



Universidad Central de Venezuela  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social

# **Atajos.com**

Propuesta gráfica y de contenidos para una revista digital interactiva de turismo  
alternativo en parques nacionales

Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

**Autores:**

Díaz, Keudy. C.I 18.446.799

Hernández, Valentina. C.I 19.371.622

**Tutor:**

Terenzani, Alejandro

Caracas, Diciembre del 2011

*A mis padres, Ismael y Margarita, por siempre impulsarme y ayudarme a alcanzar  
mis metas.*

***Valentina Hernández***

*Este trabajo se lo dedico a mis padres, Eudy Lugo y Néstor Díaz, y en especial a mi  
hermano Néstor Alexander (QEPD), quien siempre se sintió orgulloso y nunca dudo  
de mí.*

***Keudy Díaz***

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quiero agradecerle a mi compañera Keudy, co-autora de este trabajo por embarcarse en este proyecto conmigo y por su paciencia y constancia hasta el final. También agradezco a todos los profesores que me orientaron a lo largo de la carrera, en especial, al Profesor Terenzani por asesorarnos y guiarnos con nuestro proyecto. Por supuesto, debo agradecer también a la Universidad Central de Venezuela y a la Escuela de Comunicación Social por haberme formado durante todos estos años.

Debo agradecerles a mis padres pues me han guiado y apoyado incondicionalmente durante todos estos años. Sin ellos, hubiese sido imposible llegar a este punto. Este agradecimiento se extiende al resto de mi familia por brindarme su amor en todo momento, en especial a mis primas Margarita y Martina.

Le agradezco a Omar por acompañarme, ayudarme, animarme y servirme de paño de lágrimas durante toda la investigación. Su cariño y unas cuantas buenas sugerencias fueron, sin duda, de gran ayuda. Gracias también a la Señora Belkis por cederme su laptop por tiempo indefinido.

De igual forma, agradezco a mis amigos, especialmente a Ana, a Alexandra, a Ernesto, a Eloisa y a Josselyn por estar pendientes y distraerme cuando más lo necesitaba. Mi más sincero agradecimiento a Francisco Márquez, amigo, vecino y diseñador del sitio web, por ayudarnos a materializar nuestras ideas. Su asesoramiento y apoyo fueron vitales para nosotras. Igualmente, gracias a Juan Ayala quien dio los últimos toques al sitio web.

Gracias también al señor Néstor Osorio, a la señora Marina Greco, a la señora Evelyn García, a Carlos Rodríguez y a toda la gente de Ocumare y Cumboto que colaboró con nosotros en nuestro viaje. Su cooperación fue clave para la elaboración de los contenidos del primer número. Gracias también a Sandra Moreno, a Evelyn Nuñez, a mi mamá y a mi hermano David por colaborar con sus opiniones.

¡Gracias a todos los que hicieron esto posible!

*Valentina Hernández.*

Mis agradecimientos van dirigidos a mis padres, Eudy y Nestor, por haberme brindado la educación y por su apoyo desde el comienzo. A mi novio, Luís, por apoyarme y prestarme su ayuda en esta fase de mi vida profesional. A mi compañera de tesis, Valentina, por comprenderme y estar constante conmigo en la elaboración de este trabajo.

A mis amigos por brindarme su compañía y darme fortaleza en los momentos que lo necesité. En especial Andrea y Juan. Y por supuesto también a Francisco Márquez, diseñador del sitio web, su aporte fue importante para nosotras. También les agradezco a todos los profesores que fueron un pilar muy importante en mi formación y han sabido como corregirme. A mi tutor académico Alejandro Terenzani le doy gracias por brindarme sus conocimientos y su ayuda en la elaboración de mi trabajo de grado. Agradezco también a la Universidad Central de Venezuela por su educación brindada en todos los semestres de la carrera. Finalmente, a toda la gente de Cumboto y de Ocumare que nos brindaron su colaboración para realizar el contenido de la revista.

A mi dios por darme salud y fortaleza para culminar mi trabajo de grado.  
¡Gracias a todos!

*Keudy Díaz*

## RESUMEN

Venezuela es un país con mucho potencial turístico. Sin embargo, la precaria infraestructura y las deterioradas vías, junto con otros problemas, limitan su desarrollo. Para propiciar su crecimiento, es necesario el estímulo de la conciencia turística en sus propios habitantes de manera que esta actividad pueda desarrollarse de manera sostenible y beneficiosa para el país. Esto es de especial importancia si se considera que los principales atractivos turísticos se localizan en áreas naturales protegidas, como los parques nacionales. Es por ello que, a través de la presente investigación, se elaboró una revista digital interactiva de turismo alternativo en parques nacionales, que aprovecha las ventajas que ofrece la Web, con el fin de fomentar el turismo interno sostenible y responsable en Venezuela. El trabajo de grado implicó tanto el desarrollo de una propuesta gráfica inspirada en los criterios de diseño Web, como el de una propuesta de contenidos periodísticos acerca de los atractivos culturales y ambientales de cada parque nacional. El proyecto comprendió una investigación documental previa, las propuestas antes mencionadas y la elaboración de un producto comunicacional piloto de acuerdo con lo desarrollado en dichas propuestas. Así, se cubre un vacío informativo en esta temática especializada, desatendida hasta el momento por el espectro de medios del país.

**Palabras claves:** revista digital / turismo alternativo / parques nacionales / turismo sostenible / diseño web / periodismo turístico / periodismo en la red / Venezuela.

## ABSTRACT

Venezuela is a country with great tourism potential. However, poor infrastructure and deteriorating roads, along with other problems, limit its development. In order for this to change, the encouragement of tourism awareness in their own people is needed, so that this activity can develop sustainable and beneficial for the country. Sustainability is especially important when one considers that the main tourist attractions are located in protected areas like national parks. The main goal of this investigation was to develop an interactive digital magazine (e-zine) for alternative tourism in national parks, to promote responsible and sustainable domestic tourism in Venezuela. This project includes both the development of a graphic interface inspired by web design criteria and a proposal of journalistic content about cultural and environmental aspects of each national park. The investigation includes a prior documentary research, the project for contents and graphic design and the development of a pilot e-zine. This way, the digital magazine fills the gap in this specific area, neglected so far by the country's media.

**Key words:** e-zine / alternative tourism / national parks / sustainable tourism / web design / travel journalism / online journalism / Venezuela.

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema	13
Justificación	15
Objetivos	16
Alcances	17
CAPÍTULO II. OTRA OPCIÓN PARA EL TURISMO: PRÁCTICAS ALTERNATIVAS EN PARQUES NACIONALES VENEZOLANOS	
El fenómeno del turismo	18
La “desmasificación” del turismo	27
Los últimos refugios del mundo	34
Turismo en Venezuela	58
CAPÍTULO III. DIGITAL Y ESPECIALIZADO: EL RELATO TURÍSTICO EN LA SOCIEDAD ACTUAL	
La redacción periodística en la era digital	62
Especialización: el futuro de la profesión	69
Los viajes y sus relatores	73
CAPÍTULO IV. DISEÑO DE REVISTAS EN LA RED: LENGUAJES HEREDADOS Y PROPIOS	
Diseño y lenguaje visual	77
Diseño editorial	79
Diseño de revistas digitales	88

INCISO METODOLÓGICO	
Tipos y diseño de investigación	96
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	97
CAPÍTULO V. PROPUESTA DE UNA REVISTA EN LÍNEA: ATAJOS.COM	
Idea	98
Nombre de la revista	98
Objetivos de la revista	99
Línea editorial	100
Audiencia	100
Soporte y formato	101
Periodicidad	101
Evaluación de propuestas similares	101
Contenido y secciones	103
Estructura de la revista (Sitio Web)	105
Elementos del diseño	107
Estructura de las páginas	114
Estructura organizativa del medio	114
Inversión inicial (presupuesto)	118
Financiamiento de la revista	118
Versión 0 de Atajos.com	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
REFERENCIAS	129
ANEXOS	135

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Cartograma de Venezuela y sus parques nacionales	40
Figura 2. Estructura del Sitio Web Atajos.com	106
Figura 3. Logotipo	109
Figura 4. Barra (menú)	110
Figura 5. Cabecera: En el Camino Correcto	110
Figura 6. Cabecera: Rumbos	110
Figura 7. Cabecera: Paradas Obligadas	110
Figura 8. Cabecera: Avances y Retrocesos	110
Figura 9. Cabecera: Al Aire Libre	110
Figura 10. Cabecera: Cultura en la Vía	111
Figura 11. Cabecera: Lo Indispensable	111
Figura 12. Cabecera: Sobre Atajos.com	111
Figura 13. Cabecera: Rumbos: Agenda de Viajes	111
Figura 14. Cabecera: Rumbos: Cuentos de Camino	111
Figura 15. Cabecera: Sobre Atajos.com: Quiénes Somos	111
Figura 16. Cabecera: Sobre Atajos.com: Editorial	111
Figura 17. Cabecera: Sobre Atajos.com: Contactos	111
Figura 18. Despieces: Enumeración	113
Figura 19. Despieces: Páginas Relacionadas	113
Figura 20. Estructura de Portada o Página Principal de la Revista	115
Figura 21. Estructura de Portada o Página de Sección	116

Figura 22. Estructura de Página de Artículo	116
Figura 23. Organigrama	117
Figura 24. Portada o Página principal	120
Figura 25. Portada de sección con tres artículos	121
Figura 26. Portada de sección con cuatro artículos	121
Figura 27. Página de artículo	121
Figura 28. Ejemplo de artículo con imágenes trabajadas en flash	122
Figura 29. Ejemplo de imágenes trabajadas con flash	122
Figura 30. Comentarios	123
Figura 31. Artículo de ejemplo	123
Figura 32. Botones de enlace Facebook y Twitter	123

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que inicia en el siglo XIX. Ascanio (1998) explica que, si bien el hombre desde la prehistoria se ha desplazado por necesidad o por intereses económicos, es sólo después de la Revolución Industrial que comienza a viajar por placer (p.42). La satisfacción de las necesidades básicas y el aumento de la capacidad adquisitiva permitieron que las personas por primera vez se movilizasen por disfrute. El turista viaja porque busca un cambio de ambiente.

Así se desarrolla la industria turística para atender a la gran masa de viajeros que se desplaza en busca de entretenimiento. De esta manera, se crea toda una infraestructura y una red de servicios capaz de responder a las necesidades de este nuevo tipo de consumidores. En países como Estados Unidos, Francia y España, es una de las principales fuentes de ingreso y el sector que genera la mayor cantidad de empleos. En el año 2010, según cifras de la Organización Mundial de Turismo (2010), nada más Estados Unidos recibió 93,9 millardos de dólares de ingreso por esta actividad (en línea, p.12).

Venezuela es un país con un gran potencial turístico gracias a su conveniente ubicación geopolítica, su agradable clima y la diversidad de sus paisajes. No obstante, en lo que al turismo respecta, el país tiene un largo camino por recorrer. Si bien no faltan atractivos turísticos, las deficiencias en la vialidad y otros servicios, así como la escasa infraestructura destinada a la atención del viajero, frenan el progreso de esta actividad en su ámbito económico.

Sin embargo, la plataforma física no es el factor determinante en el avance del turismo, ésta es consecuencia del desarrollo del ambiente turístico en la región. Ramírez (ob. cit) explica que el ambiente turístico es el clima de bienestar que resulta en una serie de actitudes personales y colectivas tanto en el sector público como en el privado, referida a la recepción favorable de los turistas. El Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, citado por el mismo Ramírez, define la conciencia turística como “la comprensión que la comunidad receptora tenga de los beneficios que le derivan del aprovechamiento económico del fenómeno turístico” (p. 57).

Únicamente a través de la conciencia de las potencialidades del país como destino receptor se puede desarrollar una actividad importante en el sector. El turismo es, antes que un producto económico, un producto social.

Asimismo, en vista de que los atractivos turísticos venezolanos residen principalmente en las bellezas naturales propias de su diversidad paisajística, generalmente agrupadas en áreas protegidas, el impulso de la conciencia turística en sus habitantes les hará comprender la importancia económica que tiene su conservación y protección, a través de su aprovechamiento de manera sostenible, es decir, causando el menor impacto posible al acceder a ellas.

Con el rescate de la significación e importancia del turismo en la sociedad, se puede fomentar su faceta económica. La conciencia turística de una nación debe desarrollarse en los habitantes y esto sólo es posible si éstos logran aprovechar como turistas aquello que su país puede ofrecerles. Venezuela cuenta con un vasto mercado para el turismo interno que fácilmente puede expandirse. El turismo interno es de vital importancia para afianzar la identidad nacional y para la distribución equitativa del ingreso entre las regiones.

Se hace muy difícil fomentar el turismo interno con la pobre infraestructura, la pésima vialidad y la escasa seguridad que caracteriza al país. En este punto se cae en una suerte de círculo vicioso: los problemas de infraestructura no pueden resolverse sin el desarrollo de la conciencia turística, pero la conciencia turística es difícil de cultivar cuando los venezolanos desestiman los beneficios económicos del turismo y renuncian a conocer las maravillas que su país tiene para ofrecerles debido a la precaria situación de los servicios.

Es por esta razón que se debe dejar de lado la idea de un turismo a gran escala en el corto plazo. La mejor forma de invitar a los pobladores de un país a recorrerlo es desistiendo de ofrecerles maravillas engañosas. El turista potencial necesita estar al tanto de la verdadera situación: debe hablársele de la hermosura y singularidad de los paisajes que visitará, así como se le debe preparar para enfrentar las dificultades que se presenten en la zona. Lejos de promesas falsas que terminan siendo terriblemente decepcionantes, se les debe proporcionar información veraz y pertinente que les

permita conocer las ventajas y desventajas de recorrer su propio país. Por eso, la información periodística, siempre al servicio de los intereses de la audiencia, es la ideal para mantener informados a los turistas potenciales de la situación en la que se encuentran los destinos que visitan y, así, promocionar el ejercicio del turismo como una actividad beneficiosa para la economía venezolana.

El presente trabajo de grado tiene como objetivo diseñar una revista digital interactiva que responda a la necesidad de información veraz y pertinente acerca del turismo en Venezuela. La revista, Atajos.com, atiende específicamente formas de turismo alternativo en parques nacionales venezolanos con el fin de fomentar el turismo interno sostenible en Venezuela. El diseño, tanto gráfico como de contenidos, responde a los criterios de información periodística. El proyecto incluye una investigación documental previa que sustenta la propuesta y, finalmente, el desarrollo del producto comunicacional resultante: la revista.

El primer capítulo corresponde al planteamiento del problema, los objetivos y la metodología a utilizar para el proyecto. El segundo capítulo, primero resultante de la investigación previa, está dedicado al turismo, a las prácticas alternativas de éste, al desarrollo de la actividad en parques nacionales y a los beneficios que ésta puede proporcionar al país. El tercer capítulo, también teórico, revisa los aspectos más importantes del ejercicio periodístico en Internet y del periodismo turístico especializado. El cuarto capítulo, último de la revisión teórica, se adentra en las particularidades del diseño Web, el diseño de revistas y, finalmente, del diseño de revistas digitales. Por último, el quinto capítulo corresponde a la propuesta de diseños y contenidos de la nueva revista Atajos.com. En él se establece el perfil del medio, las secciones que lo conforman y aspectos del diseño como el logotipo, la estructura, la paleta de colores y la tipografía. Se determina la organización de la publicación y su modo de financiamiento. También se presenta una versión 0 del sitio web para la revista, acorde con la propuesta desarrollada. Atajos.com es una revista que aprovecha las ventajas del medio digital para promocionar el turismo interno alternativo sostenible a través de la información periodística destinada a turistas especializados que gestionan sus propios viajes.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

El turismo es una actividad económica y social de vital importancia en el mundo moderno. En Venezuela, ésta tiene tanto potencial que puede erigirse como una alternativa a la industria petrolera. Sin embargo, hasta ahora las iniciativas turísticas son muy tímidas y se está lejos de alcanzar las condiciones óptimas para su explotación. La actividad turística no ha conseguido exportarse hasta el momento y los propios venezolanos manifiestan muy poco entusiasmo al respecto. El turismo de masas es más que decepcionante, ya que es incapaz de brindarle al turista lo que realmente ofrece. Los venezolanos carecen de conciencia turística pues no aprecian los beneficios económicos de la actividad.

Venezuela es un país pobre en infraestructura turística pero rico en hermosos paisajes y en interesantes manifestaciones culturales. Esto sugiere la realización de un tipo de turismo alternativo opuesto al turismo de masas, donde los principales objetivos del viajero no sean la comodidad y el ocio entendido como pérdida de tiempo. La Secretaría de Turismo de México (2004) define turismo alternativo como aquellos viajes "...que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales." (en línea, pp.23). La práctica de formas de turismo alternativo, como turismo ecológico y turismo cultural, es lo más conveniente para los habitantes del país en un primer momento. Con el acercamiento de éstos a las

maravillas de su cultura, poco a poco se desarrollará la deseada conciencia turística necesaria para el crecimiento de los viajes como actividad económica que vaya más allá del comercio doméstico: como bien exportable.

Los parques nacionales son el principal recurso a explotar en Venezuela. La Asociación Venezolana BioParques (2010) los define como grandes extensiones de terreno que son protegidas por el Estado para conservar muestras de los ecosistemas y los recursos naturales más representativos de la nación (en línea). En vista de que en el país los atractivos naturales superan a los urbanos, la mayor parte de la actividad turística se ha desarrollado en torno a éstos y a las poblaciones cercanas. El turismo ecológico y el cultural encuentran cientos de posibilidades gracias a la rica biodiversidad, las favorables condiciones climáticas, la diversidad paisajística y las curiosas manifestaciones culturales en los pequeños pueblos aledaños.

Sin embargo, los parques nacionales son áreas naturales protegidas con usos determinados y condiciones especiales de administración determinadas por la ley. Su conservación es fundamental, por lo que el turismo interno que debe impulsarse no sólo tiene que ser alternativo sino también sostenible. La Organización Mundial de Turismo (1987) dice que el turismo sostenible es aquel que se realiza sin causar impacto en el ambiente o en la cultura de la zona que se visita (en línea). Que el venezolano entienda la actividad turística como una actividad sostenible es de vital importancia para la preservación del bien turístico a ser explotado. De nada sirve que los viajeros disfruten de los bellos paisajes que visitan si al hacerlo los van deteriorando progresivamente. El turismo, por el contrario, debe ser una actividad que fomente la preservación del patrimonio mundial, tanto cultural como natural.

Para fomentar el turismo interno alternativo y sostenible dentro del país, sus habitantes deben saber cómo, dónde y de qué manera pueden practicarlo. La información al respecto es sumamente importante. Desafortunadamente, en el país, los medios de comunicación no tratan suficientemente el tema turístico y, cuando lo hacen, privilegian la promoción turística publicitaria por encima de la información veraz y pertinente al respecto. La información que puede encontrarse está enfocada en

el turismo de masas, aquel turismo de paquetes a gran escala que se desarrolla a duras penas en el país.

En vista de todo lo planteado anteriormente, el presente proyecto desarrolla un medio de comunicación que proporcione información útil y real para impulsar el turismo interno alternativo y sostenible dentro del país, específicamente en parques nacionales, con el fin de fomentar la conciencia turística necesaria en los habitantes para el desarrollo de la actividad a gran escala. Dicho medio de comunicación toma la forma de una revista especializada para responder a la necesidad de información específica y profunda acerca del tema. La revista privilegia la información periodística por encima de la publicidad informativa y se trata de un medio digital con el fin de reducir costos y agilizar su difusión.

## **Justificación**

El turismo se ha convertido en una de las industrias más productivas en el mundo. Permite que el hombre descanse, se distraiga y conozca, mediante el desplazamiento por diferentes lugares, costumbres y culturas. Los venezolanos no son la excepción y, sin embargo, el turismo como actividad económica permanece relativamente subexplotado en el país. Una de las cosas más sorprendentes es la escasa información que puede encontrarse, en especial aquella sobre turismo interno y alternativo, que es el que más fácilmente podría desarrollarse en una nación pobre en infraestructura turística pero rica en paisajes y cultura.

En vista de que la información es uno de los elementos claves de la promoción, pues facilita el acceso y conocimiento de las áreas y atractivos de una región, es fundamental su difusión para propiciar el desarrollo de la actividad turística. En Venezuela no existen revistas digitales interactivas especializadas en turismo interno sostenible. Es por ello, que la intención de esta investigación es crear una revista digital de turismo alternativo, con el fin de fomentar la actividad turística en la nación.

Asimismo, la revista se concentra en la práctica de formas de turismo sostenible en parques nacionales, ya que estos son los principales destinos turísticos en el país y, a la vez, constituyen áreas protegidas de vital importancia para la conservación de los recursos naturales. Con el fomento del turismo sostenible, la revista contribuye a la disminución de prácticas turísticas nocivas de alto impacto ambiental y ayudar a la preservación de las áreas naturales protegidas. Esta propuesta explora las potencialidades turísticas de los diferentes parques nacionales y sus alrededores, permitiendo así al viajero la oportunidad de conocer regiones de su propio territorio y, al mismo tiempo, motivarlo a visitarlas de manera respetuosa y conciente.

La investigación va más allá del turismo tradicional de paquetes: se desarrollan contenidos que se acercan al periodismo turístico para fomentar el progreso de la conciencia turística en el venezolano.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Diseñar una revista digital especializada en turismo alternativo para el fomento del turismo interno sostenible en los parques nacionales de Venezuela.

### ***Objetivos Específicos***

1. Promover el turismo interno sostenible y responsable en los parques nacionales venezolanos a través de información veraz y pertinente de interés para el turista potencial.
2. Fomentar el desarrollo de la conciencia turística en el venezolano con el fin de impulsar la actividad turística en el país.
3. Desarrollar contenidos acerca de los atractivos turísticos, culturales y ambientales de los parques nacionales venezolanos y las comunidades aledañas, de acuerdo a los criterios de información periodística.

4. Realizar una propuesta gráfica para una revista digital acorde con los contenidos desarrollados con base en los criterios de diseño periodístico y diseño Web.

### **Alcances**

La propuesta de una revista digital de turismo alternativo responde a la falta de información especializada en el área en Venezuela. El proyecto busca llenar un vacío informativo en el espectro de medios del país, atendiendo las necesidades de un público específico. La revista privilegia la información periodística por encima de la promoción turística publicitaria propia del turismo de paquetes o de masas.

Con el fin de hacer más específico el proyecto, la revista se concentra en promover el turismo en los parques nacionales venezolanos y las comunidades en torno a éstos, en vista de que estos son el recurso turístico más importante del país. El proyecto contiene la propuesta de diseño y de contenidos para la revista, así como la elaboración del sitio web y sus primeros artículos. La revista se actualizará de manera permanente y la temática girará en torno a un parque nacional que cambiará cada tres meses. Para efectos de este trabajo, sólo se desarrollan los contenidos concernientes al primer parque a tratar: El Parque Nacional Henri Pittier.

## CAPÍTULO II

### OTRA OPCIÓN PARA EL TURISMO: PRÁCTICAS ALTERNATIVAS EN PARQUES NACIONALES VENEZOLANOS

#### **El fenómeno del turismo**

Desde el comienzo, los viajes han sido parte importante de la vida humana. En principio nómadas, los hombres se desplazaban de un lugar a otro para satisfacer sus necesidades más básicas. Con la aparición de la agricultura, el hombre estableció su hogar en un sitio fijo, pero no por eso dejó de desplazarse. Los griegos en el siglo VIII a.c viajaban desde cualquier lugar para participar o presenciar las olimpiadas; los árabes, como buenos comerciantes, recorrieron largas distancias con el único fin de hacer negocios; y los peregrinos, fuese cual fuese su religión, recorrieron durante días y noches los caminos que llevaban a lugares santos.

Sin embargo, no fue sino hasta el siglo XVIII que se habló del viaje como *tour*. Esta palabra francesa proveniente del latín *tornus* y *tornare*, da la idea de un “giro”, de un recorrido circular. El *tour* es, entonces, el viaje donde el hombre vuelve al punto de partida. Así se les llamaba a los largos recorridos que los jóvenes aristócratas ingleses realizaban por el continente europeo para completar su educación y ganar prestigio. Esta época corresponde a la que De La Torre (1980) designa como la primera etapa en la historia del turismo (p.20).

La segunda etapa viene con la revolución industrial. En ella, los viajes cada vez son más *turísticos*. Durante este período, gracias a los avances tecnológicos, los

*tours* se hicieron posibles para otros sectores de la población. La invención del ferrocarril, del automóvil y, posteriormente, del avión, así como la diversificación de los medios de transporte público, hizo que fuese más fácil y rápido desplazarse de un lugar a otro. Con el desarrollo de nuevas formas de transporte, se construyeron carreteras, aeropuertos y vías férreas que conectaron entre sí poblaciones distantes. Los hoteles y paradores turísticos comienzan a multiplicarse y con ello nacen los intermediarios. El inglés Thomas Cook organiza en el año 1841 la primera excursión comercial y es el precursor de lo que luego se conocería como las agencias de viaje (p.21).

En la segunda mitad del siglo XIX, el turismo se consolida. Tal y como explica De La Torre (ob. cit.), es en esta época que adquiere un carácter verdaderamente masivo. El ocio y el tiempo libre aparecen en la vida del trabajador gracias a la reducción de la jornada laboral y a las reivindicaciones sociales. El transporte lo lleva donde sea que quiera ir y en ese destino hay cientos de lugares para hospedarlo. Las agencias de viaje popularizan los “paquetes” y se establecen rutas conocidas a lo largo del mundo. El hombre sedentario puede convertirse en nómada por unos días y escapar así de la realidad monótona que lo rodea.

Conforme el turismo se integra a la vida de las personas, comienzan los esfuerzos por intentar conceptualizarlo. La palabra “tourism” aparece por primera vez en 1811 en *The Shorter Oxford English Dictionary* y es definida como “la teoría y la práctica de viajar, viajando por placer” (Citado por De La Torre, 1980, pp. 16 y Ramírez, 1992, p.29), dejando así de lado cualquier otra clase de desplazamiento que tenga una motivación diferente.

Ya a principios del siglo XX, Herman Von Schullern Zu Schrattenhofen hace énfasis en los aspectos económicos del turismo y lo define como “... todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país” (Citado por De La Torre, p.16). Posterior a Von Schullern, la llamada “Escuela Berlinese” en los años 30 será la que desarrollará las investigaciones sobre el turismo como objeto de estudio. Glücksmann, uno de los miembros más importantes de dicha

escuela, definió el turismo como “un vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia” (Citado por Fernández, p. 24). Ya luego otros autores de la escuela sumarán a este concepto aspectos como el carácter temporal (Bormann) y no lucrativo (Stradner) del viaje. Unos y otros harán alusión a diversas motivaciones, pero el desplazamiento a un lugar diferente al de residencia, es decir, el tráfico de personas, será el aspecto más importante en las definiciones de esta escuela.

Glücksman, quien fue el primero en destacar el tráfico como elemento primordial del turismo, será también el primero en remediar este error. En 1935, el autor dirá al respecto: “Quien interpreta el turismo como un problema de transporte lo confunde con el tráfico de turistas. El turismo empieza allí donde el tráfico termina, en el puerto del Turismo, en el lugar de hospedaje” (Citado por Fernandez, p.27). Glücksman, define al turismo, entonces como “...la suma de las relaciones existentes entre personas que se encuentran pasajeraamente en un lugar de estancia y los naturales de ese lugar”.

Es así como llegamos a la definición esbozada por los suizos Hunziker y Krapf en 1942: “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”. Éste es, hasta el día de hoy, uno de los conceptos más utilizados por los teóricos en el área. Gracias al aporte de estos autores, se comienza a ver más allá de los desplazamientos para descubrir las múltiples aristas de este fenómeno (Citado por De la Torre, 1980, p.17).

Fernández (1974), para darnos una idea de la amplitud del Turismo, explica:

Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viaje, transportes, espectáculos, guías-intérpretes, etcétera, que el núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden –y que no promovería si no las recibiese-. Turismo es las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la

creación de Oficinas de Información del Turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir; la promoción del Turismo social.

También es Turismo los efectos negativos o positivos que se producen en las poblaciones receptoras –económicos, sociales, religiosos, etc- por el “contagio” de los extranjeros y entre estos últimos; y el que a su vez se produce por el de estas poblaciones con las próximas, aunque estas últimas no reciban turistas –una especie de efecto multiplicador moral o cultural-, y para terminar esta lista, no limitativa, Turismo es también, por paradoja, el efecto que se produce en un núcleo receptor cuando se corta la afluencia turística. Es decir, que pueden darse efectos turísticos –negativos- sin turistas (pp. 28,29).

Con esto, Fernández da a entender que para hablar de turismo deben tomarse en consideración a los sujetos que realizan la actividad, la localidad visitada, todos aquellos mecanismos que hacen posible su funcionamiento como industria y los efectos sociales y económicos que de él se desprenden. A pesar de que la Organización Mundial del Turismo (1995), con fines estadísticos, restrinja la definición de turismo a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros (en línea); sólo al conocer y estudiar la serie de elementos mencionados por Fernández, se puede comprender a cabalidad la magnitud del fenómeno turístico.

En primer lugar, el desarrollo de la actividad depende de cuatro aspectos diferentes: las corrientes turísticas, la infraestructura, la estructura y la supraestructura. Las corrientes turísticas, de acuerdo con el mismo Fernández, están constituidas por el flujo de personas entre el mercado turístico (donde se oferta y demanda el bien) y un núcleo receptor determinado. Son precisamente estas corrientes las que permiten el desarrollo de los servicios necesarios para este sector. Después de todo, sin turistas es simplemente absurdo hablar de turismo.

Para recibirlas, la comunidad receptora acondiciona la infraestructura ya existente, de la cual hacen uso los residentes de dicha localidad, y desarrolla nuevas instalaciones exclusivamente para uso turístico. La infraestructura se refiere, por lo tanto, a las vías de comunicación, a los medios de transporte, a los restaurantes,

hoteles, centros de entretenimiento y demás espacios de los que disfrutaban los viajeros. (Fernández, Idem, p.142). Sobre ésta debe alzarse la estructura turística, es decir, la red de servicios demandada por los turistas. De acuerdo con Ramírez (1992, p. 32), la estructura no es más que la actividad humana organizada que se encarga de satisfacer cada una de las diversas necesidades de los consumidores, es decir, los agentes de la hospitalidad como el personal de los hoteles y restaurantes, los guías turísticos, los agentes de viaje y demás personas dedicadas a la información y la atención del cliente. Con el fin de controlar y ordenar la infraestructura y la estructura turística, se desarrolla la llamada supraestructura. Ésta, según explica De La Torre (1980), es una organización conformada por instituciones públicas y privadas que regulan y coordinan los procesos turísticos y las relaciones resultantes de éstos (p. 65).

La industria conformada por los elementos descritos anteriormente produce una serie de consecuencias económicas y sociales que impactan tanto en los núcleos receptores de turistas como en los emisores. Aunque generalmente el acento ha caído sobre la faceta económica de esta actividad, los efectos sociales no son en lo absoluto despreciables, sobre todo si consideramos que ambos aspectos están profundamente relacionados y dependen el uno del otro.

A nivel económico, el turismo es una actividad sumamente importante. Con el paso de los años se ha convertido en una de las industrias más rentables y de más rápida recuperación a nivel mundial. Para lo que va de año, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2011) reporta un crecimiento cercano al 5%, evidenciándose así la rápida salida de la crisis del sector (en línea). En muchos países como España, Francia y los Estados Unidos, el turismo es uno de los sectores más productivos. En otros, más pequeños y mucho menos ricos en materias primas, como Bahamas, Barbados y República Dominicana, es la única industria con posibilidades reales de expansión.

El turismo es también una excelente solución para el desempleo, pues, con índices bajos de inversión en relación con otros sectores económicos, demanda mano de obra con diferentes niveles de instrucción y especialización. De La Torre (1980) explica que dentro de la industria turística hay espacio para profesionales y obreros de

todo tipo (p.103). Pero sin duda, el efecto más interesante del turismo a nivel económico es el equilibrio que proporciona a las balanzas de pago de muchos países gracias a su carácter de “exportación intangible”.

De La Torre (ob. cit) explica que el turismo es una “exportación intangible” puesto que es una actividad que implica la entrada de divisas sin que los bienes consumidos salgan del país (p. 99). En este caso, contrario a lo que sucede en otros sectores, son los consumidores los que se trasladan para acceder y disfrutar de los bienes adquiridos. El turista paga por una experiencia y no por un elemento material en concreto. Es por esto que el dinero generado por el intercambio turístico puede contarse como exportaciones, si los habitantes de un país extranjero visitan el propio (modalidad llamada turismo receptivo por los teóricos), o como importaciones, si ocurre a la inversa (turismo emisivo).

Mientras que la entrada de turistas extranjeros incide positivamente sobre las exportaciones, la salida masiva de los nacionales a otros países, al contar como importaciones, repercute negativamente sobre la balanza de pagos de una nación. Es aquí donde podemos notar que el turismo es beneficioso únicamente para aquellas localidades que consigan desarrollarlo con éxito. Sin embargo, un saldo positivo a nivel de exportaciones no es suficiente para hablar de las bondades de esta actividad en una determinada región. El ingreso de gran cantidad de turistas puede traer incomodidades a los residentes de un país, pues altera sus costumbres y eleva el costo de la vida hasta niveles insostenibles.

Lundberg (1977) explica que la actividad turística implica la subida de los precios de los terrenos e inmuebles, así como de los servicios públicos en la localidad demandada (p. 123). El desarrollo descontrolado de esta industria puede perjudicar a los residentes del lugar y puede generar tensiones entre éstos y los turistas. En ocasiones, los residentes desprecian a los visitantes a causa del apiñamiento y las transformaciones en su forma de vida.

Fernandez (1975) define que existe un contacto entre diferentes culturas y esto es lo que da paso a la generación de una nueva cultura a partir del contacto de dos ellas (p.40). Este efecto produce resultados muy diversos que pueden ser

considerados negativos o positivos para la comunidad receptora: por ejemplo, este proceso tiende a la homogeneización de las diferencias culturales y, con ello, a la desaparición de los rasgos distintivos de cada una de ellas, entonces el fenómeno puede ser visto como una pérdida. Por otra parte, si el contacto entre culturas produce como resultado la conjunción de algunas de las características más relevantes de ambas, sin que esto implique la desaparición de otras, y puede asumirse como ganancia.

