.pdf>
- Jack Harries [Nombre de usuario]. (2019). *Our Planet – Behind The Scenes* [YouTube]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=RvHJ9F01FrI&t=368s>
- Jones, J.P.G., Thomas-Walters, L., Rust, N. A. y Verissimmo, D. (2019). *Nature documentaries and saving nature; reflections on the new Netflix series Our Planet*. People and Nature, 1. [Revista en línea]. Disponible en: <https://besjournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/pan3.10052>
- Knell, G. en Stone, G. W. (2019, 9 de septiembre). *For travelers, sustainability is the Word-but there are many definitions of it*. National Geographic. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/what-sustainable-tourism-means/>

- Koblin, J. (2019). *Netflix's Top 10 Original Movies and TV Shows, According to Netflix*. The New York Times. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.nytimes.com/2019/10/17/business/media/netflix-top-ten-movies-tv-shows.html>
- Lamont, S. (2003). *An 8-step process for creating compelling enhanced television*. Microsoft Corporation. Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.140.9138&rep=rep1&type=pdf>
- Lauricella, V. (2017). *Análisis para dimensionar el alcance del subsidio a la producción de documentales digitales otorgado por el INCAA (2010 – 2014)*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas. Disponible en: http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1112_LauricellaV.pdf
- Lloret Romero, N. y Canet, F. (2008). *Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual*. *Hipertext*, 6 (1). [Revista en línea]. Disponible en: http://ddd.uab.cat/pub/artpub/2011/88755/hipertext_a2003n1a9/lenguaje-audiovisual.html#expression
- López Villanueva, J. (2011). *La reconfiguración de la cadena de valor*. Citado en Vega, D. M. y Vega, G. L. (2016). *La evolución de Netflix en la Argentina. Nuevas estrategias para la distribución de contenidos audiovisuales en entornos convergentes*. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2 (1). Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70568>
- Mármol, H. (2020, 19 de febrero). *4.5 millones de usuarios: Argentina está entre los 10 países con más suscriptores de Netflix*. Clarín. [Artículo en línea]. Disponible en: https://www.clarin.com/tecnologia/argentina-10-paises-suscriptores-netflix-mundo_0_gqaLXSjU.html
- Messuti, P. (2017). *Nuevas líneas de fomento para el cine y el audiovisual argentino: audiencias, digitalización, contenidos y nuevas plataformas*. *Questión: Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1 (55), 312-330. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/66070>
- Messuti, P. (2018). *Políticas y diversidad audiovisual en la Argentina*. *Revista Científica de REDCOM*, 7, 129-144. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/73264/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. *Austral Comunicación*, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Moguillansky, M. (2016). *El Nuevo cine de espectáculo como estrategia comercial. Un análisis de las tendencias del consumo de cine en salas*. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 39 (3). [Revista en línea]. Disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1809-8442016000300167&script=sci_arttext

- Mónaco, A. M. (2013). *EL ABC de la producción audiovisual*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS
- Musaluppi, H. (2012), *El cine y lo que queda de mí*, Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | Coastal Seas | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=r9PeYPHdpNo&t=1s>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | Forests | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=JkaxUblCGz0>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | Fresh Watres | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=R2DU85qLfJQ&t=1s>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | From Deserts to Grasslands | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=XmtXC_n6X6Q
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | Frozen Worlds | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=cTQ3Ko9ZKg8&t=1s>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | High Seas | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9FqwhW0B3tY&t=1s>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | Jungles | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=um2Q9aUecy0&t=1s>
- Netflix [Nombre de usuario]. (2020). *Our Planet | One Planet | FULL EPISODE | Netflix [YouTube]*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=GfO-3Oir-qM&t=2s>
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Madrid: Paidós.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary* (2nd Ed). Bloomington: Indiana University Press.
- Nuestro Planeta. Awards.* (2019). [Sitio web]. Disponible en: <https://www.imdb.com/title/tt9253866/awards>
- Onaindia, J. y Macedo, F. (2013). *La industria audiovisual*. Palermo Business Review, 88, 183-217. Disponible en: http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRespecial_05onaindiaWEB.pdf. Citado en: Messuti, P. (2019). *De las salas a los píxeles: las políticas de apoyo a la industria cinematográfica en la Argentina (2016 – 2018)*. Austral Comunicación, 8 (1), 99-130. [Revista en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7018336>
- Paz, S. *El turismo en la mira pública. Reflexiones acerca del papel actual del estado y su política económica en el sector argentino*. Asociación de Administradores Gubernamentales. Disponible en: <https://www.asociacionag.org.ar/documentos/page/122/>

