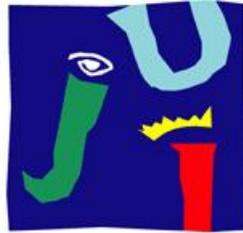


TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS

(Pre-Producción de un documental)



**UNIVERSITAT
JAUME·I**

Grado en Comunicación Audiovisual
TRABAJO FIN DE GRADO

Ruth María Herrera González

79062847-W

Tutor: Francisco Javier Gómez Tarín

Mayo, 2015

RESUMEN

Turismo sostenible en Canarias es una serie documental de 7 episodios. Se ha realizado para sensibilizar a la sociedad de la importancia de la naturaleza y de los beneficios que aporta llevar a cabo un turismo respetuoso con el medio ambiente. La finalidad reside en dar a conocer estas prácticas a los espectadores, criticar los casos de abuso en el entorno, y concienciar a la sociedad de los efectos nocivos de estos, todo ello, para que cambien la mentalidad y decidan hacer uso del término ecoturismo.

El primer episodio será realizado en Tenerife y es un adelanto de este, a modo de documentación previa a su rodaje, el que se presenta como Trabajo Final de Grado.

PALABRAS CLAVE: Turismo sostenible, Ecoturismo, Medio ambiente, Desarrollo sostenible, Turismo responsable.

ABSTRACT

Sustainable tourism in Canarias is a documentary series of 7 episodes. It has been realized to sensitize to the society of the importance of the nature and of the benefits that reaches to carry out a respectful tourism with the environment. The purpose resides in announcing these practices to the spectators, criticizing the cases of abuse in the environment, and to arouse to the company of the harmful effects of these, all this, in order that they change the mentality and decide to use the term ecotourism.

The first episode will be carry out in Tenerife and is an advance of this one, Like documentation before his filming, which present as TFG.

KEY WORDS: Sustainable tourism, ecotourism, environment, sustainable development, responsible tourism.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
a) Justificación y oportunidad del proyecto	9
b) Objetivos del Trabajo Final de Grado	10
c) Estructura del Trabajo Final de Grado	10
1. INTRODUCTION	12
a) Topic justification and interest	12
b) Objectives of the TFG	12
c) Structure of the TFG	13
2. MARCO TEÓRICO	14
a) El concepto "Turismo sostenible"	14
a. El desarrollo sostenible	14
b. Definición de turismo sostenible por la OMT	15
c. Diferencias entre el turismo sostenible y el turismo convencional o de masas	16
b) Los impactos ambientales del turismo	17
c) Instrumentos para empresas turísticas	19
d) Instrumentos para destinos turísticos y turistas	23
e) Retos del turismo sostenible	27
f) El turismo sostenible en el marco legal del sistema jurídico español	29
g) El turismo sostenible en Canarias, marco legal	31
h) El Turismo Sostenible de Canarias en los medios audiovisuales	31
2. THEORETICAL FRAMEWORK	39
a) The concept "Sustainable Tourism"	39
a. Sustainable development	39
b. Definition of sustainable tourism by the UNWTO	40
c. Differences between sustainable tourism and conventional tourism or mass	41
b) The environmental impacts of tourism	42
c) Tools for tourism businesses	44
d) Tools for tourist destinations and tourists	48

e) Challenges of sustainable tourism.....	52
f) Sustainable tourism in the legal framework of the Spanish legal system.....	54
g) Sustainable tourism in Canarias, legal framework.....	55
h) Sustainable Tourism of the Canary Islands in the media.....	56
3. ARGUMENTACIÓN DE LAS DECISIONES DISCURSIVAS.....	63
4. PERSPECTIVAS DEL TRABAJO AUDIOVISUAL.....	67
5. ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN.....	68
a) Primeros pasos.....	68
b) Preproducción.....	68
c) El rodaje.....	69
d) Postproducción.....	70
6. GUIÓN LITERARIO.....	71
7. GUIÓN TÉCNICO.....	76
8. DESGLOSE DE GUIÓN.....	81
a) Personajes.....	81
b) Localizaciones.....	82
c) Vestuario.....	92
d) Material Técnico.....	92
9. PLAN DE RODAJE.....	93
10. MEMORIA DE PRODUCCIÓN.....	101
11. PLAN DE EXPLOTACIÓN DEL PRODUCTO.....	103
a) Análisis del mercado al que va dirigido el producto.....	103
b) Plan de comunicación y Marketing.....	106
12. GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTORIA. REGISTRO.....	108
13. CONCLUSIONES.....	111
14. CONCLUSIONS.....	112
14. BIBLIOGRAFÍA.....	113
15. ANEXOS.....	115
a) Documento de cesión de derechos de imagen.....	115
b) Hoja de Script.....	116
c) Presupuesto.....	117

d) Timing.....	126
a. Preproducción.....	126
b. Producción.....	127
c. Post-producción.....	127
d. Distribución/Exhibición.....	127
e) Curriculum Vitae.....	128
f) Documentos de cesión de derechos de imagen firmados.....	131
g) Hojas de script rellenas.....	135

INDEX

1. INTRODUCTION	9
a) Topic justification and interest.....	9
b) Objectives of the TFG.....	10
c) Structure of the TFG.....	10
1. INTRODUCTION (english)	12
a) Topic justification and interest.....	12
b) Objectives of the TFG.....	12
c) Structure of the TFG.....	13
2. THEORETICAL FRAMEWORK	14
a) The concept "Sustainable Tourism"	14
a. Sustainable development.....	14
b. Definition of sustainable tourism by the UNWTO.....	15
c. Differences between sustainable tourism and conventional tourism or mass.....	16
b) The environmental impacts of tourism.....	17
c) Tools for tourism businesses.....	19
d) Tools for tourist destinations and tourists.....	23
e) Challenges of sustainable tourism.....	27
f) Sustainable tourism in the legal framework of the Spanish legal system.....	29
g) Sustainable tourism in Canarias, legal framework.....	31
h) Sustainable Tourism of the Canary Islands in the media.....	31
2. THEORETICAL FRAMEWORK (english)	39
a) The concept "Sustainable Tourism".....	39
a. Sustainable development.....	39
b. Definition of sustainable tourism by the UNWTO.....	40
c. Differences between sustainable tourism and conventional tourism or mass.....	41
b) The environmental impacts of tourism.....	42
c) Tools for tourism businesses.....	44
d) Tools for tourist destinations and tourists.....	48

e) Challenges of sustainable tourism.....	52
f) Sustainable tourism in the legal framework of the Spanish legal system.....	54
g) Sustainable tourism in Canarias, legal framework.....	55
h) Sustainable Tourism of the Canary Islands in the media.....	56
3. ARGUMENT OF DECISIONS.....	63
4. PERSPECTIVE OF AUDIOVISUAL PRODUCTION.....	67
5. STRUCTURE OF THE PRODUCTION.....	68
a) The very firsts steps.....	68
b) Pre-production.....	68
c) Shooting.....	69
d) Post-production.....	70
6. LITERARY SCREENPLAY.....	71
7. TECHNICAL SCREENPLAY.....	76
8. BREAKDOWN OF GUIDE NOTES.....	81
a) Characters.....	81
b) Places.....	82
c) Costumes.....	92
d) Technic material.....	92
9. SHOOTING PLAN.....	93
10.MEMORY OF PRODUCTION.....	101
11.PLAN FOR THE EXPORTATION OF THE PRODUCT.....	103
a) Analysis of the target market.....	103
b) Communication plan and marketing.....	106
12.MANAGING COPYRIGHT.....	108
13.CONCLUSIONS.....	111
13.CONCLUSIONS (english).....	112
14. BIBLIOGRAPHY.....	113
15. ANNEXES.....	115
a) Waive of photograpic rights.....	115
b) The script.....	116
c) Budget.....	117
d) Timing.....	126

a. Pre-production.....	126
b. Production.....	127
c. Post-production.....	127
d. Distribution / exhibition.....	127
d) Currícula Vitae.....	128
e) Waiver of photography rigths signed.....	131
f) The stuffed script.....	135

1. INTRODUCCIÓN

a) Justificación y oportunidad del proyecto

El hecho de realizar el proyecto sobre el tema indicado se basa en la creciente preocupación que existe en las islas Canarias por el medio ambiente. Es obvio que en esta región se dispone de un espacio limitado, por ello se está intentando cambiar la mentalidad, porque es necesario cuidar el poco espacio que tiene.

El Archipiélago Canario es un lugar clave a escala global en cuanto a la biodiversidad que alberga. El carácter insular, las peculiaridades de la orografía, la variabilidad del clima, etc. crean unas condiciones óptimas para la diversificación genética. No podemos permitir que un legado tan valioso conservado a lo largo de tantas generaciones se pueda perder, privando a los futuros habitantes de una parte primordial a la que tienen derecho.

Sobre todo en un sector tan potente como es el turismo y que daña tanto al medio ambiente, no sólo por los hoteles donde se hospedan los turistas o los coches que utilizan sino también las actividades turísticas que realizan en estas tierras. Y esto no es un problema de los que llegan para disfrutar de unos días de relax, son los propios canarios los que deben ofertar actividades sostenibles.

Todo parece indicar, que en estos momentos se está invirtiendo mucho en este sector y hay empresas y ayuntamientos dispuestos a traer a las islas un turista totalmente sostenible. Por esto es necesario comenzar a divulgar los conceptos de sostenibilidad, de ecoturismo, de turismo sostenible y hacer que el propio pueblo canario se conciencie.

Anterior a este documental se pueden encontrar numerosos materiales audiovisuales que tratan el turismo en Canarias, pero, como se analizará más adelante, sólo los reportajes actuales nombran por encima el medio ambiente y la necesidad de cuidarlo.

d) Objetivos del Trabajo Final de Grado

Los objetivos de *Turismo Sostenible en Canarias* son varios. En primer lugar y el más importante sería el de informar y dar a conocer este tipo de turismo en las islas.

Es completamente necesario este punto ya que la mayoría de la gente no sabe de qué se trata, e incluso he tenido que explicar de qué iba mi documental en muchas ocasiones durante el proceso.

Lo más triste es que sí que hay actividades sostenibles y una oferta relativamente amplia pero debido a la desinformación se opta por un turismo más convencional.

Otro objetivo sería el concienciar a los turistas y a los residentes de que la mejor opción de turismo es la que respeta el medio ambiente. Por una parte, hablando de los turistas es una tarea más sencilla, debido a que en el resto de Europa tiene una mentalidad más verde y protectora del entorno. Muchas veces son ellos mismos los que vienen a Tenerife con un plan de viaje sostenible buscado de antemano.

Por otro lado, la tarea más ardua es concienciar a los residentes y sobre todo a las empresas u organismos públicos. Esto se debe a que Canarias siempre ha sido un destino turístico y tiene muy buenos ingresos económicos. Es por esto que el cambio se hace más difícil, ya que cambiar a algo que podría suponer menos dinero o más gastos sólo por proteger el medio ambiente les puedes parecer chocante.

c) Estructura del Trabajo Final de Grado

Este documental tiene una estructura típica en la que un narrador nos acompaña durante todo el recorrido por la isla.

Se puede dividir en bloques dependiendo de la zona geográfica en que se encuentre. Tiene una pequeña presentación en un sitio de referencia para cualquier espectador, que le sitúe directamente en Tenerife, con relación al Teide.

El primer bloque se sitúa en la zona centro, dónde encontramos la capital, Santa Cruz de Tenerife, allí buscamos nuestro modo de desplazamiento. Después viajamos hasta la zona sur, siendo aquella que atrae más turistas al año. Y terminamos con la zona norte, que también tiene bastante atractivo, pero digamos que las personas que lo visitan son totalmente opuestas a las que visitan la zona sur.

1. INTRODUCTION

a) Topic justification and interest

The fact of carrying out the project about the named topic is based on the growing concern for the environment in the Canary Islands. It is obvious that in this region the space is limited, that is why they are trying to change the mentality, because it is needed to take care of the small space they have.

The Canary Islands are in a global key position in terms of diversity that it contains. The insular character, the peculiarities of the topography, climate variability, etc. create optimum conditions for genetic diversification. We cannot allow the lost of such a valuable legacy preserved over many generations, depriving the future inhabitants of a primary part to which they have the right.

Especially in a sector as powerful as tourism that damages the environment, not only hotels where tourists stay or cars that are used but also tourist activities carried out in these lands. And this is not a problem for people coming to enjoy a few days of relaxation, the canaries themselves are the ones who must offer sustainable activities.

It seems that right now this sector is being heavily invested and there are companies and city halls willing to bring an entirely sustainable tourist to the islands. Therefore it is necessary to begin to disseminate the concepts of sustainability, ecotourism, sustainable tourism and raise the awareness of Canarian village.

Previous to this documentary many audiovisual materials dealing tourism in the Canaries can be found, but as will be analyzed later, current reports only gloss over the environment and the needed of caring about it.

b) Objectives of the TFG

There are several objectives of the Sustainable Tourism in the Canaries. First and most important would be to inform and raise awareness of this type of tourism in the islands.

This point is absolutely necessary since most people do not know what it is, it happened to me that on many occasions I had to explain what was my documentary about during the process.

The saddest thing is that if there are sustainable activities and an relatively wide offer but due to misinformation a more conventional tourism is chosen.

Another objective would be to raise awareness among tourists and residents that the best option for tourism is having concern of the environment. On one hand, talking about tourists is a simpler task, because in the rest of Europe they have a greener environment and protective mentality. Often it is them who come to Tenerife with a beforehand searched plan for sustainable travel.

On the other hand, the hardest task is to educate residents and especially companies or public bodies. This is because the Canaries have always been a tourist destination and has very good incomes. That is why the change is more difficult, since changing to something that could mean less money or more wasting only for protecting the environment can seem shocking for them.

c) Structure of the TFG

This film has a typical structure in which a narrator accompanies us throughout the tour of the island.

It can be divided into blocks depending on the geographical area. It has a small introduction in a reference point for any viewer, which will situate him or her directly in Tenerife, we are talking about the Teide.

The first block is located in the downtown area, where we find the capital, Santa Cruz de Tenerife, there we look for our way of displacement. Then we travel to the south, being the area that attracts more tourists every year. And we end with the north area, which is also quite attractive, but people who visit it are totally opposed to the ones visiting the south part of the island.

2. MARCO TEÓRICO

a) El concepto "Turismo sostenible"

La propia naturaleza del turismo nos requiere acotar el objeto de estudio, ya que es un sector muy complejo que conlleva múltiples interacciones como por ejemplo: el entorno social, el legal, el político, el económico y el medioambiental.

Una definición adecuada que encontramos del concepto turismo es de Pérez Fernández, que afirma que es *"un fenómeno en el que junto al importante enfoque económico y técnico, hay que tener presente los aspectos sociales - sus raíces psicológicas, su trascendencia política, sus consecuencias sociológico - culturales, etc.) y por tanto, su dimensión jurídica"*.¹

En esta definición se deja atrás el concepto sobre el que nos vamos a adentrar en este proyecto, siendo aquel que relaciona la sostenibilidad y el medio ambiente.

a. **El desarrollo sostenible:** No podemos empezar a explicar el turismo sostenible sin los cimientos que lo impulsaron. Comenzaremos con el concepto de desarrollo sostenible que se define como *"El desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"*.² No es hasta 1992 cuando se consolida institucionalmente en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro.

La Comisión Mundial afirma que un desarrollo sostenible requiere un crecimiento económico en el caso de que no estén cubiertas las necesidades básicas de las personas. Además demanda la promoción de valores que fomenten unos consumos que sean ecológicamente posibles a largo plazo y a los que toda la población mundial pueda aspirar razonablemente. Y sobre todo, exige que las dimensiones de la

¹ Pérez Fernández, J.M., Derecho Público del Turismo, Thomson Aranzadi, Navarra, 2004, pgs. 24 y 25.

² World Commission on Environment and Development (WCED): Our Common Future, Oxford University Press, Oxford, 1987.

economía se encuentren dentro del rango de las capacidades de sustentación del ecosistema global.

Existen tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica; social y cultural; y ambiental:

- 1) La sostenibilidad económica que debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes del destino o región turística y que los recursos sean gestionados localmente de manera que se conserven para las generaciones futuras.
- 2) La sostenibilidad social y cultural que debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de la comunidad.
- 3) La sostenibilidad ambiental que debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y de los recursos.

b. **Definición de turismo sostenible por la Organización Mundial del Turismo (OMT):** Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente y tomando como referencia las definiciones de desarrollo sostenible, la OMT acuña el turismo sostenible de la siguiente manera: *"El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida"*³

³ Organización Mundial del Turismo (OMT): <http://www.world-tourism.org>

c. Diferencias entre el turismo sostenible y el turismo convencional o de masas:

En *Turismo Sostenible*, Fullana y Ayuso, pág. 41, nos presenta el siguiente cuadro comparativo entre los dos tipos de turismo diferenciando las categorías de "estrategias de desarrollo", "ofertas turísticas" y "demanda turística".

	Turismo sostenible	Turismo de masas
Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeña escala • Estacionalidad poco marcada • Poca alteración del paisaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran escala • Estacionalidad • Alteración del paisaje
Oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> • Inversores y operadores locales • Oferta especializada • Empresas pequeñas y medianas • Empleados con formación ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversores y operadores extranjeros • Oferta homogénea y estandarizada • Empresas grandes • Empleados sin formación
Demanda turística	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas activos • Grupos reducidos o viajeros individuales • Programa personalizado • Interés en el entorno y la cultura local • Contacto con el entorno natural y la población local 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas pasivos • Grupos grandes • Programa organizado • Falta de interés en el entorno y cultura local • Contacto con el entorno artificial

Tabla 1.0 diferencias del turismo sostenible con el turismo de masas.

b) Los impactos ambientales del turismo

El aumento del turismo mundial ha hecho que se busquen alternativas con destinos más novedosos, muchas veces con un ecosistema frágil. Como el hecho de que un entorno bien conservado tiene más valor para la actividad turística y, por tanto, para las actividades económicas, por lo que se crean los parques naturales. En España hay quince parques naturales, de los cuales cuatro se localizan en el archipiélago canario. Otras medidas para prevalecer el turismo son la restauración y preservación de los edificios y lugares históricos, así como el embellecimiento de las áreas.

Pero todas estas medidas no impiden que el turismo tenga impacto en el medio ambiente, sobre todo en el acuático, terrestre, biótico, atmosférico y antrópico. Por ejemplo las zonas con mayor turismo tienen un crecimiento en las congestiones de tráfico que afecta a la calidad del entorno residencial y natural. También encontramos impactos en las zonas de ocio y deporte como las montañas donde los turistas realizan actividades con todoterrenos o motocicletas, lo cual no solo afecta a la tranquilidad y a la flora y fauna sino que también ocasiona erosión.

Además otro de los grandes problemas del desarrollo turístico se halla dentro de los tipos urbanísticos y arquitectónicos, ya que se yuxtaponen edificios con estilos diferentes, lo que conlleva a un tremendo impacto visual y al deterioro de la imagen de los destinos.

A continuación se observan los principales impactos ambientales del turismo en una tabla extraída del libro *Turismo Sostenible*, Fullana y Ayuso, pág. 26.

Tipo de impacto	Consecuencias potenciales
Contaminación	<ul style="list-style-type: none">• Problemas originados por el tratamiento de las basuras• Contaminación de las aguas• Contaminación del aire (vehículos, calefacción e iluminación)• Contaminación acústica

Erosión	<ul style="list-style-type: none"> • Compactación de suelos causando escorrentía y erosión • Aumento del riesgo de desprendimiento y aludes • Daños a estructuras geológicas • Daños a edificios por pisadas o tráfico
Flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción de hábitats naturales • Cambios en la diversidad de especies • Cambios en las migraciones • Eliminación de los animales (caza o comercio de souvenirs) • Daños en la vegetación • Cambios en la cobertura vegetal por despejamientos para edificios turísticos • Creación de reservas naturales o restauración de hábitats
Consumo de recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Agotamiento de suministros de aguas subterráneas y superficiales • Agotamiento de combustibles fósiles para generar energía • Agotamiento de recursos minerales • Proliferación de incendios • Proliferación de desertización
Urbanismo y arquitectura	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo urbano no integrado en el paisaje • Arquitectura diferente al estilo tradicional • Restauración y preservación de edificios y lugares históricos
Impacto visual	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración del paisaje natural y urbano • Basuras • Vertidos, floración de algas • Embellecimiento

Tabla 2.0 Principales impactos ambientales del turismo.

c) Instrumentos para empresas turísticas

La gama de instrumentos para guiar a las empresas hacia el turismo sostenible que podemos hallar es amplia y variada. Tal y como se constituye en el programa de acción de la Cumbre de Río en 1992, la Agenda 21, en la cual se establece el desarrollo, la adopción e implantación de iniciativas voluntarias por parte de la industria como prioridad principal para alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible.

En la búsqueda de mostrar su responsabilidad ante los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural, el sector turístico ha adoptado diferentes instrumentos voluntarios como: códigos de conductas, guías de buenas prácticas o ecoetiquetas, entre otros.

a. Códigos de conductas: Representan una medida para aumentar la conciencia sobre los impactos negativos originados por la actividad empresarial. Se trata de guías o recomendaciones que la misma industria establece como líneas de actuación deseables para afrontar los problemas ocasionados. Estos compromisos voluntarios suelen ser preferidos por las empresas como alternativa a la regulación medioambiental, y a menudo son propuestos precisamente para anticiparse a la imposición legal en un determinado aspecto. Suelen ser documentos breves donde la mayoría de temas comunes son:

- 1) Compromiso global con el medio ambiente: Los códigos incluyen la responsabilidad de que el desarrollo del turismo debe ser sostenible y tomar en consideración todos los aspectos del entorno natural y humano.
- 2) Reconocimiento de la responsabilidad global: Los códigos señalan que el sector privado debería aceptar la responsabilidad sobre el impacto ambiental del desarrollo turístico y debería emprender acciones correctoras en los casos en los que fuera necesario.
- 3) Consideración del medio ambiente en la planificación y desarrollo del sector: Debido a que el turismo debería evolucionar como

actividad sostenida, la planificación y el desarrollo industrial deben ser integrados en las políticas territoriales.