Es por esto que Ramírez (1992) defiende que el turismo es una excelente herramienta para que los seres humanos se nutran a partir de las diferencias y descubran las semejanzas que guardan entre sí todos los pueblos. Los viajeros amplían sus conocimientos y son capaces de entender con mayor claridad la forma de ver la vida de personas alrededor del mundo. A través de él, los individuos toman conciencia de la importancia de las riquezas naturales y culturales que deben preservarse. En sus palabras, “el turismo es indudablemente un importantísimo factor para la paz, para la comprensión y para la unidad del género humano” (p.25).

Asimismo, el turismo es la actividad ideal para impulsar aquellas regiones del territorio de menor desarrollo. Esto sucede ya que, para recibir a los turistas, se mejora la calidad de los servicios público, la infraestructura y las comunicaciones, mejoras que terminan beneficiando también a los residentes de dichas localidades. Asimismo, el turismo es una actividad que dinamiza la economía relativamente estancada de estas regiones al diversificar la economía local, generar nuevos empleos e inyectar capital de otras zonas.

Lo explicado anteriormente es justamente la ventaja de la práctica del turismo interno, aquel que realizan los nacionales de un país dentro del mismo. Si bien esta clase de viajes no resultan en la entrada de divisas a la nación, ayudan a la distribución del ingreso nacional en las distintas regiones. Además, fomenta el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos de un país, quienes descubren las maravillas que le son propias. De esta manera, se sienten cada vez más involucrados en el mantenimiento y conservación de los atractivos turísticos.

El fenómeno del turismo, suficientemente polifacético tal y como se ha esbozado hasta ahora, se hace aún más complejo si se considera que no existe una única forma de practicarlo. Al volver al sujeto y al objeto de la acción se vuelve al lado más personal de esta actividad y, con ello, a aquello que es realmente importante para el individuo.

El objeto del turismo es el conjunto de bienes que se le ofrece al cliente dentro del mercado turístico. Es la localidad a la que acude el viajero porque considera que en ella existen una serie de atractivos a los cuales quiere acceder, así como la red de servicios que le permite hacer disfrute de ellos. Según De La Torre (1980), la oferta turística se divide en dos grandes tipos: la oferta primordial o patrimonio turístico, que es aquella inherente al lugar de destino, y la oferta complementaria, que es aquella que se desarrolla a consecuencia de la primera para facilitar su disfrute (p. 34).

El patrimonio según el diccionario Real Academia Española (2001) "...es el conjunto de bienes propios, antes espiritualizados y hoy capitalizados y adscritos a un ordenando, como título para su ordenación". Es decir son los valores propios de un individuo, región, nación o, incluso, del mundo entero. El patrimonio turístico está conformado por aquellos recursos naturales y culturales, materiales e inmateriales, que caracterizan una localidad determinada y atraen las masas de turistas. Su preservación es absolutamente necesaria, ya que al extinguirse se acaba el atractivo turístico de la localidad. La oferta complementaria, por su parte, está en constante cambio y transformación, pues se trata de la infraestructura, estructura y supraestructura turística que se ha mencionado anteriormente.

El sujeto del turismo para De La Torre (1980), es aquel que decide el lugar de destino, es decir, el turista (p.25). Con fines estadísticos, éste ha sido definido por la Conferencia sobre Viajes Internacionales y Turismo de 1933 como aquel que viaja y pernocta fuera de su lugar de residencia por un tiempo mayor a 24 horas por salud, cultura o entretenimiento. De esta manera, se diferenció al turista del excursionista que no pernocta fuera de su lugar de residencia, y de los viajeros que se desplazan por motivos de negocio, investigación o estudios, distinción que se mantiene hasta hoy

día. Sin embargo, en la realidad hacer esta diferenciación no es tan fácil pues el empresario que cierra un trato aprovecha a recorrer la ciudad cuando tiene tiempo libre, el investigador pasea por las calles al salir del congreso y el estudiante espera al fin de semana para conocer las poblaciones vecinas. Todos los viajantes pueden comportarse en un momento dado como un turista.

Por esta razón, intentar precisar y reducir a unas cuantas las motivaciones que impulsan al viaje, es inútil. Según J. Thomas existen 18 motivaciones turísticas: entre las más comunes están las motivaciones por placer, por cultura, por curiosidad sobre países, gentes o lugares, interés por el arte, música, arquitectura y folklore, por motivación personal o familiar, o de prestigio y posición social (Citado por Lundberg, 1977, p. 115). Efectivamente, el turista puede desplazarse como forma de entretenimiento, por trabajo, por curiosidad, para mejorar su salud, para establecer nuevos lazos afectivos, para profundizar sus estudios, para relajarse, para acercarse a culturas diferentes, para admirar la naturaleza o para pasar tiempo con sus familiares. Las razones que impulsan a viajar son siempre muy personales por lo que no es descabellado asegurar que existen tantos motivos como turistas en el mundo. Además, un mismo viaje puede tener varios objetivos.

Más que una serie de motivos específicos, los turistas pueden ser reconocidos por una meta en común: la búsqueda de lo diferente. Todos sin excepción pretenden traspasar los límites de lo conocido para hacer, conocer o aprender algo nuevo durante un tiempo que puede ser variable y, finalmente regresar a su cotidianidad. En palabras de Lundberg (ob. cit.): “La variedad puede ser más que un condimento de la vida: puede ser necesaria” (p.120).

Si bien las razones que motivan a desplazarse no son suficientes para reconocer a un turista, estudiarlas es de suma importancia para precisar el tipo de actividades que éstos realizarán. Son éstas las que determinan la localidad que elegirá para sus viajes y el tipo de turismo en el que se puede interesar. Esa vaga necesidad de escape del turista puede transformarse en una serie de aspiraciones más concretas que orienten su viaje.

Son estas diferentes aspiraciones del turista las que determinan los distintos tipos de turismo que existen. El turismo es una actividad que se ha caracterizado por su diversidad de ramificaciones en cuanto a su clasificación. Entre los principales tipos se puede mencionar el turismo masivo, que no es más que el gran desplazamiento de turistas por diferentes locaciones o países en los que las empresas turísticas ofrecen paquetes y servicios para hacer el viaje confortable para el visitante. Dentro de este tipo de turismo se localizan los famosos viajes de sol y playa. En contraposición a esta clase de viajes, surgen nuevas manifestaciones menos masificadas que cada vez cobran más popularidad.

### **La “desmasificación” del turismo**

El turismo de masas de los últimos tiempos se ha caracterizado por un modelo de vacaciones estandarizadas, con todas las comodidades posibles, en las cuales el turista apenas abandona su hotel para visitar una que otra atracción de interés general. Esta clase de turismo, donde los servicios se adquieren en conjunto a manera de paquete, le ahorra tiempo y esfuerzo al consumidor, a la vez que le proporciona seguridad y comodidad. Sin embargo, al obedecer unas necesidades generales que pueden o no coincidir con aquellas que posee el individuo, corre el riesgo de ser un producto demasiado simple y despersonalizado para algunos viajeros.

En los últimos años ha surgido un nuevo grupo de consumidores cuyas expectativas van más allá de lo que ofrece el turismo de masas. Las necesidades de los turistas se diversifican y hacen más específicas. Ya no están únicamente interesados en ver unos cuantos monumentos importantes o en echarse al sol durante todas sus vacaciones al pie de un enorme hotel. Si bien estas formas de turismo siguen siendo altamente demandadas, son muchos los viajeros que quieren algo más que pequeñas píldoras de cultura y naturaleza.

Francisco Zamorano (2007) explica que el turista actual es un consumidor bien informado y exigente, excelente administrador de su tiempo libre, que busca

experiencias alternativas sin malgastar su dinero. Este tipo de viajero tiene un nivel cultural mayor, por lo que busca realidades y no promesas: se preocupa por el medio ambiente y desea interactuar con las comunidades receptoras (p. 18).

Son este tipo de consumidores los que están interesados en experiencias únicas e irrepetibles. Aunque es posible que deseen visitar lugares poco convencionales, más que eso, los turistas alternativos buscan una forma diferente de aproximarse a las localidades a las que viajan. Sus variados intereses los hacen ver más allá de los atractivos que a simple vista ofrece su lugar de destino. Quieren acercarse a las comunidades receptoras e involucrarse con su cultura. Disfrutan de la contemplación de la naturaleza y quieren preservarla. Se interesan por actividades diferentes y deportes extremos. Su curiosidad los mueve a ver o a saber más de lo que le dicen los folletos turísticos. Estos viajeros practican una modalidad del turismo conocida con el nombre de turismo alternativo.

Si bien este tipo de turismo corre el riesgo de parecer demasiado amplio gracias a las múltiples actividades que agrupa, tal peligro desaparece si el acento se coloca sobre el carácter diferenciado de dichas actividades y las particularidades del fenómeno en conjunto. Esto es precisamente lo que hace Zamorano (2007) al definir el turismo alternativo como:

...un conjunto de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles y personales que se dan en un entorno de calidad; entendida ésta como la calidad en el tiempo libre del turista, en un entorno de calidad geográfica y social, que permite al turista percibir sus relaciones de manera diferente con el entorno geográfico y cultural, con los otros turistas y sus anfitriones, dentro de los parámetros del desarrollo humano sustentable que prevee el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental (p. 13).

Zamorano sugiere con esta definición que el turista interesado en actividades alternativas se involucra más profundamente con los habitantes y la naturaleza del destino que visita, hasta el punto en que se preocupa por asegurar su continuidad al perturbar lo menos posible el equilibrio social y natural de la localidad. Con esto, el autor determina que las diferentes formas de turismo alternativo necesariamente deben desarrollarse de acuerdo con los principios del desarrollo sustentable.

El desarrollo sustentable es un término que se introdujo en 1987 con el Informe Brundtland de las Naciones Unidas. En los últimos años ha cobrado mucha importancia debido a la creciente preocupación por el consumo acelerado de los recursos naturales por parte del hombre. Cada año el impacto sobre el ambiente va en aumento. Los recursos naturales son empleados a una velocidad superior a la que la naturaleza es capaz de regenerarlos. Asimismo, las industrias arrojan toneladas de basura al ambiente, lo que daña progresivamente los recursos restantes. La degradación progresiva del ambiente y la creciente uniformidad cultural a consecuencia del crecimiento económico y la globalización, hacen que la humanidad se cuestione si consumo, crecimiento económico y desarrollo son realmente sinónimos.

Es por eso que se habla de desarrollo sustentable en contraposición al crecimiento o desarrollo sostenido. Para la World Commission on Environment and Development (Comisión Brundtland), desarrollo sustentable significa “encontrar la forma de satisfacer las necesidades actuales, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para encontrar la satisfacción de las propias”. (Citado por Zamorano, 2007, p.25). Entonces, el desarrollo sustentable implica un uso racional y comedido de los recursos naturales, que permita su regeneración, así como la preservación del patrimonio natural y cultural para los hombres del futuro. En palabras de Zamorano:

Más que una manera de mejorar la calidad de vida del hombre y de lograr un desarrollo económico, la sustentabilidad pretende encontrar la manera de preservar el entorno para las generaciones presentes y futuras; si no es en esta forma, ¿para qué tener bienes, empleos y una economía fuerte sin un hogar habitable en donde gozarlos?” (p.29).

El desarrollo desordenado de la actividad turística puede causar graves problemas de contaminación, gracias a los desperdicios de los grandes hoteles o por la inconciencia de los mismos turistas. De igual forma, con el fin de desarrollar la infraestructura que acogerá a los visitantes, se pueden producir serias alteraciones en el paisaje que resulten en cambios climáticos o en la desaparición progresiva del atractivo natural de la zona. Asimismo, el apiñamiento y la saturación de los

servicios públicos incomodan profundamente a los residentes, quienes verán a los viajeros con hostilidad y desagrado.

Las grandes corporaciones a cargo de la actividad en la localidad pueden excluir deliberadamente a sus habitantes o relegarlos a los puestos de trabajo peor pagados. Con el fin de reducir la ansiedad en el turista y de aumentar su comodidad, se diseña un entorno relativamente neutro que poco tiene que ver con las costumbres de la zona. Así, valiosas manifestaciones culturales, que podrían servir como atractivo turístico, son ignoradas o suprimidas. Esta forma de concebir la actividad va socavando progresivamente el patrimonio turístico del lugar, por lo que acaba lentamente con aquellos atractivos que lo convierten en un sitio visitado en primer lugar.

Sin embargo, el turismo practicado de manera sostenible se realiza procurando el menor impacto posible a nivel ambiental y cultural en la comunidad receptora. Éste es definido por la Organización Mundial del Turismo en 1993 de la siguiente manera:

El desarrollo sostenible del turismo atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. El DST se concibe como una guía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integración cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Citado por Acerenza 2007, p.13).

Para este organismo, las principales directrices del turismo sostenible son el uso óptimo de los recursos naturales y su preservación, la conservación de la diversidad biológica, la continuidad de la autenticidad sociocultural, el entendimiento y la tolerancia intercultural, la generación de beneficios socioeconómicos distribuidos equitativamente y la generación de empleos estables para la comunidad receptora (2004. Citado por Acerenza 2007, p.15). Cada vez son más los turistas conscientes del rápido deterioro del ambiente a causa del ser humano. Estas personas reconocen la importancia de involucrarse en actividades que frenen su progresiva destrucción.

Así, la explotación turística sostenible de un área determinada se hace respetando el paisaje, por lo que la infraestructura se adapta a él sin modificarlo. Los hoteles y centros turísticos suelen ser empresas comunitarias, familiares y locales de tamaño inferior a las grandes cadenas. Además, los turistas y los prestadores de servicios turísticos que se guían por los preceptos del desarrollo sostenible son cuidadosos al manejar sus desechos. El turista que respeta y valora las manifestaciones de la comunidad receptora se preocupa por preservarlas y, al hacerlo, establece verdaderos canales de intercambio y comunicación con los moradores. Es así como el turismo puede funcionar como un vehículo para la paz, la cooperación y el entendimiento humano. Así lo establece el Código Ético Mundial para el Turismo redactado por la OMT.

La Carta del Turismo Sostenible, redactada en 1995 en Lanzarote, Islas Canarias durante el Conferencia Mundial del Turismo Sostenible, hace énfasis en que el desarrollo del turismo se fundamente en criterios de sustentabilidad, apoyo a la cultura local y respeto a los ecosistemas frágiles. El primer objetivo de la declaración dice al respecto: “Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende” (Citado por Acerenza, 2007. p. 80). De igual forma, hace énfasis en el desarrollo de un plan de acción por parte de los gobiernos y organismos interesados, así como la planificación y gestión de proyectos concretos e investigaciones a cargo de éstos y las comunidades receptoras.

Sin embargo, las iniciativas gubernamentales son insuficientes y aisladas. Es por eso que, si bien el turismo sostenible no puede ser reducido al turismo alternativo como hace énfasis Zamorano, son estas prácticas diferenciadas las principales exponentes del desarrollo sustentable en esta área. Las iniciativas individuales son de vital importancia mientras los proyectos gubernamentales sean escasos.

Zamorano (2007) sugiere un código de conducta para los turistas interesados en que sus viajes sean ambiental, cultural y económicamente sustentables:

1. Dejar solamente las propias huellas al salir del área y llevarse sólo fotografías. No hacer marcas en árboles o piedras y no sacar “recuerdos” que forman parte del acervo del lugar.
2. Informarse sobre la geografía, costumbres y cultura de la región que se visita previamente a la partida. Interactuar y aprender de los pobladores locales. Apoyar los esfuerzos locales de conservación.
3. Respetar la privacidad (sic) y la dignidad de la población local.
4. No adquirir plantas o animales en peligro de extinción. Informarse sobre los productos cuya exportación está prohibida.
5. Seguir siempre los senderos designados, no perturbar a los animales o a sus hábitats.
6. Contactar a las organizaciones de conservación presentes en la zona.
7. Cuando sea posible, caminar o utilizar medios de transporte favorables para el ambiente.
8. Recomendar aquellos hoteles, operadores turísticos y prestadores de servicios en general que fomentan el ahorro de energía, uso adecuado del agua, reciclaje, abatimiento del río y participación comunitaria.
9. También es importante realizar encuestas entre los turistas para identificar puntos débiles en el manejo de las áreas y tener una idea de la percepción de los visitantes acerca del lugar (p.53).

El turismo alternativo y especializado, el cual se interesa por conocer a profundidad los espacios humanos y naturales que visita, siempre debe guiarse por los principios del desarrollo humano sustentable. Es por eso que dentro de esta categoría de “alternativo” pueden agruparse distintos nichos del mercado turístico como el turismo de aventura, el turismo rural, el turismo cultural y el ecoturismo. Estos dos últimos son, sin duda, los más populares entre los distintos tipos de viajes alternativos.

El ecoturismo, según la Sociedad Internacional del Ecoturismo (1990) es una forma de viaje responsable a áreas naturales, que conserva el ambiente y contribuye al bienestar de los residentes de la zona (en línea). Si bien es un tipo de turismo sostenible, se trata sólo de una de las múltiples manifestaciones que éste puede tener. Tampoco debe confundírsele con el llamado turismo verde, pues no todos los viajes que se realizan a áreas naturales se dan de acuerdo con los principios de desarrollo sostenible. El ecoturismo, por lo tanto, es una actividad dirigida a un segmento del

mercado (el interesado en espacios naturales) que necesariamente se desarrolla de acuerdo con una serie de principios (aquéllos del desarrollo sostenible).

Como forma alternativa ante el turismo de masas, el ecoturismo es un segmento del mercado de viajes que va en rápido aumento. Aquellas personas que se ven atraídas por la naturaleza están interesadas en preservarla y asegurar su continuidad. La observación de atractivos naturales, fauna y flora de un área, el senderismo interpretativo, los safaris fotográficos, el estudio de un determinado ecosistema, así como jornadas de rescate medioambiental, son algunas de las actividades que agrupa el ecoturismo.

Por su parte, el turismo cultural es, de acuerdo con ICOMOS (Internacional Council on Monuments and Sites, 1976) "... aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en cuanto contribuye (para satisfacer sus propios fines) a su mantenimiento y protección." (en línea). Sin embargo, no existe una definición universalmente aceptada de esta clase de turismo, ya que la misma está sujeta al concepto de cultura que se maneje. Para aquellos que esgrimen una definición antropológica de la cultura como "un todo", como la enunciada por la UNESCO en 1982 ("Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social", en línea), la propuesta de ICOMOS es incompleta, a la vez que la suya es demasiado amplia.

A fines de este trabajo, turismo cultural es aquel que se desarrolla en torno a cualquier expresión de la identidad local de la zona visitada. El Código de Ética del Turismo Cultural redactado en el Intercambio Mediterráneo de Turismo Arqueológico (1999), establece como función principal de este tipo de turismo el intercambio cultural como forma de aprendizaje. Es por eso que esta práctica, conducida de acuerdo con los principios del desarrollo sustentable, ayuda a la preservación del patrimonio cultural de los pueblos.

Quien hace turismo cultural busca aquello que es diferente de lo propio o aquello propio que es diferente de los demás, como sucede en el caso del turismo

interno. Lugares como museos, puntos históricos, galerías, monumentos, centros culturales, ruinas, teatros y salas de concierto; acontecimientos como festividades y rituales; y expresiones culturales y artísticas como la gastronomía, la artesanía local, la pintura, la literatura, la danza, la religión, la música y la arquitectura, son algunas de las atracciones que llaman al turista cultural.

El turismo alternativo es una modalidad de esta actividad económica que agrupa nichos del mercado turístico con intereses muy diferentes y que, sin embargo, tienen en común la preocupación por cuidar y preservar el ambiente y la cultura. Aunque específico y aparentemente aislado, el turismo alternativo va aumentando cada vez más su popularidad.

### **Los últimos refugios del mundo**

En 1870, unos exploradores que recorrían el valle del río Yellowstone en los Estados Unidos, formularon una declaración a favor de la conservación de dichos terrenos como un parque gigantesco que pudiese ser disfrutado por siempre en su estado puro. Gabaldón (1992) nos refiere que, gracias a estos primeros turistas, se crea en marzo de 1872 el primer parque nacional del mundo: El Parque Nacional de Yellowstone, el cual quedaría a partir de ese momento protegido de la destrucción del hombre y reservado para el disfrute del mundo (p.27).

Venezuela hace lo propio en 1937 al declarar parque nacional a un segmento de la Cordillera de la Costa aragueña conocida como Rancho Grande, que años después pasaría a llamarse Henri Pittier, en honor al naturalista suizo del mismo nombre que se encargó de impulsar el Sistema Nacional de Parques en el país. La nación se convertiría así en uno de los países pioneros en la creación de esta clase de áreas protegidas, lo cual no es una sorpresa, si se considera que Simón Bolívar fue uno de los primeros americanos en sugerir el uso adecuado y preservación de los recursos y áreas naturales que sirven para el desarrollo de los pueblos (Gabaldón, 1992, p.11).

Sin embargo, no fue sino hasta 1940, año en el que se realiza la Convención sobre la Protección de la Flora, de la Fauna y de las Bellezas Escénicas Naturales de los Países de América (mejor conocida como Convención de Washington), que se establece una definición final de parque nacional. En el primer párrafo del artículo 1 de la Ley Final redactada en la Convención, se conceptualizan como "...aquellas regiones establecidas para la protección y conservación de las bellezas escénicas naturales y de la flora y la fauna de importancia nacional, de las que el público pueda disfrutar al ser puestas bajo la vigilancia oficial". (Citado por Gabaldón, 1992, p. 28). Los parques nacionales son, entonces, áreas protegidas oficialmente por su singularidad, por su belleza y por su importancia medioambiental para el disfrute de las generaciones actuales y futuras. Son figuras jurídicas reguladas por leyes nacionales e internacionales que determinan sus características y usos. Son el esfuerzo más importante del hombre por proteger a la naturaleza del desgaste al cual la somete, con el fin de asegurar para sí mismo un último santuario libre de su influencia.

La Unión Mundial para la Naturaleza, organización adscrita a las Naciones Unidas, encargada de velar por el manejo adecuado de las áreas protegidas alrededor del mundo, establece en 1962 las características más importantes que deben poseer los parques nacionales:

Un parque nacional es un área relativamente extensa:

1. Donde uno o varios ecosistemas no hayan sido alterados materialmente por la explotación y ocupación humana; donde las especies de plantas y animales, las condiciones geomorfológicas y los hábitats son de especial interés científico, educacional y recreacional, o donde existen paisajes naturales de excepcional belleza.
2. Donde las autoridades centrales del país han actuado para prevenir, impedir o eliminar a la brevedad posible las explotaciones u ocupaciones en toda el área y para garantizar y hacer cumplir de modo efectivo la conservación de los valores ecológicos, geomorfológicos y estéticos que dieron origen a su establecimiento.
3. Donde las visitas son permitidas bajo normas y condiciones especiales con motivos de inspiración educativos, culturales y recreativas. (Citado por Gabaldón, 1992, p. 30).

El turismo en parques nacionales está contemplado desde su creación. El disfrute de los paisajes y la recreación en éstos, son dos de las razones más importantes para su establecimiento. El parque nacional, como figura jurídica, protege el patrimonio natural mundial, que, generalmente, forma parte del patrimonio turístico de cada nación. Tal y como explican Eagles y McCool (1949), los turistas que visitan estas áreas protegidas aprenden a apreciar lo importante que es su conservación a lo largo del tiempo, por lo que fomentan el cuidado de los parques ya existentes y la creación de otros. A nivel económico, el turismo también es un excelente incentivo para la declaración de nuevas áreas protegidas, ya que la afluencia de viajeros hacia ellas se traduce en beneficio para el gobierno que administra el parque y para las comunidades cercanas (p.23).

Sin embargo, el turismo en parques nacionales está sujeto a las normas establecidas con su creación. Como explica Cifuentes (1992), el visitante de los parques debe comprender que está sujeto a normas y condiciones diferentes a las que se aplican a turistas en cualquier otra zona, especialmente en lo referente a servicios y comodidades (p.4). En vista de que la conservación es el objetivo principal de estas áreas, ninguna actividad, incluyendo la turística, debe atentar contra ella. Aún así, son muchos los visitantes que no comprenden el profundo impacto que puede tener su acción sobre estas zonas naturales y, por ello, desobedecen las normas que se les ha impuesto. Año tras año son cientos los delitos ambientales que cometen los turistas en áreas de administración especial.

El turismo en parques nacionales debe ser, por ley, un turismo sostenible que garantice la continuidad de los espacios protegidos para el disfrute de las generaciones futuras. Para ello, en ningún momento debe permitirse el desarrollo de infraestructura que resulte en la progresiva degradación del ambiente en dichas zonas. Tampoco debe sobrepasarse la capacidad receptiva de cada área con la entrada indiscriminada de turistas. Los visitantes deben ser educados para apreciar y cuidar los parques que visitan.

En Venezuela, la figura jurídica de los parques nacionales es definida y regulada de acuerdo con los parámetros establecidos internacionalmente por la

Convención de Washington y por la Unión Mundial para la Naturaleza. La Ley Orgánica para la Planificación y Gestión de la Ordenación del Territorio (2007) establece a los parques nacionales como un tipo de Área Natural Protegida, junto con los monumentos naturales, los santuarios y refugios de fauna silvestre, las zonas protectoras y las reservas de biosfera. De acuerdo con el artículo 34 de la ley, las Áreas Naturales Protegidas son aquellas que poseen recursos naturales, especies animales y vegetales o características ambientales de interés ecológico, educativo y recreacional, que están sujetas a un manejo especial para su conservación.

En el Reglamento Parcial de la Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio sobre Administración y Manejo de Parques Nacionales y Monumentos Naturales (1989), los parques nacionales son definidos como

...aquellas superficies del territorio relativamente extensas, en las cuales estén representados uno o más ecosistemas de los más importantes del país o áreas naturales o escénicas de relevancia nacional o internacional, que no hayan sido esencialmente alteradas por la acción humana y donde (sic) las especies vegetales y animales, las condiciones geomorfológicas y los hábitats sean de especial interés para la ciencia, la educación y la recreación.

En vista de que los parques nacionales son zonas con requerimientos especiales, sus usos, así como las actividades que se realizan en ellos, quedan regulados por este mismo reglamento y por el Instituto Nacional de Parques (INPARQUES), adscrito al Ministerio del Poder Popular para el Ambiente, quien vigila su cumplimiento. Dichos usos y actividades pueden clasificarse en prohibidos, restringidos y permitidos, según estén en consonancia o no con los objetivos de preservación, recreación, educación e investigación científica que rigen al parque. Entre los prohibidos, tal y como son enunciados en los capítulos V y VI del reglamento, se encuentran:

1. Los cultivos agrícolas.
2. La minería y la explotación de hidrocarburos.
3. La construcción de plantas eléctricas.
4. La siembra de plantas exóticas.

5. Las industrias no artesanales.
6. La instalación de vallas y anuncios publicitarios.
7. Los desarrollos urbanísticos, clubes y colonias vacacionales.
8. Establecimientos comerciales, salvo ciertas excepciones.
9. La caza con fines deportivos, comerciales y de subsistencia.
10. La pesca con fines comerciales.
11. La introducción de animales exóticos.
12. La tala, deforestación y movimientos de tierra.
13. Arrojar basura fuera de los contenedores destinados para ello.
14. La práctica de deportes colectivos.
15. La alteración de fondos marítimos.
16. El anclaje en fondos coralinos.
17. La descarga de efluentes.
18. El aterrizaje de aeronaves en sitios no autorizados.

Dentro de los restringidos, aquellos que se realizan con el control de los organismos competentes, se encuentran:

1. La construcción de ductos de materiales industriales y líneas eléctricas.
2. La construcción de represas.
3. La reforestación y arborización.
4. La alteración del medio natural con el fin de mejorar el paisaje.
5. La pesca deportiva y de subsistencia.
6. La navegación.
7. El uso de vehículos motorizados de cualquier tipo y bicicletas.
8. El acceso del público a determinadas áreas.

Entre los usos y actividades permitidas se hallan:

1. La construcción de campamentos y sitios de acampada.
2. La construcción de centros de recreo.
3. Senderos, caminerías y vías no carreteras.
4. Hoteles y demás alojamientos.

5. Instalaciones y edificaciones para el servicio del parque y la investigación científica.

Si bien el desarrollo poblacional y urbanístico queda terminantemente prohibido dentro de los parques nacionales, existen poblaciones que, gracias a sus características, son autorizadas a mantenerse y desarrollarse dentro de éstos como una excepción a la regla. Al respecto, el artículo 35 del Reglamento dice:

Cuando dentro de una superficie que amerite ser declarada parque nacional se encuentren asentadas poblaciones con más de 50 años de antigüedad y caracterizadas por un modo de vida social, económico, y cultural que constituye por sí mismo un factor de mejoramiento del medio natural, se demarcará el área con su zona natural de expansión y se le zonificará como “uso poblacional autóctono”.

Venezuela cuenta con un sistema de 43 parques nacionales y 36 monumentos naturales que en conjunto constituyen alrededor del 20% del territorio nacional. Sólo bajo la figura de parques nacionales se encuentra protegido un porcentaje de terreno cercano al 15%, lo que la convierte en una de las naciones que más importancia da a las áreas protegidas. No cabe duda de que la nación es rica en hermosos paisajes y ecosistemas únicos que deben protegerse a toda costa para prevenir su degradación. Después de todo, Venezuela figura entre los 10 países con mayor diversidad biológica según el Fondo Mundial para la Naturaleza.

A continuación se presentan una serie de fichas breves con datos de los 43 parques nacionales existentes en el país, elaboradas a partir de la información obtenida en la página Web oficial de INPARQUES ([www.inparques.go.ve](http://www.inparques.go.ve)):

***Parque Nacional Serranía La Neblina***

Ubicación: Este parque se encuentra localizado en el extremo sur del estado Amazonas, específicamente entre el cerro La Neblina y la Sierra de Imeri.

Superficie: 1.360.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 12 de diciembre 1978. Cuenta con el Cerro La Neblina, considerado como la segunda formación geológica de mayor altura después de la Cordillera de Los Andes. El relieve del área se caracteriza por

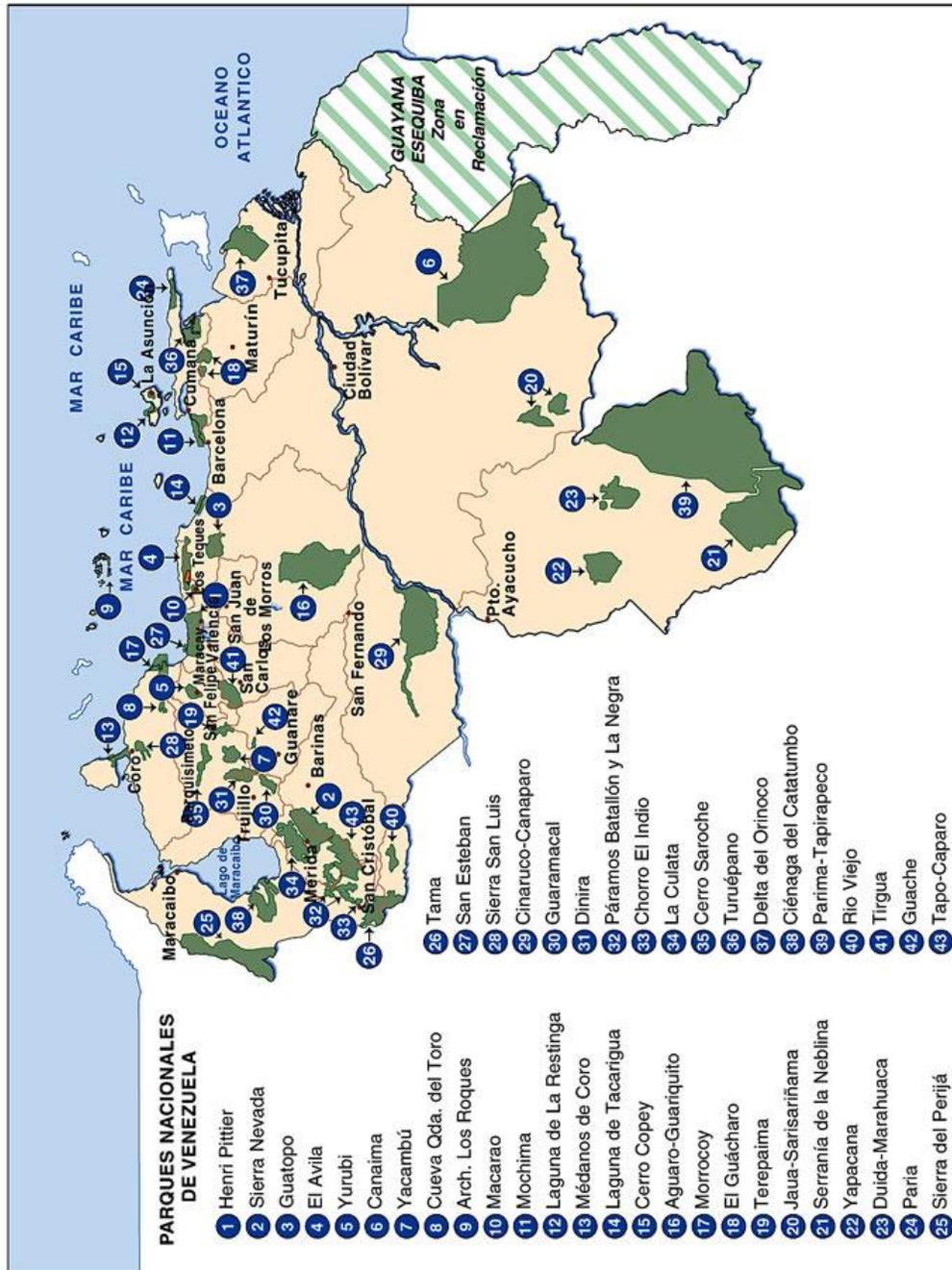


Figura 1. Cartograma de Venezuela y sus parques nacionales

profundos valles. Uno de los mayores atractivos son los recursos hídricos conformados por los ríos Baría, Yatúa, Ararí y Siapa.

