ANEXO 1: ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Ficha para la producción de contenidos

Nombre del proyecto	**RUTA COLOMBIA***
Número de capítulos	5 Capítulos
Duración de cada capítulo	50 minutos
Audiencia objetivo	Joven (18 – 24 años) y Adulto joven (25-39 años)
Género de narración	Docureality
Formato de producción	No Ficción
Formato técnico de realización	FULL HD (1920 x 1080)

***Nombre de referencia y/o en construcción.**

1. DESARROLLO DEL PROYECTO:

A. IDEA CENTRAL DEL PROYECTO.

Ruta Colombia (nombre temporal) es un proyecto transmedia que tiene como eje una serie docureality de 40 capítulos (cinco por cada canal regional) cuyo objetivo es integrar las regiones de Colombia por medio del turismo sostenible. Gracias a la unión de los ocho canales regionales que conforman la televisión pública, haremos posible el proyecto audiovisual más grande sobre turismo sostenible que se haya producido en la televisión pública colombiana.

Cuarenta colombianos viajarán a una región de Colombia, distinta de su lugar de origen, y a través de su mirada descubriremos el mismo número de destinos turísticos sostenibles, uno por cada capítulo. Los ciudadanos que participen en esta serie serán seleccionados a través de una convocatoria pública que invite a inscribirse en una plataforma en la que sea posible compartir las motivaciones para emprender este viaje. Cada canal escogerá cinco participantes, quienes serán los embajadores de su región en otro territorio del país. De la mano de los embajadores y del anfitrión en cada destino, veremos las maravillas patrimoniales, gastronómicas, biológicas y culturales que se ocultan en cada rincón de Colombia. Después de ver cada capítulo, sabremos que además de un viaje físico, el personaje habrá hecho un viaje interior que le dará herramientas para conocerse a sí mismo y a su cultura a través de otro colombiano y otro territorio. Al final de la serie, confirmaremos que, pese a las diferencias de acentos, colores y ritmos, son más las razones que nos unen como seres humanos y como colombianos.

Los destinos que visitaremos en cada capítulo formarán parte de la zona de influencia de cada canal regional y tendrán la particularidad de que representan iniciativas de turismo sostenible, es decir, destinos que se preocupan por la preservación y conservación en los entornos naturales y culturales para la permanencia de estos en el tiempo. Actualmente, Colombia tiene varios municipios de sello

sostenible con múltiples iniciativas individuales (hoteles, parques, guías, etc,) enmarcadas en estas características.
De ninguna manera esta serie será solamente sobre las múltiples culturas y destinos turísticos que existen en Colombia. Por el contrario, en cada capítulo buscamos proponer espacios de diálogo e interculturalidad, es decir, encuentros con la diferencia, con los saberes del otro, con el colombiano con quien compartimos patria, pero del que solemos sentirnos distantes. Sabemos que al final de este encuentro descubriremos lo que nos hace únicos, pero también lo que compartimos y nos subyace a todos. Esta serie será un escenario de representación social para acércanos entre regiones y tejer historias de fraternidad y unión.

B. PROPUESTA NARRATIVA:

1. STORY LINE

Ruta Colombia, concebido como un gran proyecto transmedia, tiene como eje central una serie docureality de 40 capítulos, que cuenta las historias de viaje de diversos ciudadanos colombianos, quienes serán los encargados de descubrir los destinos turísticos sostenibles más relevantes de las distintas regiones de Colombia. Cada capítulo será una oportunidad para conocer los paisajes más deslumbrantes de nuestra geografía, pero también para el encuentro entre dos personas, dos culturas y dos visiones de mundo, que en muchos casos pueden ser dispares y aparentemente contradictorias, pero que en el fondo tienen mucho en común y transmiten la idea de que las razones que nos unen como colombianos son más fuertes que nuestras diferencias. La serie será un mosaico de paisajes (mares, ríos, lagunas, montañas, valles, etc.), pero también de rostros (mujeres, jóvenes, afros, indígenas, mestizos, campesinos, comunidades LGBTIQ+, etc). Así es como, por medio de Ruta Colombia, viviremos un viaje a lo largo y ancho del territorio físico colombiano, pero también a través del territorio humano, social y vivencial de nuestros protagonistas, con sus deseos, motivaciones y transformaciones.