- 4) Prácticas de gestión ambiental: Los códigos describen prácticas de gestión ambiental concretas para aumentar los impactos positivos de la actividad empresarial sobre el medio ambiente y reducir aquellos que resulten negativos.
- 5) Cooperación con otros sectores: Enfatizan la importancia de una colaboración y comunicación efectiva entre los sectores públicos y privados, así como la necesidad de intercambiar información y experiencias entre los diferentes sectores que componen la industria turística.
- 6) Conciencia pública: Aumentar la conciencia pública sobre la importancia de un turismo ambiental y culturalmente responsable es uno de los aspectos más citados en los códigos.

b. Guías de buenas prácticas: Se trata de instrumentos para mejorar la gestión ambiental de una compañía o establecimiento a través de la aplicación de una serie de medidas de reconocido éxito. La gran ventaja de estas guías es su bajo coste económico, ya que existen numerosas actuaciones que, sin coste alguno o con pequeñas inversiones, alcanzan un efecto considerable sobre la calidad ambiental y el balance económico de la empresa. Existen un gran número de guías y manuales de buenas prácticas tanto para instituciones públicas como privadas. Las áreas de acción comunes son:

- 1) Ahorro de energía: Minimización del consumo energético buscando una maximización de la eficiencia de las fuentes de energía utilizadas, y llevando a cabo la promoción del uso de fuentes de energía renovables.
- 2) Ahorro de agua: Promoción de todas las medidas posibles para ahorrar agua, junto con la implantación de sistemas de reutilización de agua, y la inducción de cambios de comportamiento de los turistas.

- 3) Gestión de residuos: Prevención de la generación de residuos desde el origen y reducción de la cantidad de residuos al mínimo necesario llevado a cabo por la reutilización de productos, y el reciclaje de productos y de materiales.
- 4) Sustancias peligrosas: Ausencia absoluta del vertido de aceites, grasas y sustancias tóxicas por los desagües, con la búsqueda de la eliminación o reducción de equipos y consumibles con halones o CFC (clorofluorocarbonos); se realizarán analíticas de aguas residuales y emisiones de calderas, y la restricción al mínimo de sustancias tóxicas y peligrosas.
- 5) Compras: Selección de productos y servicios que sean menos perjudiciales para el medio ambiente, en particular los alimentos y los productos de limpieza; además de los equipos de mantenimiento, los cosméticos y los productos de higiene personal. Por último cabe añadir el material de oficina.

Las principales limitaciones que se hallan en los manuales es aquella que refiere a la pérdida de información causa de la falta de actualización, además del hecho de que generalmente no ofrecen ayuda más allá de soluciones simples y aisladas. Las principales cadenas hoteleras del país, en la actualidad, llevan a cabo buenas prácticas ambientales y muchas han desarrollado manuales corporativos.

- c. Ecoetiquetas: el ecoetiquetado es un instrumento voluntario que poco a poco va ganando interés en la industria del turismo. Estos sistemas persiguen la finalidad de otorgar un distintivo a los productos o servicios que, en comparación con otros que cumplen la misma función, son menos perjudiciales para el medio ambiente. De este modo sus beneficios son aquellos que implican ayudar a empresarios a identificar puntos críticos, agilizar la implantación de soluciones ecoeficientes basadas en medidas de ahorro y tecnologías limpias, y poder garantizar una fuente de información pública sobre el comportamiento ambiental de las empresas. Según el programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, los principales objetivos de las ecoetiquetas en el sector turístico se resumen en los cuatro puntos siguientes:

- 1) Aumentan la conciencia ambiental de las partes interesadas en el turismo: la industria, las autoridades locales y los consumidores.
- 2) Pueden servir para implicar a las numerosas pequeñas y medianas empresas del sector en actividades ambientales.
- 3) Permiten mejorar el comportamiento ambiental del sector turístico respecto a determinados objetivos.
- 4) Suministran información ambiental para consumidores, y de esta manera les ayudan a tomar decisiones basándose en dicha información.

La mayoría de las ecoetiquetas fueron desarrolladas en los años noventa como etiquetas de ámbito local o regional, promocionadas en gran parte por asociaciones empresariales. En los últimos años, se han creado cada vez más esquemas nacionales e internacionales. A continuación podemos observar un resumen extraído de *Estandartes de Calidad Medioambiental en los establecimiento hoteleros. Un análisis preliminar comparativo*, Gresa; González y Jiménez, donde se lleva a cabo una comparación.

Variable Certificada	Estándar de la Calidad Medioambiental	Criterios	Entidad Certificadora	Periodo de renovación	Ámbito de aplicación	Normativa Reguladora
Sistemas de Gestión Medioambiental	Norma ISO 14001  	<ul style="list-style-type: none"> • Política Medioambiental • Planificación (aspectos medioambientales y legales, objetivos, metas y programas) • Implantación y funcionamiento • Comprobación y acción correctora • Revisión por la Dirección 	Entidades Acreditadas por Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)	3 años	Internacional	UNE-EN-ISO 14001: 2004
	Reglamento EMAS 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis Medioambiental de sus actividades • Sistema de Gestión Medioambiental • Auditorías Medioambientales • Declaración Medioambiental 	Entidades Acreditadas por ENAC o designadas por las CCAA o Estados Miembros de la Unión Europea	3 años	Unión Europea	Reglamento 761/2001 de 19 de Marzo
Otros aspectos del Comportamiento Medioambiental	Establecimiento Eco-comprobado 	<ul style="list-style-type: none"> • Política y Organización Medioambiental • Seguridad • Gestión de los recursos energéticos e hidráulicos • Gestión de los residuos • Comunicación externa • Gestión Clientes-Proveedores • Transportes • Formación y motivación del personal • Instalaciones exteriores e integración en el Entorno 	TÜV Rheinland Ibérica S.A.	2 años	Internacional	Documento elaborado por el Órgano Promotor
	Green Globe 21 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación atmosférica y acústica • Consumo energético y de agua • Conservación del Ecosistema • Aspecto sociales y culturales • Gestión de residuos 	Auditoría de un organismo independiente y acreditado por Green Globe 21	1 año	Internacional	Estandar Green Globe basado en los Principios de la Agenda 21
	Green Key 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización medioambiental • Información y educación ambiental a los empleados y clientes • Gestión de residuos • Energía y agua • Gestión de Departamentos Operacionales (cocina, limpieza, mantenimiento, etc.) • Parques y parking • Actividades Naturales 	Operador Green Key Nacional	1 año	Internacional	Disposición Internacional de la Organización Green Key
	Etiqueta Ecológica de la Unión Europea 	<ul style="list-style-type: none"> A. Criterios Obligatorios <ul style="list-style-type: none"> • Economía de Energía • Economía del Agua • Gestión • Reducción de Residuos • Información a los Clientes B. Otros Criterios Opcionales 	Administración Pública Autonómica	3 años	Unión Europea	Decisión de la Comisión 2003/278/CE de 14 de Abril

1.0 Cuadro de las ecoetiquetas hoteleras en España

Variable Certificada	Estándar de la Calidad Medioambiental	Criterios	Entidad Certificadora	Periodo de renovación	Ámbito de aplicación	Normativa Reguladora
Otros aspectos del Comportamiento Medioambiental	Biosphere hotels 	<ul style="list-style-type: none"> Política de Turismo Responsable Conservación y mejora Patrimonio cultural, natural y paisajístico Medioambiente Desarrollo Económico y Social del Destino Satisfacción del cliente e implicación del visitante en el STR. 	Instituto de Turismo Responsable (ITR)	1 año	Nacional	Sistema de Turismo Responsable (STR)
	Doñana 21 	<p>A. Generales</p> <ul style="list-style-type: none"> Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad conforme a ISO 9001:2000 y un SGM conforme a la ISO 14001:2004 Características medioambientales de los productos y/o servicios Mejora Continua Legislación (ambiental, sectorial, laboral, etc.) Elaboración y publicación de la Memoria de Sostenibilidad <p>B. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Certificaciones de la Calidad Turística (ICTE⁴ y norma UNE 182.001) Marca Parque Natural de Andalucía Seguimiento y medición de la satisfacción del cliente 	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	3 años	Comarca Doñana (Andalucía)	Reglamento de la Etiqueta Doñana 21
	Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de residuos Ahorro de agua Piscina Eficiencia y ahorro energético Compras Integración paisajística Ruido Información y Educación Ambiental 	Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya (Consejo de Calidad Ambiental)	3 años	Cataluña	Decreto 296/1998 de 17 de Noviembre de Departamento de Medioambiente y Vivienda Resolución del mismo/901/2004 de 19 de Marzo (criterios ambientales en Hoteles)
	Distintivo Eco-Turístico de Alcúdia 	<p>A. Obligatorio</p> <ul style="list-style-type: none"> Formación Medioambiental Gestión de residuos Uso de materiales reciclados y productos ecológicos Ahorro de energía y agua Eliminación de ruidos Zonas ajardinadas Respeto medioambiental <p>B. Otros requisitos opcionales</p> <ul style="list-style-type: none"> Información a los clientes y empleados Culturales, lingüísticos, gastronómicos, etc. Conservación de infraestructuras 	Comisión Ecoturística del Ayuntamiento de Alcúdia	1 año	Alcúdia (Mallorca)	Reglamento del Ayuntamiento de Alcúdia 1994

2.0 Cuadro de las ecoetiquetas hoteleras en España

d. Instrumentos para destinos turísticos y turistas

a. Instrumentos voluntarios para destinos turísticos:

1) Códigos de conducta: Al igual que los códigos de conducta adoptados por las empresa turísticas estos pueden ser una herramienta útil para dar orientación a la población residente en los siguientes aspectos⁴:

- Destacar la función de la población local en el desarrollo turístico.
- Salvaguardar las culturas y las tradiciones locales.
- Educar a la población local sobre la importancia de mantener un equilibrio entre la preservación y el desarrollo económico.
- Proveer productos y experiencias turísticas de calidad.

Según el estudio realizado por el Centro de Industrias y Medio Ambiente del Programa de Naciones Unidas para el Medio

⁴ United Nations Environment Programme Industry and Environment (UNEP IE): Environmental Codecs of Conduct for Tourism, UNEP, Technical Report nº29, Paris, 1995.

Ambiente, los códigos se centran generalmente en cuatro temas: El primero de ellos son las normas y prácticas sociales de la comunidad local; el siguiente tema son las normas y prácticas culturales de la comunidad local; a continuación el desarrollo económico del destino turístico; y por último la protección y preservación del medio ambiente.

2) Guías de buenas prácticas: Al igual que para la gestión ambiental empresarial, existen guías de buenas prácticas dirigidas a la mejora de la gestión ambiental municipal. Por gestión ambiental en un municipio, se entiende el conocimiento y control de los efectos o repercusiones ambientales que dependen directamente del ayuntamiento o sobre lo que pueda tener influencia. El objetivo de las guías o manuales es ofrecer un conjunto de buenas prácticas o alternativas de gestión de demostrada eficacia para mejorar la gestión ambiental de los servicios municipales. En particular, las buenas prácticas ambientales en la gestión municipal tiene como finalidad:⁵

- Manifiestar el cumplimiento de los requisitos legales de carácter ambiental aplicables al ayuntamiento.
- Asegurar el conocimiento de la problemática ambiental del municipio, su control y mejora continua.
- La difusión de la situación ambiental municipal y las actuaciones desarrolladas por el ayuntamiento para su mejora.
- La sensibilización y concienciación vecinal de los visitantes.

La información proporcionada en estos manuales suele estructurarse por bloques o áreas temáticas. Principalmente se distinguen las siguientes áreas de gestión municipal:

⁵ Ministerio de Economía y Hacienda / Federación Española de Municipios y Provincias: Guía de gestión medio ambiental para municipios turísticos "Proyecto Municipio Verde", Ministerio de Economía y Hacienda, Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y Pyme, Dirección General de Turismo, Madrid, 1998.

- Aspectos organizativos.
- Gestión de control de actividades.
- Gestión energética.
- Gestión de consumos y vertidos de aguas residuales.
- Gestión de residuos.
- Control de la contaminación atmosférica y ruidos.
- Gestión del tránsito.
- Conservación del entorno natural (paisaje y biodiversidad).
- Sensibilización, comunicación y participación ciudadana.

b. Iniciativas para turistas:

1) La percepción de los turistas: A la hora de elegir el destino turístico, el consumidor puede comparar entre el impacto ambiental de localidades vacacionales, los paquetes de vacaciones ofrecidos, el tipo de turismo que se practica y los servicios de turismo individuales.

Teóricamente, los turistas pueden elegir sus vacaciones en criterios ambientales e incluso pagar más por ellos; en la práctica, están influenciados por una serie de motivaciones, entre las cuales el medio ambiente solo es un pequeño componente.

2) Códigos de conducta: Las primeras iniciativas de códigos de conductas para turistas nacieron en el ámbito del ecoturismo, ya que el uso de áreas naturales frágiles y el contacto con culturas autóctonas particulares requería establecer unas pautas de comportamiento respetuosas. El objetivo principal para desarrollarlos es animar a los turistas a que tengan un papel activo en la protección del medio ambiente, y en el respeto a la población local del destino turístico. Además, del hecho de que representan para los turistas unas herramientas muy útiles para:

- Proporcionar a los operadores turísticos y las agencias de viaje información adicional de carácter ambiental que pueda ser comunicada a los turistas.

- Destacar frente a los operadores turísticos y las agencias de viaje los aspectos que se podrían tener en cuenta para desarrollar paquetes de viajes más verdes.
- Preparar programas de formación para guías turísticos.

A continuación se explican brevemente los diferentes tipos de códigos.

- I. Guías generales de comportamiento: Se dirigen tanto a la planificación de los viajes como a cuestiones que surgen durante la propia estancia en el destino turístico. Los consejos respecto a la planificación del viaje incluyen: Aprender el máximo sobre el destino turístico; la importancia de contratar operadores turísticos locales y comprometidos con el medio ambiente; la posibilidad de planificar las vacaciones y visitas durante la temporada baja, y la oportunidad de visitar destinos menos conocidos.
- II. Códigos para actividades turísticas especiales: Son aquellos que pretenden educar al turista desde la premisa básica "*Disfruta pero no destruyas*". Habitualmente, son desarrollados por la autoridad que gestiona la localidad donde tiene lugar la actividad turística especial. Así, existen códigos de conducta para las actividades de esquí, deportes acuáticos, submarinismo, montañismo, observación de ballenas, tortugas, aves, etcétera. Algunos temas contenidos en la mayoría de los códigos son: evitar alterar la fauna y dañar ecosistemas, el hecho de depositar la basura correctamente, respetar las prácticas de la comunidad local y el deber de cumplir la legislación local.
- III. Códigos para destinos específicos: Combinan recomendaciones orientadas a la localidad en cuestión con consejos de carácter más general, como por ejemplo proteger el entorno natural y cultural, o el hecho de usar la energía de forma eficiente y pagar precios justos por productos y servicios adquiridos. El éxito de los códigos

depende en gran medida de la difusión que se hace de ellos: en el mejor de los casos llegan a los viajeros antes de que estos salgan de sus hogares, y al mismo tiempo son recordados con frecuencia.

- 3) Campañas de sensibilización: La función que asumen es la de conseguir que los turistas acepten una conducta más responsable que implica un esfuerzo de información y sensibilización. En este sentido, las campañas de sensibilización por parte de la administración o de ONG ecologistas representan una buena herramienta para transmitir a los turistas los valores y las actitudes necesarias para colaborar en la protección del medio ambiente y en el desarrollo sostenible. Con respecto al diseño de la campaña de sensibilización es importante considerar la percepción de la realidad ambiental y social de los turistas, para así vincular la problemática específica local a la global de tal modo que para que las acciones de un programa o de una campaña sean efectivas deben tener continuidad temporal y hacer uso de los recursos, los materiales y los canales de comunicación diversos alcanzando el máximo público posible.⁶

e) Retos del turismo sostenible

La realidad en estos momentos nos enseña que son muchas las mejoras introducidas en el componente económico de la sostenibilidad, en las que el turismo es uno de los principales motores de los mercados actuales. El panorama actual nos ofrece una sostenibilidad muy descompensada, con pocas esperanzas de disponer de experiencias rigurosas que integren de manera armónica sus tres dimensiones. Es por aquí donde se halla el reto más importante del turismo sostenible.

Los otros dos desafíos son aquellos en los que es importante la adaptación del turismo y la puesta en práctica de la necesidad básica de

⁶ EcoMediterránea: Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local, BRAU Edicions Girona 1998

establecer una cooperación fructífera, entre los distintos agentes públicos y privados que van a compartir el cambio hacia la sostenibilidad.

a) Sistemas de información para turistas: Es evidente el incremento de la necesidad de información sobre destinos sostenibles, para ello una de las herramientas más utilizadas es la consulta por Internet en ordenador, *Tablet* o *Smartphone*. A continuación podemos ver algunas de las principales webs sobre turismo sostenible:

- *The Ecotravel Center* (ecotour.org): Se trata de un servicio de la organización sin ánimo de lucro, *Conservation International*, que proporciona contactos con operadores turísticos locales que organizan viajes respetuosos con la naturaleza en Latinoamérica, África y Sudeste asiático.
- *The International Ecotourism Society* (ecotourism.org): Incluye un apartado dedicado específicamente a los viajeros, donde ofrece información educativa sobre los impactos causados por el turismo y el poder de decisión del turista. También dispone de un buscador de operadores turísticos, *lodges* y servicios turísticos de las empresas miembro de esta organización promotora del ecoturismo.
- *Responsibletravel.com*: Es una iniciativa privada que ofrece un directorio de viajes y alojamiento, con proyectos de turismo responsable. Todas las ofertas anunciadas deben cumplir unos criterios ambientales, sociales y económicos mínimos, además de proporcionar una política correspondiente. La web facilita de modo público las opiniones de los turistas sobre la implantación de estas políticas en los productos turísticos utilizados

En la actualidad algunos servicios no ofrecen una garantía de que las empresas recomendadas cumplan las condiciones de sostenibilidad. Esto es debido al hecho de que a la mayoría simplemente se les exige rellenar un cuestionario, sin comprobar que la información que suministran sea veraz. Entonces, ¿cómo se garantiza que el paquete turístico que compramos como sostenible realmente lo es? Para ello debemos hacer uso de las herramientas, como las ecoetiquetas o los

sistemas de gestión que hemos explicado en los "instrumentos para turistas".

- b) Cooperación entre agentes públicos y privados: El impacto de la industria del turismo es ocasionado por múltiples agentes tanto públicos como privados y, por tanto, es difícil ser controlado por cada uno de ellos de manera aislada. Los siguientes pasos consisten en transformar un sector tan difuso y fragmentado como es el turístico, para así conseguir la colaboración entre empresas turísticas, agencias gubernamentales, agencias de viajes, operadores turísticos, ONG ecologistas, etcétera.

El desarrollo de un turismo sostenible requiere la creación de consorcios entre los sectores públicos y privados, que persigan objetivos o políticas que vayan más allá de las cuestiones básicas del turismo y consideren las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la sostenibilidad.

La importancia de una colaboración por parte de los empresarios turísticos resulta necesaria para promover una conciencia ambiental o sostenible en el propio sector; el apoyo de las instituciones públicas es imprescindible para poder coordinar determinadas actuaciones de manera efectiva.

El creciente interés en la cooperación entre agentes públicos y privados, y la participación de la comunidad local en el desarrollo y la gestión turística reflejan las tendencias que se observan en el contexto político más amplio.⁷

f) El turismo sostenible en el marco legal del sistema jurídico español

En épocas de "boom" turístico (años 60 y 70), se dictaron normas centradas principalmente en la clasificación de establecimientos turísticos y condiciones de seguridad e higiene con el fin de conseguir un mínimo de calidad para poder, no sólo mantener, sino también fomentar esta gran fuente

⁷ Jamal T.B., Getz D.: "Community roundtables for tourism-related conflicts: the dialectics of consensus and process structures", Journal of Sustainable Tourism 1999; 7 (3&4): 290-313.

de ingresos que suponía el turismo. Sin embargo, quizá por falta de medios suficientes de sanción y de vigilancia, era habitual el incumplimiento.

Esto, junto con la carencia de una ley que fijara, con carácter general, los objetivos a perseguir por todos y cada uno de los agentes turísticos, al mismo tiempo que organizar el turismo en un determinado marco territorial, medioambiental, urbanístico o cultural, constituyó un gran obstáculo para el desarrollo turístico sostenible.

La situación descrita sufre un drástico cambio con la aprobación de la Constitución de 1978, planteándose la necesidad de una renovación de la normativa turística. En la cual se dedica un artículo en exclusiva al medio ambiente, estableciendo en la primera parte de su Art. 45 que, "Todos tienen derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la personalidad, así como el deber de conservarlo".

Se puede apreciar claramente la imprecisión y oscuridad que da lugar a serias dificultades, no sólo para precisar el alcance de las responsabilidades de los poderes públicos sino también para entender si el medio ambiente al que se refiere es exclusivamente de carácter natural o incluye también el entorno cultural y social.

Es en el siguiente párrafo de este artículo, bastante más explícito, donde se alude de manera clara la necesidad de apelar a la solidaridad colectiva para mejorar la calidad de vida y defender, y restaurar el medio ambiente. De esta forma establece que "Los poderes públicos velarán por la utilización racional de todos los recursos naturales, con el fin de proteger y mejorar la calidad de vida y defender y restaurar el medio ambiente, apoyándose en la indispensable solidaridad colectiva".

Ante lo expuesto en el párrafo anterior, queda planteada la situación actual: un conglomerado normativo, una dispersión formada por normas preconstitucionales, unas normas estatales postconstitucionales de aplicación supletoria y normas autonómicas. Lo cual hace difícil su aplicación.

g) El turismo sostenible en Canarias, marco legal

La ley de Turismo en Canarias afirma que El Plan Regional de Infraestructuras y el Plan Sectorial en Materia Turística, tendrán en cuenta especialmente la protección y mejora del medio ambiente, así como la conservación de la naturaleza y aquellas medidas que garanticen la conservación de los recursos paisajísticos de las islas.

Además el Gobierno de Canarias elabora programas específicos sobre determinados sectores como el turismo rural, entre otros. Un ejemplo de ello es la creación de Programas y acciones de protección del medio ambiente y de conservación de la naturaleza, cuya misión es proteger el medio natural de las zonas turísticas, con los objetivos concretos de: reducir el consumo de los recursos no renovables del Archipiélago, así como evitar su contaminación; eliminar o reducir la producción de residuos no reciclables y estimular el uso de los reciclados; la incitación para el ahorro energético; tratar de generar conductas ecológicamente responsables en todos los que intervengan en el ámbito turístico; promover el respeto al medio ambiente y la conservación de la naturaleza, junto con los procesos ecológicos esenciales.

h) El Turismo Sostenible de Canarias en los medios audiovisuales

Canarias siempre ha sido una región geográfica con mucho atractivo para las cámaras y así lo demuestran las innumerables veces que ha sido protagonista en documentales o reportajes tanto a nivel local, regional, nacional o incluso internacional.

La recopilación de videos hechos por gente aficionada es inmensa. Estos suelen tener en común una misma metodología en su realización: se basan en la unión de fotos con músicas tradicionales canarias. Cabe mencionar que todos ellos carecen de valor didáctico ya que no explican nada y sólo recrean los sentidos con los paisajes que nos muestran.