Población cercana: San Carlos de Río Negro. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Guatopo***

Ubicación: Se encuentra en los Distritos Independencia, Lander y Acevedo del Estado Miranda y Distrito Monagas del Estado Guárico.

Superficie: 122.464 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 28 marzo de 1958. Las aguas de los ríos y quebradas que se encuentran dentro del parque son indispensables para proveer de suficiente agua toda el área metropolitana. Predominan las especies arbóreas, representadas por cedro amargo, bucare, sangre de drago, araguaney, indio desnudo y yagrumo. Entre los mamíferos destacan ocho especies en peligro de extinción y cuenta con más de cincuenta especies de murciélagos.

Poblaciones cercanas: Santa Teresa del Tuy, Altigracia de Orituco, San Francisco de Macaira, Ocumare del Tuy, San Francisco de Yare y Caucagua. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Macarao***

Ubicación: Está situado en jurisdicción del Departamento Libertador del Distrito Capital y del Municipio San Pedro del Estado Miranda.

Superficie: 15.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 05 diciembre 1973. Este parque forma parte de un importantísimo corredor ecológico en el tramo central de la Cordillera de la Costa. El paisaje se caracteriza por un relieve montañoso del período Mesozoico, con pendientes poco pronunciadas, lomas hondonadas, en las que predominan las formaciones vegetales bajas por donde discurren los ríos.

Poblaciones cercanas: Caracas, Los Teques, El Junquito, El Jarillo y Macarao. (Instituto Nacional de Parques, 2007)

### ***Parque Nacional Mochima***

Ubicación: Está situado en la región fisiográfica de la Cadena Oriental de la Cordillera de la Costa. Estado Sucre.

Superficie: 94.935 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 19 de diciembre 1973. Tiene una región marina costera e insular de especial importancia con playas, golfos, bahías y ensenadas de gran belleza escénica e importantes fondos marinos. El parque está constituido por montañas, formadas por rocas metamórficas.

Poblaciones cercanas: Petare, La Morena, San Pedrito, Nurucual, Yaguaragual, Barbacoa y Guaranache. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Yapacana***

Ubicación: Se encuentra localizado en la zona suroeste del Escudo Guayanés, específicamente entre el sector centro-occidental del estado Amazonas.

Superficie: 320.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 7 de marzo del 1979. Su principal elemento natural es un relieve residual en forma de meseta o tepuy, que se levanta en medio de las sabanas centrales y orientales del Estado Amazonas. Dentro de sus límites, al norte, se encuentra la confluencia de los ríos Ventuari y Orinoco, al Sur el cruce del caño Yagua con el Orinoco, pasando por los puntos medios de las islas Yagua, Corocoro, Araguato Cárida, Mata de Palma y Gallineta, hasta llegar a la isla de Perro de Agua.

Poblaciones cercanas: Puerto Ayacucho, San Fernando de Atabapo. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional San Camilo (Río Viejo)***

Ubicación: Se ubica en los llanos Altos Occidentales, en la frontera con Colombia, en el Estado Apure.

Superficie: 80.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 5 de junio de 1992. Posee unas sabanas inundables y bosques costeros. Cuenta con la confluencia de los ríos Sanare y Apure. Entre su

fauna se pueden encontrar gran variedad de aves como las garzas, gabanos y loros, y mamíferos como el zorro, el oso hormiguero gigante y el venado caramerudo.

Poblaciones Cercanas: Guasdalito y El Nula. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Tapo-Caparo***

Ubicación: En el Sureste de San Cristóbal, entre los estados Barinas, Mérida y Táchira.

Superficie: 205.000 hectáreas.

Descripción: Decretado el 14 enero de 1993. Presenta un conjunto de cadenas montañosas donde sobresalen escarpados cerros cubiertos de bosques nublados que culminan en el pie de monte andino-llanero.

Poblaciones cercanas: San Cristóbal, Santa María de Caparo, Canaguá, Mucuchachí, El Morro, Santa Barbara de Barinas. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional El Guache***

Ubicación: Está situado al comienzo de la Cordillera de Los Andes, en el nacimiento del río Guache, en los estados Lara y Portuguesa.

Superficie: 12.200 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 5 de junio de 1992. El parque se ubica en un área conformada por sierras paralelas, aisladas unas de otras por la falla de Boconó. Posee un relieve escarpado típico de paisaje de montaña siempre verde. Nacen importantes ríos como el Guache y el Portuguesa, los cuales alimentan la zona agrícola del Estado.

Poblaciones cercanas: Acarigua y Ospino. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Chorro del Indio***

Ubicación: En el centro del Estado Táchira, al este del área metropolitana de San Cristóbal, en la Sierra la Maravilla.

Superficie: 17.000 hectáreas.

Descripción: Decretado el 12 de julio 1989. Conformado en su mayor parte por una abrupta topografía con numerosas pendientes, por donde se precipitan ríos y las

quebradas La Jabonosa, La Cachicama, La Verdosa, que drenan al acueducto regional del Táchira.

Poblaciones cercanas: San Cristóbal, San José de Bolívar, Potosí. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Canaima***

Ubicación: Está situado en el suroeste del río Orinoco, en la región fisiográfica conocida como las tierras altas de Guayana, entre los distritos Piar y Roscio de Estado Bolívar.

Superficie: 3.000.000 de hectáreas.

Descripción: Es un parque que destaca por sus abundantes y variados recursos hidráulicos, generados dentro de la tercera cuenca hidrográfica del país: la del Río Carona. Cuenta también con una variedad de biotopos y diversidad en los recursos naturales y socioculturales que hacen posible la investigación cultural y científica del parque.

Poblaciones cercanas: San Francisco de Yuruaní, San Ignacio de Yuruaní, Santa Elena de Uairén y Msión de Kavanayen. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Jaua Sarisariñama***

Ubicación: Se localiza al Suroeste del Estado Bolívar en el Municipio Cedeño, sector Jaua - Maigualida del Macizo Guayanés.

Superficie: 330.000 hectáreas.

Descripción: Este parque se caracteriza por sus tres macizos de arenisca con forma de mesa o tepuy, pertenecientes a la formación Roraima. Estas tres mesetas Jaua-Jidi, Sarisariñama Jidi y Guanacoco, se caracterizan por presentar extensiones planas en algunos sectores, y en otras superficies rotas por profundas grietas o por huecos profundos en la tierra.

Poblaciones cercanas: No tiene poblados en sus cercanías. Sólo dentro del parque está el pequeño poblado de Cajiataña perteneciente al pueblo indígena Yekuana. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Península de Paria***

Ubicación: Está localizado en el extremo este de la Serranía del Litoral Oriental en jurisdicción de los Distritos Arismendi, Mariño y Valdez del Estado Sucre.

Superficie: 37.500 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 12 de Diciembre de 1978. Este parque es rico en flora y fauna propias de la selva amazónica y de Guayana. Es un macizo montañoso con acantilados y entrantes donde se han formado pequeñas playas. Los principales ríos que nacen en el Parque son el Macuro, Yacua, Río Oscuro, Río grande, El Mapire y la Ceiba, todos afluyentes al golfo de Paria localizado en el sur del Parque.

Poblaciones cercanas: Maraval, Yoco, Güiría, Río Salado, San Francisco de Uquire y Macuro, pueblos indígenas autóctonos. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Médanos de Coro***

Ubicación: Está situado en jurisdicción de los Municipios Miranda y Falcón del Estado Falcón.

Superficie: 91.280 hectáreas, de las cuales 42.160 son de tierras continentales y más de 49.120 de superficies marinas.

Descripción: Fue establecido mediante el Decreto Ejecutivo N° 1592 de fecha 6 de febrero de 1974. Se caracteriza por la acumulación de arena que se desplaza por la acción permanente de los vientos que vienen del este y que a lo largo del tiempo han ido depositando las arenas a lo ancho del istmo, procedentes del Golfo de La Vela. Estas dunas, cuyas superficies se ondulan por la acción del viento, pueden alcanzar alturas superiores a los 30 m.

Poblaciones cercanas: Coro, La Vela, Adícora, Punto Fijo. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Laguna de Tacarigua***

Ubicación: Está bajo jurisdicción del Municipio Páez del Estado Miranda.

Superficie: 18.400 hectáreas.

Descripción: Es una laguna de unos 30 kilómetros de largo con paisajes costeros que constituye una poza separada del mar por una restinga. Posee una alta productividad, manifestada en sus numerosos recursos marinos. Además, es muy variado en cuanto a su vegetación flora y fauna. Fue establecido por Decreto N° 1607 de fecha 13 de febrero de 1974.

Poblaciones cercanas: Tacarigua de la Laguna, San José de Río Chico, El Guapo, Cúpira y Machurucuto. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Turuépano***

Ubicación: Está situado en el Municipio Benitez, Estado Sucre.

Superficie: 70.000 hectáreas.

Descripción: Se caracteriza por el encuentro entre las aguas de los ríos con el mar. Tiene un ecosistema que sirve como fuente de riqueza natural. Lo que domina el paisaje son las auténticas selvas de bosques de mangles. La vegetación varía a lo largo del parque dependiendo de las altas precipitaciones, los efectos de las mareas y los materiales del suelo.

Poblaciones cercanas: Carúpano, Río Caribe, Güiría, Yaguaraparo. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Ciénagas de Juan Manuel***

Ubicación: Esta al suroeste del Lago de Maracaibo, abarca parte de los municipios Machiques de Perijá, Jesús María Semprún, Catatumbo y Colón del Estado Zulia.

Superficie: 250.000 hectáreas.

Descripción: La ciénaga del parque es conocida como Aguas Blancas y Aguas Negras, por sus extensos suelos pantanosos. Es un sistema constituido por los cursos de agua que atraviesan el parque para luego desembocar en el Lago de Maracaibo, encontrándose con los ríos Santa Ana, Bravo, La Concepción, Aricuaiza, Lora y Catatumbo. Además se caracteriza por la aparición permanente de un fenómeno único: El Relámpago del Catatumbo.

Poblaciones cercanas: San Carlos del Zulia, Pueblo Nuevo, Encontrados, Concha. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Aguaro Guariquito***

Ubicación: Se encuentra en los Llanos Centrales, al sur del Estado Guárico, abarcando parte de los municipios Miranda y Las Mercedes del Llano.

Superficie: 569.000 hectáreas.

Descripción: Posee un relieve bajo, con pocas elevaciones a modo de pequeñas terrazas cercanas a los cursos de agua. Abundan ambientes característicos formados por bancos de arena, bajíos, esteros y morichales. Abunda la fauna y la flora, principalmente las plantas gramíneas.

Poblaciones cercanas: Las Mercedes del Llano, Santa Rita de Manapire, Cabruta, Calabozo y El Calvario. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Yurubí***

Ubicación: Desde la ciudad más cercana, el Parque Nacional Yurubí está localizado en las estribaciones de la Sierra de Aroa, en el extremo este de la región centro-occidental del país, en jurisdicción de los Distritos San Felipe y Bolívar del Estado Yaracuy.

Superficie: 23.670 hectáreas.

Descripción: Conformado por selvas nubladas donde nacen diversos ríos y quebradas, sirve de hábitat a una gran variedad de flora y fauna. El Parque Nacional Yurubí, fue establecido por Decreto N° 235 de fecha 18 de marzo de 1960.

Poblaciones cercanas: San Felipe. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Cueva de la Quebrada del Toro***

Ubicación: El Parque Nacional Cueva de la Quebrada del Toro está ubicado en jurisdicción del Municipio Unión, Distrito Federación del Estado Falcón.

Superficie: 4.885 hectáreas.

Descripción: Majestuosos paisajes boscosos, colinas quebradas y cavernas con un río subterráneo, el más grande del país. La galería del río posee una altura de unos 20 metros permitiendo el acceso en botes. Fue declarado Parque Nacional por Decreto N.º 56 de fecha 21 de marzo de 1969.

Poblaciones cercanas: Santa Cruz de Buacaral, Churuguara. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Archipiélago Los Roques***

Ubicación: Se localiza en el mar Caribe y en su conjunto forma parte de las Dependencias Federales de Alta Mar, situado al norte franco de la Costa Central de Venezuela a una distancia aproximada de 666 km. de La Guaira.

Superficie: 221.120 hectáreas.

Descripción: Formado por barreras coralinas, cayos, playas y manglares. Es el Parque Nacional que ocupa el primer lugar en Venezuela en su género. Se han reportado cerca de 90 especies de aves marinas, muchas migratorias. Fue establecido por Decreto Ejecutivo N° 1061 de fecha 8 de agosto del año 1972.

Poblaciones cercanas: El Gran Roque. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Laguna de la Restinga***

Ubicación: Está en el sector central del oriente de la Isla de Margarita, en la unión de su parte oriental con la occidental en la Península de Macanao. Estado Nueva Esparta.

Superficie: 18.862 hectáreas.

Descripción: Manglares, canales para navegación y playas. La observación de la naturaleza y el disfrute de las playas son dos buenas alternativas para el visitante. Fue establecido mediante el Decreto N° 1591 de fecha 6 de febrero de 1974.

Poblaciones cercanas: Boca de Río, Punta de Piedras, Porlamar, Juan Griego, La Asunción, La Guardia, Guayacán del Norte. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Cerro Copey Jóvito Villalba***

Ubicación: El Parque Nacional Cerro Copey Jóvito Villalba está ubicado en el Macizo Montañoso El Copey en la región Oriental de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta.

Superficie: 7.130 hectáreas.

Descripción: Matorral nublado entre ríos, quebradas, valles y escarpados. Mirador natural desde donde, al fondo, siempre se verán los pueblos y el mar. Fue establecido mediante Decreto Ejecutivo N° 1.632 de fecha de 27 de febrero de 1974.

Poblaciones cercanas: La Asunción, capital del estado. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Parima – Tapirapecó***

Ubicación: Está ubicado al sureste de la Amazonia venezolana, abarcando parte de la Penillanura del Casiquiare, Alto Orinoco y del Macizo Guayanés. En el Municipio Alto Orinoco del Estado Amazonas.

Superficie: 3.420.000 hectáreas.

Descripción: El Macizo Guayanés está caracterizado por la presencia de altas mesetas y mesas (tepuyes) y la Serranía de Parima donde se localiza el Cerro Delgado Chalbaud. Ahí tiene su nacimiento el Río Orinoco, además forman parte de esta red hídrica que se encuentra dentro del parque los ríos Ocamo, Matacuni, Matapire y Mavaca. Parima – Tapirapecó significa "Tierra Yanomami". Decretado el 5 de junio de 1991.

Poblaciones cercanas: Puerto Ayacucho, Mavaca, La Esmeralda, Macorimateri. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Henri Pittier***

Ubicación: En el tramo de la Cordillera de la Costa en la región norte-central, entre los estados Aragua y Carabobo.

Superficie: 107.800 hectáreas de las cuales 90.000 Ha pertenecen al Estado Aragua y 17.800 Ha al Estado Carabobo.

Descripción: Selvas nubladas, bosque seco y playas. Es el primer Parque Nacional que se decreta en Venezuela el 13 de Febrero de 1937. Fue creado con el nombre de Rancho Grande, a través de un Decreto posterior F.102 de fecha 24 de Marzo de 1953 cambia este nombre por el de Henri Pittier. Se amplió con el Decreto No. 529 de fecha 05 de Noviembre de 1974.

Poblaciones cercanas: Maracay, Mariara y San Joaquín. Por él se accede a las poblaciones de Ocumare de la Costa, Cumboto, Cata, Cuyagua, Choróní y Puerto Colombia, Chuao y Cepe. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional El Guácharo***

Ubicación: Se encuentra ubicado en el extremo oriental de la Serranía del Turimiquire, ocupando parte de los municipios Caripe, Acosta, Piar y Bolívar del Estado Monagas y Rivero del Estado Sucre.

Superficie: 62.700 hectáreas.

Descripción: Está ubicado en el Macizo de Caripe formado por rocas calizas sometidas a la acción erosiva de las aguas subterráneas. En él se encuentra una de las cuevas más espectaculares del mundo debido a su longitud y dimensiones. En ésta se encuentran los guácharos, aves que le dan el nombre a la cueva. De aquí nacen ríos como el Cariaco, el Guarapiche, el Caripe y la Quebrada de Cerro Negro. Nacen cursos de aguas como el Río Carinicua que abastece el acueducto subterráneo de la isla de Margarita.

Poblaciones cercanas: Caripe y Cumaná. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Sierra de Perijá***

Ubicación: Se encuentra en el extremo Suroccidental del Estado Zulia, políticamente se ubica en los municipios Jesús María Semprún, Machiques y Rosario de Perijá. Limita con Colombia en el ramal occidental de la Cordillera de los Andes Venezolanos.

Superficie: 295.288 hectáreas.

Descripción: El Parque Nacional Sierra de Perijá se caracteriza por montañas casi verticales que se elevan abruptamente sobre los llanos de la depresión del Lago de Maracaibo. Posee una gran diversidad de fauna.

Poblaciones cercanas: La Sierra y Ariguaisa. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Delta del Orinoco (Mariusá)***

Ubicación: Centro del Delta del Orinoco.

Superficie: 331.000 hectáreas.

Descripción: Se trata de la desembocadura del río Orinoco en el Atlántico. Selva pura y ricas tierras con marcadas mareas en constante cambio. La desembocadura del Río Orinoco constituye uno de los deltas más grandes del mundo. Se declaró parque nacional el 5 de junio de 1991

Poblaciones Cercanas: Tucupita, Boca de Macareo. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Sierra Nevada***

Ubicación: Cordillera de Los Andes, ocupando la formación montañosa al sureste de la Falla de Boconó.

Superficie: 276.446 hectáreas.

Descripción: Creado el 2 de mayo de 1952 mediante decreto No. 393. Es uno de los parques más visitados del país por sus atractivos naturales, como son las cumbres más altas y los únicos glaciares de Venezuela. El parque tiene gran cantidad de lagunas y se encuentra el teleférico más alto y largo del mundo.

Poblaciones Cercanas: Mérida, Tabay, Mucuchíes, Los Nevados y El Palmar. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Sierra de La Culata***

Ubicación: Ramal nororiental de Los Andes venezolanos, en los estados Mérida y Trujillo.

Superficie: 200.400 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 7 de diciembre de 1989. Cuenta con numerosos recursos paisajísticos y escénicos de gran belleza. En él se encuentran importantes vestigios arqueológicos. Existen aproximadamente 200 lagunas producto del retroceso de los glaciares. El principal atractivo de la Sierra de La Culata, además de su vegetación y fauna, es la formación montañosa constituida por los páramos: Tambor Campanario, Piedras Blancas, Mucuchíes y Piedra de Escuque, cuyas altitudes van desde los 400 m hasta los 4.737 m.

Poblaciones Cercanas: Valles internos de la Cordillera de Mérida, zona Sur del Lago de Maracaibo. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional General Cruz Carrillo (Guaramacal)***

Ubicación: Serranía de Guaramacal, en el ramal este de la Cordillera de Los Andes. Abarca los estados Lara, Trujillo y Portuguesa.

Superficie: 45.328 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 25 de marzo de 1988. Es un refugio para dos especies en peligro de extinción: el oso frontino y el paují copete de piedra. Valles estrechos y profundos, suelos de baja fertilidad y cuevas. Es un espacio de especial fragilidad.

Poblaciones Cercanas: El Tocuyo, Humocaró Bajo, Humocaró Alto, Barbacoas, Jabón, San Pedro, Carache y Guaitó. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Dinira***

Ubicación: Estados Lara, Portuguesa y Trujillo, específicamente en las Sierras de Barbacoas y Portuguesa.

Superficie: 45.328 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 30 de noviembre de 1988 bajo decreto N° 564. Se caracteriza por poseer un paisaje montañoso con valles en forma de "U" y terrazas. Constituye el asiento de la Cuenca Alta del Río Tocuyo, la cual drena al Mar Caribe. El parque presenta cuatro tipos diferentes de vegetación: bosque, páramo, plantaciones forestales y sabanas.

Poblaciones Cercanas: El Tocuyo, Humocaró Bajo, Humocaró Alto, Barbacoas, Jabón, San Pedro, Carache y Guaitó. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional El Tamá***

Ubicación: Se encuentra en el extremo suroccidental del país, al inicio del sistema montañoso de Los Andes, en jurisdicción de los Distritos Junín y San Cristóbal del Estado Táchira, y Distrito Páez del Distrito Apure.

Superficie: 139.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 12 de Diciembre de 1978. Presenta un conjunto de cadenas montañosas plegadas con topografía escarpada donde se destacan los páramos de Tamá, la Serranía de Santa Bárbara, el Páramo El Judío y el Páramo El Cobre, máxima elevación del parque, en el cual también se originan numerosos ríos.

Poblaciones Cercanas: Santa Ana, Chururú, Rubio, San Cristóbal. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Terepaima***

Ubicación: Está ubicado al sureste de Barquisimeto, estado Lara, en el extremo oriental de la Cordillera de los Andes. Abarca también parte del estado Portuguesa.

Superficie: 18.650 hectáreas.

Descripción: Fue creado por Decreto Ejecutivo Nacional N. ° 1.519 de fecha 14 de abril de 1976. Una extensión considerable de su territorio estipulado se encuentra en condiciones de gran aridez, en tanto que los valles y las zonas montañosas sirven de asiento a grandes, medianas y pequeñas explotaciones agrícolas. En él se encuentra el Camino Real, construido por los indios Jirajaras y conservado desde la época colonial, donde se encuentran cementerios indígenas y restos arqueológicos.

Poblaciones Cercanas: Barquisimeto, Cabudare, Río Claro, Sarare y Acarigua. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional General Manuel Manrique (Tirgua)***

Ubicación: Estados Yaracuy y Cojedes. Tramo occidental del Sistema Montañoso de la Cordillera de la Costa, abarcando parte del Macizo de Nirgua.

Superficie: 91.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 5 de junio de 1992 con el Decreto No. 2.346 de Gaceta Oficial No. 4.548-E. El parque es una importante unidad hidrológica que da origen a bosques y sabanas. Posee importantes nacientes de aguas, especialmente el río Tirgua donde se puede practicar deportes extremos. Protege las cuencas de los ríos Tucuragua y Cojedes que drenan a la Cuenca del Río Orinoco.

Poblaciones Cercanas: Cogollal, Agua Linda, Laguna Verde, Santa Ana, Las Josefinas, Miraflores, Mata de Cambur, El Reino, El Urubal, San Lázaro y San Antonio. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Cerro Saroche***

Ubicación: Municipios Torres, Jiménez e Iribarren del Estado Lara.

Superficie: 32.294 hectáreas.

Descripción: Fue decretado parque nacional el 7 de diciembre de 1989, con el propósito de resguardar el ecosistema xerófito que constituye un 3% del territorio venezolano. Se puede apreciar en la serranía de Saroche el paisaje árido, arcilloso, que durante los primeros días de lluvia del mes de mayo es adornado por numerosas flores.

Poblaciones Cercanas: Carora, Barquisimeto, Turturia. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***El Parque Nacional Juan Crisóstomo Falcón (Sierra de San Luis)***

Ubicación: Se encuentra ubicado en la vertiente oriental de la Sierra del Edo. Falcón. Abarca los municipios Bolívar, Petit y parte de los municipios Colina y Miranda.

Superficie: 20.000 hectáreas.

Descripción: Fue fundado el 6 de mayo de 1987. Este parque está constituido por un conjunto de montañas medias y bajas, donde el Cerro Galicia con 1500 msnm se

convierte en la cumbre más alta. En él se preservan importantes bosques húmedos y nublados, cuenta además con muchos ríos, canales y simas únicas en su tipo, socavadas durante miles de años por filtraciones de aguas. Existen también redes de cuevas y galerías, además de un lago subterráneo denominado la fosa de San Luis, considerado el lago subterráneo más grande de Venezuela.

Poblaciones cercanas: Santa Ana de Coro. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Santos Luzardo***

Ubicación: En lo bajos llanos occidentales del estado Apure.

Superficie: 584.368 hectáreas.

Descripción: Decretado el 4 de mayo de 1988. Posee un Relieve muy plano, sólo presenta elevaciones en los Cerros o Galeras del Cinaruco, los cuales están cubiertos de vegetación, pasto y bosque. En zona de sabana también contrastan los médanos en las que destacan las dunas rojizas del Capanaparo.

Poblaciones Cercanas: San Fernando de Apure, Achaguas, Ciudad Nutrias, Elorza, Mantecal, Guasdualito. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Morrocoy***

Ubicación: Se encuentra situado al Sureste del Estado Falcón entre los municipios Silva y Monseñor Iturriza.

Superficie: 32. 090 hectáreas.

Descripción: Fue decretado 30 de mayo del 1975. Posee un ambiente marino, caracterizado por tres elementos físicos dominantes: el sector continental, conformado por el Cerro Chichiriviche, donde existe gran variedad de vegetación; la franja costera, en la que se destacan la formación de distintos tipos de manglares y las lagunas; y el sector marino donde se sitúan varios cayos e islas.

Poblaciones Cercanas: Tucacas y Chichiriviche. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Yacambú***

Ubicación: Se encuentra ubicado al suroeste de Barquisimeto, Estado Lara y Municipio José Vicente De Unda del Estado Portuguesa.

Superficie: 14.584 hectáreas.

Descripción: Fue decretado el 12 de junio del 1962. Se identifica por su topografía abrupta la cual tiene características fogosas, donde se localiza en su sector noroeste, el único volcán activo existente en el país. Además posee una vegetación variada y nace el Río Yacambú, vital para el desarrollo agrícola del Valle de Quíbor y para el abastecimiento de agua de la ciudad de Barquisimeto.

Poblaciones Cercanas: Cubiro, Sanare, Quíbor, La Escalera, La Gran Parada, Santa Rosa, El Nuezal. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional General Juan Pablo Peñaloza (Páramos El Batallón y La Negra)***

Ubicación: Está localizado entre los estados Mérida y Táchira, al noroeste de la depresión del Táchira en los Páramos de El Batallón y La Negra.

Superficie: 75.200 hectáreas.

Descripción: Está formado por dos páramos: Batallón y La Negra, los cuales son una importante fuente de abastecimiento de aguas. Es un conjunto de cadenas montañosas con elevaciones que van de los 1.800 hasta los 3.300 metros y 117 lagunas preglaciares. El parque tiene un relieve muy accidentado, con pendientes pronunciadas donde, en algunos sectores, se observa el paso de los glaciares. Aquí nacen los ríos que alimentan el complejo hidroeléctrico Uribante-Caparo.

Poblaciones Cercanas: Tovar. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Waraira Repano (El Ávila)***

Ubicación: Está en el tramo central de la Serranía del Litoral de la Cordillera de la Costa. Abarca partes del Distrito Capital y de los estados Vargas y Miranda.

Superficie: 85.192 hectáreas.

Descripción: Es una zona montañosa al norte del valle de Caracas y, por lo tanto, el pulmón de la capital. Fue decretado parque nacional en 1958 y se amplió en 1974.

Contiene numerosos riachuelos y quebradas, cuatro picos principales y está prácticamente rodeado de áreas urbanas.

Poblaciones cercanas: San Isidro de Galipán, San Francisco de Galipán, El Corozal y Hoyo de La Cumbre. Entre las poblaciones cercanas se encuentran Caracas, Catia La Mar, Chuspa, Barlovento, Guarenas, Guatire y La Guaira. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional Duida Marahuaca***

Ubicación: Está ubicado en el sector central del Estado Amazonas y comprende el Municipio Alto Orinoco (sur del país).

Superficie: 210.000 hectáreas.

Descripción: Fue decretado en 1978. Los Carros Duida y Marahuaca son mesetas o tepuyes de paredes verticales construidas por rocas arenisca de la formación Roraima del Escudo de Guayana. Además, limita con el río Orinoco, el río más importante del país. Aproximadamente el 10% de su flora es endémica, rica en helechos, orquídeas, bromelias y ciperáceas. Alberga más de doscientas especies de aves, entre ellas el sabanero del Duida Emberizoides, que solamente se encuentra en los tepuyes.

Poblaciones cercanas: La Esmeralda, La Culebra y Acañada. (Instituto Nacional de Parques, 2007).

### ***Parque Nacional San Esteban***

Ubicación: En el Estado Carabobo, tramo occidental de la Serranía del Litoral de la Cordillera de la Costa Central, entre los municipios Naguanagua, San Diego, Guacara y Puerto Cabello (región central del país).

Superficie: 43.500 hectáreas.

Descripción: Posee el antiguo camino colonial Puerto Cabello-Valencia, el puente Ojival de Paso Hondo, el Fortín Solano, los petroglifos y menhires de Vigirima, Piedra Pintada, petroglifos de la Josefina y cementerios indígenas. También contiene numerosos ríos y se han registrado 125 familias, 703 géneros y 1.520 especies de

plantas. Entre su diversa fauna se encuentra el caimán de la costa, especie en peligro de extinción. El parque nacional fue establecido en 1987.

Poblaciones cercanas: Puerto Cabello, Valencia, San Esteban, Yagua, Patanemo y Borburata. (Instituto Nacional de Parques, 2007)

## **Turismo en Venezuela**

Venezuela es un país con enorme potencial turístico. 2.718 kilómetros de costa caribeña albergan hermosas playas de aguas templadas y clima benigno. Pero, si bien maravillosas, las playas no son lo único que vale la pena visitar. En escasos kilómetros se concentra una gran diversidad de ecosistemas que atraen por su belleza y singularidad. Los paisajes de los llanos inundables, el piedemonte andino, los bosques nublados, la selva amazónica y la sabana llena de tepuyes y de saltos de agua son algunos de los escenarios de ensueño que pueden hallarse en este país.

Sin embargo, a pesar de su potencial, Venezuela ha permanecido relativamente inexplorada e ignorada por el turismo. De acuerdo con la OMT (2011), Paraguay y Venezuela fueron los países con menor recepción de turistas internacionales en 2009 (en línea). Los 402.183 visitantes internacionales recibidos en 2010, contrastan fuertemente con los 1.313.594 venezolanos que viajaron fuera del país para sus vacaciones, de acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadísticas (en línea). Esto se debe, principalmente, a que los mismos habitantes del país han ignorado los beneficios del turismo como actividad económica capaz de generar ingresos significativos. Los gobiernos hasta ahora no han hecho esfuerzos suficientes para desarrollar este sector. La actividad petrolera sigue en primer lugar y no parece que esto vaya a cambiar en los próximos años.

La escasa o inadecuada infraestructura capaz de acoger a los turistas es el principal problema. Venezuela no se escapa de la escasez de habitaciones señalada por Lundberg (1977) para los países del Caribe (p. 247). Las pocas iniciativas que intentan impulsar el turismo son generalmente aisladas y de corte privado.

Asimismo, son pocas las cadenas hoteleras y agencias turísticas internacionales que han invertido en el país. Vías de comunicación insuficientes o en mal estado, así como la ausencia general de servicios apropiados, desaniman a los viajeros interesados en conocer el país. A estos problemas, se ha sumado en los últimos años la grave situación de inseguridad que afecta también a los ciudadanos. Es imposible que los turistas se sientan seguros en un lugar donde los mismos residentes están inquietos.

No obstante, el escaso desarrollo del turismo a nivel masivo, ha favorecido el surgimiento de tímidas manifestaciones de turismo alternativo. Éstas suelen ser beneficiosas en cuanto a que su impacto sobre la naturaleza y la cultura del lugar es mucho menor. Dicha característica del turismo alternativo es de vital importancia ya que las zonas de Venezuela más atractivas suelen encontrarse dentro de áreas protegidas, tales como parques nacionales y monumentos naturales. Asimismo, la escasa infraestructura turística existente se ha desarrollado por la iniciativa de particulares que suelen residir en la zona y que emplean mano de obra local. Es por esto, que el lento avance del turismo de masas paradójicamente favorece el desarrollo a futuro de un turismo sostenible, que no tenga que lidiar con los enormes daños que el crecimiento acelerado de la actividad ha causado en muchas partes del mundo.

Si bien el turismo receptivo en el país aún está en pañales, el turismo interno es otro asunto. Los venezolanos viajan de un punto a otro del país para conocer sus maravillas. El Instituto Nacional de Estadísticas registró en el 2009 16.525.362 visitantes internos en las distintas regiones de la nación (en línea). La continuidad de esta actividad es de vital importancia para la distribución de los ingresos entre las regiones y para el fomento a futuro del mismo turismo receptivo. Después de todo, los residentes de un país son la mejor publicidad de un destino turístico. Son ellos los mejores difusores de la cultura y las maravillas de la nación en el extranjero.

En Venezuela, el desarrollo del sector está a cargo del Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) y de su organismo adscrito, el Instituto Nacional de Turismo (INATUR), encargado de fomentar la actividad y de formar el talento humano especializado en el área. El marco legal está dictado por la Ley Orgánica de

Turismo, vigente desde 2008. Es interesante observar que dentro de los objetivos de la ley, enunciados en el primer artículo, se encuentra el desarrollo de la actividad turística en el país de manera sustentable y beneficiosa para las comunidades receptoras. En el capítulo VII se profundiza en este aspecto de la siguiente manera:

El desarrollo de la actividad turística debe realizarse en resguardo del medio ambiente y la diversidad regional e histórica. Las autoridades públicas nacionales, del Distrito Capital, estatales y municipales, así como las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular, favorecerán e incentivarán el desarrollo turístico de bajo impacto sobre el medio ambiente, con la finalidad de preservar los recursos hidrográficos, energéticos y forestales; la biodiversidad, las zonas protegidas, la flora, la fauna silvestre y cualquier otra categoría ambiental o zona que se determine por ley.

El énfasis de la Ley Orgánica del Turismo en el desarrollo sustentable de esta actividad es de especial importancia si se considera que las áreas de mayor atractivo en el país se encuentran dentro de parques nacionales u otras áreas protegidas. Es por esto que el turismo sostenible es urgente en un país con tanta riqueza biológica como Venezuela. Bien llevadas, iniciativas turísticas sostenibles pueden convertir a Venezuela y a sus parques nacionales en un paraíso para actividades alternativas y de bajo impacto, tanto para el mercado interno como el internacional.

Sin embargo, para ello es necesario la educación de los visitantes potenciales de manera que respeten la fragilidad de la áreas protegidas a las que van. De nada sirve proteger legalmente los arrecifes coralinos de Morrocoy si los temporaditas van lentamente acabando con ellos. Lo mismo sucede si arrojan basura en las playas del parque Henri Pittier o de Paria.