2. SINOPSIS GENERAL

Ruta Colombia es una serie docureality que inicia en el mundo digital y en particular en las redes sociales. Por medio de una estrategia de lanzamiento y expectativa, durante los meses de julio y agosto de 2022, los colombianos y las colombianas de todas las regiones del país serán convocados para inscribirse a participar por uno de los cuarenta cupos que dará la televisión pública regional para viajar a un destino de turismo sostenible en Colombia. Lo único que deben hacer es entrar a una página, diligenciar un formato web y enviar un *videoselfie* en el que cuentan las motivaciones, los objetivos y las búsquedas que se esconden detrás de su deseo de emprender este viaje. Una vez cerradas las inscripciones, cada uno de los canales regionales deberá seleccionar a cinco de los participantes como embajadores de su región.

Cada embajador viajará a un destino dentro de Colombia, diferente a su lugar de domicilio, y ubicado en la zona de cobertura de un canal regional distinto del que lo eligió. En dicho destino encontrará a un anfitrión local que le enseñará durante dos días las prácticas alrededor del turismo sostenible por medio de misiones, a manera de *reality*. Durante su vivencia, el embajador aprenderá de la riqueza natural, cultural y social del lugar de destino, pero también tendrá la oportunidad de compartir con el anfitrión y su círculo cercano algunas de las prácticas culturales propias de su lugar de origen. A lo largo del capítulo acompañaremos la búsqueda personal del protagonista y al mismo tiempo disfrutaremos la experiencia de turismo sostenible brindada por el anfitrión. Al final regresamos a casa con nuestro o nuestra protagonista con la alegría de haber compartido la experiencia del viaje y con la sensación de que algo dentro de cada uno ha cambiado para siempre.

La serie será de 40 capítulos de 50 minutos cada uno. Cada canal regional realizará cinco capítulos. Al final buscamos consolidar una serie que reúne paisajes geográficos y humanos, rutas excepcionales, prácticas culturales diversas, experiencias trascendentales, pero sobre todo seres humanos que se cruzan y son tocados por la identidad y la fuerza del otro. Esta serie busca aportar un gesto de fraternidad y amistad en la construcción social y consolidación de la cultura de paz en Colombia.

Acerca del género de narración, es importante mencionar que Ruta Colombia es un docureality que se desarrolla en los siguientes porcentajes: 45% documental y 55% reality. Desde el aspecto documental la serie plantea un acercamiento a historias basadas en hechos reales de los personajes, sus motivaciones y búsquedas. Además, el proyecto está soportado sobre una amplia investigación del concepto de las prácticas biosostenibles y tiene por objetivo ampliar y divulgar las iniciativas locales sobre el fenómeno de turismo en relación con la biodiversidad y los mercados locales justos. Por su parte, el porcentaje reality responde a la estructura planteada para la consecución de personajes, es decir, un casting abierto y público. Los retos y misiones propuestos en cada capítulo por los anfitriones deben ser solucionados con estrategias constructivas y colaborativas. Los espacios tipo confesionario en cada capítulo serán una ventana al mundo interior y a la reflexión de cada personaje. Por último, el enfoque de este contenido estará dirigido a fomentar la fraternidad y la unión entre regiones y colombianos.