Asimismo, a nivel local podemos encontrar algunas obras más interesantes, por ejemplo, la productora audiovisual *Ibora* se ha especializado en los documentales y uno de los primeros que realizó fue "*Tenerife*", un documental de 45 minutos en el que recorren algunos pueblos de la isla: Santa Cruz, la Laguna, etcétera... En este material podemos apreciar una recopilación de información más detallada sobre el clima, la flora y la fauna, etcétera. Además se muestra de cada municipio un poco sobre la historia y la cultura que podemos encontrar en cada uno de ellos. Se trata sobre todo de un documental informativo para todos aquellos que no sepan nada sobre la isla, pero que no se detiene en la sostenibilidad de la isla.

https://www.youtube.com/watch?v=rwmM3Nkx_Ts



A nivel local se puede visionar un cortometraje documental sobre los guachinches, a menudo uno de los reclamos gastronómicos más utilizados por los turistas. Lleva por título el propio producto, "*Guachinche*", lo encontramos dentro de un proyecto apoyado por la Concejalía de Cultura del Excelentísimo Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna titulado "*La Laguna Acción 2010*". Se trata de una serie de entrevistas realizadas a los venteros típicos de vino de la isla de Tenerife. El punto a destacar es la emotividad que transmiten, ya que podemos oír los relatos de estos señores y señoras, y así, conocer su historia; sin embargo al igual que en el producto audiovisual anterior no informa sobre las localizaciones ni sobre si la metodología que utilizan para cultivar sus vinos es ecológica.

<https://www.youtube.com/watch?v=e-Mx1aD6TA0>



Como método de comunicación para la visión del turismo en Canarias estos proyectos no tienen desperdicio pero se echa en falta que aboguen más por el turismo sostenible. En esta línea, sólo aparecen por la red ideas de algunos proyectos que nunca llegaron a realizarse.

En lo que respecta a nivel regional y tomando como referencia la televisión insular conocida como "Radio televisión Canaria", podemos encontrar varios documentales y reportajes sobre las islas. Destacando su serie "*Canarias un paseo por las nubes*" donde dedica dos capítulos de treinta minutos cada uno a la isla de Tenerife.

El primero de ellos hace un recorrido por los pueblos de la isla pero sobre todo hace hincapié en la historia y los lugares más representativos. Es interesante porque muestra muchas zonas del norte de la isla que suele ser la que más oculta está para el turismo, ya que los visitantes son totalmente diferentes a los de la zona sur.

El segundo trata sobre la historia de los antepasados canarios, los guanches y todo lo que tiene que ver con las leyendas, rituales o tradiciones a las que hoy en día los canarios siguen aferrados. Además se muestra sobre

aquellas actividades que se realizan para conseguir energía renovable. Este quizás no tenga tanto interés turístico pero si tiene un grandísimo interés cultural, y no se debe olvidar que un turismo sostenible evoca un parte al conocimiento de la vida tal y como la viven los nativos.

<https://www.youtube.com/watch?v=dBMF8Nh17OM>

https://www.youtube.com/watch?v=Z2YuKrQ_liA



En lo que respecta a nivel nacional, se debe distinguir a la televisión pública de la privada. Empezando por la pública se encuentra un reportaje del programa "*La aventura del saber*" de Televisión Española 2, llamado "*Las excelencias de Adeje como destino turístico*", este es sin duda el más interesante de todos, ya que entrevista directamente al alcalde del municipio citado, siendo una de las localidades que más invierte en turismo y, tal y comenta su alcalde, desde hace poco en el hecho de que sea sostenible. Esto resulta lógico desde el punto de vista en el que se sitúa en la zona sur de la isla, lo que conlleva que se encuentre junto a los mejores hoteles de Europa y tenga unos de los mejores índices de turismo de España, incluso en temporada baja.

<https://www.youtube.com/watch?v=RoxAghjSDpU>



Otro de los reportajes que realiza la televisión pública es del conocido programa "*España a ras de cielo*", el cual se centra en el mayor reclamo turístico que tiene la isla de Tenerife, el Teide, que desde el año 2007 es reconocido como patrimonio de la humanidad, tratándose del parque volcánico que más visitas recibe del mundo, solo superado por el monte Fuji en Japón. En el reportaje el presentador lleva a cabo una de las actividades más reclamadas por los turistas sostenibles, el ascenso al pico del Teide caminando.

<https://www.youtube.com/watch?v=z0EXV9GGGsI>

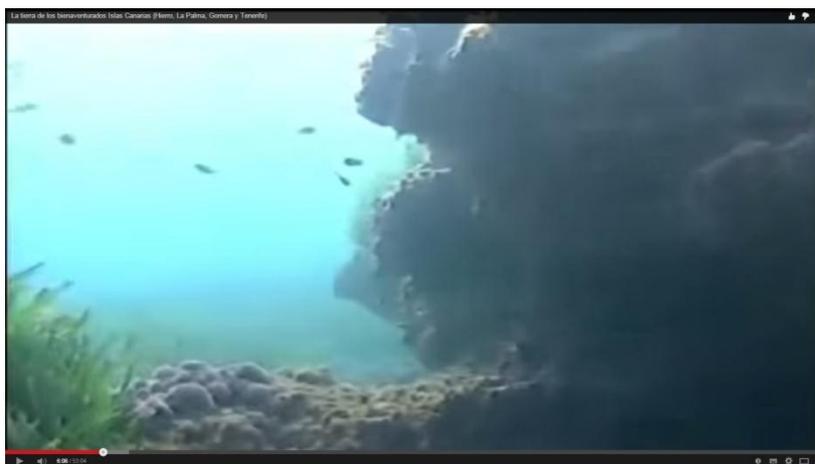


Por último y dejando de lado los reportajes, cabe destacar un documental de Televisión Española llamado "*La tierra de los bienaventurados, Islas Canarias*" en el cual se trata a toda la provincia de Santa Cruz de

Tenerife, es decir, las islas de: La Palma, El Hierro, La Gomera y Tenerife; por lo tanto es bastante más extenso y completo que los demás.

Si nos centramos en lo referente a Tenerife, el documental es sobre todo, visual, es decir pone su fuerza en los paisajes y muchos momentos transcurren solo con música de fondo para deleite del espectador. La información dada por el narrador es en su mayoría histórica.

<https://www.youtube.com/watch?v=zsiJeVTR1p8>



A escala nacional, a través de las cadenas privadas como Cuatro o Antena 3, que han realizado productos audiovisuales en las islas.

Concretamente el caso de Cuatro no lo vamos a ver porque se centra sobre todo en la isla de Gran Canaria y además al tratarse del programa "*Callejeros*", y no de "*Callejeros viajeros*", el cual resalta más los conflictos que la información útil para el turista.

Este mismo programa volvió a visitar la isla de Tenerife en una ocasión para mostrar una visión a España de la fiesta que conocemos como el Carnaval. El modo en que se muestra resulta bastante crítico y tan solo resalta lo negativo, sin tener en cuenta que atrae a millones de turistas cada año y que se trata de aquel que tiene un reconocimiento como uno de los mejores del mundo y el más seguro.

Por el contrario, Antena 3 realizó un reportaje-documental llamado "*muchoviajeros*", en el que uno de sus capítulos se centró en la isla de Gran Canaria. La dinámica del programa se basa en contactar con familias o personas de la península que hubiesen mandado un video casting para ir a visitar la isla. La familia elegida viajaba hasta su destino y allí realizaba algunas actividades típicas que se ofrecen a los turistas con el correspondiente guía.

Este producto es uno de los que más intenta atraer el turismo ya que realiza unas cuantas actividades con los invitados. Sin embargo se centra sólo en senderismo o en excursiones de playa, algo bastante conocido en el turismo convencional. Es por ello que podría haberse realizado desde el punto de vista ecológico y mostrar otro tipo de entretenimientos más sostenibles.

<https://www.youtube.com/watch?v=8qMLDZpBlag>



Por último, en lo que respecta al ámbito internacional podemos descubrir un reportaje de una compañía italiana "*Infocanarie*". Se titula "Tenerife, visitar, vivir e invertir". Se trata de un producto bastante propagandístico ya que su propósito es atraer clientes. El video cuenta datos sobre las islas: geografía, clima, habitad, cultura, fauna y flora, etcétera.

Lo más destacable del video es el hecho de que internacionalmente promocionen el turismo en Tenerife, porque por el tema que nos atañe en este proyecto no tiene mucho interés.

<https://www.youtube.com/watch?v=w8CA5ogUEOU>



Después de este repaso sobre el turismo y el medioambiente canario en el mundo audiovisual, queda clara la necesidad de un nuevo enfoque que englobe ambos conceptos, al no haber sido prácticamente reflejado en ningún producto audiovisual.

Y eso es lo que pretende este proyecto, hacer una mezcla de todos los vistos anteriormente y enfocarlo más hacia el desarrollo sostenible, ya que es la moda en estos tiempos y hay que aprovechar el tirón turístico que tiene, sobre todo venido desde Europa.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

a) The concept "Sustainable Tourism"

The own nature of the tourism asks us to delimit the object of study, since it is a very complex sector that carries multiple interactions as for example: the social environment, the legal, the political, the economic and the environmental.

A suitable definition that we find of the concept "tourism" belongs to Pérez Fernández, Who affirms that it is "a phenomenon that besides the important economic and technical approach, it is necessary to keep in mind the social aspects - his psychological roots, his political transcendence, his consequences sociological - cultural, etc.) and therefore, his juridical dimension".⁸

The concept into which we are going in depth in this project is left behind in this definition, being that one that relates the sustainability and the environment.

a. **Sustainable development:** We cannot start explaining the sustainable tourism without the foundations that stimulated it. We will begin with the concept of sustainable development that is defined as "The development that satisfies the needs of the present, without compromising the ability of future generations to satisfy their own needs"⁹. It is not until 1992 when the "United Nations Conference on environment and development" is consolidated, hold in Rio de Janeiro.

The World Commission affirms that a sustainable development needs an economic growth in case the basic needs of the people are not covered. In addition, it demands the promotion of values that promote a few consumptions that are ecologically long-term possible and to which the whole world population could aspire reasonably. And especially, it is

⁸ Pérez Fernández, J.M., Derecho Público del Turismo, Thomson Aranzadi, Navarra, 2004, pgs. 24 y 25.

⁹ World Commission on Environment and Development (WCED): Our Common Future, Oxford University Press, Oxford, 1987.

required that the dimensions of the economy are inside the range of the carrying capacities of the global ecosystem.

There are three dimensions of the sustainable development: economic; social and cultural; and environmental:

- 1) The economic sustainability that must guarantee that the development is economically efficient, benefits all the agents of the destination or tourist region and that the resources are managed locally so that they remain for the future generations.
- 2) The social and cultural sustainability that must guarantee that the sustainable development increases the control of the individuals of their lives, is compatible with the culture and the values of the people, and supports and strengthens the identity of the community.
- 3) The environmental sustainability that must guarantee that the development is compatible with the maintenance of the essential ecological processes, the biological diversity and the resources.

b. **Definition of sustainable tourism by the World Tourism Organization (UNWTO):** Having in mind what was previously exposed and taking as a reference the definitions of sustainable development, the UNWTO coins the sustainable tourism in the following way: "The development of the sustainable tourism satisfies the needs of the tourists and present host regions, at the same time as it protects and improves the opportunities of the future. It is focused towards the management of all the resources in such a way that all the economic, social and aesthetic needs are satisfied at the same time that there the cultural integrity, the ecological essential processes, the biological diversity and the systems of support to the life are respected."¹⁰

¹⁰ Organización Mundial del Turismo (UNWTO): <http://www.world-tourism.org>

c. Differences between sustainable tourism and conventional tourism:

In Sustainable Tourism, Fullana and Ayuso, pág. 41, presents the following comparative table between two types of tourism distinguishing the categories of "strategies of development", "tourist offers" and "tourist demand".

	Sustainable tourism	Tourism of masses
Development	<ul style="list-style-type: none"> • Small scale • Not much noticeable seasonal variation • Low alteration of the landscape 	<ul style="list-style-type: none"> • Big scale • Seasonal variation • Alteration of the landscape
Tourist offer	<ul style="list-style-type: none"> • Investing and active places • Specialized offer • Small and medium -sized companies • Employees with environmental formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Investing and active foreigners • Homogeneous and standardized offer • Big companies • Employees without formation
Tourist demand	<ul style="list-style-type: none"> • Active tourists • Small-sized groups or travelling individuals • Personalized program • Interest in the environment and the local culture • Contact with the natural environment and the local population 	<ul style="list-style-type: none"> • Passive tourists • Big groups • Organized program • Lack of interest in the environment and local culture • Contact with the artificial environment

Table 1.0 differences of the sustainable tourism with the tourism of masses.

b) The environmental impacts of the tourism

The increase of the worldwide tourism has favoured the research of the alternatives of newer destinations, more often with a fragile ecosystem. Since the fact that a well preserved environment has more value for the tourist activity and, therefore, for the economic activities, that is why natural parks are created. There are fifteen natural parks in Spain, which four of them are located in the Canary Islands. Other measures to prevail the tourism are the restoration and preservation of the buildings and historical places, as well as the embellishment of the areas.

But all these measures do not prevent that the tourism has impact in the environment, especially in the aquatic, terrestrial, biotic, atmospheric and anthropic. For example, the zones with more tourism have a growth in the traffic congestiones that concern the quality of the residential and natural environment. Also we find impacts in leisure and sport areas as the mountains where the tourists carry out activities with 4x4 or motorcycles, which not only concerns the tranquility and the flora and fauna but also it causes erosion.

In addition other big problems of the tourist development is situated inside the urban and architectural types, because buildings juxtapose with different styles, which entails a tremendous visual impact and the deterioration of the image of the destinations.

The principal environmental impacts of the tourism are detailed below, in a table extracted from the book *Sustainable Tourism*, Fullana and Ayuso, pág. 26.

Type of impact	Potential consequences
Pollution	<ul style="list-style-type: none">• Problems originated by the treatment of the garbage• Pollution of the water• Air pollution (vehicles, heating and lighting)• Acoustic pollution

Erosion	<ul style="list-style-type: none"> • Compaction of lands causing overflows and erosion • Increase of the risk of detachment and avalanches • Damages to geological structures • Damages to buildings for trodden or traffic
Flora and fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Destruction of natural habitats • Changes in species diversity • Changes in the migrations • Elimination of the animals (hunt or trade of souvenirs) • Damages in the vegetation • Changes in the vegetable coverage due to clearing for tourist buildings • Creation of natural reserves or habitat restorations
Consumption of natural resources	<ul style="list-style-type: none"> • Depletion of underground and superficial water supplies • Depletion of fossil fuels to generate energy • Depletion of mineral resources • Proliferation of fires • Proliferation of desertification
Urbanism and architecture	<ul style="list-style-type: none"> • Urban development not integrated into the landscape • Different architecture from the traditional style • Restoration and preservation of buildings and historical places
Visual impact	<ul style="list-style-type: none"> • Alteration of the natural and urban landscape • Garbages • Spillages, flowering of algae

	• Embellishment
--	-----------------

Table 2.0 Main environmental impacts of the tourism

c) Tools for tourism businesses

The range of instruments to guide the companies towards the sustainable tourism that we can find is wide and varied. As it is constituted in the program of action of the Summit of Rio in 1992, the Agenda 21, in which there is established the development, the adoption and implantation of voluntary initiative by the industry as principal priority to reach the aims of the sustainable development.

With the aim of showing its responsibility in front of the negative impacts on the natural and sociocultural environment, the tourist sector has adopted different voluntary instruments as: codes of conducts, guides of good practices or ecolabels, among others.

- a. Codes of conducts: They represent a measure to increase the conscience on the negative impacts originated by the managerial activity. It is about guides or recommendations that the own industry establishes as desirable lines of action to confront the caused problems. These voluntary commitments are usually preferred by the companies as an alternative to the environmental regulation, and they are often proposed precisely to be anticipated to the legal imposition in a certain aspect. They are usually brief documents where the majority of common topics are:
 - 1) Global commitment with the environment: The codes include the responsibility of which the development of the tourism must be sustainable and takes in consideration all the aspects of the natural and human environment.
 - 2) Recognition of the global responsibility: The codes indicate that the private sector should accept the responsibility on the environmental impact of the tourist development and it should

undertake corrective measures in the cases in which it was necessary.

- 3) Consideration of the environment in the planning and development of the sector: Due to the fact that the tourism should evolve as supported activity, the planning and the industrial development must be integrated to the territorial policies.
- 4) Practices of environmental management: The codes describe concrete environmental management practices to increase the positive impacts of the managerial activity on the environment and to reduce those that turn out to be negative.
- 5) Cooperation with other sectors: They emphasize the importance of a collaboration and effective communication between the public and private sectors, as well as the need to exchange information and experiences between the different sectors that compose the tourist industry.
- 6) Public conscience: To increase the public conscience on the importance of an environmental and culturally responsible tourism is one of the aspects most mentioned in the codes.

b. Guides of good practices: it is about instruments that improve the environmental management of a company or establishment through the application of a series of measures of recognized success. The great advantage of these guides is its low economic cost, since there are numerous actions that, without any cost or with small investments, reach a considerable effect on the environmental quality and the economic balance of the company. There are a big number of guides and manuals of good practices, for public institutions as well as private ones. The common areas of action are:

- 1) Saving of energy: Minimization of the energetic consumption looking for a maximization of the efficiency of the used sources of energy, and carrying out the promotion of the use of renewable sources of energy.

- 2) Water saving: Promotion of all the possible measures to save water, besides the system implantation of water reutilization, and the induction of changes of the tourists' behavior.
- 3) Waste management: Prevention of the generation of residues from the origin and reduction of the quantity of residues to the necessary minimum carried out by the reutilization of products, and the recycling of products and materials.
- 4) Dangerous substances: absolute absence of the spillage of oils, fats and toxic substances for the waste pipes, with the aim of eliminating or reducing equipments and consumable with haloes or CFC (chlorfluorocarbons); Waste water and boilers' emissions analytics will be carried out, and the restriction of toxic and dangerous substances to the minimum.
- 5) Shopping: Selection of products and services that are less harmful to the environment, especially the food and cleanliness products; besides the equipments of maintenance, cosmetics and products of personal hygiene. Finally it is necessary to add the office material.

The principal limitations that are situated in the manuals are the ones that recount to the loss of information due to the lack of update, besides the fact of which generally they do not offer help beyond simple and isolated solutions. The principal hotel chains of the country are currently carrying out good environmental practices and many have developed corporate manuals.

- c. Ecolabels: the ecolabeling is a voluntary instrument that little by little is gaining interest in the tourism industry. These systems chase the purpose of granting a badge to the products or services that, in comparison with others that fulfill the same function, are less harmful to the environment. Thus his benefits are those who imply helping businessmen to identify critical points, speed up the implantation of ecoefficient solutions based on measures of saving and clean technologies, and to be able to guarantee a source of public information about the environmental behavior of the companies. According to the United Nations Environment Programme, the principal aims of the

ecolabels in the tourist sector are summarized in the four following points:

- 1) They increase the environmental conscience of the parts interested in the tourism: the industry, the local authorities and the consumers.
- 2) They can be used to imply to the small numerous companies and medium ones of the sector in environmental activities.
- 3) They allow to improve the environmental behavior of the tourist sector in regard to certain aims.
- 4) They supply environmental information for consumers, and hereby they help them to take decisions being based on the information mentioned above.

Most of the ecolabels were developed in the nineties as labels of local or regional area, promoted principally by managerial associations. In the last years, more national and international schemes have been progressively created. Next we can observe a summary extracted from *Banners of Environmental Quality in hotels. A preliminar comparative analysis*, Gresa; Gonzalez and Jiménez, where a comparison is carried out.

Variable Certificada	Estándar de la Calidad Medioambiental	Criterios	Entidad Certificadora	Periodo de renovación	Ámbito de aplicación	Normativa Reguladora
Sistema de Gestión Medioambiental	<p>Norma ISO 14001</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Política Medioambiental Planificación (aspectos medioambientales y legales, objetivos, metas y programas) Implantación y funcionamiento Comprobación y acción correctora Revisión por la Dirección 	Entidades Acreditadas por Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)	3 años	Internacional	UNE-EN-ISO 14001: 2004
	<p>Reglamento EMAS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis Medioambiental de sus actividades Sistema de Gestión Medioambiental Auditorías Medioambientales Declaración Medioambiental 	Entidades Acreditadas por ENAC o designadas por las CCAA o Estados Miembros de la Unión Europea	3 años	Unión Europea	Reglamento 761/2001 de 19 de Marzo
Otros aspectos del Comportamiento Medioambiental	<p>Establecimiento Eco-comprobado</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Política y Organización Medioambiental Seguridad Gestión de los recursos energéticos e hidráulicos Gestión de los residuos Comunicación externa Gestión Clientes-Proveedores Transportes Formación y motivación del personal Instalaciones exteriores e integración en el Entorno 	TÜV Rheinland Ibérica S.A.	2 años	Internacional	Documento elaborado por el Organismo Promotor
	<p>Green Globe 21</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Contaminación atmosférica y acústica Consumo energético y de agua Conservación del Ecosistema Aspecto sociales y culturales Gestión de residuos 	Auditoría de un organismo independiente y acreditado por Green Globe 21	1 año	Internacional	Estándar Green Globe basado en los Principios de la Agenda 21
	<p>Green Key</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Organización medioambiental Información y educación ambiental a los empleados y clientes Gestión de residuos Energía y agua Gestión de Departamentos Operacionales (cocina, limpieza, mantenimiento, etc.) Parques y parking Actividades Naturales 	Operador Green Key Nacional	1 año	Internacional	Disposición Internacional de la Organización Green Key
	<p>Etiqueta Ecológica de la Unión Europea</p> 	<p>A. Criterios Obligatorios</p> <ul style="list-style-type: none"> Economía de Energía Economía del Agua Gestión Reducción de Residuos Información a los Clientes <p>B. Otros Criterios Opcionales</p>	Administración Pública Autonómica	3 años	Unión Europea	Decisión de la Comisión 2003/278/CE de 14 de Abril

1.0 Picture of hotel ecolabels in Spain

Variable Certificada	Estándar de la Calidad Medioambiental	Criterios	Entidad Certificadora	Periodo de renovación	Ámbito de aplicación	Normativa Reguladora
Otros aspectos del Comportamiento Medioambiental		<ul style="list-style-type: none"> Política de Turismo Responsable Conservación y mejora Patrimonio cultural, natural y paisajístico Medioambiente Desarrollo Económico y Social del Destino Satisfacción del cliente e implicación del visitante en el STR 	Instituto de Turismo Responsable (ITR)	1 año	Nacional	Sistema de Turismo Responsable (STR)
		<p>A. Generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad conforme a ISO 9001:2000 y un SGM conforme a la ISO 14001:2004 Características medioambientales de los productos y/o servicios Mejora Continua Legislación (ambiental, sectorial, laboral, etc.) Elaboración y publicación de la Memoria de Sostenibilidad <p>B. Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Certificaciones de la Calidad Turística (ICTE¹ y norma UNE 182.001) Marca Parque Natural de Andalucía Seguimiento y medición de la satisfacción del cliente 	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	3 años	Comarca Doñana (Andalucía)	Reglamento de la Etiqueta Doñana 21
		<ul style="list-style-type: none"> Gestión de residuos Ahorro de agua Piscina Eficiencia y ahorro energético Compras Integración paisajística Ruido Información y Educación Ambiental 	Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya (Consejo de Calidad Ambiental)	3 años	Cataluña	Decreto 296/1998 de 17 de Noviembre de Departamento de Medioambiente y Vivienda Resolución del mismo 901/2004 de 19 de Marzo (criterios ambientales en Hoteles)
		<p>A. Obligatorios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formación Medioambiental Gestión de residuos Uso de materiales reciclados y productos ecológicos Ahorro de energía y agua Eliminación de ruidos Zonas ajardinadas Respeto medioambiental <p>B. Otros requisitos opcionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Información a los clientes y empleados Culturales, lingüísticos, gastronómicos, etc. Conservación de infraestructuras 	Comisión Ecoturística del Ayuntamiento de Alcúdia	1 año	Alcúdia (Mallorca)	Reglamento del Ayuntamiento de Alcúdia 1994

2.0 Picture of hotel ecolabels in Spain

d. Tools for tourist destinations and tourists

a) Voluntary instruments for tourist destinations:

1) Codes of conduct: As the codes of conduct adopted by the tourist companies these can be a useful tool to orientate the resident population in the following aspects¹¹:

- To emphasize the function of the local population in the tourist development.
- To safeguard the cultures and the local traditions.
- To educate the local population on the importance of supporting a balance between the preservation and the economic development.
- To provide first class products and tourist experiences.