María Ramírez reseña en el artículo “Llaman al turismo responsable ante daños en Parque Canaima” del El Universal (2011, 17 Enero) que a finales de Diciembre de 2010 INPARQUES detuvo a un grupo de rustiqueros en la Gran Sabana del Parque Nacional Canaima, que con sus vehículos trazaron nuevas rutas por zonas restringidas, removiendo la corteza vegetal. Esto ha traído como consecuencia que sea necesario tramitar un permiso de INPARQUES para visitar el parque nacional. No obstante, esta clase de restricciones resultará insuficiente mientras los turistas

autorizados no respeten las normas establecidas para las áreas protegidas. Es indispensable resolver problemas como éstos para que el turismo no interfiera con los demás usos de los parques nacionales.

## **CAPÍTULO III**

### **DIGITAL Y ESPECIALIZADO: EL RELATO TURÍSTICO EN LA SOCIEDAD ACTUAL**

#### **La redacción periodística en la era digital**

Internet comienza a gestarse a partir de 1969 con el proyecto Arpanet de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa de Estados Unidos. Abreu (2003) explica Arpanet consistía en el desarrollo de una red entre computadoras que permitía compartir datos confidenciales entre ellas. Sin embargo, no fue sino hasta 1990 con la invención de la World Wide Web por parte de Tim Berners-Lee que millones de personas se incorporan a Internet e interactúan. Así, esta red en principio cerrada y elitista, se transforma en una telaraña abierta y plural. Su descentralización y autonomía son, sin duda, las características que la hacen tan popular. Por esto, se habla de que el Internet es el medio más democrático, al menos para aquellos que tengan la fortuna de acceder a él (pp.15-18).

No es de extrañar, entonces, que el periodismo, al igual que cientos de otras áreas, se haya trasladado progresivamente a la red. Para éste, el Internet se perfila como un nuevo medio con características propias que permite difundir rápida y eficientemente la información periodística. Al respecto, Foix, director adjunto de la revista La Vanguardia asegura:

El fenómeno de Internet no es más que la punta del iceberg, es el paradigma de la sociedad digital. Internet es un nuevo medio de comunicación. Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. Son

las redes de telecomunicaciones, que forman un nuevo espacio cultural y social. También es un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo (Citado en Abreu, 2003, p.19).

El primer diario que sacó una versión electrónica fue The Chicago Tribune en 1992 a través de American Online, pero fue el San José Mercury el primero en aparecer en la World Wide Web como un sitio web. Éste se hizo tan popular que el servicio colapsó en varias ocasiones. Con el Mercury, fueron naciendo cada vez más y más publicaciones en la red en todas partes del mundo. Primero se trataba de la versión Web de las publicaciones impresas, canales de televisión y emisoras de radio ya existentes, pero luego, fueron naciendo sitios que sólo existen en el ámbito digital. Para las revistas en línea, fue un momento histórico la introducción del semanario Time a la Web. Para 1998, había más de 4900 sitios Web con contenido periodístico (Abreu, 2003, pp. 24-28).

Castañeda habla de tres etapas del periodismo en la red: en la primera, las ediciones electrónicas no eran más que copias de las ediciones impresas de los periódicos (esto también aplica para las revistas) que no aprovechaban los nuevos elementos que un medio como Internet tiene que ofrecer. La segunda etapa, luego de 1995, se caracterizó por el uso del hipertexto así como por una organización mucho más eficiente de los contenidos. Finalmente, la etapa actual se caracteriza por el aprovechamiento total de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad de la Web que es capaz de proporcionar información en tiempo real (Citado en Abreu, ob.cit, p.31).

No existe un acuerdo definitivo en cuanto al nombre que debe llevar el periodismo que se desarrolla en Internet. Mientras que algunos hablan de periodismo electrónico, otros discuten sobre periodismo digital, en red o en línea. Existen suficientes argumentos a favor y en contra de una u otra denominación, pero, tal y como dice Almirón (s.f.), el término empleado termina siendo irrelevante, ya que en la práctica periodística lo más importante es el empleo de las técnicas de investigación, recolección y presentación de la información propias de ella, es decir, el acto mismo del periodismo. En sus palabras, “lo que está online, es digital o es

electrónico es la tecnología, no la profesión periodística” (en línea). Así, el periodismo no es ni de prensa, ni de televisión, ni digital, ni radial: es siempre simplemente periodismo.

Si bien el medio no determina el oficio, es cierto que, dependiendo de éste, el trabajo periodístico posee características particulares diferentes. El periodismo en la red, entonces, es aquél que adquiere las nuevas características de la comunicación de la sociedad virtual. Según Abreu (2003), el paisaje mediático de la era de Internet se caracteriza por los siguientes elementos:

1. Se privilegia la producción de contenidos por encima de la simple transmisión de información.
2. El usuario de los medios interactúa con ellos y es capaz de generar contenido propio.
3. El nuevo medio se caracteriza por ser colectivo y a la vez personalizado. Confluye el ámbito público y privado.
4. Los nuevos medios virtuales se diferencian de sus homólogos fuera de la red.
5. El lenguaje multimedia prevalece sobre cualquier otro.
6. La información ya no es monopolizada por los organismos públicos o los medios de comunicación tradicionales: fluye de usuario a usuario en la red, aunque éste no necesariamente sea un profesional de la comunicación (p.19).

La información periodística en la red se caracteriza por ser hipertextual. De acuerdo con Abreu (2003), esto implica que a través de palabras, frases, imágenes, audios, videos u otros recursos, el usuario puede acceder a información que esté asociada a éstos, dentro del mismo documento o de otros (p.67). Los periodistas, al desarrollar los contenidos, deben concebir un producto hipertextual, es decir, deben pensar en imágenes, texto, audio y video por igual, pues en la red, todos estos códigos se combinan para funcionar como un solo lenguaje. Edo (2000) dice al respecto:

Las series visuales para-lingüística y no lingüística ya no son exclusivamente un elemento de la página que completa o refuerza el texto mediante un titular, una foto o un dibujo. En este nuevo contexto estas dos series se equiparan en importancia con la netamente lingüística, de tal manera que las tres se enlazan en un mismo nivel (en línea).

Por esta razón, tal y como expresa Valero (2009), el periodista digital se caracteriza por ser multifuncional en vista de que el contenido que debe concebir para el medio Web debe ser integral y multimedia (en línea). El profesional que trabaja para la red amplía su rango de acción hasta convertirse en una suerte de profesional orquesta que hace de todo.

Los textos periodísticos en la Web, como cualquier otro texto en red, combinan diferentes recursos y rompen la linealidad presente en otros medios. En palabras de Abreu (2003), "la posibilidad de no presentar los materiales de manera lineal o secuencial, acerca más a los medios electrónicos en la Web a la forma en que actúa la mente humana" (p.72). De esta manera, el periodismo electrónico le proporciona al usuario la posibilidad de interactuar con la obra. Éste recibe información que se ajusta a sus necesidades al adentrarse en distintos senderos en los que puede conseguir aquello que es de su interés. Gracias al hipertexto, el periodista puede recortar sus trabajos sin que esto implique una pérdida, ya que si el usuario profundiza a través de los enlaces, su lectura puede ser infinita.

La constante actualización, así como la abundancia de enlaces, puede saturar de información al usuario. De acuerdo con Abreu (ob. cit.), el periodista digital debe hacerla digerible y orientar al lector aunque la decisión final acerca de la ruta a seguir siempre resida en éste (p.89).

Los medios digitales, por otra parte, tienen la posibilidad de almacenar la información de días anteriores y, además, de que ésta sea fácilmente recuperable a través de enlaces, índices o motores de búsqueda.

Gracias a las facilidades que ofrece para transmitir información al momento, el periodismo digital se ha caracterizado por la instantaneidad y actualización constante de la información. Los portales de los nuevos medios digitales suelen estar siempre renovados con noticias de último minuto. Esto es cierto incluso para las revistas o los semanarios en línea, que en el medio impreso tienen una periodicidad inferior. En éstos, aunque su contenido no necesariamente cambia cada segundo, sus portadas se refrescan con añadidos para los artículos ya existentes, como fotos, audio, enlaces relacionados o feedback de los lectores. Lamentablemente, esta rapidez mal

llevada puede aumentar considerablemente el número de imprecisiones. Si bien en Internet abunda la información sin confirmar, los periodistas deben evitar a toda costa caer en esta tentación sólo para presentar la última noticia.

Asimismo, la información circula en la Web sin ninguna clase de censura. El periodista debe entonces aprovechar esto sin por eso comprometer su código de ética. Al respecto Edo (2000) dice “si en la red es prácticamente imposible que existan filtros para la libre circulación de la información, sí que se ha de abogar por la aplicación de códigos éticos y una autorregulación entre los propios profesionales” (en línea).

El nuevo medio también ofrece al periodista la posibilidad de interactuar con su audiencia. Ésta, a través del feedback que proporciona al medio, también produce contenido valioso que debe ser tomado en cuenta. El periodista puede nutrirse con este intercambio e incorporar los contenidos generados por la audiencia a los textos que produce. Angele Murrad identifica tres niveles de interacción con el usuario: el primero, es aquél donde el usuario puede ponerse en contacto con el periodista; el segundo, se da cuando el lector comparte públicamente a través del medio sus opiniones y; el tercer nivel implica la interacción recíproca entre ambas partes, que las convierte en verdaderos interlocutores, hasta el punto en que los usuarios determinan gran parte de los contenidos presentados (Citada en Abreu, 2003, p.94). Gracias a la interactividad, es el lector el que, en gran medida, determina la información que desea recibir.

Además de las características antes mencionadas, la Red Científica Peruana Yachay (s.f.) asevera que los periodistas digitales deben estar familiarizados con la Web y adaptarse rápidamente a los procesos de comunicación e información dictados por las nuevas tecnologías. Éstos deben poseer los conocimientos básicos que les permitan llevar su trabajo a cabo, y actuar en colaboración con los demás profesionales involucrados en el proceso. Sin embargo, no debe confundirse el trabajo del periodista con el de ingeniero o programador. Canga (2000) dice: “el conocimiento de una herramienta, aun siendo importante, no ha de imponerse al conocimiento de conceptos sobre cuáles son las tareas de un periodista” (en línea).

Si bien son muchas las universidades a nivel mundial que han incorporado a su pensum la formación de periodistas capacitados para el medio digital, es muy probable que muchas de las particularidades de su oficio debe aprenderlas en el campo de trabajo, tal y como indica Valero (2009, en línea). Esto se debe principalmente a los constantes cambios a nivel tecnológico que hacen difícil la rápida respuesta por parte de la academia.

“Los modelos narrativos en el periodismo digital abogan por la no traslación del texto analógico y trabajan bajo la premisa del diseño de información abierta; es decir, con posibilidad de actualizar, modificar, editar y/o recontextualizar el contenido”, explica Valero (ob. cit, en línea) al hablar de la redacción. Según la autora, existen tres modelos principales para estructurar la información periodística en la Web. El primero es la pirámide invertida de Nielsen, de acuerdo con la cual los artículos Web deben conservar la estructura tradicional de las noticias de lead, cuerpo y cola. Nilsen fundamenta su propuesta en sus estudios de usabilidad, gracias a los cuales definió que la lectura en Internet es superficial.

El segundo modelo, desarrollado por Canavilhas es el de la pirámide tumbada. Éste consiste en la división de los contenidos en cuatro niveles de información que le permitan al usuario profundizar conforme avanza. El primer nivel corresponde a lo más relevante de la noticia. El segundo nivel corresponde a la explicación de lo sucedido, a partir de la cual se derivan una serie de enlaces que guían al usuario al siguiente nivel. Este siguiente nivel corresponde a la contextualización. Finalmente, el cuarto nivel enlaza al usuario con archivos externos.

El modelo de Salaverría va de la información más superficial a la de mayor complejidad. En él, identifica cinco niveles. El primero contiene información sintetizada sin posibilidad de ampliación. El segundo, consiste en un titular con un breve resumen que lleva al resto del artículo. El tercero corresponde al nivel de documentación con toda la información pertinente. El cuarto es el nivel de análisis y, por último, el quinto nivel donde se produce el intercambio con el usuario.

Según Breiner (2011), el periodista, al construir un artículo, debe pensar en formas de dividirlo para evitar que la información contenida en una sola página sea

demasiada. De igual manera, debe recurrir a métodos propios de otros medios como subtítulos o pausas que sirvan de descanso para la audiencia. Así, en una sola página puede incluir la información más relevante de la noticia y hacer enlaces a otros elementos, como los perfiles de los protagonistas de la noticia, el panorama del asunto tratado, la explicación detallada del suceso, pros y contras y antecedentes. Al respecto, dice:

En lugar de pensar en primera parte, segunda parte, etcétera, piense en “esta parte”, “esa parte”. Esto le ayuda a evitar el pensamiento lineal. La página de inicio contiene un titular, un copete, un elemento visual (puede ser una fotografía de fondo o central, una serie de diapositivas o un video), y enlaces a otras partes, que suelen ser sub-temas de la noticia principal (en línea).

Stevens da algunos consejos para el tratamiento de los diversos recursos, los cuales forman parte del hipertexto multimedia que constituye los nuevos productos periodísticos en la Web. El video es el mejor elemento para presentar una acción o a sus protagonistas. Las fotografías son las más apropiadas para evocar emociones y fijar elementos importantes. Un buen audio hace que la imagen fija y el video parezcan más intensos y reales. El texto, finalmente, sirve para transmitir todo aquello que escapa a los sonidos y las imágenes (Citado en Breiner, 2011, en línea).

Las publicaciones electrónicas, con algunas excepciones, se caracterizan por ser gratuitas. Al igual que las publicaciones impresas, el principal ingreso de éstas reside en la publicidad. Sin embargo, ésta funciona de forma distinta. La publicidad en Internet, debido a las características del medio, se presta a la interactividad y el multimedia. El tamaño de los anuncios o la cantidad de segundos que dura, en caso de la radio o la televisión, deja de ser importante, ya que es el usuario el que elige generalmente si quiere relacionarse o no con la publicidad. Incluso, la ubicación del anuncio, si bien aún se toma en cuenta, no altera significativamente el costo del espacio publicitario. En vista de que Internet es un medio especializado y temático, la publicidad también se especializa y personaliza para el usuario.

La principal forma en que se presenta la publicidad en los medios electrónicos es a través de banners. Estos son rectángulos publicitarios en sitios Web

que promocionan un producto y, simultáneamente, ofrecen un enlace a una página que permita adquirirlo o proporcionar más información sobre éste. También se hace publicidad a través del patrocinio o de los intersticios, estos espacios de espera mientras el usuario espera que se descargue una página.

¿Cómo se ha dado el ejercicio del periodismo digital en el país? El primer diario venezolano en la Web es El Nacional, que aparece en línea el 13 de noviembre de 1995. Luego le sigue El Universal el 19 de mayo del 1996 y con él muchos otros. Las revistas, como Analítica, tampoco perdieron el tiempo y comenzaron por esta misma fecha a incorporarse a la red.

Es mucho lo que han evolucionado los medios venezolanos en casi dieciséis años. Abreu (2003), sin embargo, concluye que en los medios digitales venezolanos, el contenido es aún muy similar al de sus homólogos impresos. La gran diferencia reside en la actualización constante (p.195).

Tanto Abreu (ob. cit.) como Valero (2009) concuerdan en que las noticias y reseñas son los géneros más trabajados por los medios Web venezolanos. Los reportajes, entrevistas y el editorial son secundarios o suelen provenir de las ediciones impresas, en caso de no tratarse de un diario o revista enteramente digital.

Asimismo, Abreu (ob cit.) opina que los medios Web no aprovechan al máximo las posibilidades que ofrecen el hipertexto y la multimedia. Valero (ob. cit.), por el contrario, habla de la creciente preocupación de los periodistas digitales por aprender a narrar en multimedia, por lo que progresivamente se va mejorando en este aspecto. En cuanto a la interactividad, Abreu apunta que los medios han llegado al nivel número 2 de interactividad explicado por Murrad (p. 118).

### **Especialización: el futuro de la profesión**

El periodismo especializado comienza a gestarse en el siglo XIX con la división de los periódicos en secciones temáticas. Sin embargo, no fue sino hasta después de la Segunda Guerra Mundial que los periodistas comenzaron a

especializarse en determinadas áreas, impulsados por la reciente integración de la interpretación a su profesión y obligados por las múltiples ramificaciones de las ciencias y quehaceres del hombre. El análisis de los hechos requería un conocimiento mucho más profundo del área sobre la que se escribía. Pero la especialización sólo llega a establecerse recientemente gracias al avance de las nuevas tecnologías y a la segmentación cada vez más marcada de las audiencias. En definitiva, es el público de intereses múltiples, que demanda información mucho más específica, el que ha hecho imperativa la especialización dentro del periodismo.

Tal y como explica Rodríguez (2006) “las audiencias, ahora <<selectivas y segmentadas>>, requieren explicaciones de la naturaleza de los hechos, asuntos y temas; no les interesa únicamente qué ocurrió y qué puede ocurrir en el futuro, también cuáles son los antecedentes y qué opinan los expertos” (en línea). Con el fin de atender a esta nueva necesidad en las audiencias, nace el periodismo especializado para hacer asequible el conocimiento demandado en áreas específicas.

Si bien la importancia de la información periodística especializada es evidente, entre los teóricos aún no está claramente definida la naturaleza de esta clase de información ni las características de los textos o de los profesionales que a ella se circunscriben. Según Sanmartí (2003), la información periodística especializada no debe confundirse con aquella destinada a los expertos de un área particular: es, más bien, información específica que se le facilita a los públicos interesados, independientemente de sus conocimientos previos del tema, de manera que se les haga comprensible (pp. 7-9).

De acuerdo con esto, el periodismo especializado será aquél que sirva de puente entre la audiencia, experta o no, y la información producto de la especialización del conocimiento. Del Moral define al periodismo especializado como:

Aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades. (Citado por Sanmartí, 2003, p.15).

El periodista especializado debe ser un profesional capaz de hacer comprensible la complejidad política, económica, científica y cultural de la sociedad actual al tiempo que satisface las necesidades informativas de los públicos segmentados.

Los autores partidarios de esta definición como De Moral, Esteve, Borrat y Muñoz Torrez, son de la opinión de que esta clase de periodismo se evidencia en las características de los textos que a él se circunscriben. No necesariamente un texto escrito por un especialista o que aparezca en un medio dedicado a un tema específico, es un texto de periodismo especializado. Por lo tanto, lo que determina que un texto pertenezca o no a esta clase de periodismo no es el medio, el que lo escribe o la audiencia a la que va dirigido, sino el texto mismo.

Borrat (1993) afirma que los textos pertenecientes al periodismo especializado poseen tres características básicas: coherencia interna, correspondencia con la realidad y pertinencia de los conceptos que maneja (en línea). Estas tres características sólo se presentan cuando el profesional que redacta los textos cuenta con el conocimiento necesario de la especialidad sobre la que escribe, así como de los métodos periodísticos que hacen asequible la información presentada.

La temática es sin duda otro de los aspectos más importantes que definen a esta forma de hacer periodismo. Otros elementos como la geografía, la segmentación y los medios son, de acuerdo con De Fontcuberta y Borrat, únicamente complementos "...de la auténtica razón de ser de la especialización: el ámbito temático" (Citado por Meneses, 2007, en línea). Después de todo, el periodismo especializado es, en primer lugar, la presentación a profundidad de una determinada área del conocimiento.

Para producir textos propios del periodismo especializado, el periodista no debe ser necesariamente un científico o un experto en el área. Basta con que se preocupe por ampliar sus conocimientos de forma constante y con que maneje las fuentes adecuadas de primera mano para su trabajo, porque se perfila como un interlocutor válido para éstas. De igual forma, no es absolutamente indispensable que un periodista sea el que redacte estos textos. Un especialista en el área, un

colaborador puede hacerlo, siempre y cuando sea capaz de estructurarlos de acuerdo a criterios periodísticos.

En vista de que el periodismo especializado no está sujeto al ajetreo del diarismo, es una práctica que permite la investigación profunda y la maduración de los artículos. Rodríguez (2006) dice que “para el periodismo especializado, el rigor de la investigación está por encima del rigor de la urgencia noticiosa. El objeto de este tipo de periodismo no es llegar primero, sino llegar con la mejor información, la más completa y profunda...” (en línea). En él, la interpretación es absolutamente vital.

El Internet es un medio que favorece al periodismo especializado. La audiencia en la red no es una masa uniforme sino una serie de públicos con intereses específicos que seleccionan aquello que consumen. Así, Internet se convierte en la plataforma perfecta para la información especializada, pues los cibernautas acceden a él en busca de algo en concreto.

El Internet cambia la forma en la que se presenta la información especializada. Esto se debe principalmente a su carácter hipertextual. La información se segmenta en distintos enlaces por los cuales el usuario puede navegar, seleccionando así el contenido que le interesa. A través de estos enlaces, el usuario va de lo más general a lo específico, profundizando cada vez más. Esto constituye el principal reto de los periodistas especializados en el medio digital: presentar la información en capas de enlaces y orientar al usuario en la navegación más útil para él.

Gago y Pereira sugieren que los contenidos en la Web se organicen en torno a tres niveles de profundidad. El primer nivel de profundidad se refiere a aquellos datos que llaman la atención del usuario hacia una información específica. Éstos se ubican en una primera página o página principal. El segundo nivel de información se refiere al artículo propiamente dicho. La audiencia accede a él con un clic en el enlace a éste, colocado en la página principal. Finalmente, el tercer nivel informativo se refiere a la ampliación y contextualización del artículo a través de otros documentos, externos o no al sitio web donde se encuentra la información. Se accede a éstos a través de los enlaces relacionados colocados en la página del artículo (citado por García, 2004, p.

199). La principal ventaja que ofrece la Web a la especialización del periodismo es que acaba con las limitaciones de espacio o tiempo propias de otros medios. Sin sobrecargar una página, el periodista puede enlazar otras informaciones y hacer que la lectura del usuario sea infinita, si él así lo quiere.

Otro beneficio que ofrece el medio digital al periodismo especializado es la posibilidad de actualizar el contenido con información de último minuto. García (2004) explica que de esta manera el periodista es capaz de editar la información que presenta o de complementarla con enlaces o elementos extra. Así, un artículo puede ampliarse incluso después de haber sido redactado.

Por último, el periodista especializado se beneficia del intercambio con su audiencia. Como cualquier otro periodista, a través de la Web puede relacionarse y comprender mejor las necesidades de sus lectores. Pero además, el periodista especializado, tal y como indica García (ob. cit.), tiene la posibilidad de descubrir en su audiencia fuentes verdaderamente especializadas.

### **Los viajes y sus relatores**

El periodismo turístico se inicia con los relatos de viaje siglos atrás. La Universitat Oberta de Catalunya (2008) cuenta que Alejandro Magno llevaba en sus expediciones a cronistas a sueldo que registraban sus grandes hazañas (en línea). Varios siglos después, los cronistas de indias registrarían las curiosidades y maravillas de los Descubrimientos. Así, el viaje parece estar asociado desde tiempos remotos a un relator que da cuenta de lo que con ellos se ha aprendido. En palabras de Rivas: “el viajero –el verdadero viajero- tiene algo de narrador, de informador. Por eso relatar un viaje es algo connatural al propio viaje” (citado en Universidad Oberta de Catalunya, 2008, en línea).

El periodista de viajes es el heredero de estos cronistas. Como éstos, se basa principalmente en la narración para dar cuenta de lo acontecido en los viajes y, al igual que cualquier periodista, aplica las técnicas de recolección, jerarquización y

redacción de la información propias de la práctica del periodismo. Por su parentesco con estos antiguos cronistas, el periodismo de viajes es mucho más cercano a la literatura que otros tipos de periodismo especializado. Aun así, el elemento periodístico en estos textos los diferencia de la literatura, de los textos escritos por aventureros, de las guías turísticas o de los artículos científicos.

Si bien todos estos tipos de texto son esenciales para divulgar la importancia del turismo, el periodismo va más allá de esto. Éste no sólo da a conocer las maravillas del sector sino que fiscaliza y supervisa su funcionamiento, pues en él reside el poder de denunciar sus fallas. El País (2010, Diciembre, 3) en un artículo de su sección de viajes, explica:

El periodista turístico deberá esforzarse, tener mucha responsabilidad para no prometer ni sugerir cosas que crearán falsas expectativas en el lector/espectador y para contribuir a que el operador obtenga la más justa de las retribuciones posibles en función a la calidad del servicio ofrecido. Será un intermediario entre el consumidor de servicios turísticos y el ofertador de esos servicios y deberá ser confiable y eficiente, para que la industria se desarrolle en sus mejores niveles, elevando las expectativas de los uruguayos y haciéndonos conocer en el mundo como gente eficiente y responsable (en línea).

Es por esto que el periodista turístico debe proporcionar información útil y de interés a su audiencia por encima de promocionar un determinado servicio o localidad turística. Por eso, debe profundizar en todas aquellas áreas que le permitan reflejar la actividad turística en toda su complejidad. Prado (2006) explica que “el periodista turístico es, inevitablemente, un estudioso de la realidad del país, de sus riquezas geográficas, y culturales, de su economía, y atractivos recreativos, como también de sus problemas” (en línea). Es capaz de presentar información exhaustiva concerniente al tema. Con estas características, el periodista turístico puede convertirse en el principal engranaje de la promoción turística de un país y de la creación de una conciencia turística nacional entre sus habitantes, a través de la divulgación de sus valores naturales y culturales. La información turística se encuentra salpicada por elementos provenientes de otras áreas especializadas como la economía, la política, la historia, la ecología, la tecnología, la cultura, etc.

Stuteville (2008) habla de lo que debe hacer un periodista de viajes para escribir textos de calidad. La curiosidad y el compromiso son las actitudes que más aprecian las fuentes. Según explica, la mayoría de las historias que ha conseguido, las ha obtenido a partir de las conversaciones casuales con los lugareños. Involucrarse con los moradores de la localidad es una de las mejores formas de obtener información. Stuteville también sugiere que el periodista de viajes debe concentrarse en personajes importantes de la localidad y en eventos, en vista de que los primeros le dan el toque personal a un artículo y, los segundos, actualizan la información presentada por el periodista. Finalmente, recomienda a todos los periodistas de viajes investigar todo lo que se ha dicho previamente acerca de un tema para tratar de darle un nuevo enfoque a sus artículos (en línea).

Las principales fuentes del periodismo turístico se encuentran en la administración pública central con organismos como Mintur e Inatur; en las administraciones regionales; en líneas aéreas y de transporte en general; en organismos internacionales como la OMT; en publicaciones especializadas como libros o revistas; en centros de investigación y documentación y, por supuesto, en los moradores del destino estudiado y en los turistas que a él se trasladan. Estos dos últimos son sin duda las fuentes más importantes.

Tristemente, el periodismo turístico en ocasiones parece olvidar su naturaleza periodística y se convierte en otra forma de hacer publicidad a las empresas del sector. Blog de Viajes.com.ar denuncia a aquellos profesionales que escriben artículos complacientes sólo porque han sido invitados a quedarse en un hotel o a comer en un restaurante. Esto ha llevado a los viajeros realmente interesados en información veraz y útil a confiar mucho más en la opinión de viajeros experimentados que comparten sus relatos de viaje en la Web (Citado por Prado, 2006, en línea).

Las redes sociales y la Web 2.0 fomentan el intercambio constante entre sus miembros, muchos de los cuales demuestran ser verdaderos expertos en áreas determinadas. El flujo libre de la información en Internet y la existencia de usuarios que generan contenidos propios y valiosos es visto por muchos como una amenaza

para el periodismo turístico e, incluso, para el periodismo en general. Por el contrario, las autoras de este trabajo están convencidas de que el Internet puede potenciar el desarrollo de esta clase de periodismo como una forma de periodismo especializado. Head (2009, Octubre, 1) explica que los cientos de comentarios en TripAdvisor a cargo de “verdaderos clientes” aún no logran sustituir la información puntual y de calidad que proporciona el periodista. Mientras que todos estos comentarios pueden ser útiles para que el viajero termine de decidir si se hospeda o no en el hotel que ha escogido, el periodismo le permitirá elegir su destino para las vacaciones y alimentará su curiosidad (en línea).

La capacidad de síntesis y selección del periodismo no puede ser desechada tan fácilmente. Por el contrario, es de vital importancia ahora que la Web permite al viajero autogestionar sus viajes. El periodista puede proporcionar a los turistas la información que necesitan para ellos mismos tomar sus decisiones. Lejos de apartarse del mundo digital, el periodismo de viajes debe aprovechar las facilidades que le ofrece la red.

En Venezuela, el periodismo turístico avanza tímidamente. Si bien los profesionales en esta área cuentan con la fortuna de que los medios impresos, como El Nacional o el Últimas Noticias, destinen una sección aparte a la información turística, es difícil encontrar publicaciones especializadas fuera de estas pocas páginas que le reservan los medios generalistas. Actualmente, las revistas venezolanas de turismo existentes suelen pertenecer a aerolíneas o cadenas hoteleras, como es el caso de la revista SBA o Aserca. Existen dos revistas relativamente independientes de sus patrocinantes destinadas a la actividad turística: la revista Río Verde y Travesía Turística. En Internet, a parte de la Revista Alas, publicación impresa digitalizada, no existe ningún medio que con información turística destinada a la Web. Así, queda en segundo plano la información turística en un país de tan alto potencialidad como Venezuela.

## CAPÍTULO IV

### DISEÑO DE REVISTAS EN LA RED: LENGUAJES HEREDADOS Y PROPIOS

#### **Diseño y lenguaje visual**

El ser humano por naturaleza debe satisfacer las necesidades que se le presentan en su medio, ya sean materiales o espirituales. En función de este fin, se encuentra el Diseño, que responde a una necesidad que el mismo individuo fue creando para cumplir con sus actividades sociales, culturales, económicas e incluso políticas. La palabra diseño es un término de origen italiano (*disegno*) que se incorpora a la lengua española hacia 1300. *Designio*, que procede de la palabra *seña*, significaba *intención* para los italianos. Etimológicamente, *seña* se define como: “Nota o indicio para dar a entender una cosa. Signo convenido entre dos o más personas para entenderse” (Zimmermann, 2002, p. 26).

De acuerdo con lo anterior, el diseño no es más que intención hecha forma. En este sentido, Victor Papanek (2000), afirma que todo lo que hacen los seres humanos es diseño y explica que “el diseño es designio hecho seña”. (p. 57). Valdez (2004), indica que:

...el diseño puede ser re-definido como una práctica social especializada que consiste en el procesamiento racional, intuitivo y fáctico de una serie de variables objetivas y subjetivas por medio del cual los hombres intervienen operativamente sobre la realidad material, natural y artificial, para producir objetos, servicios y mensajes destinados a satisfacer demandas, reales o inducidas, materiales y simbólicas de un Mercado segmentando en estratos económicos y socio gráficos todo ello dentro de un contexto histórico y cultural dado (p. 165).

El diseño tiene su base en el lenguaje visual. Éste es un método de comunicación que se maneja en todos los campos y en todas las dimensiones. Está constituido por una serie de elementos que facilitan la comunicación humana a través de símbolos o señas, que luego se adaptan a una imagen reconocible y aceptada. Las imágenes visuales son herramientas para el control progresivo de la naturaleza. Por cada nueva imagen visual se crea un nuevo horizonte, un nuevo contexto, un nuevo punto de partida para posterior desarrollo (Kepes, 2001, p. 101).

El lenguaje visual opera por medio de un sistema de signos basado en una correspondencia entre los estímulos sensoriales y la estructura visible del mundo físico. Los acontecimientos espacio-temporales del mundo físico deben ser traducidos en la relaciones de superficies cromáticas en el plano gráfico. El diseño conjuga los distintos elementos del lenguaje visual para mejorar la estética y facilitar el uso de los objetos a los que afecta.

Diseñar se puede considerar un arte, pero no todo objeto diseñado es necesariamente una obra artística. Un diseño debe seguir ciertos modelos estéticos como para considerarlos obras de arte. (Zaragoza, 2000, p.73). Pero toda pieza de diseño, por muy preciada o artística que ésta sea, siempre ha sido concebida teniendo en cuenta los tres elementos básicos de comunicación: un método para diseñar, un objetivo que comunicar y un campo visual. Después de todo, la comunicación gráfica es el principal componente del buen diseño, ya que a través de él se busca comunicar un mensaje del modo más eficaz y directo posible (Zaragoza, 1994, p.88).

Generalmente, el diseño es entendido como el producto físico derivado de la actividad, pero la actividad misma es ignorada. Frascara (2006), indica que “diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar” (p.113). Entonces, diseñar también implica evaluar, implementar, generar nuevos conocimientos y, a su vez, usar la experiencia para guiar la toma de decisiones. También implica planear para obtener en seguida un propósito determinado perseguido.

Moholy (2006) define el diseño como “la organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, con un equilibrado

balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función” (p.89). Diseñar implica una compleja e intrincada tarea ya que es la integración de requisitos técnicos, sociales, económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen, y espacio, entre otros.

Gili (1990, p.49), afirma que desde ese entonces la visión sobre el diseño se ha reformado, sobre todo en lo que se refiere a los objetivos de la profesión. Si bien la forma es el resultado concreto del trabajo del diseñador, actualmente se insiste más en que el diseño es un proceso, así como la necesidad de tener una conciencia clara acerca de sus efectos sociales y económicos. Ante estas tendencias, Morales (2004) afirma que el diseño se “ocupa de generar estrategias y configurar la forma de los objetivos, entendida como uno de los más importantes mediadores del hombre con su cultura y su medio ambiente” (p.54).

Dentro de esta definición Morales (ob. cit.), desprende unos objetivos y responsabilidades principales para comprender en sí el diseño. El primer objetivo es humanizar las soluciones técnicas que se dan, a las necesidades de la sociedad, para así alcanzar mayores niveles en la calidad de vida de los usuarios, considerando las limitaciones y objetivos tecnológicos y comerciales. El segundo es promover el apoyo de la sociedad en términos de respeto y conservación del medio ambiente y sus recursos (pp.56, 57). Sin embargo, estos dos objetivos son comprables siempre y cuando los fines del diseño requieran de la acción sincronizada de las disciplinas técnicas y humanísticas.