- Perrin, J. (Productor). (2009). *Océans*. [Serie de Netflix]. Francia: Disneynature.
- Phoneix, J. (Productor) (2017). *What the Health*. [Serie de Netflix]. Estados Unidos: A.U.M. Films
- Rabiger, M. (1989). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*. Focal Pr.
- Rabiger, M. (2005). *Dirección de documentales (3ª ed.)*. Madrid: Ente Oficial de Radio y Televisión.
- Región Centro. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/centro>
- Región Centro Este. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/centro-este>
- Región Noreste. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/nea>
- Región Noroeste. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/noa>
- Región Patagonia. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/regionpatagonia>
- Región Patagonia Austral. [Sitio web]. Disponible en:
<https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/patagonia-austral>
- Sánchez-Biosca, V. (1996). *El montaje cinematográfico: Teoría y análisis*. Barcelona: Paidós.
- Sánchez Ruiz, E. (2003). *Hollywood y su hegemonía planetaria: Una aproximación histórico-cultural*. Revista Universidad de Guadalajara. Citado en: Heredia Ruiz, V. (2017). *Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual*. Revista Chasqui, 135, 275-295. Disponible en:
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2776>
- Singh, A. (1 de abril de 2019). *Netflix series Our Planet 'will reach one billion people in a way the BBC cannot match'*. The Telegraph. [Artículo en línea]. Disponible en:
<https://www.telegraph.co.uk/news/2019/04/01/netflix-series-planet-will-reach-one-billion-people-way-bbc/>
- Siri, L. (2016). *El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?* Revista Hipertextos, 5 (4), 47-109. Disponible en:
<http://revistahipertextos.org/rol-netflix-ecosistema-medios-telecomunicaciones-fin-la-television-del-cine/>
- Snickars, P (Ed.) y Vonderau, p. (Ed.) (2009). *The YouTube Reader*.
- Thompson, R. (2001). *Manual de montaje; Gramática del montaje cinematográfico. Montaje 1*. Plot Ediciones.
- Torino, M (2019, 24 de agosto). *Parques nacionales: ¿podríamos ser una potencia verde?* La Nación. [Artículo en línea]. Disponible en:

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/parques-nacionales-podriamos-ser-una-potencia-verde-nid2280391>

- Urresti, M. (2011). *Las cuatro pantallas y las generaciones juveniles*. Citado en: Artopoulos, A. (Ed.). (2011). *La sociedad de las cuatro pantallas: una mirada latinoamericana*. España: Ariel-Fundación Telefónica.
- Valenzuela, H. y Valenzuela, P. (Productores). (2020). *Resto del mundo*. [Programa de TV]. Argentina: 3 de Febrero Visión.
- Vallejo, A. (2008). *Protagonistas de lo real: la construcción de personajes en el cine documental*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Vega, D. M. y Vega, G. L. (2016). *La evolución de Netflix en la Argentina. Nuevas estrategias para la distribución de contenidos audiovisuales en entornos convergentes*. Actas de Periodismo y Comunicación, 2 (1). Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/70568>
- World Tourism Organization. *Sustainable Development*. [Artículo en línea]. Disponible en: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Yaguareté. (2019). [Artículo en línea]. Disponible en: http://www.proyectoibera.org/especiesamenazadas_yaguarete.htm
- Zunzunegui, S. (2010). *Pensar la imagen (7ª ed.)*. Madrid: Ediciones Cátedra.