According to the study carried out by the Center of Industries and Environment of the United Nations Environment Programme, the codes focus generally on four topics: The first one is about the

¹¹ United Nations Environment Programme Industry and Environment (UNEP IE): Environmental Codecs of Conduct for Tourism, UNEP, Technical Report nº29, Paris, 1995.

procedure and social practices of the local community; the following topic focusses on the procedure and cultural practices of the local community; followed by the economic development of the tourist destination; and finally the protection and preservation of the environment.

2) Guides of good practices: As well as for the environmental managerial management, there are guides of good practices for the improvement of the municipal environmental management. For environmental management in a municipality, there is understood the knowledge and control of the effects or environmental repercussions that depend directly on the town hall or on what could have influence. The aim of the guides or manuals is to offer a set of good practices or alternatives of management of demonstrated efficiency to improve the environmental management of the municipal services. Especially the good environmental practices in the municipal management it has as purpose¹²:

- To demonstrate the fulfillment of the legal requirements of environmental character applicable to the town hall.
- To assure the knowledge of the environmental problems of the township, his control and improvement continues.
- The diffusion of the environmental municipal situation and the actions developed by the town hall for his improvement.
- The visitors' increasing sensitivity and neighboring consciousness-raising.

The information provided in these manuals is usually structured by blocks or thematic areas. Principally the following areas of municipal management are distinguished:

- Organizational aspects.

¹² Ministerio de Economía y Hacienda / Federación Española de Municipios y Provincias: Guía de gestión medio ambiental para municipios turísticos "Proyecto Municipio Verde", Ministerio de Economía y Hacienda, Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y Pyme, Dirección General de Turismo, Madrid, 1998.

- Management of control of activities.
- Energetic management.
- Management of consumptions and spillages of waste water.
- Waste management.
- Control of the air pollution and noises.
- Management of the traffic.
- Conservation of the natural environment (landscape and biodiversity).
- Awareness, communication and civil participation.

b) Initiatives for tourists:

- 1) The perception of the tourists: At the moment of choosing the tourist destination, the consumer can compare between the environmental impact of vacation localities, the packages of vacations offered, the type of tourism that is practiced and the individual services of tourism.

Theoretically, the tourists can choose his vacations in environmental criteria and even pay more for them; in the practice, they are influenced by a series of motivations, between which the environment is just a small component.

- 2) Codes of conduct: The first initiatives of codes of conducts for tourists were born in the area of the ecotourism, since the use of natural fragile areas and the contact with autochthonous particular cultures needed to establish a few respectful guidelines of behavior. The principal aim to develop them is to encourage the tourists to whom they have an active paper in the protection of the environment, and in the respect to the local population of the tourist destination. In addition, the fact of which they represent for the tourists a few very useful tools for:

- Providing the tourist operators and the travel agencies additional information of environmental character that could be communicated to the tourists.

- Emphasizing facing the tourist operators and the travel agencies the aspects that might be keep in mind to develop packages of greener trips.
- To prepare programs of formation for tourist guides.

Next the different types of codes are briefly explained.

- I. General guides of behavior: They address both the planning of the trips and the questions that arise during the own stay in the tourist destination. The advices with regard to the planning of the trip include: To learn the maximum on the tourist destination; the importance of contracting local and compromised with the environment tourist operators; the possibility of planning the vacations and visits during the low season, and the opportunity to visit less known destinations.
- II. Codes for special tourist activities: They are those that try to educate the tourist from the basic premise "enjoy but do not destroy". Habitually, they are developed by the authority that manages the locality where the tourist special activity takes place. So there are codes of conduct for the activities of ski, aquatic sports, scuba diving, mountain climbing, observation of whales, tortoises, birds, etc. Some topics contained in most of the codes are: to avoid to modify the fauna and to damage ecosystems, the fact of depositing the garbage correctly, respecting the practices of the local community and the duty to fulfill the local legislation.
- III. Codes for specific destinations: They combine recommendations orientated to the locality in question with advices of more general character, as for example protecting the natural and cultural environment, or the fact of using the energy

efficiently and of paying fair prices for products and acquired services. The success of the codes depends to a large extent on the diffusion that is done of them: at best they come to the travelers before they go out of their homes, and at the same time they are often remembered.

- 3) Campaigns of awareness: The function that they assume is achieving that the tourists accept a more responsible conduct that implies an effort of information and awareness. In this respect, the campaigns of awareness by the administration or environmental NGOs represent a good tool to transmit to the tourists the values and the necessary attitudes to collaborate in the protection of the environment and in the sustainable development. With regard to the design of the campaign of awareness it is important to consider the perception of the environmental and social reality of the tourists, to link the specific local problematic and the global one in such a way that in order that the actions of a program or of a campaign are effective they must have temporary continuity and use the resources, materials and diverse channels of communication reaching the public possible maximum¹³.

e) Challenges of sustainable tourism

The reality in these moments teaches us that there are many improvements in the economic component of the sustainability, in which the tourism is one of the principal engines of the current markets. The current panorama offers us a very unbalanced sustainability, with few hopes to have rigorous experiences that integrate in a harmonic way his three dimensions. It here where the most important challenge of the sustainable tourism is situated.

Other two challenges are those in which there is important the adjustment of the tourism and the putting in practice of the basic need of

¹³ EcoMediterránea: Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local, BRAU Edicions Girona 1998

establishing a fruitful cooperation, between the different public and private agents who are going to share the change towards the sustainability.

a) Information systems for tourists: It is evident the increase of the need of information about sustainable destinations, so one of the most used tools is the Internet search on a computer, Tablet or Smartphone. Next we can see some of the principal websites about sustainable tourism:

- The Ecotravel Center (ecotour.org): It is a service of the non-profit organization, Conservation International, that provides contacts with tourist local operators who organize respectful trips with the nature in Latin America, Africa and Asian Southeast.
- The International Ecotourism Society (ecotourism.org): It includes a paragraph dedicated specifically to the travelers, where it offers educational information about the impacts caused by the tourism and the power of decision of the tourist. Also it has a search engine of tourist operators, lodges and tourist services of the companies that are members of this organization that promotes the ecotourism.
- Responsibletravel.com: It is a private initiative that offers a directory of trips and housing, with projects of responsible tourism. All the announced offers must fulfill a few environmental, social and economic minimal criteria, besides providing a corresponding policy. The website facilitates publicly the tourists' opinions about the implantation of these policies in the tourist used products.

Nowadays some services do not offer a guarantee that recommended companies accomplish sustainability conditions. This is due to the fact that most of them are just asked to fill out a questionnaire, without checking if the provided information is real. So how is the tourist pack that we buy as sustainable guaranteed as what it is? For that we have to use the tools, as ecolabels or management systems that we have explained on the "instruments for tourists".

b) Cooperation between public and private agents: The impact of the tourism industry is caused by multiple agents, both public and private

and, therefore, it is difficult to be controlled by each of them of an isolated way. The following steps consist of transforming a sector so diffuse and fragmented as it is the tourist one, this way to obtain the collaboration between tourist companies, governmental agencies, travel agencies, tourist operators, environmental NGOs, etc.

The development of a sustainable tourism needs the creation of consortiums between public and private sectors, which chase aims or policies that go beyond the basic questions of the tourism and consider the economic, social and environmental dimensions of the sustainability.

The importance of a collaboration by the tourist businessmen turns out to be necessary to promote an environmental or sustainable conscience in the own sector; the support of public institutions is indispensable to be able to coordinate certain actions in an effective way.

The increasing interest in the cooperation between public and private agents, and the participation of the local community in the development and the tourist management reflect the trends that are observed in the most wide political context¹⁴.

f) Sustainable tourism in the legal framework of the Spanish legal system

In epochs of the tourist “boom” (years 60s and 70s), there were dictated rules focused principally on the classification of tourist establishments and safety conditions and hygiene in order to obtain a quality minimum to be able, not only support, but also promote this great source of income that meant the tourism. Nevertheless, probably because of the lack of enough means of sanction and of vigilance, the breach was habitual.

This, together with the lack of a law that fixed, with a general character, the aims of chasing for each and everyone of the tourist agents, at the same time as to organize the tourism in a certain territorial, environmental, urban development or cultural frame, it constituted a great obstacle for the tourist sustainable development.

¹⁴ Jamal T.B., Getz D.: "Community roundtables for tourism-related conflicts: the dialectics of consensus and process structures", *Journal of Sustainable Tourism* 1999; 7 (3&4): 290-313.

The described situation suffers a drastic change with the approval of the Constitution of 1978, setting out the need of a renovation of the tourist regulation. This one dedicates an article exclusively to the environment, establishing in the first part of his Art. 45 that, "They all have right to enjoy an environment adapted for the development of the personality, as well as the duty to preserve it".

It is possible to clearly estimate the imprecision and darkness that leads to serious difficulties, not only to need the scope of the responsibilities of the public power but also to understand if the environment to which it refers is exclusively of natural character or includes also the cultural and social environment.

It is in the following paragraph of this article, more explicit, where one alludes in a clear way the need to appeal to the collective solidarity to improve the quality of life and to defend, and restore the environment. In this way it establishes that "public powers will watch over the rational utilization of all the natural resources, in order to protect and improve the quality of life and to defend and restore the environment, resting on the indispensable collective solidarity".

After what is exposed in the previous paragraph, the current situation lays out: a normative conglomerate, a dispersion set up by preconstitucional procedures, a few postconstitutional procedure of supplementary application and autonomous state rules. Which makes its application difficult.

g) Sustainable tourism in Canarias, legal framework

The law of Tourism in Canarias affirms that The Regional Plan of Infrastructures and the Sectorial Plan in Tourist Matter, will have in mind specially the protection and improvement of the environment, as well as the conservation of the nature and those measures that should guarantee the conservation of the landscape resources of the islands.

In addition, the Government of Canaries elaborates specific programs on certain sectors as the rural tourism, among others. An example of it is the creation of Programs and protection actions of the environment and of conservation of the nature, which mission is to protect the natural way of the tourist zones, with the concrete aims of: reducing the consumption of not renewable resources of the Archipelago, as well as to avoid its pollution; to eliminate or to reduce the production of not recyclable residues and to stimulate the use of the recyclings; the incitement for the energetic saving; to try to generate ecologically responsible conducts in all those who participate in the tourist area; to promote the respect to the environment and the conservation of the nature, as well as the ecological essential processes.

h) Sustainable Tourism of the Canary Islands in the media

Canaries has always been a geographical region with lots of attractive the cameras and it is shown by the innumerable times that it has been protagonist in local, regional, national or even international level documentaries or reportages.

The summary of videos done by amateur people is immense. These are in the habit of having the same methodology in its accomplishment: they are based on the union of photos with Canary traditional music. It is necessary to mention that all of them are in a lack of didactic value since they do not explain anything and they only recreate the senses with the landscapes that show us.

Likewise, in a local level we can find some more interesting works, for example, the audio-visual producer *Ibora* has specialized itself in the documentaries and one of the first ones that it realized was "Tenerife", a documentary of 45 minutes in which they cross some villages of the island: Santa Cruz, La Laguna, etc... In this material we can appreciate a summary of more detailed information on the weather, the flora and the fauna, etc. In addition it shows a bit on the history of every township and the culture that we can find in each one of them. It is about an informative documentary for all of

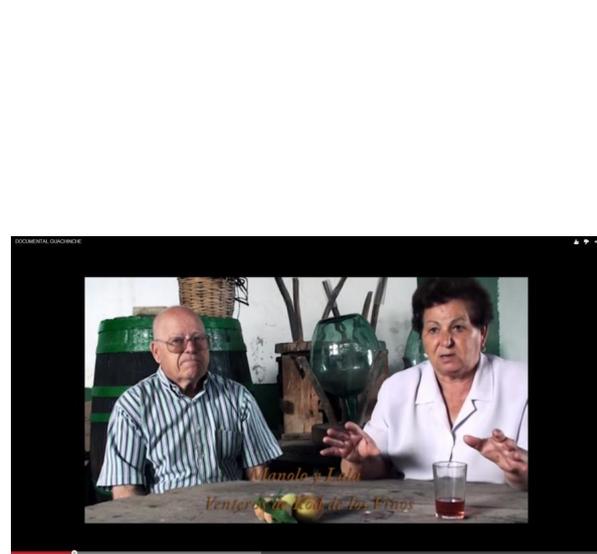
those that do not know anything about the island, but it is not focused in the sustainability of the island.

https://www.youtube.com/watch?v=rwmM3Nkx_Ts



As a local level it is possible to view a short documentary about the guachinches, often one of the most used gastronomic claims for the tourists. It is named, "Guachinche", and we find it inside a project supported by la Concejalía de Cultura del Excelentísimo Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna named "La Laguna Acción 2010". It is about a series of interviews carried out to the typical wine inn-keepers of the island of Tenerife. The point to be outlined is the emotionality that they transmit, since we can hear the statements of these gentlemen and ladies, and, knowing this way his history; Nevertheless as in the previous audio-visual product it does not informs about the locations nor if the methodology that they use to cultivate his wines is ecological.

<https://www.youtube.com/watch?v=e-Mx1aD6TA0>



As communication method for the vision of the tourism in Canaries, these projects cannot be thrown away but more information about the sustainable tourism is missing. In this line, the network only shows ideas of some projects that never managed to be realized.

Regarding regional level and taking the insular television as a reference known like "Radio Televisión Canaria" we can find several documentaries and reportage about the islands. Emphasizing its series "*Canarias un paseo por las nubes*" where dedicates two chapters of thirty minutes each one to the island of Tenerife.

The first one of them does a tour around the towns of the island but especially it emphasizes in the history and the most representative places. It is interesting because it shows many zones of the north of the island that are usually the most secret the ones for the tourism, since the visitors are totally different from those of the south zone.

The second one focuses on the history of the Canary forbears, *los Guanches* and everything related to the legends, rituals or traditions to which nowadays the canaries remain grasped. In addition it shows those activities that are realized to obtain renewable energy. This one probably does not have so much tourist interest but if it has the biggest cultural interest, and it is not necessary to forget that a sustainable tourism evokes a report to the knowledge of the life as the native ones live through it.

<https://www.youtube.com/watch?v=dBMF8Nh17OM>

https://www.youtube.com/watch?v=Z2YuKrQ_liA



Regarding national level, public and private television must be distinguished. Starting on the public one we can find a reportage of the program "*La aventura del saber*" of Televisión Española 2 called "*Las excelencias de Adeje como destino turístico*". This one is without a doubt the most interesting of all, since he interviews directly the mayor of the mentioned municipality, being one of the localities that invests more in tourism and, such as his mayor comments, it has not been sustainable for a long time. This turns out to be logical from the point of view that this town is placed in the south zone of the island, which he carries that he is close to the Europa's best hotels and has some of the best indexes of tourism of Spain, included in low season.

<https://www.youtube.com/watch?v=RoxAghjSDpU>



Another reportage that public television realizes belongs to the acquaintance program ""*España a ras de cielo*" which focuses on the biggest tourist claim that the island of Tenerife has, the Teide, which on the year 2007 was recognized as heritage of the humanity, being the volcanic park that receives more visits of the world, just leaded by the Fuji hill in Japan. In the reportage the host carries out one of the activities most claimed by the sustainable tourists, the ascent to the beak of the Teide on foot.

<https://www.youtube.com/watch?v=z0EXV9GGGsI>



Finally and leaving on one side the reportage, it is necessary to emphasize a documentary of Televisión Española called "*La tierra de los bienaventurados, Islas Canarias*" which is about the whole province of Santa Cruz de Tenerife, that is to say, the islands of: La Palma, El Hierro, La Gomera and Tenerife; therefore it is quite more extensive and complete than the others.

If we focus in what concerns Tenerife, the documentary is especially, visual, that is to say it puts its force on the landscapes and many moments go by with only background music for the spectator's delight. The information given by the narrator is in the main historical.

<https://www.youtube.com/watch?v=zsiJeVTR1p8>



On a national scale, across the private channels like Cuatro or Antena 3, which have realized audio-visual products in the islands.

In particular we are not going to check the case of Cuatro because it focuses especially on the island of Gran Canaria and in addition on being the

program "*Callejeros*", and not "*Callejeros viajeros*", which highlights more the conflicts than the useful information for the tourist.

The same program returned to visit the island of Tenerife in an occasion to show a vision to Spain of the festivity that we know as Carnival. The way in which it appears turns out to be quite critical and only highlights the negative thing, without having in mind that it attracts million of tourists every year and is recognized as one of the best of the world and the safest.

On the contrary, Antena 3 carried out a reportage-documentary called "*muchoviajeros*", on which one of its chapters focuses on the island of Gran Canaria. The dynamics of the program are based in contacting families or persons of the Iberian Peninsula who had sent a video casting to go to visit the island. The chosen family travelled to their destination where they realized some typical activities that are offered to tourists with the corresponding guide.

This product is one of that tries the most to attract the tourism since it realizes a few activities with the guests. Nevertheless it focuses only on hiking or on beach excursions, something known enough in the conventional tourism. This is why it might have been realized from the ecological point of view and to show another type of more sustainable entertainments.

<https://www.youtube.com/watch?v=8qMLDZpBlag>



Finally, regarding the international area, we can discover a reportage of an Italian company "Infocanarie". It is named "*Tenerife, visitar, vivir e invertir*". It is a question of a quite propaganda product since its intention is to attract clients. The video tells information about the islands: geography, weather, life, culture, fauna and flora, etc.

The most remarkable thing of the video is the fact that the tourism in Tenerife is internationally promoted, because as the topic that concerns us in this project it does not have a lot of interest.

<https://www.youtube.com/watch?v=w8CA5ogUEOU>



After this revision on the tourism and the Canary environment in the audio-visual world, the need of a new approach that includes both concepts remains clear, not being practically reflected in any audio-visual product.

And it is what claims this project, to do a mixture of everything previously seen and to focus it more towards the sustainable development, as it is the style in these days and it is necessary to take advantage of the tourist demand that has, especially coming from Europe.

3. ARGUMENTACIÓN DE LAS DECISIONES DISCURSIVAS

El documental dará comienzo con una breve explicación del presentador, en la que nos contará lo que veremos en el documental y las perspectivas que tenemos que hacernos sobre éste. Estará situado en uno de los lugares más icónicos de Tenerife, el Teide. De este modo el espectador se ubicará geográficamente de manera casi automática. Cabe mencionar que el presentador escogido será canario, puesto que oír el acento y las palabras de la isla le dará al documental un aspecto más natural, autóctono y cercano. Actuará como guía turístico, enseñando diferentes destinos sostenibles pensados específicamente para el tema en el que se basa el documental. Se grabará cómo presenta la ubicación, y a continuación se dará paso al motivo de la toma; que bien puede ser una actividad, una entrevista, un paisaje, o un establecimiento.

Las diversas entrevistas se llevarán a cabo a entendidos del tema. Cabe indicar que los propios profesionales fueron los que propusieron la localización de la entrevista, de acuerdo con sus horarios y disponibilidad.

Después de esta breve introducción, pasaremos a una entrevista con una empresa de movilidad sostenible. Se ha decidido comenzar por ella debido al hecho de que, mirando el documental con ojos de turista, el primer paso al llegar a la isla, debería ser conseguir un medio de transporte con el que moverse. La entrevista se llevará a cabo en la capital de la isla, Santa Cruz de Tenerife, que es donde opera la empresa, concretamente en el punto neurálgico de la ciudad, en la Plaza de España.

En la capital, los escenarios de la entrevista destacan por su contenido cultural y representativo, con un ruido ambiental adecuado que muestra el carácter cosmopolita de la ciudad (multitud de paseantes, diversos vehículos, calles llenas de comercios, etcétera).

El documental se dividirá en tres bloques, uno en la capital, otro en la parte sur de la isla y, el último, en el norte. Se ha decidido de esta manera para que al espectador, si no conoce la geografía de Tenerife, le sea más sencillo

ubicarse. La forma escogida para situarnos en las diferentes localizaciones durante todo el documental, será a través de unos mapas de la isla, donde veremos el punto exacto en el que nos encontramos.

Acabada la parte de Santa Cruz, nos desplazaremos hacia la zona sur. Es aquí donde predominan los paisajes tropicales de playa y palmeras, y la visión cuidada de un despacho bien ambientado; en ambos lugares se pretende que el ruido ambiental sea mínimo, aunque alrededor encontremos espacios públicos transitados, o ventanas que carecen de insonorización.

En primer lugar, veremos una entrevista con una asesora ambiental, que nos hablará sobre los impactos negativos del turismo y los tipos de senderos que podemos encontrar en la isla. Esta parte es importante porque la entrevistada es una trabajadora del Instituto de Turismo Responsable, y por tanto se ha colocado como la segunda parada, ya que, para planificar un viaje sostenible sería ideal ojear desde este instituto qué actividades, hoteles o destinos son respetuosos con el medio ambiente.