3. INVESTIGACIÓN: TEMA, AUTOR Y LA RESEÑA ELABORADA POR EL DIRECTOR

El turismo es sin duda una de las alternativas económicas más lucrativas y permanentes, constituye el 10,4% del PIB mundial. Además, si tenemos en cuenta que actualmente estamos frente a una generación que busca acumular experiencias por encima de bienes sabemos de la importancia de generar reflexiones y conciencia sobre el fenómeno del turismo. Pero el turismo tradicional suele dejar huellas negativas en el territorio y las poblaciones por lo que desde hace algunas décadas viene consolidándose con fuerza el concepto de turismo sostenible. Constaza Barrera en su texto *Turismo sostenible: importancia en el cuidado del medio ambiente* afirma que “la actual forma de hacer turismo, o más bien conocida como turismo sostenible trata de minimizar el daño sobre el medio ambiente y maximizar a su vez los beneficios económicos. En general el turismo sostenible se lleva a cabo en áreas naturales, generalmente inexploradas; que extiende los impactos positivos mediante un enfoque especial hacia la conservación de los beneficios naturales del destino turístico haciendo hincapié en el cuidado de la flora, fauna, del agua y suelos, del uso de energía y la contaminación”.

El gobierno de Colombia en el año 2020 emitió la ley 2068 de turismo sostenible, esta ley lo que busca es que los municipios se certifiquen como sostenibles, así mismo esta normativa promueve que las empresas privadas que aportan con sus servicios a la activación del turismo de los distintos municipios de Colombia, hagan sus certificaciones como empresas verdes o sostenibles. Esta normativa da la estructura para que el turismo en Colombia tenga un nuevo concepto y lo que busca es crear metodologías y estrategias que apliquen la preservación y el cuidado de todos los ecosistemas que hacen parte de los territorios.

Actualmente Colombia tiene un promedio de 32 municipios certificados, de los 1122 municipios que tiene en su totalidad. Esta información reposa en la base de datos abiertos publicada en la página web del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Con el proyecto audiovisual Ruta Colombia, buscamos visibilizar las buenas prácticas que se hacen en busca de la preservación y sostenibilidad del país con el turismo, la cultura y el desarrollo económico a través de la

gastronomía, turismo ambiental de visibilización de flora y fauna, así como producción de cultivos sostenibles .Este tipo de iniciativas y certificaciones se convierten en definitiva en una ventana que permite consolidar al país como un destino atractivo y exclusivo para el turismo internacional, frente a las demás ofertas que puedan tener en esta materia otros países del planeta. Otro de los conceptos que soporta esta investigación es que Colombia aporta con este tipo de estrategias al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles planteados en el año 2015, el cual establece una visión transformadora hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental de los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo orienta desde sus políticas sectoriales el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, propende por la exaltación de las singularidades y la participación activa de las comunidades de destino en un marco de prosperidad y bienestar para todos los colombianos, tanto en su condición de anfitriones como de turistas. El turismo sostenible se convierte en una herramienta muy potente de conservación y gestión, en la medida en que facilita el intercambio respetuoso entre visitantes y residentes; la valoración y manejo responsable de los recursos naturales y del patrimonio cultural; la promoción de la responsabilidad social en los empresarios vinculados al turismo; la generación de condiciones justas y equitativas entre los actores involucrados; la potenciación de capacidades en las poblaciones locales y el fortalecimiento de capital social en los diversos destinos turísticos. La sostenibilidad no es una opción, es un imperativo para todas las formas de turismo y para aquellos territorios con vocación que quieran apostarle a un manejo responsable y de largo plazo de la actividad, de tal manera que dejemos un legado mayor del que recibimos de nuestros antecesores a las generaciones futuras.

El gran desafío para organizaciones, consumidores y comunidades; es apostarle a un cambio de mentalidades, de comportamientos que conduzcan a una multiplicación de beneficios económicos, sociales y naturales. Es decir, una revolución del pensamiento que además de ir relacionada con la innovación y la capacidad adaptativa, se encuentre marcada por un alto grado de responsabilidad y compromiso con las generaciones actuales y futuras.

Actualmente Colombia tiene varios municipios con el sello de sostenibilidad.

A través de las pantallas de los ocho (8) canales públicos regionales, mostraremos la belleza de los escenarios naturales, la historia, la transformación social y cultural en cada una de sus regiones, identificando el concepto que entreteje la ruta turística sostenible desde un ejercicio social y empresarial colaborativo.