## **Diseño editorial**

En la comunicación gráfica, la aplicación de signos y símbolos ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia. Esta forma de comunicación, que trasciende las tradicionales barreras lingüísticas, ocupa un lugar importante en la instrucción y en las tecnologías del diseño (Cámara, 1975, p.8). En términos de diseño, quiere decir que es la forma, la configuración o figura esencial de una cosa.

El diseñador de comunicación visual trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la pertinencia y la economía de los mensajes. Este trabajo, mas allá de la cosmética, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación.

El diseño en publicaciones como la prensa o revistas, es tan necesario que sin él sería imposible lograr una buena comunicación. A través del diseño se puede combinar adecuadamente los elementos gráficos perceptibles a simple vista y aquellos no tan evidentes, de la manera más eficaz, sin perjudicar la estética general de la página.

El diseño editorial es, precisamente, la especialidad del diseño gráfico que se encarga de la composición gráfica de las publicaciones como los libros, periódicos y las revistas. Este tipo de diseño debe adaptarse al público y lo que se desee comunicar. Según la Universidad Autónoma Metropolitana (1998) el diseño en publicaciones se basa en primer lugar en el concepto de grilla o retícula editorial. La grilla permite ubicar la información (texto e imágenes) para darle una forma coherente. A partir de este orden, el diseñador puede desarrollar el diseño específico de cada publicación con plena libertad. La grilla, entonces, es una guía útil para el diseñador y también para el lector, ya que facilita la legibilidad de los contenidos (p. 23).

Las revistas son, sin duda, uno de los medio más llamativos e innovadores en cuanto a diseño editorial se refiere. El origen de las revistas se remonta al año 1663, cuando comenzó a editarse “Erbauliche Monaths-Unterredungen” (“Discusiones mensuales edificantes”) en Alemania. Posteriormente, en Francia, Italia e Inglaterra también comenzaron a editarse diferentes tipos de revistas. En el transcurso del siglo XVIII también nacieron los semanarios, que contenían descripciones de modas y costumbres, acompañadas con crítica social y moral. No es sólo sino hasta el año 1888 cuando aparecen publicaciones periódicas que no sólo eran informativas, las

cuales se editaban por años y en los que se suministraba informes y noticias útiles sobre el clima, las comunicaciones, la población y otros temas informativos (Güilmet, 2001, p. 12).

En Estados Unidos se publicó la primera revista semanal de noticias llamada Time. Fue creada en 1923 por los británicos Hadden y Henri Luce, y su primer número apareció el 3 de marzo del mismo año. Se caracterizó por muchos años por desarrollar números temáticos en torno a un personaje que incluso sus portadas reflejaban, dependiendo de los acontecimientos que estuviesen ocurriendo para entonces. Actualmente, es catalogada una de las revistas con mayores ejemplares vendidos a nivel mundial.

El surgimiento de las revistas fue igual al de los periódicos: éstas sobresalieron por la iniciativa de una clase intelectual que intentaba hacer énfasis en ciertos temas de interés, en especial los culturales y deportivos. Hoy en día es uno de los medios escritos más vendidos y utilizados (Chaidez, 2004, p.92).

De ello viene precisamente la denominación de la “revista” que “revé” o “vuelve a ver”. La revista tiene esas noticias ya dadas a conocer por el diario a las que le incorpora aditivos que la complementan. Una revista es una publicación periódica, generalmente costada por publicidad y por los lectores. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, entre otros. La relación entre la literatura y las revistas es más cercana y estable que la de ésta con el periodismo diario, que es mucho menos detallista gracias al curso acelerado de la actualidad.

Al respecto, Chaidez (ob. cit.) señala que:

En la actualidad, una revista, puede estar compuesta por varios artículos referidos a diversos temas, las llamadas revistas de actualidad, o bien referirse a un único tópico, por ejemplo, decoración, belleza, deportes, entre otras. Habitualmente, es una editorial la que la divulga, aunque también puede ser una empresa la encargada de hacerlo. La periodicidad puede ser semanal, quincenal, mensual, bimestral, entre las opciones más comunes, aunque no son las únicas y la presentación física más común es a todo color (p.98).

De lo anterior, se extrae que una revista se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno en específico. Producida habitualmente por una editorial, su periodicidad puede ser, generalmente, semanal, bisemanal, quincenal, mensual o bimestral, y el formato puede ser a todo color y/o a blanco y negro, aunque es más común ver la revista a color.

Según Fischer y Espejo (2004), la revista “es un medio visual masivo-selectivo porque se dirige a públicos especializados pero de forma masiva, lo que le permite llegar a más clientes potenciales” (p. 365). Son, junto con los libros y los periódicos, uno de los pocos medios de comunicación de masas cuyo formato responde a la elección de los diseñadores.

Las revistas se ajustaron a la modernidad y las tiradas actuales son mucho mayores que las de entonces. Los diseñadores de revista en los últimos 150 años han ido adaptándose a las necesidades del lector que cada vez es más exigente con el contenido y la imagen, ya que las revistas se han convertido en parte de la cultura popular que cuenta con el apoyo de dicho público. Las revistas en el transcurso de los años han tenido un papel significativo en el día a día de todas las clases sociales. Foges (2000) afirma que las hay para cualquier profesión, interés, pasatiempo y capricho (p. 10).

Actualmente se conocen muchos tipos de revistas, las cuales atienden a diferentes audiencias, desde infantiles hasta adultas. Entre los tipos de revistas se señalan las especializadas en un tipo de público particular como las cristianas, juveniles, adultas y para niños. También están las especializadas en algún tema de interés, como lo son las culturales, políticas, económicas, literarias, de modas, entre otras. Se le puede clasificar en informativas, de entretenimiento, científicas, temáticas, y de interés general.

Las revistas informativas son aquellas que contienen datos y acontecimientos de interés inmediato para el lector. Este tipo de medio recoge opiniones de diferentes expertos sobre un mismo tema. Es por ello que para muchos es llamada revista de política o revista editorial. Fischer y Espejo (2004) afirman que las revistas informativas se asemejan a las editoriales de los diarios, porque manejan los géneros

periodísticos con toque de atractivo visual, como la reseña, la entrevista y el reportaje. Se caracteriza por la profundidad con la que presenta los hechos y acontecimientos, promoviendo así el análisis en los lectores (p.156).

Por su parte, las revistas de entretenimiento basan la mayor parte de su contenido en temas para esparcimiento del lector, entre ellos se pueden mencionar temas de moda, espectáculo, cultura, estética, gastronomía. Generalmente son publicaciones que se realizan periódicamente, y contienen muchas ilustraciones y publicidad. Están dirigidas a un público diverso que busca más el entretenimiento que la información.

La revista de interés general, por su contenido, se centra más en el acontecer del día a día. Dragnic (2006) contempla lo siguiente:

Las revistas de interés general aspiran a presentar a sus lectores un panorama lo más completo posible de los acontecimientos significativos, ocurridos en la semana anterior, con una visión totalizadora, que haga posible la comprensión de los procesos sociales. Estos objetivos se logran, a veces, con un recuento de los hechos, ampliado con opiniones de personas prominentes, o mediante un análisis realizado por la publicación (p. 242).

En contraposición a éstas, Dragnic (ob. cit) explica que existen cierto tipo de publicaciones especializadas que se dedican a la difusión de la información perteneciente a ámbitos muy específicos:

Las revistas especializadas pueden orientarse hacia la cobertura de la actualidad o bien trabajar los acontecimientos que sólo tangencialmente tienen relación con los hechos recientes. Esta última modalidad se practica en la mayoría de las revistas femeninas, juveniles y literarias. En las revistas especializadas, donde se aborda la actualidad, generalmente se opta por el tratamiento a nivel divulgativo, aunque existen también las publicaciones dirigidas al sector de los expertos, generalmente editadas por las instituciones respectivas (p.244).

Otra clasificación existente es aquella que depende del propósito y el costo. Entre ellas están las revistas de consumo, las económicas y las gratuitas. Cuando se habla de revistas de consumo se está refiriendo a todas aquellas que tienen un mayor número de consumidores gracias a su gran variedad de contenidos y materias de

interés general o específico. Entre esos temas específicos se encuentran los relacionados con los deportes, con la música, la cultura, la política, la tecnología, la moda, y la farándula.

Las revistas económicas son como lo dice su nombre, las que no cuestan mucho dinero. Muchas son distribuidas solamente, o predominantemente, por la suscripción. Ésta puede ser libre (cualquier persona puede suscribirse) o restrictiva, lo que significa que la suscripción está disponible solamente a los lectores que, según su criterio, determine la editorial. Este modelo también es conocido como circulación controlada (Fischer y Espejo, 2004, p.134).

Por último, las revistas gratuitas son generalmente aquellas que aparecen como encartados en los periódicos y en la cuales se destacan temas relacionados con el ocio y la cultura. En ella aparecen guías de comercios, restaurantes, tiendas de moda, centros de estética, peluquerías, etc. También contienen información sobre el teatro, cine, exposiciones y música, generalmente con mayor calidad y profundidad que la prensa.

Halperín (2003), habla de las particularidades de las revistas: “Primero que todo, tienen esa sensualidad de su propuesta gráfica. Las páginas de un semanario aceptan propuestas gráficas con mucha libertad, un uso distinto del color y un real deleite para los ojos de los consumidores o del público” (p. 112). Es decir, hay algo muy placentero en manipular el objeto revista, un tipo de placer que no puede ser imitado por otros medios, sean literarios, gráficos o visuales. Esto es la suave textura del papel, la elegancia y diversidad de las tipografías. Las fotografías tienen esa particularidad de ser muchas veces decididamente hermosas o dramáticamente testimoniales. De igual manera, Halperín dice que las revistas:

También son perdurables, para la envidia de la televisión (donde la memoria no existe) (...) la revista es información con cierto clima. Aparte su particular relación con el tiempo pasado: un diario de cuatro semanas atrás es un material de gran interés para los estudiosos en cambio una revista de cuatro semanas atrás es un lujo y deleite para los ojos, no solo para los estudiosos, sino para todo el público en general. Un diario documenta lo que sucede, una revista lo muestra (p. 113).

Entonces, los códigos propios de una revista son distintos al resto de las publicaciones, pues juega con deseos y pensamientos. Así, lo que separa una revista de un diario es que a ésta no se le tira al día siguiente de leerla, dado que no pierde su condición de revista una vez leída, mientras que un diario una vez leído, pasa a ser un montón de hojas impresas.

Entre las diferencias de los periódicos y las revistas se encuentra que los periódicos trabajan principalmente con noticias y las revistas con artículos de diversa índole. Por éste y otros motivos, las publicaciones de los periódicos mueren diariamente, a diferencia de las revistas que tienen más vigencia. Foges (2000) señala que otra de sus diferencias es el parecido a simple vista de las revistas con los libros, por sus ilustraciones y colores (p. 15).

Cuando se toca el tema de diseño de revista, se refiere en general a la estructura y composición gráfica de la misma. Las características de éstas dependen de una serie de elementos. Según Dragnic (2006), entre ellos se encuentran:

1. **Periodicidad:** Lo que se repite en intervalos de tiempo. La periodicidad es la “frecuencia temporal de aparición de un medio impreso o de un espacio informativo en los medios audiovisuales” (p.199). Las publicaciones periódicas se emiten cada cierto período, semanal, quincenal, mensual o bimestral. Ofrece a los lectores la información que les interesan en interludios fijos. Además determina el ritmo de trabajo.
2. **Género:** Son los distintos modos que usan las personas de una publicación para escribir, haciendo referencia a su *estilo* propio. “En la literatura y en el periodismo se denomina géneros a las diferentes formas que pueden asumir la elaboración y presentación de textos. Cada género, en ambas actividades tiene ciertas características formales que lo diferencian de los demás” (p.121).
3. **Contenido:** Varía de acuerdo a la orientación de la revista, sea deportiva, política, económica, entre otros. Al describir los contenidos de una revista, se deben tomar en cuenta al menos dos enfoques: *Cualitativos:* Los elementos se clasifican según el género periodístico, el origen de la información, sus objetivos, los contenidos, etc. *Cuantitativos:* En el que se establecen unidades de análisis

para la cuantificación, como por ejemplo: cuántas palabras contiene el texto, cómo está estructurado el mensaje, las formas de expresión de los autores de esos mensajes, los espacios que ocupan sobre el contenido total, la disposición con la que encontramos esos mensajes, entre otros aspectos.

4. **Calidad:** Comprende tipo de formato, tipografía y diagramación. La tipografía se refiere al estilo de letra de los textos de la revista. La diagramación es la distribución de los elementos en la grilla dentro de la página.

La estructura de una revista está conformada por una parte interna, constituida por la parte más importante de ésta: los artículos (entrevistas, críticas, encuestas, columnas, reportajes, artículos de opinión, la editorial, entre otros) y sus respectivos títulos que deben de ser de gran impacto para el lector, para que así capten toda su atención y crezca su interés por leer toda la publicación. De acuerdo al tipo de información que lleve, muchas tienen tres o cuatro columnas. El diseño de los elementos es bastante libre: el color, la imagen, las fotografías y la tipografía.

Por otro lado se tiene la estructura externa, constituida por la portada y la manera en que ésta distribuye sus contenidos. Generalmente la portada anuncia el contenido de la revista y suele ser el primer incentivo para su compra, ya que ésta busca llamar la atención con sus colores, ilustraciones, ventanas y cintillos, a veces en un alarde de exhibición de todos los recursos visuales. Así lo asegura Dragnic (2006, p 213). Owens (1991), por su parte, dice: “la mejor portada de una revista es la portada memorable, la que siempre se recuerda, el tipo de portada que, como dijera un diseñador una vez, se graba de forma tan fuerte en la mente que no puede olvidarse” (p.186).

Foges (2000) afirma que independientemente de los contenidos que la portada puede presentar, lo verdaderamente importante y pieza fundamental es la cabecera, el nombre y cómo se presenta la revista. En la portada se encuentra el título o logotipo, el lema, que es una frase que muestra la tendencia o filosofía de la revista, la fecha, el número, el año, el volumen y el precio. También podemos encontrar los títulos de los artículos más resaltantes.

La composición gráfica de una revista no es más que la creación de signos o elementos que permitan un diseño estéticamente agradable para el lector. La Universidad Autónoma Metropolitana (1998) explica que existen diferentes clases de composición para poder determinar el diseño de una revista. La primera es la composición dinámica, “...es la composición libre que nos da la impresión de movimiento y fuerza, en este caso lo que domina es el contraste entre los distintos elementos de la composición” (p. 31).

En cambio en la composición clásica o estática, la Universidad indica que es todo lo contrario a la anterior mencionada. En ésta se enfatiza la continuidad, excluyendo todo aquello que tenga movimiento, evolución o transformación.

Por otra parte está la composición continua, que es aquella que se caracteriza por el movimiento de los elementos visuales que se desenvuelven en un formato con narración continua, para así dar una percepción sucesiva y coordinada de los elementos que conforman el formato. Por último, está la composición espiral que permite generar fuerza en los elementos que se expanden hacia el exterior del formato, permitiendo así el sentido de profundidad al formato (pp. 32-33).

En las revistas, el ritmo es una pieza fundamental a la hora de elaborar un diseño, ya que éste es la presentación metódica y ordenada de presentar los contenidos. En cada número de revista, los diseñadores varían los contenidos, pero la estructura mantiene el mismo ritmo, se mantiene igual que el soporte creativo que identifica la revista con los lectores (Universidad Autónoma Metropolitana, 1998, p.35).

Por otra parte está el equilibrio, que es el coordinador de todas las composiciones gráficas antes mencionadas y que da como resultado la unidad entre ellas. Existen dos tipos: el equilibrio estático, el cual se da cuando un cuerpo u objeto está en reposo, dándole el efecto de serenidad; y el equilibrio dinámico, que es aquél cuando el cuerpo está en movimiento y se conserva el mismo estado aun después de haber sometido a la fuerza del equilibrio (Universidad Autónoma Metropolitana, ob. cit., p.36).

## **Diseño de revistas digitales**

Las revistas digitales son publicaciones que se forman a través de elementos y formatos electrónicos, es decir su planteamiento, edición y procesamiento se realizan mediante interfaces, que no son más que el punto de comunicación que se crea entre el hombre y el computador.

Uno de los primeros elementos que deben tomarse en cuenta en el diseño digital es el píxel. El píxel es la unidad mínima constitutiva de las interfaces gráficas y, por lo tanto, de los sitios Web. Es el soporte con que están constituidas las imágenes del ordenador. Gracias a los píxeles, el ciberespacio es un lugar rico en cuanto al carácter visual.

Royo (2004) explica que el diseño digital es una actividad que proviene de la necesidad de crear espacios electrónicos y se caracterizan por tres disciplinas del diseño: el diseño de la usabilidad, el diseño de la información y la señalética tradicional (p.171).

El diseño de la usabilidad se encarga de la comunicación entre el hombre y la máquina, y se enmarca en la jerarquización, en el ordenamiento de las informaciones y en la estructura de la navegación de los diferentes niveles a los que los usuarios accederán. Este tipo de diseño también integra todos los elementos gráficos, audiovisuales y de accesibilidad del sistema, de manera que el usuario sea capaz de navegar con facilidad a través del sitio web. El diseño de información, Royo (ob cit.) lo define como la vertiente del diseño que se ocupa de los procesos de información en estado puro. Y la señalética son los espacios tridimensionales, encargados de facilitar los flujos de usuarios a través de centros públicos y comerciales (p.172).

Ahora bien la mezcla de estas tres disciplinas es lo que da resultado a la señalización digital, que tiene como principal objetivo facilitar el flujo humano a través de arquitecturas tridimensionales o informacionales. Esto es lo que hace que el usuario o navegante utilice la dirección correcta.

La revista digital es la expresión de un fenómeno de continuidad y cambio. Retoma elementos propios de las publicaciones impresas como presentación,

estructura y organización de la información a la que los lectores están acostumbrados. Sin embargo, con el manejo de las nuevas tecnologías para el almacenamiento y tratamiento de la información, se dispone de un producto que cumple con las mismas funciones pero de una manera más amplia y efectiva a través de un sitio web. El diseñador de revistas digitales debe tomar en cuenta y aprovechar al máximo las características de la Web y, al mismo tiempo, recordar las lecciones del diseño impreso. En palabras de Foges (2000): “cientos de años de edición de periódicos, revistas y libros han enseñado a los diseñadores lo que la gente lee y cómo lo lee” (p.93). Tanto Royo (2004) como Black (citado en Foges, 2000, p.87) piensan que el diseño Web es heredero del diseño editorial y que es, sin duda, una de sus bases más importantes. El diseño Web como el editorial mantienen una misma estructura para afianzar la imagen de la revista o diario diseñado.

Una de las ventajas más importantes que proporciona el Internet a la revista es la interactividad que se puede permitir en sus páginas. El usuario no sólo lee y experimenta la revista, sino que la vive. Imágenes, elementos en movimiento y sonidos forman parte de los artículos. El diálogo con el lector es constante y cobra mucha importancia. Además, éste puede ver como la revista se actualiza y modifica constantemente, por lo que nunca hay una versión final del artículo que lee o de la revista que hojea. Otra gran ventaja de la producción de revistas en Internet es la reducción de costos. Foges (ob.cit.) explica que el editor se ahorra en costos de manufacturación y distribución. Las portadas pierden importancia y empiezan a asemejarse más a la de los diarios, ya que estas nuevas revistas no deben competir por la atención en los kioscos: pasan a tener la misma prominencia que cualquier otra Web (p.90).

Es necesario hacer una clara diferencia entre las revistas en línea que funcionan como sitios Web y las revistas impresas digitalizadas. Las primeras se actualizan constantemente, son cambiantes, interactivas y se desarrollan de acuerdo con los criterios de diseño utilizados para la elaboración de sitios Web. Las publicaciones digitales son el resultado de la transformación de los medios impresos al ámbito digital, pero también son productos independientes con características propias que se

divorcian de sus homólogos en papel. Las revistas digitalizadas, por su parte, mantienen la mayor cantidad de elementos del diseño impreso y suelen ser estáticas e inmodificables. El lector pasa sus páginas en la computadora como lo haría en la vida real. Para fines de este trabajo, se revisan los criterios de diseño del primer tipo de revistas.

Las revistas digitales, como toda página o sitio web, se caracterizan por una estructura propia. Royo (2004) menciona que lo primero que debe tener la página es la información fragmentada, ya que es poco factible que los usuarios se dediquen a leer en pantalla textos muy largos (p.77). Royo también dice que esta fragmentación hace buena pareja con el hipertexto, porque al pulsar sobre un enlace, el internauta espera encontrar un pedazo de información relacionada con la precedente y complementaria a ella. Tal y como se explica en el capítulo pasado, si bien una página en concreto no debe estar sobrecargada de información, ésta debe contener enlaces que le permitan al usuario profundizar en lo que lee, si le interesa. Así, aunque la información contenida en una página concreta sea limitada, los enlaces presentes dentro de ella pueden hacer que el proceso de búsqueda del usuario sea infinito.

Además, Royo (ob. cit.) menciona que un criterio uniforme de fragmentación y de presentación aporta identidad al sitio web. Ello permitirá al visitante obtener una sistemática de navegación por sus páginas y enlaces, porque le dará una noción automática de lo que encontrará a continuación. Es por esto que las secciones en las revistas digitales son similares entre sí: de esta manera el lector sabe dónde se encuentra y adónde ir a continuación. Una estructura fija y coherente para el diseño da cohesión a la revista y facilita la navegación.

Los elementos que permiten que los usuarios se movilen en la red son llamados formatos hipertextuales. Royo (2004), explica que el hipertexto es la base sobre las cuales se construye las relaciones y las conexiones en el ciberespacio. Es la pieza fundamental y el soporte con que se arman los sistemas de red (p.155). El hipertexto ha permitido crear el sistema de lectura que hace posible visualizar imágenes y lenguajes no alfabéticos en conjunto con el texto.

Royo (ob. cit.) explica que haciendo uso de la estructura hipertextual, los sitios Web pueden estructurar su información de diversas formas:

La primera es la estructura lineal, aquella que se caracteriza por una lectura secuencial que se usa en tareas específicas donde se requiera un avance paso por paso, tal y como es el caso de varios sitios de comercio electrónico. La segunda es la estructura jerárquica, que es la que se organiza en bloques complejos de información. Posee un bloque principal y los siguientes son sub-bloques que se desprenden de éste. Es necesario que el bloque principal tenga una organización independiente y a su vez relacionada con los sub-bloques para lograr su coherencia. Finalmente, las estructuras aleatorias son aquellas donde el usuario no conoce de antemano las posibilidades que tiene o el destino que le espera. Dichas estructuras son muy poco eficientes para sitios Web, pero muy utilizadas en caso de juegos o sistemas abiertos de interacción (p.157).

Otra clasificación existente de las estructuras es según el grado de interactividad que permiten. De acuerdo con esta clasificación, las estructuras fijas son aquellas que están diseñadas para ser modificadas únicamente por el administrador del sitio. La comunicación en éstas es unidireccional, puesto que el realizador de la página es el único emisor. Las estructuras relacionales, por otro lado, son aquellas que recolectan información acerca del usuario y se organizan con base en sus intereses, como sucede principalmente en portales de comercio. Por último, las estructuras contributivas son aquellas donde el usuario puede participar y aportar contenidos a través de mensajes y discusiones. De esta manera, se da una comunicación bidireccional (Royo, 2004, pp 159-160).

Todo tipo de diseño, y el diseño de revistas digitales no es la excepción, está encargado de construir la identidad visual de un producto, en este caso, de un medio. La identidad visual es la representante de los valores e ideas del espacio. Royo (2004) explica que la identidad gráfica es la suma de los siguientes elementos:

1. La representación gráfica de los valores. Mediante los elementos gráficos que utilice la organización o el artefacto que generamos (tipografía, color, imágenes, etc.) se representará una forma de

- comunicarse y entender la relación entre la organización (o artefacto) y el usuario.
2. El estilo de la comunicación escrita. Paralelamente a la representación gráfica, las formas del lenguaje escrito con las que nos dirigimos al usuario también generan valores e identidad.
  3. La funcionalidad o usabilidad del sitio. Si las acciones son sencillas de realizar para el usuario, éste tendrá una experiencia positiva y esto redundará en la comunicación de una identidad fuerte.
  4. El diálogo y la participación (feedback). El hecho de establecer un espacio de comunicación entre el usuario y emisor generará una mayor satisfacción en el usuario y forma positiva de entender a la organización que se visita (p.181).

El diseño Web se encarga también de crear una interfaz fácilmente navegable por el usuario. La correcta jerarquización de la información y su presentación de forma coherente, como ya se ha mencionado al hablar de la señalética, del diseño de información y del de usabilidad, son unos de los principales objetivos del diseño Web.

En cuanto a la estructura externa del sitio web, la página principal no es una portada sino una bienvenida, un sumario visual o informativo. Debe estar constituida por el nombre o título del sitio y un sumario que dé una visión del contenido e introduzca a la navegación. Royo (ob. cit.) añade que debe tener un elemento visual, es decir un logo, imagen, ícono o símbolo, para darle un toque atractivo (p.168). Además, tiene un texto corto que describe superficialmente el sitio y su contenido. Igualmente exhibe el nombre del autor y la fecha de confección de la página y de su última actualización.

Otro aspecto de la estructura externa, que constituye uno de los códigos visuales más importantes, es la tipografía. Ésta es uno de los principales elementos que conforma la identidad visual del sitio web. Jugando con sólo dos o tres fuentes diferentes se pueden lograr muchos estilos para los distintos tipos de texto presentes en el sitio, como títulos, sumarios, leyendas y texto corriente. En la Web se ha implementado desde el primer momento aquella tipografía usada en el medio impreso, a pesar de que ésta no corresponde con la organización en píxeles del medio digital y que, por lo tanto, varía mucho al ser visualizada con sistemas operativos y

navegadores diferentes. Sin embargo, existe un grupo de fuentes que varía muy poco ya que existen en la mayor parte de los sistemas operativos, como la Arial, la Times, la Trebuchet, entre otras. Asimismo, se han creado tipografías especiales para la red. Por ejemplo Zuzana Licko en 1984 diseñó varias fuentes que podían ser utilizadas en la pantalla de un ordenador sin ser modificadas al momento de pasarlas a la imprenta, entre ellas están: Empetor, Universal, Oakland y Emigre. Posteriormente en 1995 Licko diseñó la base 9 y la base 12, que eran fuentes que permitían la compatibilidad total con la pantalla y la impresora. Sucesivo a esto, aparecieron múltiples tipografías aptas para ser manejadas en la red. Joe Gillespie fue uno de esos diseñadores, ya que aportó el tipo Mini 7 de caja alta sobre el formato de píxeles, compatible con diferentes modelos.

Con el color pasa igual que con la tipografía: en todas las computadoras: el color puede ir variando dependiendo de cada sistema. Royo (2004) explica que Macintosh tiene diferente visualización que las PC y por tanto, cualquier color representado se verá diferente en ambos tipos de ordenadores (p.199). Sin embargo, existe una paleta de 216 colores seguros a utilizar para diseñar un sitio web. Esta paleta es llamada *Web safe* y recoge los 216 colores que son similares en una pantalla de 64.000 colores y de 16 millones de colores, explica Royo (ob. cit., p.200).

Existen 6 aspectos importantes para la percepción y utilización correcta de los colores al momento de crear un sitio web: impacto emocional, enfoque del usuario, efectividad al comunicar información, efecto de las combinaciones, impacto y límites de la variedad y color como factor de accesibilidad.

El impacto emocional es lo que va mas allá de percepción visual, por ejemplo, Ingrid Calvo (Citado en Proyecto Color, 2008, en línea) expone que los mismos mecanismos que reciben el color, son los que, a través del hipotálamo, permiten a los pulsos llegar a la pituitaria y la glándula pineal. Es posible que algunas reacciones temporales que afectan el estado de ánimo ocurran como consecuencia de la exposición a ciertos colores (rojo para estimular, azul para calmar, morado para la meditación, el rojo para la energía y pasión).

El enfoque del usuario se refiere a las aplicaciones que pueden controlar o guiar al usuario sobre qué camino seguir en su conexión. Es por esto que el color es una herramienta para mantenerlo navegando durante largo tiempo.

El objetivo es lograr que el usuario tenga la mejor visualización posible, por lo que es necesario utilizar los contrastes, por ejemplo colores pasteles de fondo con textos oscuros. Para combinar se necesita la correcta selección de tonos. Esto es posible siempre y cuando se mantenga la combinación que favorezca el diseño, logrando la armonía y el toque atractivo del sitio web. Es por ello que es necesario escoger cuidadosamente la paleta de colores y tener en cuenta la relación humana entre ellos. Establecer límites es importante. Se recomienda escoger entre tres y cinco colores para hacer atractivo el sitio web sin recargarlo.

Por último, el color como factor de accesibilidad se refiere al uso de colores que puedan ser percibidos por todos los usuarios de la misma manera, aunque éstos padezcan ciertas condiciones que se lo impidan.

La estructura general del sitio web es también muy importante. Ésta hace que el sitio sea identificable y que el usuario se mueva dentro de él con facilidad. La distribución en las páginas Web se asemeja a la organización reticular de los medios impresos. La diferencia más importante es que en éstos, el columnaje es irrelevante ya que, para facilitar la lectura, una única columna siempre es lo más conveniente. Aun así, para no fatigar al lector, el ancho de ésta debe siempre restringirse con barras laterales u otros elementos. Los datos de confección de la página y otros elementos como la cabecera con el logotipo y un menú de navegación deben encontrarse en todas las páginas, de manera que se facilite el reconocimiento y la navegación en él.

El logotipo es uno de los aspectos importantes al momento de diseñar una revista, pues éste es capaz de identificar rápidamente el significado y propósito del contenido, a través de la representación pictográfica. Es la base de la identidad visual que caracteriza al sitio web, y está compuesto por tres elementos: el ícono, que es la muestra visual del símbolo gráfico, el nombre, que lo identifica y por último la fuente que es lo que lo hará diferente y le dará un toque personalizado (Ministerio Secretaria General de la Presidencia de Chile, s. f., en línea).

La cabecera es la identificación de la revista que se coloca generalmente en la parte superior de la página. Está constituida por el logo de la revista y según Foges (2000) puede sufrir ciertas modificaciones de color y tamaño según convenga. Sin embargo la tipografía siempre es la misma (p.16).

En este capítulo se desarrolló una breve explicación de los términos útiles y necesarios para entender la teoría acerca del diseño web y diseño de revista digital, ya que con estas definiciones suministradas por los autores consultados se pueden contemplar términos utilizados en la elaboración del siguiente capítulo: la propuesta de una revista digital.

Manejar las definiciones y estructuras que se deben utilizar para realizar satisfactoriamente una revista digital sirvió para que la propuesta cumpliera con su objetivo planteado inicialmente. Por ello contiene explícitamente todos los datos de interés que se efectuaron para la producción de una revista digital en formato de sitio web.

Una vez revisadas las bases teóricas de turismo, de periodismo especializado y de diseño digital, se expondrá a continuación la metodología utilizada para la elaboración de la propuesta gráfica y de contenidos de Atajos.com

## INCISO METODOLÓGICO

### Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación más adecuado para el cumplimiento de los objetivos planteados en este trabajo es el Proyecto Factible. Según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2006) “el Proyecto Factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (pp.13). Este tipo de proyecto admite la realización de una investigación documental y/o de campo previa. La propuesta y desarrollo de una revista digital sobre turismo alternativo es un Proyecto Factible ya que responde a las necesidades informativas de un público determinado y requiere una investigación previa para su implementación.

El desarrollo del proyecto comprende las siguientes etapas tal y como las define UPEL (2006):

“...diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta; procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y la evaluación tanto del proceso como de sus resultados” (p.21).

Los Proyectos Factibles son diseños de campo no experimentales y, en este sentido, no se manipulan de manera intencional las variables observadas y descritas. Para la realización del proyecto, en primer lugar, se realizó una investigación documental que sirvió de soporte teórico a la revista. Posteriormente, se desarrolló la propuesta gráfica y de contenido, así como la línea editorial con base en lo obtenido durante la investigación previa. Finalmente, se elaboraron los contenidos de la revista y la interfaz gráfica de la revista digital, con el asesoramiento de un programador.

## **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Para la elaboración de la investigación documental previa se utilizaron las técnicas clásicas para la revisión de documentos, como el subrayado, el resumen analítico y el fichaje. A través del análisis del material investigado, se sentaron las bases necesarias para el trabajo práctico posterior. Asimismo, con el fin de desarrollar los contenidos y la plataforma gráfica de la revista, se recurrió a entrevistas, observación y observación participante *in situ*, técnicas básicas de la información periodística. Se viajó hasta el primer parque nacional tratado en los contenidos con el fin de obtener información de primera mano.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA DE UNA REVISTA EN LÍNEA: ATAJOS.COM**

Tomando en cuenta todas las consideraciones presentadas en los capítulos anteriores, se desarrolla a continuación la propuesta de diseño y contenidos de un medio de comunicación que atienda las necesidades y cumpla con los objetivos planteados en este proyecto.

#### **Idea**

Atajos.com es una revista digital en Internet de turismo alternativo en parques nacionales que busca fomentar el turismo interno sostenible para el reconocimiento de nuestra identidad como venezolanos.

#### **Nombre de la revista**

Con su nombre, *Atajos.com*, hace referencia a vías alternativas, lo que remite a las formas de turismo alternativo que se tratan en la revista. Un atajo es una bifurcación del camino tradicional que permite alcanzar más eficiente y rápidamente el destino. Atajos.com se constituye como una opción diferente para el viajero que busca salirse de lo común. Atajos.com es el sitio, es el camino que orienta a los turistas alternativos hacia una experiencia constructiva y diferente.