A continuación cambiaremos, y veremos una de las actividades más bonitas y naturales que se pueden hacer en el sur: el buceo. Se podrá presenciar gran variedad de animales marinos; en este caso, hablamos de tortugas, peces autóctonos y diversas especies de flora marina. Toda esta parte será rodada con una cámara *GoPro* por lo que el presentador se grabará en primera persona mientras bucea con los citados animales. Esta decisión es meramente circunstancial puesto que la cámara con la que se graba el resto del documental no puede sumergirse.

Para terminar con este bloque, nos citaremos con la Concejala de Turismo de Arona. Estaremos en su despacho, ya que es el lugar dónde nos puede recibir. Se ha decidido grabar en los sofás porque pretendíamos dar un tono más amable y no tan formal como si se hubiese hecho en el escritorio. También se ha escogido este personaje por su alto cargo en el gobierno y por el lugar que representa, ya que Arona es uno de los municipios con mayor registro hotelero en Tenerife, y uno de los que más invierte en sostenibilidad.

En este momento, nos desplazaremos hacia el lado norte de la isla. Los espacios de la entrevista de la zona norte han sido elegidos por su riqueza autóctona, no sólo presentando productos propios de la isla cuando hablamos de las bodegas, sino con un fondo donde se deja ver el icono turístico por excelencia de Tenerife: el volcán del Teide. En lo que respecta al audio se escucharían de un modo más notable los sonidos propios de la fauna canaria, ya que el lugar donde se realiza esta entrevista está alejado del bullicio de la ciudad.

En este punto del documental mostraremos al presentador contándonos su experiencia realizando uno de los senderos más difíciles y espectaculares, en cuanto a vistas se refiere, de la isla: "El Barranco de Masca". Esta parte se grabará siguiendo de cerca al presentador, ya que se pretende que el espectador se ponga en la piel de este, como si fuesen ellos quienes caminan por la ruta. Se decide grabar un sendero, porque es uno de los mayores reclamos turísticos, ya que Tenerife cuenta con muchísimas rutas debido a que su orografía así lo permite.

Como el turismo sostenible también se basa en conocer la cultura y la gastronomía del lugar de destino, es imprescindible mostrar la parte que viene a continuación: una comida en un "guachinche". "Los Guachinches" son los lugares de venta de vino y comida más tradicionales que existen en Tenerife. Se ha escogido este por el emplazamiento en el que se encuentra, que es uno de los más concurridos en este tipo de locales.

Para acabar, y continuando la dinámica de la parte anterior, visitaremos una de las bodegas más importantes de las islas, Bodegas Monje, donde veremos una entrevista con el propietario y conoceremos las diferentes opciones turísticas que ofrece. Esta empresa atrae a muchísimos turistas del norte y sus actividades son sostenibles y acercan al visitante a la cultura canaria, por lo tanto es necesario contarle.

De este modo finalizaría el documental. Usando un fundido a negro y probablemente un "Continuará", ya que puede ampliarse en cualquier momento si otras empresas se suman al proyecto. A continuación, veríamos los títulos de crédito y los agradecimientos.

Cabe destacar el hecho de que las actividades que tienen lugar en el proyecto las realiza el propio presentador, mostrando al espectador lo que puede llegar a hacer si visita esta isla del archipiélago canario. Los espacios muestran la distinción de Canarias como “paraíso tropical”, ya que en los mismos predomina el sol y el buen tiempo. Tanto en la zona sur, cuando el presentador practica buceo; como en la zona norte, cuando se presencia la degustación de platos típicos y la excursión por el sendero de Masca; vemos el encanto de la isla desde un punto de vista sostenible, proporcionando a los escenarios idóneos para un turismo que cuide del medio ambiente. El sonido ambiente en estos casos se tapará por un hilo musical acorde con lo que se visualiza en ese momento para crear una atmósfera agradable y entretenida.

4. PERSPECTIVAS DEL TRABAJO AUDIOVISUAL

Este proyecto tiene una intención informativa ya que es un tema poco estudiado. Debemos ver este documental desde el punto de vista de un turista que está planificando unas vacaciones sostenibles en Canarias.

Muchas veces esta tarea se realiza preguntando a amigos, a las agencias, comprándonos una guía o buscando en *Internet* el nombre del lugar de destino. El problema es que no vamos a encontrar resultados realizando una búsqueda tradicional con estos métodos y sobre todo si nuestro destino son las islas.

Esto se debe a que las islas son la cola Europea en sostenibilidad, pero no significa que el turismo sostenible no exista en Tenerife sino que es un terreno desconocido y en el que se invierte poco. Entramos de este modo en un bucle en el que, cuanto menos se conozca, menos se interesan las empresas o los gobiernos en ayudar económicamente.

Preguntamos a empresas, turistas y ayuntamientos cuál es su opinión sobre la situación del turismo sostenible en Tenerife. Así que, con este documental, se pone fin a esta desinformación y sólo con visionarlo es posible conocer: dónde hospedarse, cómo moverse, dónde y qué comer, qué actividades realizar o dónde reunirnos con la cultura de Tenerife.

5. ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN

a. Primeros pasos

En mi estancia de prácticas externas en la empresa *generacionnatura.org*, fui consciente de que no sé nada con respecto al tema de ser ecológicos y las actividades de este tipo que se ofertan. En ese periodo de tiempo a diario descubría todo aquello que se realiza en nuestro país de este tipo. De este modo me surgió la idea de enfocar mi Trabajo Final de Grado, en buscar todo lo referente a este tema en mi lugar "de procedencia", Canarias, y de este modo plasmarlo en diversos documentales que incentiven estas prácticas y promuevan su expansión.

Esta fue desde un principio, la meta de futuro para este proyecto. Sin embargo, se trabajó con el objetivo de presentar como TFG una preproducción del primer documental de esta serie, que tendrá por nombre "*Turismo Sostenible en Canarias. Tenerife*"

b. Preproducción

La fase de preproducción ha sido la más dura e importante. Empezó en el mes de enero y se encontraba totalmente abierta a cambios y modificaciones casi hasta el final, ya que conforme avanzaba el proyecto se tuvieron que realizar cambios adaptándonos a las circunstancias para así lograr el mejor resultado final.

El primer paso fue desarrollar la forma que tendría el futuro documental. Una de las cosas más claras que tenía era la de dividirlo en bloques, manteniendo dudas entre:

1. Usar un presentador/narrador que guiase todo el documental.
2. Usar una voz en off y sólo entrevistas a los expertos.
3. Usar varias personas para cada bloque, por ejemplo un joven en santa cruz, una pareja en el sur, etcétera...

Al final se optó por la primera idea, ya que es *a priori* la que menos puede confundir al espectador, además hoy en día podemos encontrar este tipo de formatos en televisión, como en *Viajando con Chester*, los cuales están obteniendo buenos resultados.

Una vez decidida la forma y la idea de los bloques, era necesario empezar a mover los contactos para conseguir las entrevistas oportunas. Lo que *a priori* debía ser una tarea sencilla en una isla tan turística como es Tenerife, se convirtió en una batalla. Una empresa accedió a colaborar con el documental enseguida y gracias a ello y con el boca/oído, otras personas empezaron a interesarse por participar en el proyecto.

El método de contacto utilizado fue principalmente el email, una vez que respondían nos intercambiábamos un número de contacto y hablábamos a través de ese canal. Debido a que no todos contestaban a la vez, el proyecto no se paró y mientras se rodaba se iban concretando otras entrevistas.

Es por eso que la preproducción siguió en marcha hasta que se acabó todo el rodaje que vemos en el anexo en forma de DVD, ya que en cualquier momento se podría tener una nueva entrevista. Las órdenes de rodaje se iban realizando conforme se concretaba el día de grabación y el guión también se iba ampliando cuando se recibían los nuevos contactos.

Además de estos temas fue necesaria la compra de material audiovisual como cables, grabadora de voz, micrófonos de corbata, baterías, tarjetas de memoria, etcétera. Es decir, todo aquello que resulta indispensable para llevar a cabo un rodaje satisfactorio.

c. El rodaje

En la fase de rodaje, se grabó algo de material de documentación previa para el futuro documental. Es decir, entrevistas y algunas pruebas de actividades sostenibles, como podemos ver en el DVD anexo al dossier. Quedando pendiente el rodaje de material del entorno de la isla como imágenes de recurso, y otras posibles entrevistas.

El proceso de grabación comprendió las fechas desde finales de marzo hasta finales de abril; fue complicado de hacer porque requería coordinar los horarios del presentador, que trabaja por las mañanas, con los horarios de los colaboradores en el documental. Esto conllevó la decisión de grabar utilizando los fines de semana o alguna tarde.

d. Postproducción

En esta fase se visualizó el material y se preparó un sencillo montaje, que, en un futuro, se tendrá que ampliar con otras grabaciones que lo doten de mayor dinamismo e interés, mostrando más lugares y puntos de vista de la isla. Además, se deberá añadir el grafismo y el titulado o rótulos. También, y de forma un poco atrasada, en esta fase, se llevó a cabo el registro de la propiedad intelectual del guión del documental, siendo el motivo de la espera el hecho de que estábamos abiertos a las grabaciones que surgieran.

6. GUIÓN LITERARIO

SEC. 1. EXT. DÍA. Cañadas del Teide

DANIEL, un chico joven, camina hasta quedarse quieto mirando hacia la cámara, anda despacio mientras gesticula con las manos. Detrás de él se encuentra un paisaje montañoso. Viste elegante y lleva el pelo medio corto.

DANIEL

Bienvenidos a la primera entrega de Turismo Sostenible en Canarias, me llamo Daniel y hoy les acompañare recorriendo la isla de Tenerife.

El turismo es sin duda una de las actividades más desempeñadas en estas tierras, con uno de los mayores ingresos económicos. Pero, ¿Estas actividades que daños ambientales conllevan? ¿Son los turistas que vienen a Tenerife sostenibles? ¿Se oferta turismo sostenible de calidad en la isla? ¿Se promociona este tipo de turismo?

Estas y muchas más preguntas las contestaremos en este documental. Pasearemos por sus paradisíacas playas, nos adentraremos en sus verdes bosques y no enteraremos de todas las opciones turísticas sostenibles que Tenerife nos ofrece.

¡Sígueme! Porque nos vamos a la capital de la isla, dónde nos encontraremos con una de las empresas pioneras en la movilidad sostenible.

DANIEL sale de escena caminando hacia la cámara. Vemos el paisaje que se va difuminando.

SEC. 2. EXT. DÍA. Jardines Plaza España

Vemos una plaza de fondo con un lago, delante esta DANIEL a la derecha de la entrevistada. DANIEL Viste elegante con una camisa azul y un pantalón blanco. Lleva el pelo corto.

DANIEL

¡Nos encontramos con Angrick Capriles, gerente de E-move, buenos días!

Entrevista a Angrick Capriles, gerente de E-move

1. ¿Cómo nace E-Move?
2. ¿Por qué pensáis que es importante cuidar del medio ambiente?
3. ¿Qué servicios ofrecéis al Turismo que viene a Tenerife?
4. ¿y a los residentes canarios?
5. ¿Cuál es el perfil de vuestros clientes?
6. ¿Cómo os publicitáis para que los turistas decidan escogeros y por lo tanto usar la opción turística sostenible?
7. ¿Creéis que es necesaria más educación sobre la sostenibilidad y el medio ambiente?
8. ¿Trabajáis solos o recibís algún tipo de ayuda del cabildo o ayuntamientos? ¿Hay implicación de los organismos públicos en estos temas?
9. ¿Cómo pensáis que será la evolución del turismo sostenible? o ¿Que os gustaría que se alcanzase?

SEC 3. EXT. DÍA. Playa el Camisón

DANIEL anda despacio hacia un lado y para al lado izquierdo de la entrevistada. DANIEL viste una camiseta negra y unos pantalones cortos. Lleva el pelo medio corto.

Daniel

Estamos en el sur de la isla, concretamente en la playa del camisón y vamos a conocer a Elena Ranz, asesora ambiental. ¡Buenos días Elena!

Entrevista a Elena Ranz, Asesora Ambiental

1. ¿Qué tipos de senderos encontramos en Tenerife?
2. ¿Es Tenerife una isla apropiada para las actividades en la naturaleza?
3. ¿Quién se ocupa del mantenimiento de los montes y las playas? ¿Y cómo?
4. ¿Qué impactos tiene el medio ambiente por culpa del turismo?
5. ¿De qué manera crees que se llegaría a un turismo perfectamente sostenible?
6. ¿Cómo cambiaría para el medio ambiente un turismo totalmente sostenible?

SEC 4. EXT. DÍA. Armeñime

Daniel viste un neopreno con aletas, tubo y gafas de buceo. Lleva el pelo medio corto. Le vemos buceando mientras nada con las tortugas.

SEC 5. INT. DÍA. Los Cristianos

Sentados en un sofá vemos a DANIEL con la entrevistada que queda a su izquierda. Hay una mesita delante y una lámpara. DANIEL lleva el pelo corto y viste una camiseta marrón y unos pantalones claros, color beige.

DANIEL

Nos encontramos en el lado sur de la isla, concretamente en Los Cristianos, localidad del Municipio de Arona. Este municipio se ha caracterizado por tener una gran afluencia de turismo convencional

Sin embargo, desde el patronato de Turismo de Arona se están haciendo esfuerzos e invirtiendo para adaptarse a las nuevas características de los turistas sostenibles y responsables. Pero bueno, mejor que nos lo expliquen ellos...Buenos días Evelin.

Entrevista a D^a Evelin Santos, concejala de turismo de Arona.

1. ¿Es Arona un destino turístico sostenible?
2. ¿Desde cuándo y que motivo el cambio?
3. ¿Cómo se planifica esta gestión de la sostenibilidad?
4. ¿Qué significa para Arona llegar a conseguir la certificación Turística Sostenible?
5. ¿Cómo se trabaja la sostenibilidad con las empresas turísticas?
6. ¿Qué actividades sostenibles promociona Arona?
7. ¿Cuáles son los próximos proyectos o retos sostenibles para el futuro en Arona?

SEC 6. EXT. DÍA. Barranco de Masca

Vemos a Daniel grabándose a sí mismo con el Teide de fondo. Viste una camisa gris con un chaleco deportivo y unos pantalones cortos. Calza unas deportivas de correr.

SEC 7. EXT. DÍA. Guachinche

Vemos la fachada de un Guachinche con su respectiva insignia de restaurante y una pequeña carta de comidas en el suelo. Daniel está delante de frente a la cámara. Viste una camisa de botones marrón claro y unos vaqueros color oscuro. Lleva el pelo medio corto.

SEC 8. EXT. DÍA. Bodegas Monje

Vemos una terraza con vistas al Teide y a un paisaje montañoso. Delante está Daniel sentado a la derecha del entrevistado. Daniel lleva una camisa blanca de botones. Tiene el pelo medio corto.

Daniel

¡Buenos días, nos encontramos con Felipe Monje!

Entrevista a Felipe Monje, propietario de Bodegas Monje.

1. ¿Cómo nació Bodegas Monje, cuál es su historia?
2. ¿Qué variedades de vino realiza?
3. ¿Influye el terreno y el clima en la elaboración del vino?
4. ¿Qué actividades ofrecen a los visitantes de las bodegas?
5. ¿Qué piensa sobre el turismo sostenible?
6. ¿Cree que es posible o que será posible llevar a cabo un turismo responsable con el medio ambiente?

SEC 9. INT. DÍA. Visita a Bodegas Monje

Recorreremos con Daniel las bodegas. Anda por todo el camino mostrando las barricas, los vinos y las salas. Daniel viste una camisa blanca de botones y unos vaqueros color oscuro. Lleva el pelo medio corto.

7. GUIÓN TÉCNICO

SEC. 1. EXT. DÍA. Cañadas del Teide

Plano 1 PG Panorámica

DANIEL, un chico joven, camina hasta quedarse quieto mirando hacia la cámara, anda despacio mientras gesticula con las manos.

DANIEL

Bienvenidos a la primera entrega de Turismo Sostenible en Canarias, me llamo Daniel y hoy les acompañare recorriendo la isla de Tenerife.

El turismo es sin duda una de las actividades más desempeñadas en estas tierras, con uno de los mayores ingresos económicos.

Plano 2 PM

Pero, ¿Estas actividades que daños ambientales conllevan? ¿Son los turistas que vienen a Tenerife sostenibles? ¿Se oferta turismo sostenible de calidad en la isla? ¿Se promociona este tipo de turismo?

Plano 3 PG

Estas y muchas más preguntas las contestaremos en este documental. Pasearemos por sus paradisíacas playas, nos adentraremos en sus verdes bosques y no enteraremos de todas las opciones turísticas sostenibles que Tenerife nos ofrece.

¡Sígueme! Porque nos vamos a la capital de la isla, dónde nos encontraremos con una de las empresas pioneras en la movilidad sostenible.

DANIEL sale de escena caminando hacia la cámara. Vemos el paisaje que se va difuminando.

SEC. 2. EXT. DÍA. Jardines Plaza España

Plano 4 PM

Entrevista a Angrick Capriles, gerente de E-move

DANIEL

¡Nos encontramos con Angrick Capriles, gerente de E-move, buenos días!

1. ¿Cómo nace E-Move?
2. ¿Por qué pensáis que es importante cuidar del medio ambiente?
3. ¿Qué servicios ofrecéis al Turismo que viene a Tenerife?
4. ¿y a los residentes canarios?
5. ¿Cuál es el perfil de vuestros clientes?
6. ¿Cómo os publicitáis para que los turistas decidan escogeros y por lo tanto usar la opción turística sostenible?
7. ¿Creéis que es necesaria más educación sobre la sostenibilidad y el medio ambiente?
8. ¿Trabajáis solos o recibís algún tipo de ayuda del cabildo o ayuntamientos? ¿Hay implicación de los organismos públicos en estos temas?
9. ¿Cómo pensáis que será la evolución del turismo sostenible? o ¿Que os gustaría que se alcanzase?

SEC 3. EXT. DÍA. Playa el Camisón

Plano 5 PM PAN

DANIEL anda despacio hacia un lado y se para delante de una chica.

Daniel

Estamos en el sur de la isla, concretamente en la playa del camisón y vamos a conocer a Elena Ranz, asesora ambiental. ¡Buenos días Elena!

Plano 6 PM

Entrevista a Elena Ranz, Asesora Ambiental

1. ¿Qué tipos de senderos encontramos en Tenerife?
2. ¿Es Tenerife una isla apropiada para las actividades en la naturaleza?
3. ¿Quien se ocupa del mantenimiento de los montes y las playas? ¿Y cómo?
4. ¿Qué impactos tiene el medio ambiente por culpa del turismo?
5. ¿De qué manera crees que se llegaría a un turismo perfectamente sostenible?
6. ¿Cómo cambiaría para el medio ambiente un turismo totalmente sostenible?

SEC 4. EXT. DÍA. Armeñime

Buceo nadando con tortugas

SEC 5. INT. DÍA. Los Cristianos

Plano 7 PM

DANIEL

Nos encontramos en el lado sur de la isla, concretamente en Los Cristianos, localidad del

Municipio de Arona. Este municipio se ha caracterizado por tener una gran afluencia de turismo convencional

Plano 8 zoom out

Sin embargo, desde el patronato de Turismo de Arona se están haciendo esfuerzos e invirtiendo para adaptarse a las nuevas características de los turistas sostenibles y responsables. Pero bueno, mejor que nos lo expliquen ellos...Buenos días Evelin.

Plano 9 PM

Entrevista a D^a Evelin Santos, concejala de turismo de Arona.

1. ¿Es Arona un destino turístico sostenible?
2. ¿Desde cuándo y que motivo el cambio?
3. ¿Cómo se planifica esta gestión de la sostenibilidad?
4. ¿Qué significa para Arona llegar a conseguir la certificación Turística Sostenible?
5. ¿Cómo se trabaja la sostenibilidad con las empresas turísticas?
6. ¿Qué actividades sostenibles promociona Arona?
7. ¿Cuáles son los próximos proyectos o retos sostenibles para el futuro en Arona?

SEC 6. EXT. DÍA. Barranco de Masca

Sendero de bajada y subida por el barranco de masca en el que Daniel nos cuenta la experiencia del grupo.

SEC 7. EXT. DÍA. Guachinche

Plano 11 PM

Visita a uno de los guachinches ubicados en el norte de la isla.

SEC 8. EXT. DÍA. Bodegas Monje

Plano 10 PG

Daniel

¡Buenos días, nos encontramos con Felipe Monje!

Entrevista a Felipe Monje, propietario de Bodegas Monje.

1. ¿Cómo nació Bodegas Monje, cuál es su historia?
2. ¿Qué variedades de vino realiza?
3. ¿Influye el terreno y el clima en la elaboración del vino?
4. ¿Qué actividades ofrecen a los visitantes de las bodegas?
5. ¿Qué piensa sobre el turismo sostenible?
6. ¿Cree que es posible o que será posible llevar a cabo un turismo responsable con el medio ambiente?

SEC 9. INT. DÍA. Visita a Bodegas Monje

Recorrido por las bodegas Monje.

8. DESGLOSE DE GUIÓN

1) Personajes

Personaje	Categoría	Actor	Descripción Física
Daniel	Presentador	Daniel Trujillo Acosta	<p>Un Joven de 23 años, moreno de piel, alto y fuerte.</p> <p>Indumentaria moderna o formal. Camisas de botones o lisas y pantalones de colores. Calza zapatos, tenis y converse.</p> <p>Lleva el pelo medio corto y barba.</p>

Nombre	Puesto/Empresa	Zona de trabajo	Historia
Angrick Capriles	Directora General E-Move	Santa Cruz de Tenerife	<p>Dirige esta empresa desde el año 2014. Se trata de la primera empresa de movilidad sostenible que se formó en Canarias.</p> <p>Ha conseguido numerosos premios y galardones por su labor con el medio ambiente.</p>
Elena Ranz	Asesora Ambiental	Santa Cruz de Tenerife	<p>Aunque sólo tiene 24 años, es graduada en <i>Ciencias Ambientales</i> con el máster de <i>Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos Laborales</i>. Actualmente trabaja en el Instituto de Turismo Responsable quién se encarga de conceder certificaciones turísticas.</p>
Evelin Santos	Concejala de Turismo/Patronato Arona	Arona	<p>Ocupa el cargo desde finales de 2013. Se trata de uno de los municipios más turísticos de la isla y de los que más apoyan e invierten en el turismo</p>

Felipe Monje	Propietario de Bodegas Monje	El Sauzal	sostenible. 5º Generación de la Familia Monje que se dedica a la viticultura. Bodegas Monje es muy conocida en la isla, no sólo por sus vinos y sus instalaciones sino también por permanecer siempre activo con diferentes propuestas de Turismo.
--------------	------------------------------	-----------	---

2) Localizaciones:

a) Localización 1

Dirección:

Plaza de España en Santa Cruz de Tenerife.