Este proyecto busca integrar la historia, la cultura y el turismo, visibilizando aquellas estrategias y metodologías de emprendedores y ciudadanos que están impactando en la preservación y conservación de los lugares que componen las rutas turísticas del país las cuales incluyen al sector turístico, hotelero, gastronómico, de paisaje cultural entre otros.

Algunos de los conceptos centrales que se desarrollarán a lo largo de la serie son:

- ✔ Cultura de paz y reconciliación: visualizando estos territorios generamos un impacto económico, cultural y social, a través del desarrollo turístico, el cual debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad destino. De esta forma, los beneficios se optimizarán y los residentes prestarán su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos promueven el sector hotelero gastronómico así mismo se puede beneficiar una gran parte de la población en cada una de las regiones.

- ✔ Sostenibilidad: Visibilizar aquellas estrategias y metodologías de emprendedores y ciudadanos que están impactando en la preservación y conservación de los

lugares que componen las rutas turísticas del país las cuales incluyen al sector turístico, hotelero, gastronómico, de paisaje cultural entre otros.

✔ Territorio: Concebir la magia de los ancestros y la historia que albergan todos los municipios que están aplicando la preservación en sus escenarios turísticos y que son vivencias únicas que solo puede ofrecer Colombia.

B. FOTOGRAFÍA Y TRATAMIENTO VISUAL:

Ruta Colombia será un docureality en el que se mezclarán diferentes recursos estéticos y cinematográficos. Proponemos el uso de la cámara en mano para seguir muy de cerca los protagonistas para generar momentos tensionantes o dramáticos. También será importante dicho recurso a la hora de plasmar secuencias más íntimas y emocionales. No obstante, dada la naturaleza del proyecto es importante tener secuencias contemplativas de los paisajes, territorios y seres humanos. Imágenes del territorio, sus gentes, sus costumbres, la flora y la fauna. Así mismo, planos de establecimiento, y un gran aprovechamiento de las horas mágicas y la luz natural. Por su parte, la paleta de fotografía a registrar estará centrada en el color, la diversidad cultural, gastronómica y arquitectónica de todas las regiones del país, quiénes serán las encargadas de proporcionar los escenarios ideales para la puesta en escena y fotografía de esta producción que lo busca es visibilizar el color de todas estas riquezas del país.

Es fundamental para el proyecto la correcta grabación del sonido directo y a la mezcla final de cada capítulo. El sonido de la serie jugará un papel crucial para transportar a los televidentes a los diferentes destinos turísticos. Para retratar de mejor manera la inmensidad y belleza de los lugares es indispensable el uso de drone y de un estabilizador acorde a la cámara que se usará para la serie.

Desde el aspecto de tratamiento narrativo, si bien Ruta Colombia un proyecto docureality, protagonizado por personajes reales, se busca que la serie no pierda un abordaje dramatúrgico, es decir, que se entiendan las motivaciones de los protagonistas para entrar al programa de Guardaparques voluntarios, sus objetivos, sus conflictos, y la manera en la cual la experiencia de su voluntariado los afecta a nivel personal y, quizá, les genera nuevas preguntas. Aunque se habla de un *docureality*, los elementos de *reality* como formato no aluden de ninguna manera a competencias, concursos o premios. Las técnicas de ese formato se relacionan en tanto aproximación a los personajes, en la que acceder lo más de cerca posible a su experiencia en campo y a sus testimonios, en ciertos momentos puede ser más valioso que mantener formalismos estéticos. Se propone que todos los capítulos tengan una duración de 50 minutos con dos cortes a comerciales. Por tal motivo, es importante tener las suficientes actividades para mantener la atención del espectador. Generar clímax, cliffhangers, momentos donde se pueda apreciar las atmósferas con planos preciosistas y complementar con resoluciones sentimentales que generen emociones al espectador.

LUGAR DE EJECUCIÓN: El lugar de ejecución será Bogotá y Cundinamarca.
PLAZO DE EJECUCIÓN: Hasta el 10 de noviembre de 2022 contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.