## **Objetivos de la revista**

1. Fomentar el turismo interno alternativo con base en los principios de desarrollo sustentable que aseguren la continuidad del patrimonio natural y cultural en parques nacionales venezolanos y comunidades aledañas.
2. Informar acerca de las actividades vinculadas al turismo alternativo que pueden practicarse en los parques nacionales venezolanos y localidades cercanas, específicamente de ecoturismo y turismo cultural.
3. Dar a conocer los atractivos naturales, las particularidades de los ecosistemas, así como la fauna y flora de los parques nacionales e incentivar su conservación a través de artículos periodísticos, imágenes y videos de calidad.
4. Mostrar las manifestaciones culturales, tradiciones, ritos, festividades y expresiones artísticas de las poblaciones en áreas protegidas y promover su continuidad a través del tiempo por medio de artículos periodísticos, imágenes y videos de calidad.
5. Motivar a los turistas a relacionarse directamente con la naturaleza y los residentes de la localidad de manera respetuosa y responsable.
6. Exponer las ventajas y desventajas del turismo en dichas áreas.
7. Informar acerca de iniciativas y planes de desarrollo del turismo en las zonas descritas.
8. Proporcionar información pertinente, veraz y útil al turista para la planificación y el disfrute de su tiempo libre.
9. Propiciar el intercambio de información útil entre los lectores de la revista a través de los foros y otras herramientas interactivas, de manera que los usuarios del sitio web sean también generadores de contenido.

## **Línea Editorial**

Atajos.com es una revista crítica, veraz, alternativa e innovadora. Busca proporcionar información útil y fidedigna para el turista potencial. Su estilo es fresco y atractivo, pero no superficial pues va más allá de la simple enumeración de atractivos turísticos. Más que vender localidades y servicios, suministra información acerca de ellos. Intenta promover prácticas alternativas de turismo que se basen en los principios del desarrollo humano sustentable y rechaza todas aquellas que van en contra.

En la selección del contenido para la revista, se privilegia información turística que va más allá de los intereses tradicionales del turismo masivo y comercial.

## **Audiencia**

Para el lector de Atajos.com, viajar es parte indispensable de su vida. Planifica sus viajes y se preocupa por investigar el destino que visitará. Es un venezolano interesado en ver y hacer cosas diferentes, pues quiere conocer a profundidad la locación a la que viaja. No se conforma con las atracciones principales de cada zona: aspira ver aquello que es ignorado por los turistas tradicionales. Se preocupa por la conservación del sitio que visita e intenta relacionarse con los lugareños.

El grupo etario es amplio: este lector puede ser un joven universitario, como puede ser un padre de familia o una persona ya retirada. El rango abarca entre los 18 y los 70 años. Es indispensable que posea acceso a Internet en su casa o en su celular. Por esta razón, el target de Atajos.com apunta a personas de clase media y alta, sin que por eso se excluyan a otros potenciales interesados.

## **Soporte y Formato**

La revista se desarrolla en un sitio web, por lo que es un documento con soporte digital multimedia, hipertextual, interactivo y mutable. No se trata de una versión impresa digitalizada sino de un medio Web (e-zine) con todas las características propias de un sitio interactivo. Es hipertextual pues en ella se combinan múltiples formatos, ya que conjuga diferentes clases de documentos digitales como imágenes, sonido, video y texto. El lenguaje que utiliza la página es HTML con la utilización de Flash para el desarrollo del contenido con texto, audio, imágenes y gráficos. Así, el sitio web se descarga rápidamente y es compatible con cualquier tipo de navegador y de sistema operativo.

La revista se administra a través de un sistema de edición integral que permite modificar y actualizar el sitio desde la misma Web sin necesidad de software adicional (CMS: Content Management System).

## **Periodicidad**

Atajos.com es una revista digital y por ello se renueva constantemente. El contenido de la página gira en torno a un mismo parque nacional que cambia cada tres meses. Semanalmente se añade nuevo material, como fotos y artículos de distinta índole. Diariamente la página principal refleja las actualizaciones en los comentarios de los artículos y en el foro donde participan los lectores.

## **Evaluación de Propuestas Similares**

Atajos.com es una revista en línea de turismo alternativo en parques nacionales venezolanos. Existen en Internet varias revistas en línea dedicadas al turismo, algunas de contenido general y otras orientadas a una práctica específica de

esta actividad. Estas revistas pueden tener o no su homólogo impreso. Por ser e-zines funcionan como un sitio web. No se trata de revistas digitalizadas cuyas páginas se visualizan en Flash o en PDF.

Algunas de las revistas analizadas que guardan similitud con la propuesta de Atajos.com son National Geographic Online, la revista española Viajar, Geo, Latitudes Life, Australian Traveller y The Tourist. Estas revistas se caracterizan por su constante actualización, multiplicidad de contenidos y diseño llamativo. Todas privilegian los elementos gráficos: cuentan con múltiples imágenes y videos que llaman la atención hacia los artículos. Los contenidos de estas revistas son multimedia y mezclan diferentes recursos como texto, audio e imagen. Enlaces con información relacionada colman cada una de sus páginas, por lo que la lectura del usuario es siempre interactiva y no lineal. Abundan los reportajes, las crónicas y los tips informativos. Mantienen siempre su cabecera en todas las páginas y una barra de menú que permite al usuario saltar de una sección a otra.

Atajos.com posee estas mismas características, todas propias de una buena revista digital y, sin embargo, desarrolla un diseño diferente al de todas ellas con el fin de crearse una imagen propia y un espacio en el mercado. Además, a diferencia de los ejemplos citados, Atajos.com apuesta por una temática más específica, orientada al turismo alternativo sostenible, y se concentra en un área geográfica puntual: los parques nacionales venezolanos: joyas naturales de uno de los países más ricos en biodiversidad del mundo.

En Venezuela existen revistas especializadas en turismo, la mayoría pertenecientes a empresas del sector, como aerolíneas o cadenas hoteleras. Existen sólo dos revistas independientes: la revista Travesía Turística y la revista Río Verde, pero éstas vienen en formato impreso. La revista Río Verde, al igual que Atajos.com, trata sobre Turismo Alternativo, pero se enfoca más específicamente en el ecoturismo y la ecología en general. En la actualidad no existen revistas venezolanas en línea como Atajos.com. Sólo se puede presenciar en la Web la revista Alas ([www.alasecologiaculturayturismo.com](http://www.alasecologiaculturayturismo.com)), con una temática volcada hacia el

ecoturismo, similar a la de Atajos.com. Sin embargo, se trata de una revista digitalizada para leer como si se fuese de una publicación impresa.

Portales como el de Valentina Quintero y el de Álvaro Montenegro, importantes periodistas venezolanos en el área turística, son importantes referencias de cómo puede conducirse el periodismo de viajes en la web. Sin embargo, no han sido considerados para la elaboración de Atajos.com por tratarse de sitios web personales que recopilan los distintos trabajos de estos comunicadores. Ninguno de estos sitios web tiene la estructura propia de las revistas en línea como Atajos.com.

### **Contenido y Secciones**

La revista contiene información turística de los diferentes parques nacionales venezolanos. Se concentra principalmente en actividades alternativas relacionadas con el ecoturismo y el turismo cultural. Incluye información acerca de las condiciones naturales del parque y de la vida cotidiana de las comunidades aledañas. En ella pueden encontrarse toda clase de géneros periodísticos como noticias, reseñas, reportajes, fotorreportajes, entrevistas y crónicas, apoyados por imágenes, audio y video, que pueden ser comentados por los usuarios de la página. Los artículos se nutren también del intercambio con el lector y de las discusiones que surgen en los foros del sitio web. De esta manera, el usuario del sitio es también generador de los contenidos de la revista. Cuenta con las siguientes secciones:

1. ***En el camino correcto***: Esta sección trata acerca de actividades relacionadas con el turismo que se realiza de forma responsable y sustentable, así como iniciativas en pro de éstas. De igual forma, incluye denuncias y críticas a prácticas negativas para el ambiente y la cultura.
2. ***Rumbos***: Esta sección de la revista está dedicada a las rutas que se pueden realizar dentro del parque nacional y a las experiencias vividas por usuarios y periodistas. Está dividida a su vez en dos subsecciones: una producida por los elaboradores del sitio web y otra por los usuarios.

Agenda de Viajes: Está dedicada a los diferentes itinerarios y rutas, cortas y largas, baratas y costosas, generales o temáticas, que se pueden realizar en el parque escogido y sus cercanías. Contiene principalmente crónicas y reportajes al respecto. Funciona a modo de guía para el lector.

Cuentos de Camino: Esta sección constituye el espacio de intercambio con el lector de la revista. Puesto que éste es un turista, tiene historias y experiencias propias, así como conocimientos adquiridos con sus viajes, que son de interés para el medio y el resto de la audiencia. En este apartado, el usuario del sitio web tiene la oportunidad de compartirlas.

3. ***Paradas Obligadas:*** En ella se encuentran los atractivos de la zona. Un personaje, un lugar o un evento en particular que por su peculiaridad atrape a los turistas. A través de entrevistas, reseñas y reportajes se da a conocer a aquellos elementos que transforman el parque en una maravilla turística.
4. ***Avances y Retrocesos:*** En esta sección se tratan las mejoras y los problemas de los servicios públicos y turísticos de los que hace uso el viajero. El apartado se enfoca en el turismo como actividad económica con sus diferentes componentes: infraestructura, estructura turística y supraestructura del parque nacional en cuestión.
5. ***Lo Indispensable:*** La sección contiene consejos, recomendaciones y tips para el turista alternativo, los cuales lo ayudan a planificar de forma eficiente su viaje y a administrarse durante éste.
6. ***Al Aire Libre:*** El apartado está destinado a todos aquellos temas relacionados con el ecoturismo. Algunos de estos temas contemplan la fauna y flora propia del parque, el funcionamiento de sus ecosistemas, las especies en peligro de extinción, la hidrografía, los suelos, las formaciones geológicas, la observación de atractivos naturales, los senderos y caminos para la interpretación, los safaris fotográficos y estudios medioambientales de la zona.
7. ***Cultura en la Vía:*** Está dedicada a las actividades humanas y a las diferentes manifestaciones culturales de las comunidades aledañas al parque en cuestión. Se refiere a la faceta humana que alberga el parque. Son de interés para la

sección lugares como museos, galerías, monumentos, centros culturales, ruinas, teatros y salas de concierto; acontecimientos como festividades y rituales; y expresiones culturales y artísticas como la gastronomía, la artesanía local, la pintura, la literatura, la danza, la religión, la música y la arquitectura. La historia del pueblo también tiene su lugar.

Aparte de las secciones de la revista, el sitio web cuenta con otras como:

1. ***Sobre Atajos.com:*** Todo lo relacionado con la revista. Incluye tres subsecciones:

Quiénes Somos: Es el apartado con información acerca de la revista, su historia, objetivos, creadores y colaboradores.

Editorial: Se trata de una evaluación general de los artículos, investigaciones y colaboradores del parque nacional protagonista durante el período de tres meses estipulado. También ofrece el punto de vista del medio ante la información recolectada y presentada.

Contactos: Proporciona los datos de contacto con el personal de la revista para dudas, sugerencias e inquietudes variadas.

2. ***Foros:*** Es el lugar para el debate, discusión e intercambio de la comunidad lectora. No sólo abarca lo discutido en los artículos de la revista, sino que se presta como un espacio para las inquietudes e intereses propios de los usuarios.

### **Estructura de la Revista (Sitio Web)**

El sitio web Atajos.com posee la estructura jerárquica característica de la mayoría de las revistas digitales: como un árbol, se va ramificando de lo más general a lo específico. Jerarquiza la información al estilo periodístico de acuerdo con su importancia, pertinencia y actualidad. Al mantener la barra principal presente en cada una de las páginas, el usuario puede saltar de una sección a otra con libertad.

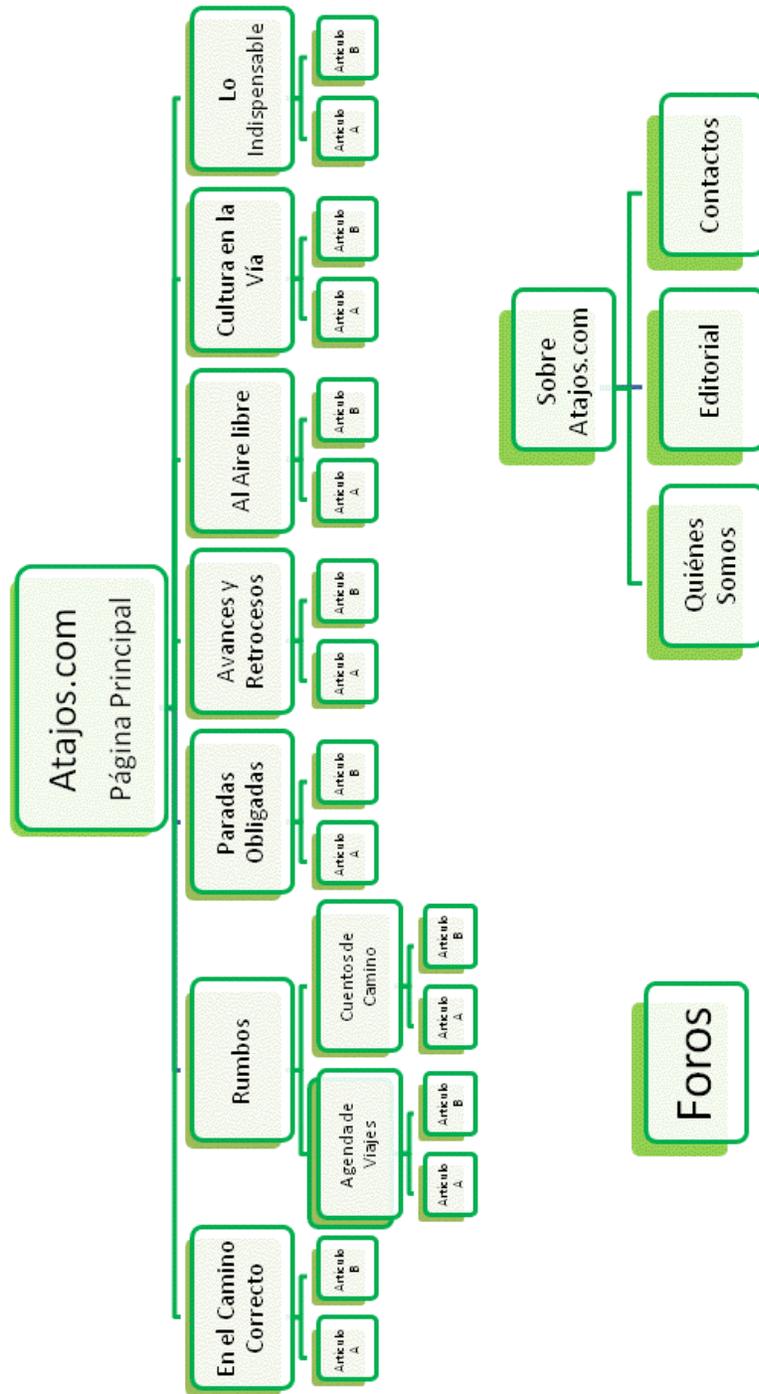


Figura 2. Estructura del Sitio Web Atajos.com.

Asimismo, su estructura es contributiva, ya que permite la colaboración de los usuarios para el enriquecimiento de los contenidos del sitio. Con su información, se va ampliando el sistema de enlaces de éste. Al estar administrada por un sistema integral de manejo de contenidos online, la revista se divide en la parte visible al usuario, que es la interfaz externa del sitio web (front-end), y la intranet que permite administrarla (back-end).

La interfaz externa de Atajos.com posee tres niveles: la página principal o página de acceso, las páginas de cada sección y las páginas de artículos de cada una de ellas. Se estructura tal y como se indica en la *Figura 1*, presente en la siguiente página. Los elementos flotantes “Sobre Atajos.com” y “Foros” se encuentran como enlaces en todas las páginas.

## **Elementos del Diseño**

### ***Paleta de Colores***

Atajos.com tiene como colores principales el verde, claro y oscuro, y el marrón. El color verde, eje principal de toda la publicación, fue escogido para hacer referencia a la orientación ecológica y sustentable de la revista.

Cada una de las subsecciones del sitio web tiene un color propio que se evidencia en las líneas divisoras, en las viñetas y en algunos detalles de la tipografía. Las viñetas se utilizan para enumerar o resaltar algo en específico. Éstas tienen forma rectangular y llevan el color de la sección en la que aparecen. El texto de los artículos siempre va sobre blanco.

Los colores para cada subsección fueron escogidos de acuerdo a la naturaleza de cada una de éstas. El azul claro de la sección En el Camino Correcto busca transmitir la imagen del agua, tranquila e impoluta, como la conciencia del que obra bien. El marrón en Rumbos alude a los senderos de tierra, alternativos y poco explorados que se abren para el turista. El rojo oscuro de Paradas Obligadas le indica al lector que se detenga, pues es en esta sección donde encontrará lo más importante y

llamativo del lugar que visita. Avances y Retrocesos usa el amarillo para advertirle al viajero que vaya con calma y repare en aquellos elementos que fomentan o disminuyen el turismo en la zona. Verde opaco para Al Aire Libre, haciendo referencia a la naturaleza verde de los parques nacionales venezolanos, que debe ser preservada y mantenida. Cultura en la Vía toma el color anaranjado, uno de los más usados en las manifestaciones folklóricas, ya sea en la vestimenta, en la gastronomía o en la arquitectura. Finalmente, la sección de Lo Indispensable está identificada por un azul oscuro que hace referencia al mar de conocimientos que deben manejarse a la hora de planificar cuidadosamente un viaje.

En el Camino Correcto: Azul Claro	
Rumbos: Marrón Claro	
Paradas Obligadas: Rojo Oscuro	
Avances y Retrocesos: Amarillo	
Al Aire Libre: Verde Opaco	
Cultura en la Vía: Anaranjado Oscuro	
Lo Indispensable: Azul Oscuro	

### ***Tipografía***

Atajos.com, para facilitar la legibilidad en la Web, utiliza letras sin serif. Combina dos tipos diferentes: Berlin Sans FB para el texto y Gill Sans para títulos y demás. A continuación se detalla el uso de la tipografía en la revista:

1. Texto: Berlin Sans FB. 12 puntos. Justificado. Interlineado simple.
2. Títulos: Gill Sans. 28 puntos. Centrado.
3. Antetítulo: Berlin Sans FB. 12 puntos. En mayúscula. Centrado.
4. Sumario: Gill Sans. 14 puntos. Negrita. Alineado a la izquierda. Interlineado simple.
5. Atribución: Gill Sans. 10 puntos. Versales. Alineado a la izquierda.
6. Subtítulos: Gill Sans. 12 puntos. Negrita. Subrayado. Alineado a la derecha.
7. Leyendas: Gill Sans. 10 puntos. Alineado a la izquierda.

En vista de que no todos los navegadores y los sistemas operativos poseen las fuentes escogidas, en la programación se han designado dos fuentes sustitutas *Web safe* con las que el usuario puede visualizar la página en caso de no tener las primeras: Trebuchet MS como sustituta para Gill Sans y Arial como sustituta para Berlin Sans FB.

Los párrafos se presentan sin sangría y cuentan con 12 puntos de separación entre ellos. Sólo los párrafos que comienzan la sección poseen sangría. El texto va a una sola columna para una lectura más cómoda en la Web.

### ***Logotipo***

El logotipo Atajos.com combina elementos gráficos y tipografía. Al fondo posee el ícono que hace alusión al nombre: un camino, un atajo que se pierde en la distancia. En frente se encuentra el nombre con fuente sans serif llamada Eras Médium ITC. La letra inicial “A” es de mayor tamaño y utiliza una tipografía diferente estilo fantasía para destacarla. Se juega con los colores marrón oscuro y verde claro para hacer referencia a las características naturales de los parques nacionales.



*Figura 3. Logotipo.*

### ***Cabecera***

La cabecera del sitio web está constituida por el logotipo de la revista, conservando sus colores originales. Esta cabecera se mantiene en todas las páginas del sitio.

### ***Barra (menú)***

La barra que contiene las secciones de Atajos.com es un conjunto de enlaces que se presenta en cada una de las páginas para facilitar la navegación del usuario. Posee fondo gris oscuro y la tipografía de los enlaces en gris claro. La fuente utilizada es Gill Sans de 13 puntos en negritas.



*Figura 4. Barra (menú).*

### ***Cabecera de Sección***

Los títulos de cada sección tienen como fuente Gill Sans a 30 puntos. Van en negrita y con efecto de sombreado.

## **En el Camino Correcto**

*Figura 5. Cabecera: En el Camino Correcto.*

## **Rumbos**

*Figura 6. Cabecera: Rumbos.*

## **Paradas Obligadas**

*Figura 7. Cabecera: Paradas Obligadas.*

## **Avances y Retrocesos**

*Figura 8. Cabecera: Avances y Retrocesos*

## **Al Aire Libre**

*Figura 9. Cabecera: Al Aire Libre.*

# Cultura en la Vía

*Figura 10. Cabecera: Cultura en la Vía.*

# Lo Indispensable

*Figura 11. Cabecera: Lo Indispensable.*

# Sobre Atajos.com

*Figura 12. Cabecera: Sobre Atajos.com.*

Apuntada por una flecha, se indica la subsección, en caso de haberla, en Gill Sans a 22 puntos con efecto de sombreado.

## Rumbos > Agenda de Viajes

*Figura 13. Cabecera. Rumbos: Agenda de Viajes.*

## Rumbos > Cuentos de Camino

*Figura 14. Cabecera. Rumbos: Cuentos de Camino.*

## Sobre Atajos.com > Quiénes Somos

*Figura 15. Cabecera. Sobre Atajos.com: Quiénes somos.*

## Sobre Atajos.com > Editorial

*Figura 16. Cabecera. Sobre Atajos.com: Editorial.*

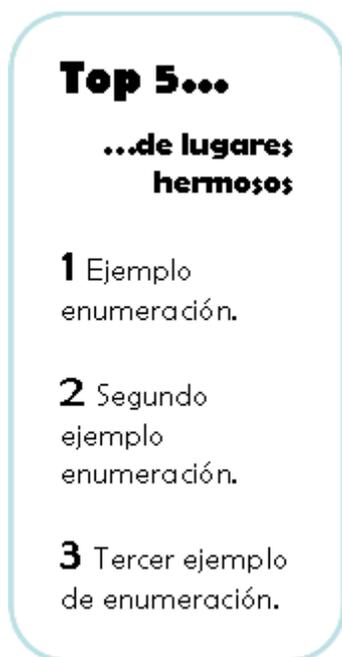
## Sobre Atajos.com > Contactos

*Figura 17. Cabecera. Sobre Atajos.com: Contactos.*

## ***Despieces***

El contenido de los artículos de Atajos.com no se presenta en forma lineal. Las imágenes, el video, el audio y los enlaces rompen con ella, pero, además hay algunos elementos textuales se encuentran fuera del texto mismo. Estos despieces tienen un estilo propio que mantiene regularmente las mismas características y son desarrollados en Flash para poder jugar con el diseño como si fuese una imagen y, al mismo tiempo, habilitar los enlaces:

1. Enumeración: Este despiece sirve para listas (tips, listas de lugares, top 10, top 5, etc...). Se trata de un marco de 1,5 puntos en forma de rectángulo con esquinas redondeadas que encierra el texto del color de la sección en la que se encuentra. El título usa tipografía Berlin Sans FB en negrita y combina diferentes tamaños y alineación de texto. Los números de los elementos de la lista van en Berlin Sans FB de 18 puntos para destacar con respecto al texto de 12 puntos en Berlin Sans FB que le sigue. Un ejemplo se aprecia en la *figura 17*.
2. Páginas Recomendadas: Este despiece contiene enlaces a documentos externos al sitio web. Pueden ser videos, fotos o páginas de distinta índole. Se trata de un marco de 1,5 puntos del color de la sección en la que aparece con forma rectangular. El título usa tipografía Berlin Sans FB en negrita a 18 puntos, alineada a la izquierda. Los enlaces van alineados a la derecha en letra gris Berlin Sans FB a 12 puntos con viñetas del color de la sección. *La figura 18* constituye un ejemplo de este despiece.



*Figura 18. Despieces: Enumeración*



*Figura 19. Despieces: Páginas Relacionadas*

### ***Audio, Imágenes y Video***

El audio, las imágenes y los videos de Atajos.com generalmente se presentan en flash para mayor interactividad. Con sólo un click el usuario puede reproducir sonido y video. Las imágenes generalmente se encuentran separadas del texto por recuadros y se agrupan en forma de diapositivas que el lector puede ir cambiando a su gusto. Sin embargo, para artículos destacados, pueden utilizarse imágenes silueteadas siempre que no interfieran con la legibilidad del texto. Es importante la alta resolución de cualquier archivo multimedia publicado en el sitio web.

Estos tres elementos son tan importantes como el texto y al igual que él tienen un papel protagónico en la revista pues forman parte de sus contenidos. Por esta razón tienen un tamaño considerable y ocupan un lugar destacado en la página.

## Estructura de las Páginas

Atajos.com cuenta con tres niveles principales en los que se distribuye el contenido: la página principal o portada, la página principal de la sección o portada de sección y las páginas de artículo. Las portadas de subsección son similares a las portadas de sección, con las diferencias correspondientes en la cabecera. La cabecera de la revista y la barra de menú con las secciones se encuentran presentes en todas las páginas. De igual forma, al final de cada una se encuentra siempre los datos generales de la publicación. A continuación se presentan ejemplos de la estructura de las páginas:

Slideshow de Imágenes	
Imágenes Fijas	
Video	
Publicidad	

## Estructura Organizativa del Medio

Atajos.com es una revista pequeña diseñada para funcionar con poco personal. El profesional que trabaja en Atajos.com debe ser polifacético y multifuncional de manera que pueda encargarse de diferentes tareas y colaborar con sus colegas. Si bien este medio pretende ser una organización horizontal que promueva el intercambio entre el personal, existe una división del trabajo que establece las funciones principales de cada persona. En la *figura 22* se representa dicha organización.



## En el Camino Correcto



### Artículo

Las imágenes generalmente se encuentran separadas del texto por recuadros y se agrupan en forma de diapositivas que el lector puede ir cambiando a su gusto. Sin embargo, para artículos destacados, pueden utilizarse imágenes silueteadas siempre que no interfieran con la legibilidad del texto. Aquí va una línea mas para emparejar el texto con la imagen.



Artículo 2



Artículo 3



Artículo 4

Figura 21. Estructura de Portada o Página de Sección.



## En el Camino Correcto

LO SECUESTRARON Y NUNCA MÁS SUIERON DE ÉL

### Título del Artículo de Ejemplo

Sumario Sumario  
Sumario Sumario  
Sumario Sumario  
Sumario Sumario

VALENTINA HERNANDEZ  
KEUDY DIAZ  
El audio, las imágenes y los videos de **Atajos.com** se presentan en flash para mayor interactividad. Con sólo un clic el usuario puede reproducir sonido y video.

**Subtítulo**  
El audio, las imágenes y los videos de **Atajos.com** se presentan en flash para mayor interactividad. Con sólo un clic el usuario puede reproducir sonido y video. Las imágenes generalmente se encuentran separadas del texto por recuadros y se agrupan en forma de diapositivas que el lector puede ir cambiando a su gusto. Sin embargo, para artículos destacados, pueden utilizarse imágenes silueteadas siempre que no interfieran con la legibilidad del texto. Es importante la alta resolución de cualquier archivo multimedia publicado en el sitio web. Estos tres elementos son tan importantes como el texto y al igual que el tienen un papel protagónico en la revista pues forman parte de sus contenidos. Por esta razón tienen un tamaño considerable y ocupan un lugar destacado en la página. Algunas cosas para rellenar esto y que la línea se complete.

**Los 2...**  
**..mejores lugares:**  
1 Ejemplo enumeración.  
2 Segundo ejemplo enumeración.

### Últimas Actualizaciones

- Noticia reciente
- Artículo Nuevo
- Actualización del Foro
- Nuevos Comentario
- Noticia reciente
- Artículo Nuevo
- Actualización del Foro
- Nuevos Comentario
- Noticia reciente
- Artículo Nuevo
- Actualización del Foro

Atajos.com 2011. Todos los Derechos Reservados

Figura 22. Estructura de Página de Artículo

El director es el encargado de la revista. Él debe supervisar cada una de las tareas desempeñadas por los demás. Se encarga de la imagen de la revista y administra sus contenidos. El director de arte es el encargado del diseño de ésta y el diagramador general. El Jefe de Redacción coordina los contenidos de la revista y corrige el material a ser publicado. Los redactores son los profesionales más versátiles del medio pues se encargan de generar el contenido multimedia (como reporteros, fotógrafos, escritores, entre otros), de la diagramación general de sus respectivos artículos y de interactuar con el usuario a través de los foros, de las redes sociales y de los comentarios publicados en cada texto. El programador y administrador del sitio web y los foros vigila el funcionamiento general del sitio y se encarga de su mantenimiento. Es el administrador del soporte. Finalmente, el publicista encargado del mercadeo de la revista, se preocupa por su promoción a través de otros medios y de las redes sociales, y por la venta de sus espacios publicitarios.

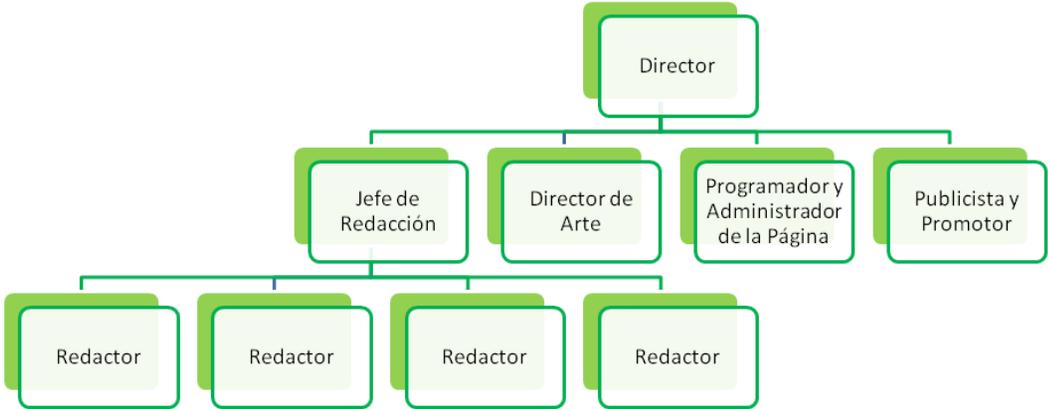


Figura 23. Organigrama

## **Inversión inicial (Presupuesto)**

A continuación se presenta un presupuesto de lo que representaría la inversión inicial en equipos y materiales para la elaboración de Atajos.com:

1. Computadora: 6.000 BsF.
2. Internet: 134,40 el modem y la instalación + 260 mensual del plan Aba Productivo con servicio de Hosting para el sitio web (1560 BsF por 6 meses).
3. Diseño de la revista: 3.000 BsF.
4. Dominio: 60 dólares al año. 258 BsF.
5. Grabadora de voz: 600 BsF.
6. Videgrabadora: 2.300 BsF.
7. Cámara fotográfica profesional: 5.700 BsF

**Total: 19.552,40 BsF.**

## **Financiamiento de la Revista**

Atajos.com es una revista en línea de acceso gratuito para la audiencia. El usuario puede acceder a sus contenidos sin tener que pagar nada. El financiamiento de la revista corre a cargo de la venta de los espacios publicitarios en ella. La publicidad en Atajos.com se presenta a través de banners localizados en distintos puntos de la página y a través de patrocinantes. La revista apunta a clientes pertenecientes al sector turístico como aerolíneas, tour-operadores, agencias de viaje, posadas, hoteles, restaurantes, campamentos, entre otros.

## **Versión 0 de Atajos.com**

A continuación se detallan los aspectos más importantes de la primera versión piloto de Atajos.com:

### ***Requerimientos del sistema***

Para ver esta versión piloto, es necesario poseer una computadora y un navegador de Internet. El sitio web ha sido probado en las versiones más recientes de Internet Explorer, Mozilla Firefox y Google Chrome, por lo que recomienda el uso de estas versiones para evitar errores. La resolución de la pantalla debe ser 1280 x 800 píxeles. Es necesario también que la computadora tenga instalado el programa Flash Media Player en su navegador, de la versión 7 en adelante.

### ***Sobre los contenidos***

Los contenidos presentados en esta versión cero de Atajos.com, tanto imágenes como texto, han sido desarrollados por las propias autoras y todos versan sobre el Parque Nacional Henri Pittier. Se trata en total de 9 artículos: dos para las secciones Paradas Obligadas y Al Aire Libre y un artículo para cada una de las secciones restantes. Los textos de la subsección Cuentos de Camino han sido enviados por turistas visitantes del parque Henri Pittier que quisieron colaborar con el proyecto. Cada uno de los artículos y las imágenes incluidos en esta versión piloto pretende servir de ejemplo a seguir para los contenidos que debe presentar cada una de sus secciones. Los artículos de ejemplo colocados como relleno en las portadas de sección, son textos basados en información recabada que no se pudo desarrollar enteramente por razones de tiempo.