Día de Rodaje:

Viernes, 20 de marzo de 2015

Criterios de elección:

La plaza de España es el centro de la capital tinerfeña. Desde su remodelación es uno de los atractivos turísticos de la zona y gracias al puerto, que se encuentra justo al lado, miles de turistas, llegados en cruceros, recorren sus calles y activan su comercio.

Es por ello y porque se trata de la zona de trabajo de la empresa que entrevistamos que decidimos elegir este emplazamiento, pues era casi un deber rodar una parte en esta plaza.

Secuencias rodadas:

Sec 2

Planos de localización:



b) Localización 2

Dirección:

Despacho de la Concejala de Turismo de Arona en los Cristianos, zona sur de la isla.

Día de Rodaje:

Sábado, 28 de marzo de 2015

Criterios de elección:

Una de los motivos de elección de este lugar fue puramente técnico ya que era la zona del centro cultural donde menos ruido de fondo llegaba y donde más luz había. Aún así por culpa de unas jornadas que habían en el exterior se cuela música.

Otro de los motivos fue puramente estético ya que como entrevistábamos a alguien del gobierno, me parecía interesante sacarle en su despacho.

Secuencias rodadas:

Sec 5

Planos de localización:



c) Localización 3

Dirección:

Barranco de Masca, en el parque rural de Teno al norte de la isla.

Día de Rodaje:

Jueves, 2 de abril de 2015

Criterios de elección:

Hay miles de senderos que realizar en Tenerife, pero decidimos ir a este porque es uno de los más completos, ya que necesitas un día entero para completarlo. Esto es debido a su lejanía y a lo complicado de su recorrido.

Pero merece la pena ya que posee una playa donde solo se accede a través del sendero o en barco, por lo tanto posee una belleza visual incalculable.

Secuencias rodadas:

Sec 6

Planos de localización:



Parque Rural Teno

Barranco de Masca

Es uno de los barrancos más importantes del parque, tanto por sus valores paisajísticos como por su calidad biológica. Alberga comunidades vegetales de gran interés, como las saucedas, y especies exclusivas, algunas de ellas catalogadas en peligro de extinción.

El tránsito por este barranco puede generar situaciones de riesgo. Según recoge el Plan Rector de Uso y Gestión del Parque Rural de Teno (art.10.1.2.12), se deberá establecer un control de acceso al sendero del barranco de Masca basado en la seguridad de las personas, en la conservación y el disfrute del mismo.

El descenso requiere de unas 3 horas a través de lugares que pueden entrañar vértigo, dificultad de paso y peligro de desprendimientos. En tanto no se regule el acceso al barranco conforme establece la norma, si usted transita por el mismo le informamos que lo hace bajo su responsabilidad.



It is one of the most important ravines of the park, both for its valuable landscape and for its biological quality. It

Es handelt sich hier um eine der wichtigsten Schluchten des Parks, sowohl wegen ihrer landschaftlichen Schönheit

Le Barranco de Masca est un de de ceux plus importants dans le parc, tant par ses valeurs paysagistiques comme



d) Localización 4

Dirección:

Camino Cruz de Leandro, 36. 38359. El Sauzal. Bodegas Monje

Día de Rodaje:

Sábado, 11 de abril de 2015

Criterios de elección:

Decidimos ir a esta bodega porque trabaja en conjunto con la empresa de movilidad que entrevistamos así que nos paso el contacto y nos pareció interesante. La ubicación vino regalada ya que una vez allí pudimos apreciar que se encontraba en medio de la montaña con unas vistas maravillosas del todo el norte de la isla.

Secuencias rodadas:

Sec 8 y 9.

Planos de localización:



e) Localización 5

Dirección:

Armeñime

Día de Rodaje:

Sábado, 18 de abril de 2015

Criterios de elección:

El motivo principal de elegir este sitio fue, que para la experiencia de buceo es uno de los mejores ya que casi siempre se avistan tortugas. Es cierto que otros muchos puntos de la isla también se bucea pero no siempre puedes contemplar animales marinos.

Secuencias rodadas:

Sec 4

Planos de localización:



f) Localización 6

Dirección:

Ctra. Nueva Corujera 75, 38390 Santa Úrsula, Tenerife, España.

Día de Rodaje:

Miércoles, 22 de abril de 2015

Criterios de elección:

Hay tantos guachinches en Tenerife que existe hasta una aplicación para encontrarlos. Entonces la elección de este fue su localización, que nos interesaba que estuviese en el norte y por gusto personal, ya que te atienden bien y la comida está muy rica.

Secuencias rodadas:

Sec 7

Planos de localización:



g) Localización 7

Dirección:

Playa del Camisón, Adeje, sur de la isla.

Día de Rodaje:

Domingo, 26 de abril de 2015

Criterios de elección:

Una de las cosas que no habíamos sacado en el documental y que me parecía primordial tratándose de una isla, era la playa. Las mejores se encuentran en la zona sur porque son las más preparadas y cuidadas para el turismo.

La decisión concreta de esta fue porque se encuentra detrás de dos de los hoteles más importantes de la zona: *El Mare Nostrum* y *El Cleopatra*. Y contrasta porque justo al lado, con una separación de una escollera se encuentra la playa "de los surferos", totalmente descuidada.

Secuencias rodadas:

Sec 3

Planos de localización:



h) Localización 8

Dirección:

Parque Nacional del Teide

Día de Rodaje:

Viernes, 1 de Mayo de 2015

Criterios de elección:

Se trata de uno de los sitios más emblemáticos de España, ya que es el pico más alto. También es un sitio referencia para ubicar el lugar donde nos encontramos, Tenerife.

Además, desde allí se pueden ver unas vistas estupendas de toda la isla e inclusive de las islas vecinas, si hace buen tiempo.

Secuencias rodadas:

Sec 1

Planos de localización:



3) Vestuario:

Nº	Prendas	Localización	Personaje	Secuencia
1	Neopreno	Armeñime	Daniel	4
2	Gafas y tubo	Armeñime	Daniel	4
3	Aletas	Armeñime	Daniel	4

4) Material Técnico:

Material	Cantidad
Cámara Canon 500D	1
Batería de Cámara Canon 500D	2
Tarjeta de memoria mini SD	2 (8GB y 16 GB)
Zapata	1
Micrófono de corbata FoneStar	1
Grabadora de voz Sony	1
Trípode cámara fotos	1
Auriculares	1
Alargador 5 metros	
Limpia objetivos Hama	1
Pilas AAA	2
Cargador Cámara Canon	1

9. PLAN DE RODAJE

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 1 RODAJE. 20 de Marzo de 2015. HORARIO: 11h -14h.

Localización: 1. Exterior. Plaza España

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 21°C. Temp.Min:14°C.

Amanece: 07:08 h. **Anochece:** 19:16 h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario Nuestra Señora de Candelaria.
Ctra. Gral. del Rosario, 145, 38010 Santa Cruz de Tenerife. 922 60 20 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
2	PLAZA ESPAÑA/ Entrevista E-move	Ext. Día	1,2	4	1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:00	11:00
2	Angrick	11:00	11:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	-
Vestuario	TODAS	-
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 2 RODAJE. 28 de Marzo de 2015. HORARIO: 11:30h -14h.

Localización: 1. Interior. Los Cristianos

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 22°C. Temp.Min:13°C.

Amanece: 07:00 h. **Anochece:** 19:22 h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
5	Despacho/Entradilla	Int. Día	1	7,8	1
5	Despacho/Entrevista	Int. Día	1,2	9	1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:30	11:30
2	Evelin	11:30	11:30

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	-
Vestuario	TODAS	-
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 3 RODAJE. 2 de Abril de 2015. HORARIO: 07:00h -19h.

Localización: 1. Exterior. Barranco de Masca

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 24°C. Temp.Min:14°C.

Amanece: 06:32 h. **Anochece:** 19:14 h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
6	Sendero de Masca	Ext. Día	1		1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:30	11:30

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	-
Vestuario	TODAS	-
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 4 RODAJE. 11 de Abril de 2015. HORARIO: 11:00h -14h.

Localización: 1. Exterior. Bodegas Monje

2. Interior. Bodegas Monje

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 20°C. Temp.Min:12°C.

Amanece: 06:26 h. **Anochece:** 19:39 h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
8	Bodegas Monje/ Entrevista con Felipe	Ext. Día	1,2	10	1
9	Bodegas Monje /Visita a las bodegas	Int. Día	1		2

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:00	11:00
2	Felipe Monje	11:00	11:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	-
Vestuario	TODAS	-
Iluminación	TODAS	Natural

Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora
--------	-------	----------------------------------

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 5 RODAJE. 18 de Abril de 2015. HORARIO: 11:00h -14h.

Localización: 1. Exterior. Playa Armeñime

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 24°C. Temp.Min:15°C.

Amanece: 07:24 h. **Anochece:** 20:40 h.

- Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFFECTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
4	Buceo con tortugas	Ext. Día	1		1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:00	11:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	
Vestuario	TODAS	Neopreno, tubo, gafas, aletas
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	

Cámara	TODAS	GoPro Hero
--------	-------	------------

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 6 RODAJE. 22 de Abril de 2015. HORARIO: 14:00h -16h.

Localización: 1. Exterior. Santa Úrsula

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 25°C. Temp.Min:13°C.

Amanece: 07:26h. **Anochece:** 20:39h.

- Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFFECTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
7	Guachinche	Ext. Día	1	11	1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	14:00	14:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	
Vestuario	TODAS	
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 7 RODAJE. 26 de Abril de 2015. HORARIO: 13:00h -17h.

Localización: 1. Exterior. Adeje

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 24°C. Temp.Min:17°C.

Amanece: 07:28h. **Anochece:** 20:40h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
3	Playa Camisón/Entradilla	Ext. Día	1	5	1
3	Playa Camisón/Entrevista	Ext. Día	1,2	6	1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	14:00	14:00
2	Elena Ranz	14:00	14:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	
Vestuario	TODAS	
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

ORDEN DEL DÍA GRABACIÓN:

Producción: Ruth Herrera González (607.873.824) **Dirección:** Ruth Herrera González.
Fotografía/Iluminación: Ruth Herrera González. **Sonido:** Ruth Herrera González
Cámara: Ruth Herrera González **Atrezzo/Vest. /Maq.:** Estefanía Ventura Rodríguez
Script: Estefanía Ventura Rodríguez

“TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

DÍA 8 RODAJE. 1 de Mayo de 2015. HORARIO: 11:00h -14h.

Localización: 1. Exterior. Teide

Previsión meteorológica: Soleado. Temp.Máx: 27°C. Temp.Min:17°C.

Amanece: 07:26h. **Anochece:** 20:41h.

1. **Hospital más cercano:** Hospital Universitario de Canarias. Carretera de Ofra, s/n, 38320 San Cristóbal de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife. 922 67 80 00

SEC	DECORADOS/SINOPSIS	EFEKTOS	PERSONAJES	PLANOS	LOC
1	Teide/Intro Documental	Ext. Día	1	1,2,3	1

Nº	ACTOR/ACTRIZ	MAQ/PEL/VEST	HORA CITA
1	Daniel	11:00	11:00

DEPARTAMENTO	SECUENCIA	NECESIDADES
Atrezzo	TODAS	
Vestuario	TODAS	
Iluminación	TODAS	Natural
Sonido	TODAS	Micrófono de corbata y grabadora

RUTH HERRERA.
Directora Producción:

10. MEMORIA DE PRODUCCIÓN

Todo comenzó el verano del 2014 cuando realice mis prácticas externas del grado en una empresa sostenible, ahí me di cuenta de los cambios que se están produciendo en el planeta y lo poco que hacemos para frenarlos o disminuirlos. Extrapolando eso a mi entorno se me ocurrió la idea de grabar un documental sobre turismo sostenible en las Islas Canarias.

El primer paso fue conseguir un presentador que pudiese acompañarme durante todo el rodaje. Después de barajar varias opciones, encontré a un amigo que estaba dispuesto a ayudarme.

Una vez arreglado este tema empezó la búsqueda de colaboradores. Lo que resultó una tarea más complicada de lo pensado porque nadie parecía tener interés en hablar sobre este tema. Al final se logró quedar con una empresa y a partir de ahí se fueron agregando el resto de participantes.

En este punto fue importante crear un calendario para organizar los horarios del presentador con el de los colaboradores, ya que solo había disponibilidad los fines de semana. El rodaje se amoldó a esos horarios y se grabó una o dos veces por semana tan sólo.

En este punto de la preproducción era importante saber que material técnico se necesitaría y cuál se podría conseguir, puesto que el préstamo de la UJI era algo inviable. Se consultaron varias webs de alquiler de material audiovisual pero debido a que el calendario de rodaje era muy amplio se iba totalmente de presupuesto. Así que se tomó la decisión de adquirir el material básico para rodar: una grabadora, un micrófono de corbata, unas baterías, unas tarjetas de memorias, etcétera.

Llegado el momento del rodaje. En nuestro primer día tuvimos mala suerte, ya que, aunque habíamos consultado la previsión del tiempo, el cielo pasaba de sol a llovizna en cinco minutos, resultando imposible la grabación. Por lo que lo aplazamos para el día siguiente, y se rodó sin complicaciones.

Antes de cada rodaje se realizaron las respectivas órdenes de trabajo y se informó a cada participante de la cesión de derechos de imagen con la

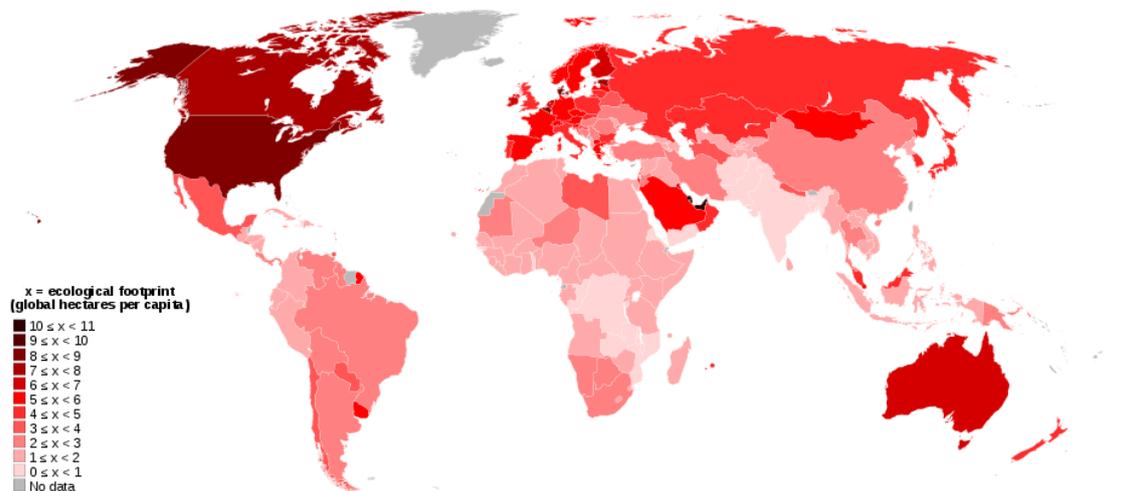
respectiva firma del documento. En alguna ocasión conté con la ayuda de una amiga para rellenar los *scripts*, le expliqué lo que tenía que llevar a cabo y lo hizo muy bien.

Tras terminar con esta fase, se realizó un pequeño proceso de postproducción, en el que se juntó todo el material grabado. Con el objetivo de conservarlo como una documentación interesante para un trabajo posterior de rodaje de los caminos, los espacios naturales, etcétera. Además se mantuvo el contacto con todos los colaboradores del proyecto. Y por último, se terminaron de redactar los documentos.

11. PLAN DE EXPLOTACIÓN DEL PRODUCTO

a) Análisis del mercado al que va dirigido el producto

"Turismo Sostenible en Canarias. Tenerife" es un producto audiovisual que se dirige a un público que, independientemente de su edad, gusta de los viajes; tanto realizarlos como verlos a través de sus televisiones. Para entender plenamente el sentido del documental, el público debería ser también más o menos consciente de los riesgos que implican los viajes y el turismo al medio ambiente. Sería un público concienciado con la huella ecológica que las personas estamos dejando en el planeta, tal y como observamos en la gráfica siguiente.



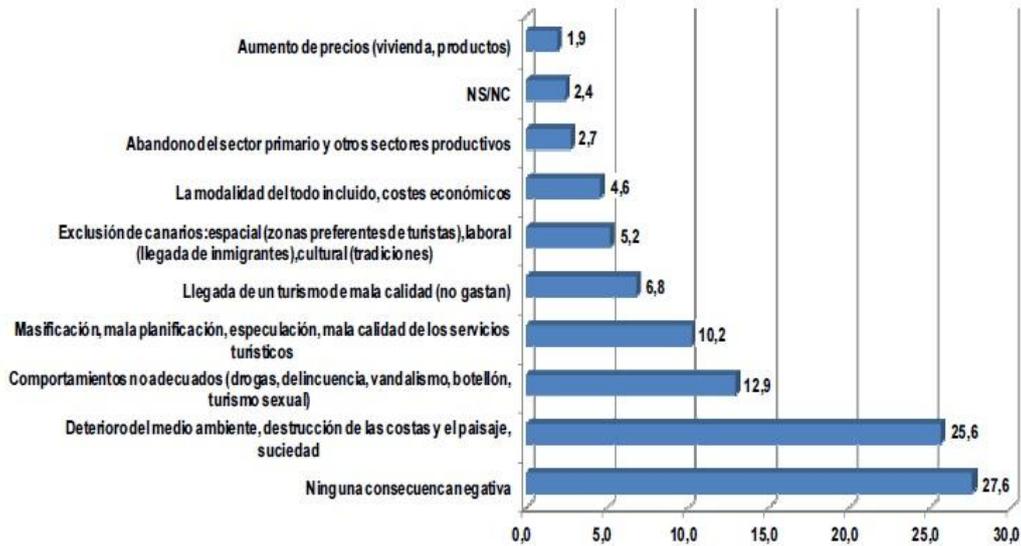
Gráfica con la huella ecológica mundial.

En principio, esta acotación no excluiría a los niños, es cierto que no suelen poseer los medios para viajar o organizar un viaje ellos solos, pero la educación ambiental debería empezar desde que somos pequeños. En el caso de los adultos que visionasen este documental, y no fuesen conscientes de los riesgos que tiene el turismo en el medio, esta creación también les serviría como herramienta pedagógica, para cambiar entre todos la gráfica anterior.

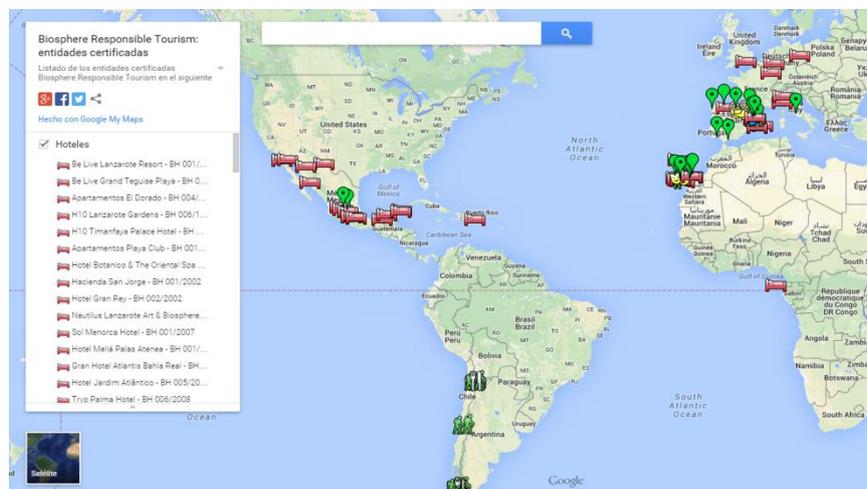
Se pretende concienciar a estos sectores para que los próximos viajes que realicen, no sólo a las islas, sino a cualquier parte del mundo, los lleven a cabo de una manera sostenible y pensando en lo mejor para el medio

ambiente. Como podemos observar en la gráfica siguiente, los impactos negativos son elevados.

IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO EN LA ISLA



El público que ya piense de una manera sostenible, podrá encontrar en este documental herramientas para organizar sus viajes antes de volar a su destino, como, por ejemplo, el uso de las ecoetiquetas, como vemos a continuación. En este caso se observa la búsqueda mundial de hoteles, destinos o actividades reconocidas por el Instituto de Turismo Responsable, con sede en Tenerife, que acredita con la etiqueta "biosphere" como respetuosas con el medio ambiente.



Por tanto, la edad del público objetivo se comprenderá en una franja desde unos 10 años hasta una edad adulta, digamos unos 65. No se descarta ninguna nacionalidad ya que el producto no está dirigido a un país específico, sino a todos los turistas que llegan a las islas y por supuesto, a los residentes canarios. A continuación se puede observar una gráfica con el origen de los pasajeros que llegan a Tenerife, concretamente estos datos son de febrero de este mismo año.

LLEGADA DE PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS NACIONALES Y EXTRANJEROS TFN, TFS Y TOTAL TENERIFE

AEROPUERTO PROCEDECENCIA DEL VUELO	TFS			TENERIFE		
	acumulad o febrero 2014	acumulad o febrero 2015	var. interanual	acumulad o febrero 2014	acumulad o febrero 2015	var. interanua l
Holanda	21.413	20.518	-4,2%	21.413	20.518	-4,2%
Bélgica	35.262	37.216	5,5%	35.262	37.216	5,5%
Alemania	147.197	148.890	1,2%	148.664	148.891	0,2%
Francia	16.104	21.051	30,7%	16.946	21.406	26,3%
Reino Unido	271.292	275.788	1,7%	271.300	275.790	1,7%
Irlanda	13.127	12.129	-7,6%	13.127	12.129	-7,6%
Italia	20.446	30.400	48,7%	20.446	30.400	48,7%
Países Nórdicos	146.466	131.010	-10,6%	149.131	132.717	-11,0%
Suecia	46.007	42.376	-7,9%	46.007	42.376	-7,9%
Noruega	38.393	27.876	-27,4%	38.393	27.876	-27,4%
Dinamarca	28.246	30.101	6,6%	28.246	30.101	6,6%
Finlandia	33.820	30.657	-9,4%	36.485	32.364	-11,3%
Suiza	12.988	14.431	11,1%	12.988	14.438	11,2%
Austria	8.352	9.001	7,8%	8.352	9.001	7,8%
Federación Rusa	15.855	7.965	-49,8%	15.855	7.965	-49,8%
Republica Checa	1.285	1.537	19,6%	1.285	1.537	19,6%
Polonia	8.692	14.033	61,4%	8.692	14.033	61,4%
USA	5	6	20,0%	5	12	140,0%
Otros países	12.406	12.915	4,1%	13.829	13.634	-1,4%
Total aerop.	730.890	736.890	0,8%	737.295	739.687	0,3%
TOTAL PASAJEROS	771.906	780.973	1,2%	1.023.758	1.037.208	1,3%

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

b) Plan de comunicación y Marketing

Una vez definido el público potencial, es necesario llevar a cabo una serie de acciones con el fin de llegar a comunicarnos de una manera adecuada y satisfactoria. Se quiere conseguir la mayor difusión posible para "Turismo Sostenible en Canarias. Tenerife". Ya que se considera una idea original y con mucho interés para atraer a todo el público mencionado.