FORMA DE PAGO:

1. **Un primer pago equivalente al 20% del Valor total ofertado IVA incluido** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

   A. Cronograma de pre producción, producción, donde se evidencien las entregas escalonadas de material para postproducción.
   B. Carpeta de Preproducción previamente aprobada en junta de preproducción con el equipo de contenidos de Canal Capital.

C. Planes de Rodaje por capítulo.

2. **Un segundo pago equivalente al 40% del Valor total ofertado IVA incluido** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

A. Material en bruto de audio y video, de los capítulos 1 y 2 con sus respectivos *scripts* en un documento en excel. El material debe venir en un disco duro por capítulo.
B. Material en bruto de los videos 360º de los sitios turísticos de los capítulos 1 y 2.
C. Wildtracks de los sitios turísticos de los capítulos 1 y 2.
D. Galería Fotográfica alojada en disco duro. Carpeta Fotografías:
- Un paquete de diez (10) fotografías por cada capítulo de locaciones exteriores del destino turístico en alta resolución.
- Un paquete de quince (15) fotografías por capítulo de los personajes, en alta resolución, (mínimo cinco (5) del protagonista interactuando con el anfitrión).
- Ocho (8) fotografías por capítulo, en alta resolución, del recorrido que debe hacerse para llegar al destino turístico de cada capítulo.
E. Tres (3) videos (material en bruto) por capítulo. Este material debe ser protagonizado por el embajador de cada capítulo. Debe dar cuenta de momentos especiales de la experiencia. Estos videos deben ser entregados en relación de aspecto 16:9 y 2:3 (horizontal y vertical).
F. Un listado de cinco puntos de georeferenciación de los lugares de grabación extraídos de la plataforma Google Maps.
G. Material bruto de un (1) video de hasta un (5) minutos en formato vertical con el perfil del embajador del capítulo. (capítulos 1 y 2).
H. Autorizaciones de uso de obra u imagen. Del equipo realizador y los personajes de los capítulos 1 y 2. Organizado en una carpeta del disco duro.
I. Permisos PUFA (si aplica).

3. **Un tercer pago equivalente al 40% del Valor total ofertado IVA incluido** y demás retenciones a que haya lugar, previa presentación de los siguientes entregables debidamente aprobados por el supervisor asignado:

A. Material en bruto de audio y video, de los capítulos 3, 4 y 5 con sus respectivos *scripts* en un documento en excel. El material debe venir en un disco duro por capítulo.
B. Material en bruto de los videos 360º de los sitios turísticos de los capítulos 3, 4 y 5.
C. Wildtracks de los sitios turísticos de los capítulos 3, 4 y 5.
D. Galería Fotográfica alojada en disco duro. Carpeta Fotografías:
- Un paquete de diez (10) fotografías por cada capítulo de locaciones exteriores del destino turístico en alta resolución.
- Un paquete de quince (15) fotografías por capítulo de los personajes, en alta resolución, (mínimo cinco (5) del protagonista interactuando con el anfitrión).
- Ocho (8) fotografías por capítulo, en alta resolución, del recorrido que debe hacerse para llegar al destino turístico de cada capítulo.
E. Tres (3) videos (material en bruto) por capítulo. Este material debe ser protagonizado por el embajador de cada capítulo. Debe dar cuenta de momentos

especiales de la experiencia. Estos videos deben ser entregados en relación de aspecto 16:9 y 2:3 (horizontal y vertical).

F. Un listado de cinco puntos de georeferenciación de los lugares de grabación extraídos de la plataforma Google Maps.
G. Material bruto de un (1) video de hasta un (5) minutos en formato vertical con el perfil del embajador del capítulo. (capítulos 1 y 2).
H. Autorizaciones de uso de obra u imagen. Del equipo realizador y los personajes de los capítulos 1 y 2. Organizado en una carpeta del disco duro.
I. Permisos PUFA (si aplica).