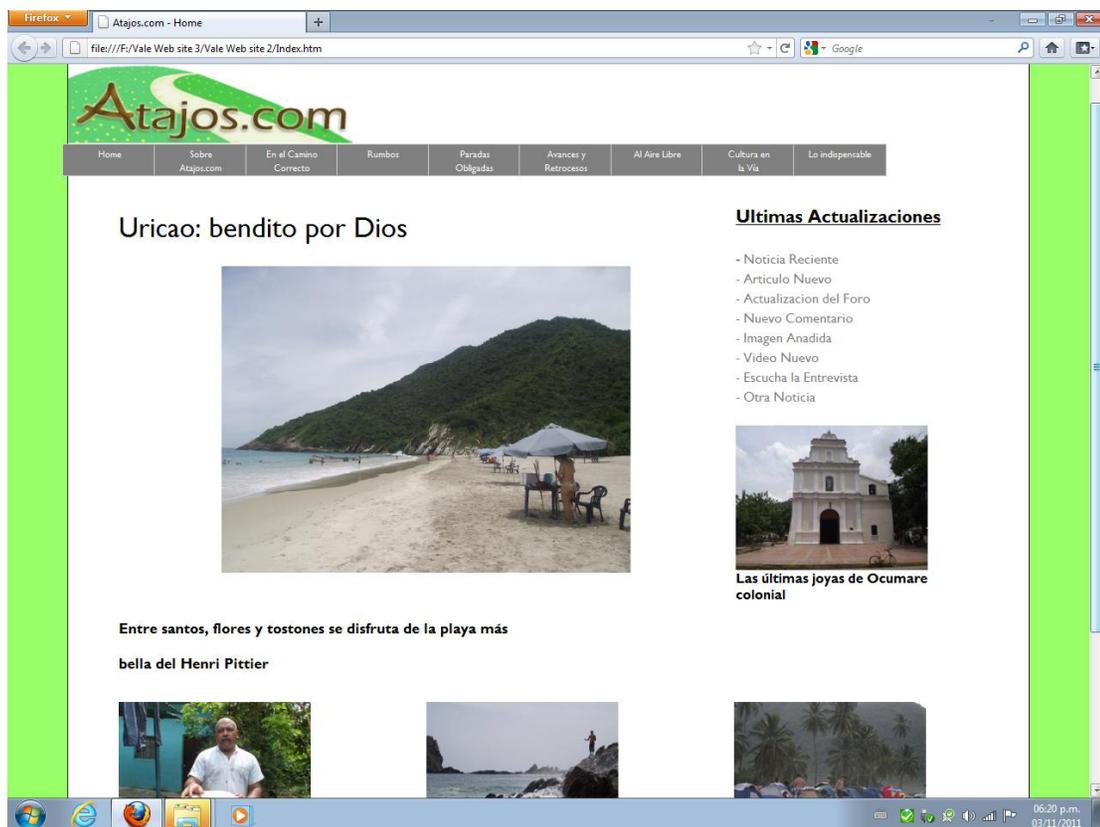
Algunas imágenes han sido tomadas de otras páginas web. Su debida atribución se encuentra en el sitio web y se coloca también a continuación:

1. Artículo “Un deporte de bajo impacto”: La imagen para la portada de sección y para el artículo han sido tomadas de Kayak Club Venezuela ([www.kayakclubvenezuela.com](http://www.kayakclubvenezuela.com)).

2. Artículo “Tortugas del Henri Pittier tienen quien las defiendan”: La imagen para la sección y el artículo fue tomada de la Asociación Venezolana de la Industria de Salud Animal (AVISA, [www.avisa.org.ve](http://www.avisa.org.ve)).
3. Artículo de ejemplo “La primera beata venezolana nació en Choroní”: Imagen tomada de Promotoras de Aragua.com ([www.promotorasdearagua.com](http://www.promotorasdearagua.com)).
4. Artículo de ejemplo “Trabajo de Anillado en Paso Portachuelo”: Imagen tomada de El País.com ([www.elpais.com](http://www.elpais.com)).

### ***Apariencia general del Sitio Web***

Ha continuación se presenta el aspecto en esta versión de las páginas más importantes de la revista. Éstas se han construido siguiendo la estructura propuesta anteriormente presentada:



*Figura 24. Portada o Página Principal.*



Figura 25. Portada de sección con tres artículos.



Figura 26. Portada de sección con cuatro artículos.

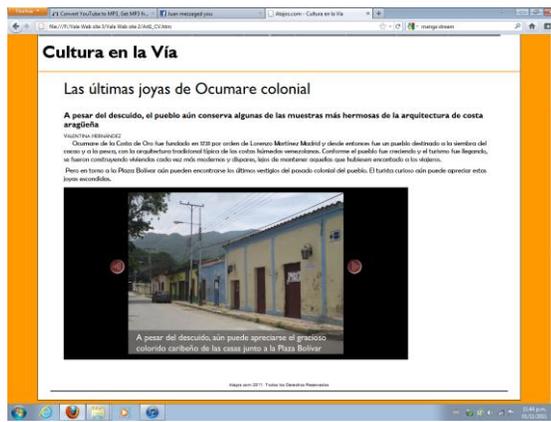


Figura 27. Página de artículo.

## *Detalles de la página*

### Imágenes con Flash:

Las imágenes trabajadas con Flash se han programado de manera que el usuario pueda verlas como si se tratase de diapositivas. Puede cambiarlas, avanzar, volver a la anterior y seleccionar la que le interesa. El usuario escoge lo que quiere ver y en qué orden verlo.



*Figura 28. Ejemplo artículo con imágenes trabajadas con Flash.*



*Figura 29. Ejemplo de imágenes trabajadas con Flash.*

### Comentarios:

Al final de cada artículo se encuentran los campos que los usuarios deben llenar para poder comentar lo que han leído. Esto sólo funcionará efectivamente una vez que la página se encuentre en Internet.

**Ingresar tu comentario:**

Nombre:

Correo:

Comentario:

Síguenos por:  

Atajos.com 2011. Todos los Derechos Reservados.

*Figura 30. Comentarios.*

Artículos de ejemplo:

Los artículos de ejemplo son información de relleno colocada en las portadas de sección para poder representar la estructura diseñada. Son artículos que no han sido desarrollados para esta versión por razones de tiempo. Por tratarse de un simple ejemplo, no está enlazado a una verdadera página de artículo.



**Proyectos en la Ciénaga**  
 La Fundación La Ciénaga involucra a turistas y habitantes en el cuidado de los mangles y los corales de esta bella laguna salada. (Éste es un ejemplo)

*Figura 31. Artículo de Ejemplo.*

Cuentas de Facebook y Twitter:

Atajos.com es una revista que permite el feedback de los lectores a través de todos los medio posibles. Por esta razón, para la versión 0 se han abierto cuentas en dos de las redes sociales más populares, Facebook y Twitter, y se enlazaron al sitio web.



*Figura 32. Botones de enlace a Facebook y Twitter.*

### ***Sobre los Foros***

Para esta primera versión no fueron desarrollados los foros que albergaran a la comunidad de usuarios de Atajos.com. Esto es algo que las autoras recomiendan una vez que la revista se incorpore a Internet.

Por último, es necesario acotar que la propuesta desarrollada en este capítulo es sólo el comienzo de una extensa investigación que se irá nutriendo cada vez más de los mismos lectores, para luego ir perfeccionando su diseño y contenido, y lograr estar acorde con las tecnologías futuras.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Atajos.com es el resultado de una investigación documental acerca de las características y necesidades del turismo en Venezuela. Debido a la escasez de publicaciones turísticas especializadas en el país, la revista se desarrolló con el fin de atender a esta temática, descuidada hasta el momento por el espectro de medios nacionales. Los venezolanos deben tomar conciencia de la importancia que posee el sector turístico para impulsar la economía del país y deben, también, desarrollar prácticas positivas que permitan el desarrollo de la actividad de manera sostenible a través del tiempo. Esto último es de especial importancia cuando se considera que la mayor parte de los atractivos turísticos del país se encuentran enmarcados en áreas naturales protegidas como los parques nacionales. Los contenidos de Atajos.com están destinados a la promoción de un turismo alternativo y responsable que permita la conservación del patrimonio cultural y natural de los parques nacionales venezolanos para las generaciones futuras, cumpliendo así con el primer objetivo del trabajo.

La revista es ese primer impulso que pretende dárseles a los viajeros venezolanos para realizar un turismo interno sostenible. En vista del escaso interés de las grandes cadenas y de los organismos gubernamentales por fomentar estas prácticas, es necesario que las iniciativas provengan de cada uno de los turistas que aprecian y aman las maravillas que el país tiene que ofrecerles. La esperanza de Atajos.com es que el turismo alternativo, segmentado e individual lentamente fomente el desarrollo de la conciencia turística de los venezolanos para propiciar un turismo de masas responsable. De esta manera se cumple el segundo objetivo de este proyecto.

La información periodística es especialmente útil para la generación actual de turistas que, gracias a las nuevas tecnologías, es capaz de autogestionar sus propios viajes. El buen periodismo informa sin hacer ofertas engañosas. Su capacidad divulgativa es de vital importancia para la difusión de los valores culturales y la conservación de las áreas naturales. Asimismo, el periodista siempre vigilante puede

denunciar deficiencias y malas prácticas. Atajos.com sirve de orientación a este público específico.

El contenido de Atajos.com responde a las necesidades localizadas en la investigación previa. Dicho contenido se organiza en siete secciones diferentes, cada una destinada a un propósito en particular: turismo sostenible, itinerarios de viaje, atractivos turísticos, aciertos y desaciertos del turismo en la zona, ecoturismo, turismo cultural y tips para el lector. Éstas se prestan para el desarrollo de cualquiera de los géneros del periodismo informativo e interpretativo: noticias, reseñas, entrevista, crónicas y reportajes.

Para la elaboración de los artículos piloto se recurrió a fuentes de primera mano, así como fuentes documentales que permitiesen la redacción de los textos. Se construyeron relatos frescos e interesantes que buscasen temáticas diferentes o un nuevo enfoque para las cuestiones ya tratadas, siempre considerando los criterios para la redacción de información periodística. De este modo se logró el tercer objetivo de esta investigación: desarrollar contenidos acerca de los atractivos turísticos, culturales y ambientales de los parques nacionales venezolanos y las comunidades aledañas de acuerdo a los criterios de información periodística.

Atajos.com es una revista en línea que aprovecha la libertad y la frescura del diseño de este tipo de publicaciones al tiempo que se vale de las características del medio digital, como la actualización constante y la posibilidad de la profundización ilimitada a partir de los múltiples enlaces que aparecen en sus páginas y que llevan al usuario de un artículo a otros relacionados. Cuenta con tres niveles de profundidad: la portada o página principal, las portadas de secciones y las páginas de los artículos. También se enlaza con documentos fuera del sitio web. Así, el usuario continúa navegando a su antojo. La estructura del sitio web es jerárquica, como un árbol que se ramifica, ya que va de lo más general (portada) a lo más específico (artículos).

La revista posee también una estructura contributiva, donde los enlaces del sitio se ensanchan a partir de la participación de la audiencia. La interactividad del sitio web diseñado para Atajos.com permite que el usuario genere contenido a partir de sus propios conocimientos especializados. También abre las puertas al usuario

para dar sus opiniones respecto los temas tratados. Con esto, Atajos.com es capaz de nutrirse a partir del feedback de sus lectores y así mantener su contenido y diseño acorde con las necesidades de éstos.

El diseño gráfico de Atajos.com se realizó con base en la investigación documental realizada, en el perfil elaborado para la revista y en el estudio de propuestas similares ya existentes en la red, de manera que se tomaron aspectos positivos de éstas, al tiempo que se trabajó para generar una identidad gráfica que la diferenciase de todas. Se escogió una paleta de colores afín a los contenidos de la revista y a las emociones que se quieren evocar en el usuario. Además se asignó un color a cada sección para facilitar la navegación y señalarle claramente al lector su ubicación en el sitio web. La cabecera de la revista, las cabeceras de sección y la barra de menú con las secciones también pretenden orientar al usuario en su lectura.

Con el fin de identificar a la revista se elaboró un logotipo acorde que reforzase la imagen evocada con su nombre (Atajos.com) y para la tipografía se escogieron dos fuentes características y atractivas con las cuales se jugó para generar todos los estilos de texto existentes. Las imágenes son de especial importancia al ser el centro visual de cada una de las páginas de la revista. El uso de flash para la presentación de las imágenes más destacadas, permite crear una suerte de presentación que cambia constantemente y, por ello, llama la atención del usuario. El audio y el video son también aspectos que resaltan en la publicación. Finalmente, la organización de la información y de los distintos elementos del diseño en las páginas está pensada para permitir una fácil lectura de lo que en ellas se presenta. Así se alcanza el último de los objetivos: realizar una propuesta gráfica para una revista digital acorde con los contenidos desarrollados con base en los criterios de diseño periodístico y diseño Web.

El sitio web presentado con este trabajo es la versión piloto de Atajos.com que materializa cada una de las ideas planteadas a lo largo del proyecto y refleja todos los elementos desarrollados en la propuesta gráfica y de contenidos que comprende el último capítulo. Más que una versión definitiva, es un boceto en constante cambio que debe ajustarse a las transformaciones necesarias para la evolución de la revista. A

futuro, conforme avanza la web semántica y la participación de los usuarios a través de las redes sociales, pueden desarrollarse nuevas formas de interacción. Puede aprovecharse también el auge de los teléfonos inteligentes para desarrollar una aplicación de la revista descargable para éstos.

Es difícil concluir algo acerca de un proyecto que apenas comienza. Éste es sólo el nacimiento de Atajos.com y la revista se presta aún para nuevas indagaciones y trabajos futuros que escapan a los objetivos de esta investigación. Las autoras recomiendan el desarrollo de un estudio de mercado acompañado de un plan de mercadeo para la promoción y venta de esta revista, donde se estudien los posibles anunciantes interesados. Asimismo, una vez que el proyecto se incorpore efectivamente a la red, es recomendable hacer un seguimiento de las opiniones de su audiencia a través los comentarios en los artículos y los foros, de manera que el contenido y el diseño de la revista siempre sea acorde a las necesidades de éstos.

Evidentemente se seguirá trabajando en la estructura y diseño de la revista, dado que a medida que pasa el tiempo aparecen nuevas tecnologías que harán que se perfeccione esta propuesta que apenas está comenzando y entrando al mundo interactivo digital. Es necesario recordar que el sitio web va de la mano con el lector, las opiniones y comentarios de ellos servirán para seguir dándole vida y permitiendo su evolución.

De esta manera concluye este proyecto al tiempo que se abren nuevos caminos y posibilidades. Éste es el pequeño aporte de las autoras para que el hombre continúe volviendo la mirada a la naturaleza y a sí mismo a través de la experiencia de los viajes y el turismo.

## REFERENCIAS

- Abreu, C (2003). *El periodismo en Internet*. Caracas: Fondo Editorial de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
- Acerenza, M (2007). *Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo*. México: Trillas.
- Alliance Internationale de Tourisme (1999, Noviembre). *Código de Ética del Turismo Cultural*. (Documento en línea). Redactado en el Segundo Intercambio de Turismo Arqueológico, Paestum. Disponible: [http://www.univeur.org/CMS/UserFiles/Carta\\_etica\\_es.pdf](http://www.univeur.org/CMS/UserFiles/Carta_etica_es.pdf). (Consulta: 2011, Septiembre 13).
- Almirón, N (s.f.). *¿Qué es el periodismo online?*. (Documento en línea). Disponible: <http://www.almiron.org/ejournalism.html> (Consulta: 2011, Octubre, 8).
- Ascanio, A. (1998). *Elementos del Turismo como Sistema*. Mérida: CorMetur.
- Asociación Civil BioParques (2010). *Parques Nacionales. Introducción*. (Documento en línea). Disponible: <http://parquesnacionales.org.ve/parques/introduccion.html>. (Consulta: 2011, Mayo 21).
- Borrat, H (1993). *Hacia una teoría de la especialización periodística*. Anàlisi 15, pp. 79 – 84 (Revista en línea). Disponible: <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n15p79.txt> (Consulta: 2011, Octubre 6).
- Breiner, J (2011). *Los nuevos lenguajes del periodismo en Internet*. (Documento en línea). Disponible: <http://informacion-alternativa.over-blog.es/article-los-nuevos-lenguajes-del-periodismo-en-internet-75717472.html>. (Consulta: 2011, Octubre 14).
- Camera, F. (1975). *Símbolos y signos gráficos*. Barcelona: Don Bosco.
- Canga, J (2000). *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión*. Revista Comunicación 2 (Revista en línea). Disponible: [http://www.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-3-Pone/7-3-02.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm). (Consulta: 2011, Octubre 12).
- Cifuentes, M (1992). *Determinación de Capacidad de Carga Turística en Áreas Protegidas*. (Libro en línea). Turrialba, Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=ICoOAQAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=turismo+en+parques+nacionales&ots=CevJ47q4eR&sig=Fxjxtg9y\\_2rK0tNO40cPrMtVpLE#v=onepage&q=turismo%20en%20parques%20nacionales&f=false](http://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=ICoOAQAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=turismo+en+parques+nacionales&ots=CevJ47q4eR&sig=Fxjxtg9y_2rK0tNO40cPrMtVpLE#v=onepage&q=turismo%20en%20parques%20nacionales&f=false). (Consulta: 2011, Septiembre 22).

- Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (2008). Transcripción en línea. Documento Electrónico.
- De la Torre, O (1980). *El Turismo: Fenómeno Social*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- De Ramón, M (Coord, 2003). *10 lecciones de periodismo especializado*. Madrid: Editorial Fragua.
- Dondis, D. (1992). *La sintaxis de la imagen*. Madrid: Gustavo Gili.
- Dragnic, O (2006), *Diccionario de Comunicación Social*, Primera Edición. Caracas: Panapo de Venezuela, C.A.
- Eagles, P y McCool, F (1949). *Tourism in National Parks and Protected Areas: Planning and Management*. (Libro en línea). Wallingford: CAB Internacional. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=xIWwmVUUU4wC&oi=fnd&pg=PR5&dq=tourism+in+national+parks&ots=ni2srsVb8m&sig=HmYJtDBqsOJss6MARaxJ\\_I1\\_xHw#v=onepage&q&f=false](http://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=xIWwmVUUU4wC&oi=fnd&pg=PR5&dq=tourism+in+national+parks&ots=ni2srsVb8m&sig=HmYJtDBqsOJss6MARaxJ_I1_xHw#v=onepage&q&f=false). (Consulta: 2011, Septiembre 22).
- Edo, C (2000). *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. Revista Comunicación 2 (Revista en línea). Disponible: [http://www.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-4-Comu/7-4-02.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-02.htm). (Consulta: 2011, Octubre 09).
- El País (2010, Diciembre, 3). *Periodismo turístico, nueva carrera*. El País de Uruguay, Sección Viajes (Diario en línea). Disponible: <http://viajes.elpais.com.uy/?p=2107>. (Consulta: 2011, Octubre 17).
- Fernández, J (Coord, 2004). *Periodismo especializado*. Barcelona, España: Ariel.
- Fernández, L (1974). *Teoría y Técnica del Turismo*. Madrid: Editora Nacional. Tomos I y II.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2004) *Mercadotecnia*, México: Mc Graw Hill.
- Foges, C. (2000). *Diseño de Revista*. México: Mc Graw Hill.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. (Libro en línea). Ediciones infinito. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?id=Or\\_GnFbqeoC&pg=PP3&dq=El+dise%C3%B1o+de+comunicaci%C3%B3n+de+Jorge+Frascara&hl=es#v=onepage&q&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=Or_GnFbqeoC&pg=PP3&dq=El+dise%C3%B1o+de+comunicaci%C3%B3n+de+Jorge+Frascara&hl=es#v=onepage&q&f=false) (Consulta: 2011, Agosto 18).

- Gabaldón, M (1992). *Parques Nacionales de Venezuela*. Caracas: Stephan y Thora Amend.
- Halperín, J (2003). *Revista de género*. Abauenos Aires: Editorial Atántida.
- Head, J (2009, Octubre, 1). *The Internet is ruining travel journalism*. (Documento en línea). Disponible: <http://www.tnooz.com/2009/10/01/news/the-internet-is-ruining-travel-journalism/>. (Consulta: 2011, Octubre, 15).
- ICOMOS (1976, Noviembre). *Carta de Turismo Cultural*. (Documento en línea). Redactada en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo, Bruselas. Disponible: [http://www.icomos.org/docs/tourism\\_es.html](http://www.icomos.org/docs/tourism_es.html). (Consulta: 2011, Septiembre 13).
- Instituto Nacional de Estadística (2010). *Resumen Anual por Tipo de Turismo*. (Datos en línea). En INE: Turismo. Disponible: <http://www.ine.gov.ve/condiciones/turismo.asp>. (Consulta: 2011, Septiembre 26).
- Instituto Nacional de Parques (2007). (Página Web en línea). Disponible: <http://www.inparques.gob.ve/index.php?parqnac=view>. (Consulta: 2011, Septiembre 25).
- Kepes, G. (2001) *El lenguaje de la Visión*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Ley Orgánica para la Planificación y Gestión de la Ordenación del Territorio (2007). Transcripción en línea Disponible: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd38/Venezuela/LOPlan.pdf>. (Consulta: 2011, Septiembre 20).
- Lundberg, D (1977). *El Negocio del Turismo*. México: Diana.
- Meneses, M (2007). *En torno al periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales*. Anàlisi 35, pp. 137 – 152. (Revista en línea). Disponible: <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n35p137.pdf> (Consulta: 2011, Octubre 5).
- Ministerio Secretaria General de la Presidencia de Chile. S.f. Guía Web 2.0. (Página en Línea). Disponible: <http://www.guiaWeb.gob.cl/guia-v2/capitulos/03/interface2.htm>. (Consulta: 2011, Octubre 22).
- Morales, L. (2004). *Diseño estratégicas y tácticas*. (Libro en línea). Editorial diseño y comunicación. Disponible: [http://books.google.co.ve/books?id=uVRCfQpm-a4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=uVRCfQpm-a4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) (Consulta: 2011, Agosto 25).
- Morris, M. (2003). *Diseño digital*. (Libro en línea). Editorial Pearson Educación. Disponible: <http://books.google.co.ve/books?id=8WhBtfnaenkC&printsec=>

frontcover&dq=Dise%C3%B1o+digital+de+Morris+Mano&hl=es#v=onepage&q=Dise%C3%B1o%20digital%20de%20Morris%20Mano&f=false (Consulta: 2011, Agosto 30)

Organización Mundial de Turismo (2011, Noviembre 07). *El Turismo Internacional Muestra un Saludable Crecimiento en la Primera Mitad de 2011*. (Artículo en línea). Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2011-09-07/el-turismo-internacional-muestra-un-saludable-crecimiento-en-la-primera-mit> (Consulta: 2011, Septiembre 10).

Organización Mundial de Turismo (2011). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. (Documento en línea). Disponible: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr\\_2.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf). (Consulta 2011, Septiembre 10).

Organización Mundial del Turismo (2010, Octubre). *Turismo Receptor: Tendencias a Corto Plazo para 2010*. Barómetro OMT del Turismo Mundial, 8(3). (Documento electrónico).

Organización Mundial del Turismo (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (Informe Brundtland)*. (Documento en línea). Disponible: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>. (Consulta: 2011, Abril 25).

Owen, W. (1991) *Diseño de revista*. Barcelona: Gustavo gili.

Pérez, J. (2003) *Diseño informacional de los sitios Web*. (Documento en línea) Disponible: [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11\\_6\\_03/aci09603.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_6_03/aci09603.htm). (Consultado: 2011, Septiembre 30).

Prado, C (2006). *Periodismo Turístico*. (Documento en línea). Disponible: <http://www.borriones.net/especial/peturismo.pdf>. (Consulta: 2011, Octubre 14).

Proyecto color. *El color en la pantalla*. (Página en línea) Disponible: <http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/el-color-en-pantalla/> (Consulta: 2011, Octubre 1).

Ramírez, M (1992). *Teoría General del Turismo*. México DF: Diana.

Ramírez M. (2011, 17 de Enero) *Llaman al turismo responsable ante daños en Parque Canaima*. El Universal (Diario en línea). Disponible: [http://www.eluniversal.com/2011/01/17/pol\\_art\\_llaman-al-turismo-re\\_2161169.shtml](http://www.eluniversal.com/2011/01/17/pol_art_llaman-al-turismo-re_2161169.shtml). (Consulta: 2011, Septiembre, 19)

Real Academia Española (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Vigésima segunda edición. España: Editorial Espasa Calpe S.A.

- Red Científica Peruana (s.f.). *Periodismo en Internet*. (Documento en línea). Disponible: <http://www.yachay.com.pe/especiales/periodismo/1b.htm>. (Consulta: 2011, Octubre 11).
- Reglamento Parcial de Ley Orgánica para la Ordenación del Territorio sobre Administración y Manejo de Parques Nacionales y Monumentos Naturales (1989). Gaceta Oficial N° 4.106 Extraordinario del 9 de junio de 1989.
- Rodríguez, M (2006). *Periodismo especializado. ¿Un fase superior?* (Documento en línea). Disponible: <http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110702-periodismo-especializado.-una-fase-superior-.php> (Consulta: 2011, Octubre, 04).
- Royo, J. (2004). *Diseño Digital*. Barcelona: Paidós.
- Secretaria de Turismo de México (2004). *Turismo Alternativo: Una Nueva Forma de Hacer Turismo*. México DF: SECTUR. Documento electrónico.
- Stuteville, S (2008). *The quick and dirty guide to successful travel journalism*. (Documento en línea). Disponible: <http://matadornetwork.com/bnt/the-quick-and-dirty-guide-to-successful-travel-journalism/>. (Consulta: 2011, Octubre 17).
- The Internacional Ecotourism Society (1990). *What is Ecotourism?*. (Página en línea). Disponible: [http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What\\_is\\_Ecotourism\\_\\_The\\_International\\_Ecotourism\\_Society.htm](http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_Society.htm). (Consultado: 2011, Septiembre 12).
- UNESCO (1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. (Documento en línea). Redactada en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, México. Disponible: [http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico\\_sp.pdf/mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf). (Consultado: 2011, Septiembre 13).
- Universidad Autónoma Metropolitana (1998) *Diseño editorial Ciencias y artes para el diseño*. Sin lugar de publicación: Autor.
- Universitat Oberta de Catalunya (2008). *Internet, viajes y periodismo*. (Documento en línea). Disponible: <http://ocw.uoc.edu/turismo/viajes-2-0-herramientas-y-recursos-en-linea/b1.pdf>. (Consulta: 2011, Octubre 19).
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: FEDUPEL.
- Valero, I (2009). *Perfil del periodista digital en medios de comunicación venezolanos* (Libro en línea). Disponible: <http://www.comunicadordigital.com/librodigital/>. (Consulta: 2011, Octubre 11).

Vázquez, C (2004). *Revista digital de diseño gráfico*. (Libro en línea) Editorial: Paraninfo Disponible: <http://books.google.co.ve/booksqam6OKcC&pg=PR8&dq=vasquez&hl=es#v=onepage&q=vasquez&f=false>. (Consulta: 2011, Julio 23).

World Tourism Organization (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics*. (Documento en línea). Disponible: <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> (Consultado: 2011, Agosto 26).

Zamorano, F (2007). *Turismo Alternativo: Servicios Turísticos Diferenciados*. México: Trillas.

Zaragozá W. (2000). *Estética y diseño*. Valencia: Generalitat Valenciana.

Zimmermann Y. (2002). *Del diseño*, Barcelona: Gustavo gili.

## **ANEXOS**

## **PARQUE NACIONAL HENRI PITTIER**

Selvas nubladas, bosque seco y playas.

Es el primer Parque Nacional que se decreta en Venezuela en el año 1937, con el objeto de proteger los recursos naturales de la región: fue creado con el nombre de Rancho Grande, a través de un Decreto posterior cambia este nombre por el de Henri Pittier en reconocimiento a quien realizó una notable labor científica en el país, alertó sobre el deterioro ecológico y ambiental que estaba afectando la vegetación de la región central y propuso su creación. Por este parque se accede a las poblaciones de Ocumare de la Costa, Cata, Cuyagua, Choróní y Puerto Colombia, Chuao y Cepe, así como a las playas y bahías, en especial la de Cata, Catica, Cumagua y Choróní, parajes de gran belleza y sitios de atracción turística y recreacional.

### **INFORMACIÓN GENERAL**

#### **Reseña Histórica**

El incremento de las deforestaciones masivas en la región central de Venezuela, la intensificación de la actividad agropecuaria en las fértiles tierras de los estado Aragua y Carabobo y el crecimiento demográfico e industrial en los últimos años, han acelerado y agravado el proceso de intervención humana en el medio natural, creando un cuadro general de desajuste ecológico y deterioro ambiental.

Entre los años 30 y 40 el insigne científico Henri Pittier alertó rápidamente a las autoridades sobre la situación de minusvalía en que se encontraban las masas vegetales de aquellos estados centrales, al carecer de una protección efectiva y permanente contra los agentes de destrucción y aconsejó las medidas que deberían adoptarse para poner a salvo la integridad de sus recursos naturales.

Los esfuerzos de Pittier para salvar la región cristalizaron felizmente en una acción oficial muy positiva, que fue la creación del Primer Parque Nacional venezolano, en la jurisdicción del Estado Aragua. Esta oportuna y acertada disposición aseguró la protección de uno de los mas importantes macizos de selva nublada y sentó las bases para el advenimiento años después, del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas de Venezuela.

Este Parque Nacional fue establecido por Decreto de fecha 13 de Febrero del año 1937 y conocido bajo la denominación de Rancho Grande. Posteriormente, en 1953, se cambió el nombre por el de Henri Pittier en honor a este gran científico que había propuesto y gestionado su creación.

El Parque Henri Pittier está ubicado en la región Norte- Central, en los Distritos

Girardot y Mariño del Estado Aragua. Originalmente comprendía una superficie aproximada a las 90.000 Ha., actualmente su extensión alcanza las 107.800 Ha.

### Decretos

Motivo	N° y Fecha	
Creación:	S/N de fecha 13/02/1937 / G.O. 19.188 de fecha 13/02/1937.	<a href="#">Descargar</a>
Ampliación:	529 de fecha 05/11/1974 / G.O. 30545 de fecha 07/11/1974.	<a href="#">Descargar</a>
Designación de Nombre:	F.102 de fecha 24/03/1953 / G.O. N° 176.378	<a href="#">Descargar</a>

### Plan de Ordenamiento y Reglamento de uso

	N° y Fecha	
	No. 668 del 10 de mayo de 1995. Gaceta Oficial E - No. 5.010 del 24 de noviembre de 1995.	<a href="#">Descargar</a>
		<a href="#">Descargar</a>

### Altimetría

0-2.436

### Clima

Variable con la altura: cálido húmedo en la costa, cálido seco en las sabanas y matorrales costaneros y frío húmedo en las cumbres.

### Temperatura

6° C hasta 28° C.

### Precipitación (mm)

690 - 4.000 mm.

### Recursos Hídricos

El Turiamo, Cata, El Ocumare, El Cuyagua, El Aroa, El Choroní, El Chuao, El Cepe, El Guayabita, El Delicias, El Limón, Caño colorado.

### Estados

Aragua y Carabobo

Estado	Superficie (Ha)	%
--------	-----------------	---

Aragua	90.000	84
Carabobo	17.800	16
Total Superficie (Ha)	107.800	

## **AMBIENTE NATURAL**

### **Información Geológica y Geomorfológica**

Topografía irregular, conformada por fuertes pendientes y angostos valles transversales en la vértice norte. Todo este paisaje abrupto pertenece al sistema montañoso de la la Cordillera de la Costa, formado por rocas metamórficas del mesozoico, que datan del cretácico, aproximadamente unos 70 millones de años. También se encuentran allí rocas básicas y ácidas: Los pequeños valles son paisajes del cuaternario reciente. Estos paisajes montañosos son muy dinámicos y con cierta periodicidad ocurren deslaves en zonas de pendientes muy inclinadas, bajo condiciones de lluvias torrenciales pertinaces.

### **Vegetación**

Herbazales y arbustales litorales, bosques deciduos y semideciduos estacionales, bosques nublados costeros. En las faldas, bosque xerofítico, bosque arbustivo seco deciduo, vegetación de sabana y bosques muy húmedos perennifolios transicionales con influencia marítima. En la montaña alta, selva nublada y selva nublada superior. Humedad relativa muy alta: sobre los 1.000 msnm.

### **Flora**

Presenta una alta diversidad debido a la gran cantidad de ambientes protegidos por el parque. Los chaparros (*Curatella americana*, *Boudichia virgiloides*), las majaguas (*Heliocarpus* sp.) y el palo maría (*Triplaris* sp.) son característicos de los bosques a menor altitud. El cucharón o niño (*Gyranthera caribensis*) es indicador del bosque nublado, al igual que las palmas macanilla (*Bactris setulosa*), caña molinillo (*Chamedorea pinnatifrons*), prapa (*Wettinia praemorsa*) y otras de los géneros *Geonoma*, *Hyospathe* y *Socratea*. Las aráceas, orquidáceas, bromeliáceas y piperáceas destacan en el grupo de las plantas epífitas. En el sotobosque sobresalen los platanillos con varias especies del género *heliconia*.

### **Fauna**

520 especies de aves, que representan aproximadamente el 41,6% de la avifauna nacional y el 6,5% del total mundial de especies de aves. Pasos aéreos de importancia para especies migratorias, tanto aves como insectos voladores. Al menos 22 especies endémicas o de distribución restringida, algunas amenazadas de extinción, como el paují copete de piedra (*Pauxi pauxi*), ratón acuático endémico (*Ichthyomys pittieri*), perrito de agua marsupial (*Chironectes minimus*), jaguar (*Panthera onca*), puma (*Puma concolor*), cunaguaro (*Felis pardales*), mono araguato (*Alouatta seniculus*), danta (*Tapirus terrestres*), cuchicuchi (*Potus flavus*) y comadreja (*Eira barbara*).

## **CULTURA Y SOCIEDAD**

### **Poblaciones Cercanas**

Maracay, Mariara, San Joaquín, Choroní, Uraca, Chuao, Cata, Cuyagua, Cumboto, Ocumare de la Costa.

## **UBICACIÓN**

### **Horarios**

El horario de visitas al parque es de 08:00 a.m. a 05:00 p.m.

### **Ubicación desde la Ciudad más Cercana**

En el tramo de la Cordillera de la Costa en la región norte-central, entre los estados Aragua y Carabobo.

### **Como Llegar**

El acceso al parque se realiza por dos vías principales, la carretera que va desde la ciudad de Maracay a El Limón y baja a Ocumare de La Costa, y la otra vía es la que va desde Maracay a Las Delicias y llega a Choroní. Existe una vía que va desde La Encrucijada a Chuao, pero ésta se encuentra en mal estado. En el interior del parque existe también una red de caminos y senderos que lo cruzan en varias direcciones.

## **RECOMENDACIONES**

### **Recomendaciones Para el Visitante**

Respetar las áreas demarcadas, no internarse en el bosque sin un guía, evitar el uso de jabones y shampoo en los cursos de agua e informar a los guardaparques sobre cualquier irregularidad.

### **Actividades Prohibidas**

Encender fogatas, extraer especies de plantas y animales, dejar o arrojar desperdicios sólidos.

### **Permisos**

Se requiere un permiso de Inparques para pernoctar y realizar investigaciones científicas.

EL CAMPING ES UNA DE LAS ACTIVIDADES MÁS POPULARES EN EL HENRI PITIER

## Acampar sin dañar la naturaleza

**Los sitios a campo abierto, como las montañas y costas aragüeñas, son de libre acceso, perfectos para convivir con la naturaleza por varios días consecutivos.**

KEUDY DÍAZ

DISFRUTAR DE LOS HERMOSOS PAISAJES EN EL TERRITORIO VENEZOLANO DE MANERA SALUDABLE Y RESPONSABLE SE PUEDE HACER DE MUCHAS MANERAS. ACAMPAR ES UNA DE ELLAS, YA QUE POR SU NATURALEZA SE PUEDE REALIZAR A CAMPO ABIERTO, DONDE SE LOGRA UN CONTACTO MÁS CERCANO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS. EL CAMPING ES AQUEL ESPACIO ACONDICIONADO PARA FACILITAR LA VIDA AL AIRE LIBRE, CON FINES TURÍSTICOS, UTILIZANDO COMO RESIDENCIA HOSPEDAJES MÓVILES, COMO LAS CARPAS. ESTOS SITIOS SON PÚBLICOS Y POR TANTO EL ACCESO ES LIBRE A CUALQUIER USUARIO, LA DISCRIMINACIÓN NO ESTÁ PERMITIDA Y SI SE PROCEDE A LA EXCLUSIÓN O NO ADMISIÓN DE ALGUIEN, LAS CAUSAS DEBEN ESTAR FUNDAMENTADAS, TENIENDO DERECHO EL PERJUDICADO A LA RECLAMACIÓN PERTINENTE ANTE LAS AUTORIDADES COMPETENTES. SIN EMBARGO, PARA ELLO, SE DEBEN CUMPLIR CON CIERTOS REQUISITOS DE INPARQUES, SIENDO UNO DE ELLOS LA CANCELACIÓN DE UNA CUOTA POR ACAMPAR EN LOS PARQUES NACIONALES.

EN EL PARQUE NACIONAL HENRI PITIER ESTA ACTIVIDAD ES MUY COMÚN, PUES LAS COSTAS ARAGÜEÑAS SON IDEALES PARA TURISTAS QUE QUIEREN COMPARTIR CON FAMILIARES Y AMIGOS Y VAN EN BUSCA DE DIVERSIÓN Y RELAJACIÓN. ES EVIDENTE QUE ACAMPAR POSEE UNA VENTAJA ECONÓMICA PARA AQUELLOS VIAJEROS QUE QUIEREN AVENTURA, SIN TENER COMO PRIORIDAD EL CONFORT.

ANDREA RAMÍREZ, CAMPISTA DEL HENRI PITIER EXPLICA QUE LAS PERSONAS QUE DECIDEN ACAMPAR EN ESTE PARQUE DEBEN LLEVAR EL EQUIPAMIENTO NECESARIO PARA PASAR UNA O VARIAS NOCHES EN CONTACTO CON LA NATURALEZA, LEJOS DE LAS COMODIDADES DE LA CIVILIZACIÓN, POR LO CUAL ES INDISPENSABLE QUE POSEAN ALIMENTO, REFUGIO Y CONOCIMIENTOS QUE LE PERMITAN DESARROLLARSE EN EL LUGAR. AÑADE QUE ES MUY IMPORTANTE LA FORMA EN QUE LOS TURISTAS SE INVOLUCRAN CON EL ENTORNO DONDE ACAMPARÁN, YA QUE DEBEN TENER ESPECIAL CUIDADO CON ESE MEDIO AMBIENTE, PARA NO DESTRUIR LA ARMONÍA EXISTENTE, Y PERMITIR UN DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ACTIVIDAD, ES DECIR, PODER ACAMPAR SIN DAÑAR LA NATURALEZA.

LAS PLAYAS DE CATA, CIVAGUA, CHUAO Y CEPE, POR EJEMPLO, SON LUGARES CON GRANDES PALMERAS Y ARENA PLANA EN DONDE SE PUEDE ACAMPAR. EL VIENTO POR EL DÍA ES TRANQUILO GRACIAS A LA PROTECCIÓN DE LOS COCOTEROS. LA GENTE DE ESTOS POBLADOS ES COLABORADORA Y MUY SERVICIAL. SIN DUDA PUEDEN PRESTARTE APOYO SI OCURRIESE ALGUNA EVENTUALIDAD.

Luís Díaz, surfista activo de Cuyagua, recalca que antes de escoger el sitio para acampar es vital elegir la compañía. Como ésta es una actividad que implica muchas incomodidades, compañeros que no puedan soportar aventuras al aire libre no son lo más conveniente, ya que las quejas perturban el viaje y pueden ocasionar un conflicto en el grupo. “Es necesario buscar gente que pueda aguantar las penurias y los problemas que puedan surgir y disfrutar de la convivencia con el ambiente y con sus compañeros”, señala.

### **No olvidar...**

Para acampar en el parque Henri Pittier, específicamente en sus costas, es recomendable tomar en cuenta ciertas indicaciones a fin de evitar inconvenientes. Por ejemplo no se debe acampar cerca de árboles altos y estructuras metálicas, pues ello incrementa las posibilidades de convertirse en víctima, en caso de ocurrir descargas eléctricas. También es importante que al llegar al sitio escogido, una vez armada la carpa, se cave un canal alrededor de su base que desemboque barranco abajo, pues con ello se evita que al llover se inunde el interior de la carpa.

Por otra parte, es de suma importancia que los alimentos no permanezcan en el interior de la carpa, pues su olor podría motivar la visita de animales como las hormigas. En mi experiencia personal como campista, aconsejo guardarlos en un morral o cava, y colgarlo a unos 3 metros sobre el suelo y a 1 metro del tronco, para que los animales no se acerquen. Para cocinar lo mejor es llevarse una cocinita a gas y si no se tiene como trasladar la comida en una cava, es recomendable llevar alimentos no perecederos como enlatados u otros alimentos fáciles de conservar y preparar. En lo referente al agua potable, ésta se puede adquirir en los kioscos cercanos a la playa donde además se puede comprar comida como tostones, pescados, y uno que otro artículo necesario como repelentes y bloqueadores. Cabe señalar que son playas muy concurridas, pero no se cuenta con grandes depósitos de basura. Sólo existen las improvisadas bolsas negras que dejan los turistas, por lo que es importante tomar previsiones, llevarse la basura y dejarla en lugares permitidos.

A la hora de dormir recomiendo tener en cuenta que el viento suele ser muy fuerte en las noches en las playas de Cata, Chuao y Cuyagua. Es por ello que se deben sujetar las carpas con cuerdas al momento de armarlas, para no sufrir con el viento o con un sorpresivo chaparrón en la madrugada. Para tener comodidad al dormir se puede colocar una colchoneta o colchón inflable con sus respectivas almohadas y sábanas.

Si se permite hacer fogatas, el fuego debe estar lejos de las carpas porque hay que recordar que algunas maderas durante su combustión sueltan muchas chispas que pueden inflamar los artículos cercanos. También es indispensable llevar un botiquín de primeros auxilios, para asistir a un herido en caso de emergencia. Para saber qué clase de medicamentos llevar para este tipo de viaje, es recomendable consultar a un médico o farmacéutico.

## **EL HENRI PITTIER POR LA RUTA DEL LIMÓN**

# Ocumare de la Costa: una ruta interesante a descubrir

## Un pueblo colonial perfecto para conocer y disfrutar varios días lejos de la ciudad

KEUDY DÍAZ

El Parque Nacional Henri Pittier posee dos rutas diferentes: la vía por Choroni con la que se llega a Puerto Colombia y a los pueblos de Chuao y Cepe, o la de Ocumare de la Costa, en la que se llega a El Playón y La Ciénaga. Si se decides tomar el camino de Ocumare de la Costa, aquí te dejamos un itinerario bastante completo que puedes anotar en tu agenda para tu próxima aventura.

Se toma la vía del Limón, y en el transcurso de la carretera observa los hermosos y verdes paisajes de las montañas del Parque Henri Pittier. En el largo recorrido, lo primero que se encuentra es el centro recreacional Guamita, selva y río ideal para acampar. Continuando el camino se topará con un mirador donde se disfruta de la vista de la ciudad de Maracay. Consecutivamente se distingue la Estación Biológica de Rancho Grande, en donde se puede llegar al Cerro Periquito, el Pico Paraíso, y el Pico Guacamaya, los cuales albergan una importante muestra de flora y fauna. Siguiendo el camino, y también desviándose un poco, se puede hacer una parada en los poblados Aponte, Turiamo y Cumboto.

El pueblo de Aponte es un caserío donde puedes detenerte a comer unas buenas empanadas y conversar con las personas, ya que son muy alegres y serviciales. El pueblo de Turiamo, característico por sus hermosas playas, se encuentra cerrado en la actualidad por la Fuerza Armada Nacional que restringe el paso. Se debe ingresar con autorización previa. Al seguir el camino a mano izquierda, encuentras la entrada del pueblo de Cumboto. Éste se caracteriza por ser un poblado pequeño, lleno de grandes haciendas de cacao que son interesantes para visitar. Ir a Cumboto es, sin duda conocer los tambores elaborados por el Señor Néstor Osorio, que es un ícono en este sector. Muchos turistas sólo visitan el pueblo para comprar el tallado instrumento artesanal que realiza el señor Osorio. Si continúas pueblo adentro, encuentras la iglesia y, más adelante, una de las mejores pozas de la Costa de Oro: Chocoma. Es una poza encantadora que muchos llaman el jacuzzi natural de Ocumare. En su orilla se puede armar un picnic rodeado de los cultivos de cacao.

Cuando finalmente se llega al pueblo de Ocumare de la Costa, se puede presenciar, al igual que en todos los poblados del país, la plaza Bolívar y sus alrededores, en los que se encuentra la Iglesia de San Sebastián y las edificaciones donde funciona el Consejo, la

**ALCALDÍA, LA JEFATURA Y LA BIBLIOTECA VIRTUAL. VALE LA PENA PASEAR POR ALLÍ Y DISFRUTAR DE LAS ESCAZAS MUESTRAS DE ARQUITECTURA COLONIAL EN EL PUEBLO.**

**EN EL CAMINO DE OCUMARE DE LA COSTA, SI SE CONTINÚA POR LA MISMA VÍA, SE LLEGA A EL PLAYÓN, UN PUEBLO COSTERO ARTESANAL, Y DESDE LA BOCA SE PUEDE TOMAR UNA LANCHA PARA VISITAR LA CIÉNAGA. TAMBIÉN SE PUEDE SEGUIR LA CARRETERA PRINCIPAL Y LLEGAR A LA BAHÍA DE CATA, UNA PLAYA BELLÍSIMA DONDE PUEDES ENCONTRAR CABAÑAS Y RESTAURANTES DE EXCELENTE CALIDAD EN SERVICIOS. ES UNA BAHÍA DE GRAN EXTENSIÓN, FINA ARENA Y AGUAS CRISTALINAS. AVANZANDO AÚN MÁS EN LA CARRETERA, LLEGAS A CUYAGUA, LA PLAYA PREDILECTA DE LOS SURFISTAS. EN ELLA PUEDES ARMAR TU CARPA Y VIVIR UNA EXPERIENCIA MOLVIDABLE POR VARIOS DÍAS.**

**SI QUIERES ALOJARTE EN EL PLAYÓN, EN SUS DIFERENTES CALLES SE ENCUENTRAN MUCHAS POSADAS, CASAS Y APARTAMENTOS PARA VACACIONAR. RECOMENDAMOS PARA PASAR UNA EXCELENTE ESTADÍA A LA POSADA ECO-LODGE, LA POSADA MARINA B&B, LA POSADA LOS NONOS, LA POSADA MAR AZUL, Y LA POSADA RÍO CARIBE, ENTRE OTRAS, CON DISTINTOS RANGOS DE PRECIO Y PARA TODOS LOS GUSTOS.**

**AL MOMENTO DE COMER, LA DIVERSIDAD DE SITIOS ES ESCASA. SIN EMBARGO, EXISTEN ALGUNOS RESTAURANTES MUY CONOCIDOS POR LA VARIEDAD DE SU MENÚ. POR EJEMPLO, EL RESTAURANTE LOS NONOS OFRECE EXCELENTE PLATOS DEL MAR Y POR SUPUESTO, SU ESPECIALIDAD, LA COMIDA ITALIANA.**

**AL CAER LA TARDE EL MALECÓN SE LLENA DE ALEGRÍA. SE COLOCAN VARIOS KIOSCOS DE ARTESANOS OFRECIENDO SUS HERMOSAS CREACIONES A TODA LA COMUNIDAD Y A LOS TURISTAS QUE BUSCAN LLEVARSE UN RECUERDO DE LA COSTA. LA NOCHE ES CERRADA CON EL AMBIENTE MUSICAL Y EL COMPARTIR DE LOS VISITANTES CON EL CÁLIDO ENTORNO COSTERO QUE DA VIDA AL PEQUEÑO PUEBLO DE EL PLAYÓN.**

**EL PARAISO ESTÁ EN CHORONÍ**

# Uricao: bendito por Dios

## **Entre santos, flores y tostones se disfruta de la playa más bella del Henri Pittier**

VALENTINA HERNÁNDEZ

**“Dios bendice esta playa” es lo que dice el letrero de madera clavado en la arena, y no es muy difícil convencerse de que es así. Se puede sentir ya desde el peñero, durante los 45 minutos que dura el trayecto de ida, cuando el agua verdosa va haciéndose progresivamente cada vez más clara, hasta revelar la arena blanca de origen coralino característica de Uricao.**

**Apenas bajas de la lancha, te recibe la Flaca. Ella, junto con su pareja Chichito, cuida la playa, la mantiene limpia y se encarga de los toldos y la comida. Su “restaurante”, un toldo hecho de palos y palmas, es todo un altar: ayuamas, plátanos, conchas, flores, caracoles, velas, varios santos hundidos en la arena y en el centro de todos, Chancó. Un camino marcado por riki rikis conduce a la figura del Nazareno con la cruz a cuestas. Los riki rikis son también el centro de mesa de los toldos distribuidos a lo largo de la playa. Un poco más allá, pueden verse apilados todos los utensilios de cocina y a Chichito, que sólo viste un delantal y un pequeño traje de baño azul, junto al fogón.**

**Una vez que la curiosidad permite apartar la mirada del restaurante, es fácil que ésta se pierda contemplando el paisaje. Es imposible encontrar en la arena blanca alguna botella, lata o papel mal puesto. Por más que se busque en ella, sólo pueden verse a esos cangrejos amarillentos que se esconden rápidamente al presentir las pisadas de los temporadistas o la llegada de una ola. “Todos los que vienen a esta playa son personas que están dispuestas a cuidarla”, explica la Flaca. “Al primero que venga de cochino a lanzar basura, lo sacamos rápido de aquí”.**

**No hay mucho oleaje, pero el agua clara no es tan tranquila como parece. “Hay varios remolinos que empujan a la gente hacia las rocas”, dice el salvavidas tatuado, del cual no se sabe ni el nombre. “He tenido que lanzarme a sacar más de uno”. Pero con suficiente precaución, la zambullida puede ser más que satisfactoria, especialmente porque la transparencia generosa del agua deja ver pasar algunos cardúmenes de peces.**

**Al darle la espalda al mar, pueden verse las montañas del Parque Nacional Henri Pittier. El verde, el azul y el blanco refulgente hacen sin duda una muy buena combinación. A ellos se une el marrón del río que viene de la montaña. No llega a desembocar al mar, por lo que la poza en la playa se calienta rápidamente. El río no es la mejor opción para bañarse si los rayos del sol han sido inclementes.**

**Al mediodía se ve a los peñeros pescando para el almuerzo. Al borde de la playa limpian el pescado que luego se sirve frito y con tostones en una enorme bandeja. “Todo el mundo le toma fotos a los platos de comida”, cuenta el salvavidas asistente de la Flaca y Chichito. “Les encantan las frutas y las hojas de uva de playa con las que los decoramos”.**

Lamentablemente, si se está sólo por el día, del paraíso debe regresarse temprano. Los peñeros recomiendan no pasarse de las 4 de la tarde: navegar a contracorriente no es nada fácil. El paseo de vuelta nada tiene que envidiarle a la montaña rusa más escalofriante, pero sin duda vale la pena para visitar la bahía más linda de Choroni.

**PASAR POR EL PUEBLITO DE CUMBOTO ES CONOCER LOS TAMBORES MÁS FAMOSOS DE LA COSTA**

## Un veterano en su tambor

**Para Néstor Osorio la elaboración del tambor va de la mano con la pasión, el esfuerzo y la dedicación**

**KEUDY DÍAZ**

La historia de Cumboto se remonta a la época de la colonia, ya que era el lugar donde se escondían los esclavos que se fugaban de las haciendas de café. Cumboto es la unión de dos palabras: Cum y botó que significaban refugio de esclavos. En la actualidad es un pueblo pequeño y con una sola calle principal y, sin embargo vale la pena el desvío cuando se está en el Parque Nacional Henri Pittier. Es un pueblito característico por la fabricación de tambores que son los utilizados en las fiestas de San Juan y las de la costa central.

Es por ello, cuando se visita este sector del parque se debe hacer una parada obligada en la humilde casa del señor Néstor Osorio, un artesano que fabrica tambores. Se ha dedicado 20 años de su vida a la elaboración de este instrumento típico de las costas del país. Néstor ofrece a la comunidad y a los turistas tambores forrados en madera y elaborados por él mismo.

Lo que hace el señor Osorio lo ve más como una actividad que le gusta hacer y lo apasiona, que como una profesión comercial y en ningún momento ha pensado en comercializarse. “Los tambores que voy terminando los vendo y algunos que me gustan me los quedo”, dice Néstor, quien muestra orgulloso la tambora que acaba de pulir. Esto es precisamente lo que diferencia a Néstor de sus colegas, que elaboran gran cantidad de tambores para la venta, porque lo hacen como actividad económica.

Lo característico y atractivo de los tambores de Néstor es la dedicación y tiempo que él empeña en su creación. Para hacer sus tambores, utiliza árboles huecos cuyo corazón ha sido comido por las termitas. tarda de 2 a 3 días, ya que los lima, pule y pinta. “también les pongo el cuero. Yo los vendo ya listos para las fiestas”, dice Osorio.

Además, Néstor trabaja en la Unidad Educativa Bolívariana de Cumboto como preparador artesanal y enseña a los alumnos la elaboración y la práctica del instrumento.

**se tuvo que prescindir del servicio de internet gratuito**

## Biblioteca Virtual de Ocumare muy lejos de la tecnología

**Es poco visitada por la falta de Internet y por los inconvenientes que constantemente se presentan con la electricidad**

KEUDY DIAZ

Frente a la plaza Bolívar del pueblo de Ocumare de la Costa se encuentra actualmente la Biblioteca Virtual, la cual tiene como objetivo lograr educar e informar a todas aquellas personas interesadas en aprender, de manera que tengan dominio de la computadora como herramienta de trabajo para el manejo de información adecuada a sus necesidades. Esta sede de infraestructura colonial cuenta con el apoyo de la Asociación Civil creada para tal fin, de la Alcaldía del Municipio de Ocumare de la Costa de Oro y de la Gobernación del Estado Aragua. Fue inaugurada el día 18 de enero del año 2001 y, desde entonces, es la casa de tecnología e información del municipio Ocumare de la Costa de Oro.

Irónicamente, esta casa de la tecnología en los últimos meses ha presentado inconvenientes con la conexión. Es por eso que actualmente se tuvo que prescindir de este servicio. Pero lo más triste del asunto es que a pesar de que se cuenta con el apoyo de la Gobernación, ésta no ha implantado ninguna estrategia efectiva para resolver la problemática, ya que no es solo el Internet, sino que también la electricidad en la zona se va constantemente. La biblioteca continúa con sus puertas abiertas a pesar de que no puede prestar sus servicios.

La biblioteca es cada vez menos visitada por la falta de internet y por los inconvenientes que se presentan con la luz. Se ha llegado hasta 4 horas ininterrumpidas sin electricidad, ocasionando que los usuarios se alejen.

Aún sin Internet, se cuenta con impresiones de cualquier tipo de documento en blanco y negro. Pero esto es efectivo siempre y cuando haya luz y esté funcionando perfectamente, porque los apagones tan seguidos dañan los equipos y se hace muy complicado sustituirlos.

**Biblioteca virtual contribuye con las tradiciones venezolanas**

**POR OTRA PARTE, LA COORDINACIÓN DE LA BIBLIOTECA HA OFRECIDO TALLERES DE PERCUSIÓN PARA FOMENTAR LA CULTURA POPULAR Y HACER PERDURAR EN LAS GENERACIONES VENIDERAS LAS TRADICIONES VENEZOLANAS. ESTOS TALLERES LLEVABAN EL NOMBRE DE AFRO OCUMAREÑO, LOS CUALES FUERON DICTADOS POR RAMÓN NARANJO Y LINDA URIAN, INTEGRANTES DE LAS REDES AFRODESCENDIENTES DEL ESTADO ARAUCA.**

**EL TALLER ESTUVO DIRIGIDO A LOS ADOLESCENTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA NACIONAL CÉSAR ZUMETA, ESPECÍFICAMENTE LOS CURSOS DE LA III ETAPA DE EDUCACIÓN BÁSICA Y CICLO DIVERSIFICADO. LOS MECANISMOS UTILIZADOS PARA LA ENSEÑANZA DE LA ACTIVIDAD, SE ENMARCARON EN LA UTILIZACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE PERCUSIÓN QUE EN ESTE CASO FUE EL TAMBOR.**

**CABE DESTACAR, QUE EL INICIO DEL TALLER ESTUVO ENFOCADO EN ASPECTOS TEÓRICOS, LOS CUALES ERAN PARTE FUNDAMENTAL DE LA EXPLICACIÓN SUMINISTRADA POR LOS PONENTES, ASPECTOS RELACIONADOS CON SU ORIGEN, MODIFICACIÓN, SIGNIFICADOS DE LOS NOMBRES DE CADA UNO DE LOS INSTRUMENTOS, MATERIA PRIMA PARA SU ELABORACIÓN Y LA IMPORTANCIA CULTURAL QUE TIENEN DENTRO DEL MUNICIPIO COSTA DE ORO. FINALMENTE, LOS INSTRUCTORES SE ENCARGARON DE REALIZAR UNA DEMOSTRACIÓN DE CÓMO SE DEBEN EJECUTAR LOS DISTINTOS GOLPES, PARA ASÍ LOGRAR QUE LOS ALUMNOS LOS SIGUIERAN Y FOMENTAR LA EXPERIENCIA DE TOCAR EL INSTRUMENTO ESTUDIADO.**

ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE: EL KAYAK

## Un deporte de bajo impacto

**Apto para toda clase de personas, el kayak es una nueva forma de acercarse a la naturaleza sin dañarla**

VALENTINA HERNÁNDEZ

**EL KAYAK ES UNA ACTIVIDAD QUE SE PRACTICA CON UNA ESPECIE DE PIRAGUA PEQUEÑA QUE SE IMPULSA POR UN REMO DOBLE. ES UN BUEN EJERCICIO PARA LOS FANÁTICOS DE LA PESCA Y LAS ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE. PERSONAS DE TODAS LAS EDADES, INDEPENDIENTEMENTE DE QUE TENGAN O NO EXPERIENCIA PREVIA, PUEDEN HACER KAYAK. LAGOS, RÍOS E INCLUSO EL MAR PUEDEN SER NAVEGADOS CON UNO. ES UNA ACTIVIDAD IDEAL PARA GENTE CURIOSA Y ACTIVA QUE LE GUSTE DISFRUTAR DE LO NATURAL.**

**PERO, MÁS QUE UN DEPORTE, ES UNA EXCELENTE FORMA PARA RELACIONARSE CON LA NATURALEZA. CON ELLOS SE PUEDEN ALCANZAR ÁREAS DIFÍCILMENTE ASEQUIBLES CON CUALQUIER OTRO TIPO DE EMBARCACIÓN, LO QUE HACE CADA VEZ MÁS FRECUENTE QUE LOS VISITANTES DE ÁREAS NATURALES ACUÁTICAS TOMEN UNO DE ESTOS BOTES PARA EL AVISTAMIENTO DE FAUNA O EL SIMPLE DISFRUTE DEL PAISAJE.**

sin embargo, lo que hace del kayak una práctica perfecta para el ecoturismo es el bajo impacto que tiene sobre el medio ambiente. Enrique Delgado, miembro de Kayak Club Venezuela y practicante de kayak desde hace 6 años, explica que, a diferencia de los botes con motor, el kayak se desplaza más lentamente, por lo que no genera olas grandes y constantes que puedan molestar a los peces y otras formas de vida acuática. "El kayak es lo más amigable que existe en términos de navegación", agrega.

Tampoco hay riesgos de derrame de combustible o de animales atrapados en el motor. Por el contrario, remar lentamente ayuda a que algas y otro tipo de vegetación marina suba a la superficie y facilite la alimentación de los peces más pequeños. "Igual, siempre hay que tener cuidado", advierte Enrique. "De nada sirven estas ventajas si el kayakista vota basura directamente al agua, por ejemplo". El manejo correcto de los desechos y el desplazamiento cuidadoso por áreas frágiles es de vital importancia. El kayakista debe evitar chocar contra bancos de arena o remover fondos marinos o lacustres con su remo, de manera que el desgaste siempre sea mínimo.

En el país, Kayak Club Venezuela es uno de los clubes más importantes de la comunidad kayakista. Se trata de una organización sin fines de lucro que tiene como fin fomentar el intercambio entre los kayakistas venezolanos, incentivar la práctica de este deporte de manera no perjudicial para el ambiente y planificar nuevas rutas. Para ser miembro, no es necesario tener experiencia porque se organizan actividades también para principiantes. Los paseos no tienen costo, pero el participante debe procurarse los equipos y encargarse de cubrir los gastos correspondientes a comida, alojamiento y transporte. "En los paseos, los que tienen experiencia van ayudando a los más novatos", dice Enrique. "Lo más importante es disfrutar y tener la disposición para aprender".

en LA CIÉNAGA LAS ESPECIES MARINAS ESTÁN EN PELIGRO DE EXTINCIÓN

# Tortugas del Henri Pittier tienen quien las defienda

## **Los estudiantes de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Central de Venezuela (Maracay) formaron el grupo Conservación de la Tortuga Marina**

KEUDY DIAZ

Desde La Boca de Ocumare de la Costa se llega a las cristalinas aguas de La Ciénaga, un lugar que posee gran diversidad de formaciones de corales, ostrales y flora acuática marina. También posee el refugio natural para una gran cantidad de aves marinas como son la tortuga verde, la tortuga carey y la laúd o cardón. Actualmente estos animales están en peligro de extinción. La Fundación La Ciénaga formada por el señor Carlos González es una de estas organizaciones que viene como labor educar a los turistas para cuidar y conservar esta especie. Asimismo, se instruye a los propios lancheros que cubren la ruta, ya que de esta manera se enseña a los visitantes a que cuiden la playa a fin de que se pueda seguir manteniendo su belleza natural. Es por ello, que las tortugas tienen quien vele por ellas.

Carlos González es propietario de una vivienda en La Ciénaga. Este operador turístico ocupa una casa que se construyó hace más de 50 años, antes de que el lugar fuera decretado parque nacional. Ofrece diferentes servicios a los turistas, menos hospedaje. Él se ha convertido en un gran compañero de todas aquellas personas que se interesen en estudiar y dar su aporte para conservar esta hermosa playa. La Ciénaga es su casa y su labor cuidar a las tortugas y la vegetación de lo considera su hogar.

Los estudiantes de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Central de Venezuela (Núcleo Maracay) formaron el grupo Conservación de la Tortuga Marina (CTMAR), coordinado por el bachiller Federico Boede y Carlos González, para la protección principalmente de la tortuga carey, una de las especies marinas más hermosas que navegan en nuestros mares. Carlos menciona que "en el estado adulto, son las tortugas marinas con el caparazón más precioso, formado por escudos translúcidos, de coloración variada entre amarillo, ámbar, rojo, marrón y negro", y afirma que es su hermoso caparazón por lo que son perseguidas y asesinadas para hacer bisutería, joyas y armazones de lentes. También son capturadas para aprovechar sus huevos, su carne y su piel. Actualmente el CITES (Convención Internacional sobre el Comercio de Especies Amenazadas de la Fauna y de la Flora) ha catalogado a esta especie en peligro extremo de desaparición y por tal motivo ha prohibido su comercialización. La prohibición mundial del comercio internacional de tortugas marinas ha surtido efecto gradualmente.

La iniciativa de protegerlas surgió luego de un taller dictado en Maracaibo, donde se explicó el peligro que corre esta especie en extinción. Estos muchachos, aparte de informar a los turistas sobre los peligros que corren las tortugas, insisten en la importancia de no contaminar las playas. Además, se meten entre los manglares y sacan las latas y envases plásticos que dejan los temporaditas. "Es muy importante que esos espacios estén limpios porque así se refugian las tortugas y los peces recién nacidos", explica Carlos. Otro de los

**ASPECTOS CONTEMPLADOS POR EL PROYECTO ES LA PROTECCIÓN DE LOS NIDOS DE ESTA TORTUGA, DE MANERA QUE SE GARANTICE LA SUPERVIVENCIA DE SUS CRÍAS**

**CARLOS GONZÁLEZ TAMBIÉN FORMA PARTE DEL PROYECTO MANGLAR QUE, A TRAVÉS DEL MINISTERIO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA Y FUNDA ARAGUA, BUSCA FOMENTAR EL TURISMO RESPONSABLE EN ESTAS ÁREAS DEL PARQUE NACIONAL, PARA EL ESTUDIO Y LA PROTECCIÓN DEL MAR, ESPECÍFICAMENTE DE LOS MANGLES QUE REPRESENTAN LA MAYOR VEGETACIÓN DE LAS COSTAS. ÉSTOS POSEEN UNA GRAN DIVERSIDAD BIOLÓGICA Y EN ELLOS HABITAN LOS PECES, CRUSTÁCEOS Y LOS MOLUSCOS. EL CUIDADO DE LOS MANGLES ES DE SUMA IMPORTANCIA YA QUE ÉSTOS DESEMPEÑAN UNA FUNCIÓN VITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LAS COSTAS Y EL HÁBITAT DE MUCHAS AVES MIGRATORIAS.**

## Las últimas joyas de Ocumare colonial

**A pesar del descuido, el pueblo aún conserva algunas de las muestras más hermosas de la arquitectura de costa aragüeña**

VALENTINA HERNÁNDEZ

**Ocumare de la Costa de Oro fue fundado en 1731 por orden de Lorenzo Martínez Madrid y desde entonces fue un pueblo destinado a la siembra del cacao y a la pesca, con la arquitectura tradicional típica de las costas húmedas venezolanas. Conforme el pueblo fue creciendo y el turismo fue llegando, se fueron construyendo viviendas cada vez más modernas y dispares, lejos de mantener aquellas que hubiesen encantado a los viajeros.**

**Pero en torno a la Plaza Bolívar aún pueden encontrarse los últimos vestigios del pasado colonial del pueblo. El turista curioso aún puede apreciar estas joyas escondidas.**

**La desidia y la indiferencia corroen lentamente el patrimonio arquitectónico de Ocumare.**

**A pesar del descuido, aún puede apreciarse el gracioso colorido caribeño de las casas junto a la Plaza Bolívar.**

**Décadas atrás la luz eléctrica sustituyó al gas, pero las lámparas aún conservan el estilo de los faroles coloniales.**

**Ventanas altas con portones de madera y rejas de hierro forjado.**

La Alcaldía, sin duda, es el edificio mejor preservado. Su fachada mezcla la arquitectura colonial con tendencias más modernas, evidenciadas por las coloridas figuras geométricas de sus muros

Detalle del enrejado de las ventanas de la Alcaldía. Las curvas y las flores diferencian sus ventanales de los de las demás casas del pueblo.

Relieve en la fachada de la Alcaldía.

La bella Iglesia de San Sebastián de Ocumare, construida en 1771, escapa al paso del tiempo. Su alta fachada coronada por un simple pero hermoso xarneruelo (siluetas en la parte superior de la fachada) es lo primero que captura la atención del turista. El interior actualmente está siendo restaurado.

La vieja campana llama a los pobladores a misa.

La Posada María Luisa funciona en una casona colonial que data de 1874. En su restaurante o sus habitaciones el visitante puede entrar en contacto directo con esta clase de arquitectura.

## Tips para ser un turista responsable

### Algunas ideas para asegurarte de que tu estadía sólo tenga un impacto positivo

VALENTINA HERNÁNDEZ

En ocasiones, el turismo, lejos de preservar los atractivos que lo hacen posible, afecta y deteriora el patrimonio cultural y natural de los destinos visitados. En las manos de los mismos viajeros está la posibilidad de evitar esto. Francisco Zamorano, especialista en turismo, en su libro "Turismo Alternativo" elabora un código de conducta para los visitantes preocupados por el ambiente y el bienestar de las comunidades receptoras. Éstos son algunos de los puntos más importantes:

- No tomes más que fotografías del entorno natural que visitas. Al tomar plantas o animales socavas el acervo del lugar.
- No dejes ni tu rastro. Introducir agentes extraños en el entorno afecta el balance del ecosistema.

- ~ **Recoge siempre tu basura.**
- ~ **Infórmate acerca de la geografía y las costumbres de la comunidad del parque al que vas.**
- ~ **Habla con los pobladores locales. Conocerlos es la mejor manera de conocer el lugar.**
- ~ **Respetar las costumbres y la vida privada de los lugareños.**
- ~ **No compres, dañes o te lleves especies amenazadas o en peligro de extinción.**
- ~ **Sigue los senderos establecidos. No abras nuevos caminos. Puedes perjudicar gravemente el paisaje de áreas frágiles.**
- ~ **Camina siempre que puedas: es mucho más favorable para el ambiente.**
- ~ **Hospédate y come en posadas y restaurantes que empleen mano de obra local, colaboren con el ambiente o generen pocos desechos.**
- ~ **Utiliza con mesura el agua y la luz.**
- ~ **Compra cosas autóctonas. Así favoreces a la economía del sitio.**

**Con esto, Zamorano evidencia que sin mucho esfuerzo o sacrificio, cualquiera puede hacer que sus viajes sean beneficiosos tanto para sí mismos como para la localidad que visita.**