Con el objetivo principal del plan de comunicación marcado en que la obra llegue al mayor número de personas, es necesario subdividir unos objetivos dependiendo del alcance temporal. Se plantearían de la siguiente manera:

- A corto plazo: Dar a conocer el proyecto a los círculos sociales más próximos. Y difundirlo a las empresas que han colaborado para que también lo den a conocer entre sus círculos sociales.
- A medio plazo: Presentar el producto en los diferentes festivales de cortometrajes o documentales que hay tanto en la isla de Tenerife como en Canarias.
- A largo plazo: Lograr algún premio en los diferentes festivales y alcanzar un nombre o reputación para poder continuar con la serie de documentales en el resto de las islas del archipiélago canario.

Para conseguir estos objetivos hay que llevar a cabo unas acciones. Podríamos dividir las también según el objetivo que desean lograr.

- Para los objetivos a corto plazo, se colgaría el documental en las diferentes plataformas que internet nos ofrece, tales como: Youtube o Vimeo. También se compartiría por Facebook en los perfiles de las empresas que han colaborado con nosotros. Además se mandaría por email a las empresas que no han participado para que aprecien el potencial de la obra y se animen a colaborar.
- Para los objetivos a medio plazo, se presentará a los siguientes festivales: El Festival Internacional de Cine de la Naturaleza y el Hombre de La Laguna (NaturMan); Festival Nacional de Biodiversidad en la Villa

de la Orotava; Festival Internacional de Cine Medioambiental de Canarias (FICMEC); Festival Internacional y Mercado de Cine Documental de Guía de Isora; Festival Internacional de Cine de Las Palmas de Gran Canaria; Festival Internacional de Cine Ecológico y de la Naturaleza de Canarias, Puerto de la Cruz, Tenerife.

También se ha planteado la posibilidad de presentar el documental en el TEA (Tenerife Espacio de la Artes), donde habitualmente exponen cortometrajes o proyectos de autores canarios poco conocidos. Sin descartar el hecho de presentarlo en algunas televisiones locales como: Radio Televisión Canaria, Mírame TV o Canal 4 Tenerife.

- Para los objetivos a largo plazo, consiguiendo hacerse un nombre en los diferentes festivales y si se lograra algún premio o buena posición en ellos, se presentaría el proyecto en los ayuntamientos y en el cabildo de Tenerife; o incluso a empresas sostenibles, para conseguir financiación y continuar el rodaje en otras islas.

12. GESTIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA. REGISTRO



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE San Sebastián

SOLICITUD nº: TF-152.15
Fecha, hora y minuto de presentación
6.15.15.17.35 min.
(A rellenar por la Administración)

SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN AUTOR/ES TITULAR/ES DE LOS DERECHOS IMPRESO AUTORES 1 A-T

SOLICITANTE (1) Ver instrucciones al dorso

NOMBRE Y APELLIDOS ROTH MARSA HERRERA GONZÁLEZ
 NACIONALIDAD ESPAÑOLA DNI 79062847-u
 DIRECCIÓN: C/ LOS ARCAÜGUELES Nº 19 BLQ ESC PISO 1 LETRA D
 LOCALIDAD S/C DE TENRIFFE PROVINCIA S/C DE TENERIFE PAÍS ESPAÑA
 C.P. 38010 TFNO MÓVIL 60833824 E-MAIL rothherrera@ gmail.com

ACTÚA (marcar la casilla correspondiente):
 EN SU PROPIO NOMBRE Y COMO TITULAR DE LOS DERECHOS
 EN REPRESENTACIÓN DEL TITULAR/ES DE LOS DERECHOS (Se aportará poder de representación)

TÍTULO DE LA OBRA (2) (Deberá ser idéntico al que figura en el ejemplar aportado)

Turismo Sostenible en Canarias Tenerife

AUTOR/ES (3) Marcar la casilla que corresponda:

ÚNICO AUTOR:
 NOMBRE Y APELLIDOS
 NACIONALIDAD DNI
 DIRECCIÓN: C/ Nº BLQ ESC PISO LETRA
 LOCALIDAD PROVINCIA PAÍS
 C.P. TFNO MÓVIL E-MAIL

VIARIOS AUTORES (Se deberá rellenar el Anexo al Impreso AUTORES 1, sin marcar ni rellenar los datos de ÚNICO AUTOR)

X COMO SOLICITANTE, DECLARO QUE EL TITULAR DE LOS DERECHOS ES EL PROPIO AUTOR O AUTORES

En S/C de Tenerife, a 6 de Mayo de 2015
FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)

Roth



Plazo de Resolución: El plazo máximo para resolver y efectuar la notificación correspondiente será de seis meses contados desde la fecha de entrada de la presente solicitud, según el art. 24.1 del Reglamento del Registro (R.D. 281/2003, de 7 de marzo. BOE del 28 de marzo). Transcurrido dicho plazo sin que se haya dictado resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud de acuerdo con lo dispuesto en el Art. 43 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común según redacción dada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

Protección de Datos de Carácter Personal: En cumplimiento del artículo 5.1 de la Ley orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa que los datos facilitados por usted van a ser introducidos en un fichero del que es Responsable la Subdirección General de Propiedad Intelectual del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (Plaza del Rey, s/n, Madrid) a donde usted podrá dirigirse a ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición con arreglo a lo previsto en dicha Ley. Asimismo se le informa que los datos facilitados por usted a través del presente formulario no van a ser cedidos a ningún otro organismo.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

SOLICITUD nº: TF-152-15

Fecha, hora y minuto de presentación
06/05/15 12:35 min.

(A rellenar por la Administración)

REGISTRO CENTRAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
OFICINA PROVINCIAL DE San Cristóbal de Tenerife

**SOLICITUD DE PRIMERA INSCRIPCIÓN. IMPRESO AUTORES 2
OBRA LITERARIA O CIENTÍFICA**

ANTES DE RELLENAR ESTE IMPRESO. LEER LAS OBSERVACIONES Y NOTAS AL PIE

TÍTULO DE LA OBRA¹ Turismo Sostenible en Canarias. Tenerife

CLASE DE OBRA (marcar sólo una casilla): LITERARIA CIENTÍFICA

Nº DE PÁGINAS/HOJAS 7 Nº DE VOLÚMENES 1 FORMATO² DIN-A4

DURACIÓN APROXIMADA (sólo para obras dramáticas) _____

NÚMERO DEPÓSITO LEGAL (en su caso) _____

OBJETO DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA QUE ES/SON AUTOR/ES³ (marcar sólo una casilla):

- SOLO TEXTO (El ejemplar no incluye ilustraciones⁴, o las que incluye no han sido creadas originariamente por el autor/es)
 TEXTO Y TODAS LAS ILUSTRACIONES (Todas las ilustraciones han sido creadas originariamente por el autor/es)
 TEXTO Y ALGUNAS ILUSTRACIONES DEL AUTOR/ES (Indíquese cuáles, citando la página en la que se encuentran):
 TEXTO E ILUSTRACIONES DEL AUTOR/ES, EXCEPTO ALGUNAS ILUSTRACIONES: (Indíquese cuáles no han sido creadas por el autor/es, citando la página en la que se encuentran):

FECHA DE DIVULGACIÓN DE LA OBRA (en su caso) _____

SEUDÓNIMO⁵: _____
(A rellenar sólo en caso de que el autor deseara registrar los derechos sobre la obra bajo seudónimo.)

Sólo en el supuesto de haberse rellenado el campo seudónimo, marcar una de las dos siguientes casillas:

- Sin anonimato
 Con anonimato. En este caso, y si la obra ha sido divulgada, indíquese a continuación el nombre y apellidos o denominación de la persona física o jurídica, con acreditación de su identidad, a la que corresponda el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual:

SE ACOMPAÑARÁ A LA SOLICITUD: Un ejemplar de la obra en soporte papel, debidamente encuadernado, con las páginas numeradas, sin tachaduras ni correcciones, y haciendo constar título y autor en la portada.

OBSERVACIONES:

- Este impreso es complementario del impreso Autores 1, y se presentará conjuntamente con aquél.
- Se presentará un único impreso Autores 2 por cada solicitud: el que corresponda según la clase de obra.
- Deberán cumplimentarse todos los campos, salvo los no obligatorios. En caso contrario, conforme a lo dispuesto en el artículo 71.1 de la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento administrativo Común, se requerirá al interesado para que subsane la falta en un plazo de diez días, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución dictada al efecto.

En S/C de Tenerife a 6 de Mayo de 2015
FIRMA DEL SOLICITANTE(S) / TITULAR(ES)

Rafa



¹ Deberá coincidir exactamente con el título del ejemplar y con el indicado en el impreso Autores 1.

² Se indicarán las medidas del ejemplar expresadas en cms., o en el correspondiente formato estandarizado de la serie DIN.

³ Si hay varios autores, incluidos en el anexo al impreso Autores 1, indicar en dicho impreso, en el campo "parte de la que es autor", de qué es autor cada uno de ellos: texto y/o ilustraciones.

⁴ Fotografías, dibujos, pinturas, grabados, etc., que hayan sido creadas originariamente por el autor/es.

⁵ En caso de rellenar este campo, el seudónimo indicado deberá figurar igualmente en la portada del ejemplar. Si hay varios autores con seudónimo, deberá indicarse cuál es el seudónimo de cada uno de ellos.

06/05/2015



Ministerio
de Educación, Cultura
y Deporte

CENTRO GESTOR

REGISTRO CENTRAL DE LA
PROPIEDAD INTECTUAL

TASA por servicios del Registro
de la Propiedad Intelectual.

MODELO

990**CÓDIGO** 0 3 6

IDENTIFICACIÓN	N.I.F. D.N.I. N.I.E.: 79062841 W					DEVENGO	Ejercicio..... 2 0 1 5		
	Apellidos y nombre o razón social del obligado al pago: VALERA GONZALEZ DE LA HUERTA						Nº JUSTIFICANTE 990036004128 4		
	Nombre de la vía pública C/LOS MADRUGALLOS		Núm. 19	Esc.	Piso 1	Puerta 2	Nº SOLICITUD TF-152-2015		
	Municipio C/ LOS MADRUGALLOS					Provincia C/ LOS MADRUGALLOS		Código Postal 35010	

LIQUIDACIÓN	De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 62/2003, del 30 de Diciembre de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social y en la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2015 se practica la siguiente liquidación:				
		HECHO IMPONIBLE	Unid.	Precio	Euros.
	<input checked="" type="checkbox"/>	Tramitación de expediente de solicitud.	1 x	13,20	13,20
	<input type="checkbox"/>	Anotación preventiva.	—	13,20	—
	<input type="checkbox"/>	Cancelación de asiento registral.	—	13,20	—
	<input type="checkbox"/>	Modificación de asiento registral.	—	13,20	—
	<input type="checkbox"/>	Traslado de asiento registral y de expediente.	—	13,20	—
	<input type="checkbox"/>	Expedición de Certificado, positivo o negativo, por cada uno.	—	15,68	—
<input type="checkbox"/>	Expedición de Nota Simple, positiva o negativa, por cada una.	—	4,39	—	
<input type="checkbox"/>	Diligencia de autenticación de firma.	—	4,39	—	
				Total Euros. 13,20	

EJEMPLAR PARA EL INTERESADO	ÓRGANO LIQUIDADOR	S/R a 6 de MAYO de 2015		INGRESO	Ingreso efectuado a favor del TESORO PÚBLICO, cuenta restringida de la A.E.A.T. para la Recaudación de TASAS.			
		 Sello y firma			Importe Euros: 1 13 20	Forma de pago: En efectivo <input type="checkbox"/> E.C. Adeudo en cuenta <input type="checkbox"/>		
					IBAN		Banco Santander, S.A.	
							6 - MAYO 2015	

Este documento no será válido sin la certificación mecánica o, en su defecto firma autorizada

418-5412 - Av. Venezuela, 2
CANTON DE...

13. CONCLUSIONES

Llegados a este punto, es importante hacer una recapitulación de todo lo visto anteriormente y establecer una conclusiones:

- Para empezar, "*Turismo Sostenible en Canarias. Tenerife*", está planteado como la preproducción de un documental del que se han llegado a rodar elementos parciales, a modo de documentación previa, que requieren un montaje posterior de mayor envergadura. Por lo tanto aún está abierto el proyecto.
- El proceso de este proyecto ha durado unos cinco meses. Este tiempo lo podemos subdividir en sus tres grandes fases, creación de la idea y guiones; búsqueda de colaboraciones y rodaje; y por último, postproducción.
- Ha sido un trabajo durísimo, realizado en solitario y sin acceso a material facilitado por la universidad; lo que ha dificultado mucho la culminación del proyecto. Durante todo el proceso han surgido diferentes problemas, tanto en rodaje como en postproducción. Pero, se han resuelto de una manera satisfactoria y ha merecido la pena.
- Además, y gracias a la ayuda de amigos, que han participado desinteresadamente en el proyecto, he aprendido a valorar aún más el trabajo en equipo, ya que sin ellos hubiese sido imposible iniciar este proyecto. Aparte ha sido interesante porque ellos, que no han estudiado esta carrera, han podido comprobar todo el trabajo que hay detrás de una producción audiovisual.
- Gracias a este proyecto, he podido profundizar en el tema de la sostenibilidad y el turismo en Canarias, que desconocía casi por completo. También se ha logrado que un círculo social cercano empiece a preocuparse por dicho tema.
- Por último, me siento con ánimo de retomarlo en un futuro para poder realizar el documental al completo y difundirlo; siguiendo el plan de comunicación y *marketing*. Y por supuesto para lograr los objetivos planteados al principio, e informar y concienciar a los turistas y residentes canarios.

13. CONCLUSIONS

At this point, it is important to recapitulate everything seen so far and establish some conclusions:

- To begin, "*Sustainable Tourism in Canaries. Tenerife*", it is raised as a preproduction, of a documentary of which they have film partial elements, like previous documentation, that they need a later editing of more importance. Therefore project is still open
- The process of this project has lasted five months. This time we can subdivide in his three big phases, creation of the idea and screenplay; Search for collaborations and filming.
- Has been a very hard work, carry out alone and without access to material facilitated by university, what making it difficult the finishing of work. During the process, different problems they have appeared, as much as in filming as in postproduction. But, they have been resolved successfully and has been worth.
- Besides, and thanks to friends's help, that they have participated selflessly in the project, I have learned to value more the teamwork, because without them, it had been impossible to start this project. Besides that, it has been interesting because they, that have not studied this degree, have been able to realise all the work that exist behind an audio-visual production.
- Thanks to this project, I have been able to delve into the subject of the sustainability and Canary Tourism that I not know almost completely. Also, it has achieved that social near circle start worry about that subject.
- Finally, I feel encouraged of go back to the subject in a future to be able to carry out the documentary complete and spread it; following the Communication and Marketing Plan. And, of course achieve the initially proposed objectives, and inform and make aware to the tourism and Canary residents.

14. BIBLIOGRAFÍA

Libros

Fullana Ayuso, Pere Silvia (2002): *Turismo sostenible*. Barcelona: Rubes Editorial.

Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995): *Carta del turismo sostenible*. Lanzarote: Conferencia Mundial de Turismo Sostenible.

Bouazza Ariño, Omar (2006): *Ordenación del territorio y turismo*. Barcelona: Atelier.

Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2002): *Cumbre Mundial del Ecoturismo: Informe final*. Madrid

Gessa Ana, González Isabel, Jiménez María del Amor (2007): *Estándares de calidad medioambiental en los establecimientos hoteleros: Un análisis preliminar comparativo*. Universidad de Huelva

García, Pilar (2007): *Desarrollo Sostenible y Turismo: Análisis del Régimen Jurídico Medio-Ambiental de la Legislación Turística Española*. Navarra: Aranzadi

Webs

- Todo Tenerife, una web donde se puede encontrar todo lo necesario para realizar un viaje a la isla.

<http://www.todotenerife.es/es/>

- La web oficial de Tenerife

<http://www.webtenerife.com/>

- La Organización Mundial del Turismo

<http://www2.unwto.org/es>

Documentales

- IBORA, Producciones (2014), *Tenerife*, Youtube.
https://www.youtube.com/watch?v=rwmM3Nkx_Ts
- Taller de cine documental (2010), *Guachinche*, La Laguna Acción 2010.
<https://www.youtube.com/watch?v=e-Mx1aD6TA0>
- Radio Televisión Canaria (2012), *Canarias un paseo por las nubes: 1 Tenerife, Pueblos De Nobleza y 5 Tenerife La tierra del guanche*.
<https://www.youtube.com/watch?v=dBMF8Nh17OM>
https://www.youtube.com/watch?v=Z2YuKrQ_liA

Reportajes

- Radio Televisión Española (2013), *España a ras de cielo: El Teide*.
<https://www.youtube.com/watch?v=z0EXV9GGGsl>
- Antena 3 (2012), *Mucho viajeros en Gran Canaria*.
<https://www.youtube.com/watch?v=8qMLDZpBlag>

Entrevistas

- José Miguel Rodríguez Fraga, Alcalde del municipio de Adeje
<https://www.youtube.com/watch?v=RoxAghjSDpU>
- Evelin Santos, Concejala de Turismo de Arona.
https://www.youtube.com/watch?v=xSlv_Ek7Ems

Otros materiales audiovisuales

- *La tierra de los bienaventurados, Islas Canarias*.
<https://www.youtube.com/watch?v=zsiJeVTR1p8>
- *Turismo e inversiones en Tenerife*.
<https://www.youtube.com/watch?v=w8CA5ogUEOU>

15. ANEXOS

a) Documento de cesión de derechos de imagen

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN.

En _____, a ____ de _____ de 20____.

De una parte D. _____ con D.N.I. n.º: _____
_____ y domiciliado en _____,
en adelante
Ruth Herrera para el documental “TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS”

Y de otra D. _____ con D.N.I. n.º: _____
y domiciliado en _____
en adelante

el modelo/actor por este contrato y expresamente

El **modelo/actor** autoriza a Ruth Herrera, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera, pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías o imágenes, o partes de las mismas en las que intervengo como **modelo/actor**.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que Ruth Herrera y otras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que intervengo como **modelo/actor**, podrán utilizar esas fotografías/imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Por lo que concedo mi permiso para la cesión de mis derechos de imagen sobre las fotografías/imágenes tomadas, aceptando estar conforme con el citado acuerdo.

Firma del modelo/actor.

Firma del productor Ruth Herrera.

Fdo. _____

Fdo. _____

b) Hoja de Script

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS. *En el anexo g) las encontramos rellenas.*

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:		Día Rodaje:		Hora rodaje:	
---------------	--	--------------------	--	---------------------	--

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	
--------------------------	--

Actores		Audio	
----------------	--	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN

Notas montaje/raccord:

c) Presupuesto

Capítulo 01. Guión y Música

01.01. Guión

Concepto	Nº Unidad	Precio Unidad	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Derechos de autor	1	60,00	60,00		60,00
Guión	1	2.555,70	2.555,70		2.555,70
Total			2.615,70	2.615,70	2.615,70

01.02. Música

Concepto	Nº Unidad	Precio Unidad	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Derechos autor músicas	1	60,00	60,00		60,00
Derechos autores	1	69,00	69,00		69,00

canciones				
Total		129,00	2.744,70	2.744,70

Total Capítulo 01.....2.744,70€

Capítulo 02. Personal artístico

02.01. Protagonista

Concepto	Nº Sesiones	Importe Sesión	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Daniel	8	529,24	4.232,00		4.232,00
Total			4.232,00	6.976,70	6.976,70

Total capítulo 02.....4.232,00€

Capítulo 03. Equipo técnico

03.01. Dirección

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Director	3	825,21	2475,63		2475,63
Total			2475,63	9452,33	9452,33

03.02. Producción

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Productor	3	825,21	2475,63		2475,63
Total			2475,63	11.927,96	11.927,96

03.03. Fotografía

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Cámara	1	494,24	494,24		494,24

Total		494,24	12.422,20	12.422,20
-------	--	--------	-----------	-----------

03.05. Maquillaje

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Maquillaje	1	420,27	420,27		420,27
Total			420,27	12.842,47	12.842,47

03.06. Sonido

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Jefe sonido	1	485,41	485,41		485,41
Total			485,41	13.327,88	13.327,88

03:07. Montaje

Concepto	T. Semanas	Importe Semana	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
----------	------------	----------------	-------	--------------	------------------

Montador	1	624,73	624,73		624,73
Total				624,73	13.952,61

Total capítulo 03.....6.975,91€

Capítulo 04. Ambientación

04.01. Vestuario

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Prendas	1	20,00	20,00		20,00
Complementos	3	7,00	21,00		21,00
Total			41,00	13.993,61	13.993,61

Total capítulo 04.....41,00€

Capítulo 05. Est. Rodaje, sonorización y varios producción

05.01. Montaje y sonorización

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Sala Montaje	1	300,00	300,00		300,00
Grabación sound-track	1	250,00	250,00		250,00
Sala grabación canciones	1	400,00	400,00		400,00
Total			950,00	14.943,61	14.943,61

05.02. Varios producción

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Copias y Fotocopias	94	0,20	18,80		18,8
Total			18,80	14.962,41	14.962,41

Total capítulo 05.....968,80€

Capítulo 06. Maquinaria de rodaje y transportes

06.01. Maquinaria y elementos rodaje

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Cámara principal	1	495,00	495,00		495,00
Cámara secundaria	1	70,00	70,00		70,00
Accesorios (baterías, tarjetas, alargadores, trípode)	7		149,00		149,00
Equipo de sonido	2		77,00		77,00
Total			791,00	15.753,51	15.753,51

06.02. Transportes

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto
----------	-------------	-----------------	-------	--------------	-------------

					Real
Coches de producción	1	30,00	30,00		30,00
Total				30,00	15.783,51

Total capítulo 06.....821,00€

Capítulo 07. Viajes, Dietas y Comidas

07.01. Viajes

Concepto	Nº Unidades/ repostajes	Importe sesión		Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Gasolina	4	20,00	80,00			80
Total				80,00	15.863,51	15.863,51

07.02. Dietas

Concepto	Nº Unidades/día	Importe sesión		Haber	Suma y Sigue	Presupuesto
-----------------	------------------------	-----------------------	--	--------------	---------------------	--------------------

						Real
Dietas	6	10,00	60,00			60
				60,00	15.923,51	15.923,51

Total capítulo 07.....140,00€

Capítulo 08. Gastos de explotación, comercial y financieros

08.01. CRI y copias

Concepto	Nº Unidades	Precio Unitario	Haber	Suma y Sigue	Presupuesto Real
Copias	17	2,20	37,40		37,40
Total			37,40	15.960,91	15.960,91

Total capítulo 08.....37,40€

PRESUPUESTO REAL TOTAL.....15.960,91€

d) Timing

a. Preproducción

FASES	DESCRIPCIÓN	TIMING	RESPONSABLE
Ideación/Guión	Consiste en la elaboración de la idea, acompañado de la posterior escritura del guión definitivo.	3 semanas	Directora
Desglose de producción	Se llevan a cabo todos los listados de necesidades y todo tipo de documentación para la producción.	1 semana	Productora
Búsqueda de localizaciones	Documentación, búsqueda, comprobación y presupuestos para rodar en esos escenarios.	3 semanas	Productora y Directora
Plan de trabajo	Diseño del rodaje	1 semana	Productora y Directora
Presupuesto	Elaboración del presupuesto para la producción.	1 semana	Productora
Plan de financiación	Búsqueda y contabilidad de todas las fuentes de financiación para la producción.	1 semana	Productora
Búsqueda del equipo artístico	Búsqueda del presentador y contacto con las empresas y personas que participan en el rodaje.	3 semanas	Productora

b. Producción

FASES	DESCRIPCIÓN	TIMING	RESPONSABLE
Rodaje	Grabación del documental	4 semanas	Todo el equipo

c. Post-producción

FASES	DESCRIPCIÓN	TIMING	RESPONSABLE
Montaje	Visionado del material, selección y montaje.	2 semanas	Directora y Montadora
Grafismo	Diseño e inserción de rótulos	2 días	Montadora
Edición de sonido	Escucha y nivelado del audio	4 días	Directora y Montadora
Etalonaje	Ajustes de luz y color	3 días	Directora y Montadora

d. Distribución/Exhibición

FASES	DESCRIPCIÓN	TIMING	RESPONSABLE
Promoción	Incluir el documental en Internet para llegar a los usuarios	-	Productora
Festivales	Participar con el documental en festivales independientes	-	Productora

e) Curriculum Vitae

DATOS PERSONALES

Nombre: Ruth María Herrera González

Lugar y Fecha de nacimiento: Santa Cruz de Tenerife (Islas Canarias), 24/04/1991

Domicilio familiar: Calle Los arcángeles N°19

P: 1ºD OFRA, S/C de Tenerife

Teléfono de contacto: 607873824

Email: ruthherrera@gmail.com

DNI: 79062847W

Carnet de conducir: B + 3 años. Coche propio



FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2003-2007: Título de graduada en Educación Secundaria Obligatoria en el colegio Echeyde I.
- 2007-2009: Graduada en Bachillerato de Humanidades en el IES César Manrique.
- 2009-2010: Curso de Formación Profesional Ocupacional de 235 horas en “Programas de Retoque Digital y Escaneado de Imágenes” en un centro colaborador del SCE “Didáctica & Arroba SL unipersonal”.
- 2014-2014: 6 meses de Intercambio con Latinoamérica (Buenos Aires) en la universidad de Belgrano
- 2014-2014: 3 meses de prácticas de empresa en generacionnatura.org
- 2010-Actualidad: Graduado en Comunicación Audiovisual en la Universidad Jaime I.

EXPERIENCIA LABORAL

- Directora del documental “Mamá, quiero ser futbolista”.
- Directora del cortometraje “La meua mestra: CONSUELO BETORET” expuesto durante un mes en el museo de bellas artes de Castellón de la plana, dentro de la exposición "Referències de dona: influències per a una vida"
- 2010-2011: 10 meses de dependienta en la tienda de "Caramelandia" en Castellón de la plana.
- Productora del cortometraje “Sueño de una noche de permiso”.
- Spots “Y tú ¿por qué brindas?” y “Brindamos por las sorpresas” para concurso navideño de Freixenet 2012
- Publicidad para AmadoMio Gastrobar. Anuncios titulados “Spot AmadoMio Gastrobar” y “AmadoMio Gastrobar”.
- Community Manager del Restaurante AmadoMio Gastrobar
- 2012-2013: 4 meses de dependienta en "Frutas y verduras Rosalia".
- Operadora de Cámara del capítulo piloto de la serie “Madre se ofrece”.
- Guionista de cortometraje "vueltas de la vida".
- Videoclip musical al grupo 2FENIX- "Afinidad".

IDIOMAS

- Castellano (lengua materna)
- Ingles A2
- Alemán A1

INFORMÁTICA

- Microsoft Office: Nivel avanzado
- Adobe Premiere: Nivel avanzado
- Final Cut X o Final Cut Pro X: Nivel avanzado
- Logic Pro: Nivel avanzado
- Adobe Photoshop: Nivel avanzado

- Subtitle Workshop: Nivel medio
- Adobe Illustrator: Nivel usuario
- Adobe Dreamweaver: Nivel usuario
- Adobe After Effects: Nivel usuario

OTRA FORMACIÓN

- Seminario “PRODUCCIÓN DE ESPECTÁCULOS: de la idea al escenario” de 8 horas en la Universidad Jaume I
- 2009-2009: Carnet de Manipulador de Alimentos
- IV Congreso Internacional sobre análisis fílmico “NUEVAS TENDENCIAS E HIBRIDACIONES de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea” en la Universidad Jaume I

f) Documentos de cesión de derechos de imagen firmados

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN.

En Santa Cruz, a 19 de marzo de 2015.

De una parte D. Ruth M.ª Herrera González con D.N.I. n.º: 79061847-W y domiciliado en C/los Arcos de los nº19, Santa Cruz de Tenerife, en adelante **Ruth Herrera para el documental "TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS"**

Y de otra D. Daniel Trujillo Anula con D.N.I. n.º: 79094102-X y domiciliado en C/Alfonso Estany Nº95 1.º 2.º en adelante **el modelo/actor** por este contrato y expresamente

El **modelo/actor** autoriza a Ruth Herrera, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera, pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías o imágenes, o partes de las mismas en las que intervengo como **modelo/actor**.

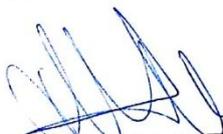
Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que Ruth Herrera y otras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que intervengo como **modelo/actor**, podrán utilizar esas fotografías/imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Por lo que concedo mi permiso para la cesión de mis derechos de imagen sobre las fotografías/imágenes tomadas, aceptando estar conforme con el citado acuerdo.

Firma del modelo/actor.

Fdo. 

Firma del productor Ruth Herrera.

Fdo. 

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN.

En S/C de Tenerife, a 10 de Marzo de 2015.

De una parte D. Ruth M.ª Herrera González con D.N.I. n.º 79062847-W domiciliado en C/ San Arcángel nº 19, S/C de Tenerife C/ta. en adelante **Ruth Herrera para el documental "TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS"**

y de otra D. Annick Copello Torres con D.N.I. n.º 79208657S y domiciliado en C/ Chayola 6 Torre I P.º V.º 11 3830 Candelaria. en adelante **el modelo/actor** por este contrato y expresamente:

El **modelo/actor** autoriza a Ruth Herrera, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías o imágenes, o partes de las mismas en las que intervengo como **modelo/actor**.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que Ruth Herrera y otras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que intervengo como **modelo/actor**, podrán utilizar esas fotografías/imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizations o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Por lo que concedo mi permiso para la cesión de mis derechos de imagen sobre las fotografías/imágenes tomadas, aceptando estar conforme con el citado acuerdo.

Firma del modelo/actor.

Firma del productor Ruth Herrera.

Fdo. 

Fdo. 

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN.

En Arosa, a 28 de Marzo de 2015.

De una parte D. Ruth M^a Herrera González con D.N.I. n.º: 39062897-A y domiciliado en C/ Ca. Arceles nº19 Olla, en adelante **Ruth Herrera para el documental "TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS"**

Y de otra D. Evelia Santos Clínea con D.N.I. n.º: 45705133-Q y domiciliado en C/ Tapia nº37, Cabo Blanco, Arosa, Ieneite, en adelante **el modelo/actor** por este contrato y expresamente

El **modelo/actor** autoriza a Ruth Herrera, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera, pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías o imágenes, o partes de las mismas en las que intervengo como **modelo/actor**.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que Ruth Herrera y otras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que intervengo como **modelo/actor**, podrán utilizar esas fotografías/imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

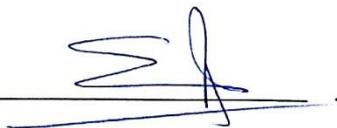
Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Por lo que concedo mi permiso para la cesión de mis derechos de imagen sobre las fotografías/imágenes tomadas, aceptando estar conforme con el citado acuerdo.

Firma del modelo/actor.

Firma del productor Ruth Herrera.

Fdo. _____



Fdo. _____



CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN.

En El Saizal, a 11 de ABRIL de 2015.

De una parte D. Felipe Monte Ovel con D.N.I. n.º: 433431721 y domiciliado en _____ en adelante **Ruth Herrera para el documental "TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS"**

Y de otra D. Ruth M.ª Herrera González con D.N.I. n.º: 79062847-W y domiciliado en C/ Los Dicsónsles N.º 19 P.º 1.º D. 31a en adelante **el modelo/actor** por este contrato y expresamente

El **modelo/actor** autoriza a Ruth Herrera, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las fotografías o imágenes, o partes de las mismas en las que intervengo como **modelo/actor**.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que Ruth Herrera y otras personas físicas o jurídicas a las que Ruth Herrera pueda ceder los derechos de explotación sobre las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que intervengo como **modelo/actor**, podrán utilizar esas fotografías/imágenes, o partes de las mismas, en todos los países del mundo sin limitación geográfica de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las fotografías o imágenes, o partes de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación. Todo ello con la única salvedad y limitación de aquellas utilizaciones o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Ley Orgánica 1/85, de 5 de Mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, la Intimidad Personal y familiar y a la Propia Imagen.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las fotografías o imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como **modelo/actor**, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

Por lo que concedo mi permiso para la cesión de mis derechos de imagen sobre las fotografías/imágenes tomadas, aceptando estar conforme con el citado acuerdo.

Firma del modelo/actor.

Fdo. _____

Firma del productor Ruth Herrera.

Fdo. _____

g) Hojas de script rellenas

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	2/5/2015	Día Rodaje:	8	Hora rodaje:	13:00 h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	---------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Teide

Secuencia	Plano
1º	1º, 2º, 3º

Descripción plano	Teide entrio
--------------------------	--------------

Actores	Daniel	Audio	Grabadora
----------------	--------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara	1	A1	Se equivoca	No vale
2	camara	2	A2	Se equivoca	No vale
3	camara	3	B1	"	"
4	camara	4	B2	"	"
5	camara	5	C1	Buena	un poco trabado
6	camara	6	C2	Buena	ok

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	20/3/2015	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	-----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa España

Secuencia	Plano
2	1

Descripción plano	Bienvenida a Ingrid
--------------------------	---------------------

Actores	Daniel y Ingrid	Audio	Grabadora
----------------	-----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	2camera		Δ	Saludo Ingrid	OK

Notas montaje/raccord:

Empezamos a grabar a las 16:30h

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	26/03/2015	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	------------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Plaza España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	1º Preguntar
--------------------------	--------------

Actores	Daniel y Orgrick	Audio	Grabadora
----------------	------------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	3 camera		B	falto Kíral	
2	4 camera		C	Bien	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	26/03/15	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	2º Pregunta
--------------------------	-------------

Actores	Daniel y Dargick	Audio	Grabadora
----------------	------------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	Camera	5	D	2'30 fin	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	20/03/15	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Plata España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	3 ^o Pregunta
--------------------------	-------------------------

Actores	Deniel y Anjick	Audio	Grabadora
----------------	-----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara 6		D	2'30 Empresa // 2'50 no acabar	
2	camara 7		D	2'50	
3	camara 8		D	3'45 6:12	
4		8			
5		8	D	6:30 // 7:42	

(minutos blancos)
Pasa una niña corriendo

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha: 20/03/15	Día Rodaje: 1	Hora rodaje: 16:30 h
------------------------	----------------------	-----------------------------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Plaza España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	5º Pregunta
--------------------------	-------------

Actores	Daniel y Ingrid	Audio	Grabadora
----------------	-----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	Cámara	10	D	7:50 completa	
2		11	D	8:30	Buena

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	20/03/05	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	5 ^a pregunta
--------------------------	-------------------------

Actores	Daniel y Ingrid	Audio	Grabadora
----------------	-----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara 10	10	D	10:00/10:12	
2	camara 10	10	D	10:15/10:27	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	20/03/15	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	6º presenta
--------------------------	-------------

Actores	Daniel y Dnyrick	Audio	Grabadora
----------------	------------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camera 13	D		10'50 // 12 12	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha: 26/03/15	Día Rodaje: 1	Hora rodaje: 16:30h
------------------------	----------------------	----------------------------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Plaza España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	7º Pregunta
--------------------------	-------------

Actores	Daniel y Angick	Audio	Grabadora
----------------	-----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	comienzo 19	D		12:13/15:45	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	20/03/15	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
--------	----------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	8.ª Pregunta 9.ª Pregunta
-------------------	--------------------------------------

Actores	Daniel y Angélica	Audio	Grabadora
---------	-------------------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara 15	15	D	15:50 // 16:15	No vale
2	camara 15	15	D	16:15 // 16:36	No vale
3	camara 15	15	D	16:38 // 16:43	Bien

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	2/03/15	Día Rodaje:	1	Hora rodaje:	16:30h
---------------	---------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Plaza España

Secuencia	Plano
2	

Descripción plano	9º Presenta
--------------------------	-------------

Actores	Daniel y Dagnick	Audio	Grabadora
----------------	------------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	Cámara 16		D	21:40 // 22:08	Sonido mal
2	Cámara 17		D	22:05 // 23:43	No fidelizar seño de esta
3	Cámara 18		D	23:43 // 23:55	
4	Cámara 18		D	23:55 // 24:54	Se corta la imagen
5	Cámara 19		D	26:54 // 27:00 // 32:32	empieza des 20 la imagen

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	26/09/15	Día Rodaje:	7	Hora rodaje:	13:00 h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	---------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa Camisón

Secuencia	Plano
3	5

Descripción plano	Saludo a Elena
--------------------------	----------------

Actores	Deniel y Elena	Audio	Grabadora
----------------	----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara	1	Δ1	Se rien	No cete
2	camara	2	Δ2	Brena	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	26/09/15	Día Rodaje:	7	Hora rodaje:	13:00h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa Camisón

Secuencia	Plano
3	6

Descripción plano	Entrevista 1ª pregunta
--------------------------	------------------------

Actores	Daniel y Elena	Audio	Grabadora
----------------	----------------	--------------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	cámara	3	B1	Se habla	
2	cámara	4	B2	Mira a cámara	
3	cámara	5	B3	Bueno	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera Script: Estefania Ventura

Fecha:	26/04/15	Día Rodaje:	7	Hora rodaje:	13:00h
--------	----------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa Camisón

Secuencia	Plano
3	

Descripción plano	2ª pregunta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Elena	Audio	Casadora
---------	----------------	-------	----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	canoe	6	B1	Se queda en blanco	
2	canoe	7	B2	Buena	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/08/15	Día Rodajes:	7	Hora rodajes:	12:00h
--------	----------	--------------	---	---------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efectos: Ninguno

Localización: Playa canarias

Secuencia	Plano
3	

Descripción plano	1º presenta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Elena	Audio	Grabadora
---------	----------------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	correa f		C3	Bueno	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. Script: Estefanía Ventura

Fecha:	26/04/15	Día Rodaje:	7	Hora rodaje:	13:00h
--------	----------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa Camison

Secuencia	Plano
3	

Descripción plano	5º presenta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Elena	Audio	Grabadora
---------	----------------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	cámara	8	D1	Se traba	
2	cámara	9	D2	D medias...	
3	cámara	10	D3	Se traba	
4	cámara	11	D4	Bueno	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	26/09/15	Día Rodaje:	7	Hora rodaje:	13:00h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Playa Camisón

Secuencia	Plano
3	

Descripción plano	6ª pregunta y despedida
--------------------------	-------------------------

Actores	Daniel y Elena	Audio	Graciosa
----------------	----------------	--------------	----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara	12	E1	Mala	
2	camara	13	E2	Buena	
3	camara	14	E3	despedida	Mala
4	camara	15	E4	Despedida	Buena
5	camara	16	E5	"	Buena

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:	SÁBADO	Hora rodaje:	12:05
--------	----------	-------------	--------	--------------	------------------

12:05

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: LOS CASTAÑOS
(ARONA, TENERIFE)

Secuencia	Plano

Descripción plano	Plano recurso
-------------------	---------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA: EVELIN SANTOS	Audio	
---------	--	-------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMERA 1	1	AMBIENTE	NO MICRO	CONCIERTO JAREJARE
2	C.	2	AMBIENTE	NO MICRO	PASEO 1
3	C.	3	AMBIENTE	NO MICRO	PASEO 2

Notas montaje/raccord:

1

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12:24
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	INTRO
--------------------------	-------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 4	4	A	3:30/4:00	Buena

Notas montaje/raccord:

2

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12:35
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 1
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CAM.	5	B	0:00 / 0:58	BUENA

Notas montaje/raccord: * PREGUNTAS COMIENZA

3

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/05/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12:38
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PIREGUNTA 2
--------------------------	-------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 6	B	B	1:00/2:05	se monta al final Traba
2	CÁMARA 7	B	B	2:05/3:30	Buena

Notas montaje/raccord:

(4)

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12:42
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 3
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 8	8	B	3:30/5:06	Buena

Notas montaje/raccord:

(5)

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12 : 45
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	---------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 4
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A CONSEJALA	Audio	
----------------	--------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 9		B	5:06/6:36	se traba al final
2	CÁMARA 10		B	6:36/8:36	Buena

Notas montaje/raccord:

6

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	12:50
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 5
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 11		C	0:00/0:10	SOLO SONIDO
2	CÁMARA 11		C	0:10/0:30	SOLO SONIDO
3	CÁMARA 11		C	0:30/0:40	SOLO SONIDO
4	CÁMARA 11		C	0:40/0:46	SOLO SONIDO
5	CÁMARA 11		C	0:46/1:27	MALA
6	CÁMARA 12		C	1:27/3:09	BUENA

Notas montaje/raccord:

7

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha: 29/03/15	Día Rodaje:	Hora rodaje: 12:56
------------------------	--------------------	---------------------------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 6
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 13	C		3:09 / 8:07	BUENA

Notas montaje/raccord:

100

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	13:02
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	PREGUNTA 7
--------------------------	------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 14	C	C	8:07/10:59	BUENA

Notas montaje/raccord:

9

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	13:08
---------------	----------	--------------------	--	---------------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	INTRO (2º INTENTO)
--------------------------	--------------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A CONSEJALIA	Audio	
----------------	---------------------------------	--------------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 15	D	D	0:00/0:19	SOU SONIDO
2	CÁMARA 15	D	D	0:19/0:52	AAAA Se traba
3	CÁMARA 16	D	D	0:52/1:29	Se traba
4	CÁMARA 17	D	D	1:29/2:25	Se traba / Falta movimiento cámara
5	CÁMARA 18	D	D	2:25/2:53	Se traba al final
6	CÁMARA 19	D	D	2:53/3:30	Buena
	CÁMARA 20	D	D	0:00/0:00	

Notas montaje/raccord:

(10)

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	28/03/15	Día Rodaje:		Hora rodaje:	13:18
--------	----------	-------------	--	--------------	-------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización:

Secuencia	Plano

Descripción plano	FINAL ENTREVISTA
-------------------	------------------

Actores	DANIEL TRUJILLO A. CONSEJALA	Audio	
---------	---------------------------------	-------	--

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	CÁMARA 20		E	0:00 / 1:20	BUENA
2	CÁMARA 21		E	1:20 / 1:43	SOLO FINAL

Notas montaje/raccord:

(11)

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera.

Script: Estefanía Ventura

Fecha:	22/02/15	Día Rodaje:	6	Hora rodaje:	14:00h
--------	----------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Santa Veeda
Goachiche

Secuencia	Plano
7	1L

Descripción plano	Vista Goachiche
-------------------	-----------------

Actores	Daniel	Audio	Grabadora
---------	--------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	cámara 1		D1	Buena pero se trabe una parte	
2	cámara 2		D2	Buena	

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. Script: Estefanía Ventura

Fecha:	13/04/15	Día Rodaje:	4	Hora rodaje:	11:00 h
--------	----------	-------------	---	--------------	---------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Saucedo, Bogaes

Secuencia	Plano
8	10

Descripción plano	1º pregunta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Felipe	Audio	Grabadora
---------	-----------------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	cámara	1	Δ2		Malo
2	cámara	2	Δ3		Bueno

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. Script: Estefanía Ventura

Fecha:	11/03/2015	Día Rodaje:	4	Hora rodaje:	11:00h
--------	------------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Sotuel

Secuencia	Plano
8	

Descripción plano	3º pregunta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Felipe	Audio	Grabada
---------	-----------------	-------	---------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	cámara	2	Δ4		Bcno

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. Script: Estefanía Ventura

Fecha:	11/04/15	Día Rodaje:	2	Hora rodaje:	11:00h
--------	----------	-------------	---	--------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Sotuel

Secuencia	Plano
8	

Descripción plano	4º pregunta
-------------------	-------------

Actores	Daniel y Felipe	Audio	Graseobra
---------	-----------------	-------	-----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara	3	B 1		Buena

Notas montaje/raccord:

Título: TURISMO SOSTENIBLE EN CANARIAS.

Dirección: Ruth Herrera. **Script:** Estefanía Ventura

Fecha:	11/04/15	Día Rodaje:	4	Hora rodaje:	10:00h
---------------	----------	--------------------	---	---------------------	--------

Cámara: Canon 500D

Efecto: Ninguno

Localización: Sausel

Secuencia	Plano
8	

Descripción plano	5.º pregunta
--------------------------	--------------

Actores	Daniel y Felipe	Audio	Grabador
----------------	-----------------	--------------	----------

TOMA	IN	OUT	SONIDO	OBSERVACIONES	EDICIÓN
1	camara 5	B2		Muy interesante	Buena

Notas montaje/raccord: