

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA



*Propuesta: Un modelo de espacios de lectura en
posadas turísticas venezolanas*

*Trabajo Especial de Grado presentado como requisito parcial para optar al
Título de Licenciada en Bibliotecología*

Realizado por:

Thompson L, Ivonne

15.911.931

Tutor: Prof. Julio Ramos

Caracas, mayo de 2007

THOMPSON L, Ivonne.

Propuesta: Un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas / Ivonne Thompson; tutor: Julio Ramos. -- Caracas, 2007.
56 h. : il. ; 24 cm.

Tesis de Grado (Lic. En Bibliotecología) - Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Bibliotecología y Archivología, Caracas, 2005.

1. Lectura - Espacios 2. Turismo 3. Posadas 4. Posadas - Choroni.
I Propuesta para la creación de un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas. II. Julio Ramos

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA**



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado, presentado por la ciudadana **Ivonne Thompson** para optar al Grado de Licenciada en Bibliotecología, cuyo título definitivo es: *“Propuesta: Un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas”*, considero que dicho Trabajo de Grado reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Caracas, a los **15** días de **mayo** del año **dos mil siete**

Julio Ramos
C.I. 3022017

DEDICATORIA

*A Dios por estar siempre a mi lado y por hacerme disfrutar
el camino que recorro.*

*A mi mamá quien además de haberme traído a esta vida ha sabido darme las
herramientas para ser la persona que ahora soy.*

A mi Papá quien desde el cielo debe estar sonriente y orgulloso.

A mi Hermana querida, mi niñita, mi chiquita.

*A mi Abuela Juana y a mi tía Mariela que son mi hogar, mis compañeras y mucho
más.*

A mis Abuelos los que ya no están, ¡esto también es para ustedes!

A mi Ana por ser tan Especial

AGRADECIMIENTOS

Al Prof. Julio Ramos por ser amigo y profesor al mismo tiempo, por toda su dedicación en cada momento y por ser uno de los mayores partícipes de este logro.

A la Prof. Elsi Jiménez por orientarme y por estar siempre dispuesta a brindarme su apoyo.

A la Sra. Evelyn Zurita por la colaboración brindada durante la realización del trabajo campo.

A mi Tía Mariela y a mi Abuela Juana por estar conmigo desde el comienzo, por ser como son, por su ayuda, por dejarme forma parte su hogar ¡Por todo! Me faltará tiempo para agradecerles, así como también me faltarán líneas. ¡Muchísimas gracias a las dos!

A mi Tío Chema por estar siempre pendiente, por su apoyo, por ayudarme y por ser como un Papá.

A mi Tío Luís por extenderme la mano y ser mi pana!

A Toda mi Familia por estar siempre a mi lado y por incentivar me cada vez más a cumplir con mis metas. ¡Miles de Gracias!

A **Candy** por ofrecerme su tiempo, su ayuda, por leer y releer y por estar allí. ¡Gracias Muchacha!

A **Sus** mi amiga y hermana por acompañarme en cada momento, por desvelarse conmigo, por estar allí siempre. Muchas gracias amita... y que éste agradecimiento se extienda a toda su familia.

A **May** mi amigo y hermano por estar siempre pendiente y por haberme divertido en cada momento. ¡Gracias Apito!

A **Nieves** por empujarme cada día a culminar, por comprenderme, atenderme y por el simple hecho de ser mi amiga.

A mi **Marte** por hacerme ver esto como un simple formulario y por su constante estímulo.

A **Medio** por ser mi medio, pero por ser más que medio.

A la tía **Maribela** y al **Sr. Rafael** por su amistad y por permitirme usar cada recurso del **CDC**.

...Y a todos los que acá no aparecen, pero que a distancia estuvieron conmigo ¡Muchas gracias también!

CONTENIDO

	Pág.
<i>Dedicatoria.....</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimientos.....</i>	<i>iii</i>
<i>Contenido.....</i>	<i>v</i>
<i>Lista de gráficos.....</i>	<i>vii</i>
<i>Resumen.....</i>	<i>ix</i>
INTRODUCCIÓN.....	2
<u>CAPÍTULO I El problema</u>	
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2 Objetivos de la investigación.....	6
1.3 Importancia de la investigación (Justificación).....	7
1.4 Limitaciones de la Investigación.....	7
<u>CAPÍTULO II Posadas, turismo y lectura</u>	
2.1 De la relación de las posadas y la lectura.....	9
2.2. De las posadas y su evolución.....	9
2.3. Del turismo.....	12
2.3.1 <i>Del turismo de información.....</i>	<i>12</i>
2.4. De la lectura.....	14
2.4.1 <i>De las funciones de la lectura.....</i>	<i>15</i>
<u>CAPÍTULO III Marco metodológico</u>	
3.1 Población y muestra.....	19
3.2 Diseño y tipo de investigación.....	19

3.3 Técnicas de recolección de datos.....	19
3.4 Instrumento.....	20
3.5 Técnicas de análisis.....	20

CAPÍTULO IV Análisis de resultados

4.1 Descripción y análisis de resultados de las entrevistas aplicadas a la muestra.....	21
4.2 Registros anecdóticos.....	41
4.3 Observación.....	42

CAPÍTULO V Modelo de espacios de lectura para posadas turísticas venezolanas

5.1 Introducción del modelo.....	44
5.2 Objetivos del modelo.....	46
5.3 Elementos componentes de los espacios de lectura.....	46
5.3.1 Materiales de lectura.....	46
5.3.2 Orientadores del espacio de lectura.....	47
5.3.3 Ubicación del espacio de lectura.....	48
5.3.4 Atención al huésped lector.....	48
5.3.5 Huésped lector.....	49
5.8 Encuentros.....	50

CONCLUSIONES.....	52
--------------------------	-----------

RECOMENDACIONES.....	54
-----------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA.....	55
--------------------------	-----------

Anexos.....	56
--------------------	-----------

LISTA DE GRÁFICOS

	<i>Pág.</i>
Gráfico 1. Ocupación de los entrevistados dentro de la posada.....	21
Gráfico 2. Edad de los entrevistados.....	22
Gráfico 3. Sexo de los entrevistados.....	22
Gráfico 4. Grado de instrucción de los entrevistados.....	23
Gráfico 5. Servicios que se ofrecen dentro de las posadas.....	24
Gráfico 6. ¿Le gusta lectura?.....	25
Gráfico 7. ¿Posee material de lectura para sus huéspedes dentro de la posada?.....	25
Gráfico 8. ¿Utilizan los huéspedes el material de lectura?.....	26
Gráfico 9. ¿Con qué frecuencia utilizan los huéspedes los materiales de lectura?.....	27
Gráfico 10. ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?.....	28
Gráfico 11. Según el sexo ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?.....	28
Gráfico 12. Según la edad ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?.....	29
Gráfico 13. ¿Qué tipo de material ofrece a sus huéspedes?.....	29
Gráfico 14. Idioma en que son presentados los materiales de lectura.....	30
Gráfico 15. ¿Los materiales de lectura que ofrece pertenecen a su propia colección o los obtuvo por otros medios? De ser así diga ¿Cuáles?.....	31
Gráfico 16. ¿Seleccionó el material de lectura que ofrece en la posada? ¿De qué modo?.....	32
Gráfico 17. ¿Ha observado algún huésped con material de lectura dentro de la posada.....	33
Gráfico 18. ¿Considera la lectura como una forma de recreación?.....	34
Gráfico 19. Si le ofrecieran incluir un espacio de lectura en la posada ¿Qué diría?.....	34

Gráfico 20. ¿Por qué incluiría un espacio de lectura dentro de la posada?.....	35
Gráfico 21. ¿Ofrecería el espacio de lectura como un servicio adicional de la posada?.....	37
Gráfico 22. ¿Por qué ofrecería los espacios de lectura como un servicio dentro de la posada?.....	38
Gráfico 23. ¿Estaría de acuerdo en recibir orientación para el manejo de los espacios de lectura dentro de la posada?.....	39
Gráfico 24. ¿Por qué recibiría orientación para el manejo de los espacios de lectura?.....	40

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVOLOGÍA

Propuesta para la Creación de un Modelo de Espacios de Lectura en
Posadas Turísticas Venezolanas

Autor: Ivonne Thompson

Tutor: Julio Ramos.

Año: 2007.

RESUMEN

El trabajo a presentar muestra una propuesta para la creación de un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas. Éste modelo tiene como objetivos ofertar materiales de lectura dentro de las posadas e incentivar la lectura en el lugar donde se encuentren los espacios. Para la concepción del modelo se realizó un estudio previo en Pto. Colombia- Choroní – estado Aragua que permitiera identificar la existencia de posadas que ofrecieran materiales de lectura y además ver su comportamiento e interés en cuanto a la lectura se refiere.

Descriptores: Lectura, Espacios de lectura, Turismo, Posadas, Choroní.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el Gobierno se ha propuesto diferentes opciones para promover e impulsar la educación en el país, y la lectura es parte fundamental de ésta, por lo que la propuesta de actividades que incentiven a la misma fungen como apoyo a los planes gubernamentales. El turismo también se ha convertido en una prioridad para el Estado, y engranarlo con la lectura podría ser ventajoso para ambas ramas. Según Rafael Torres, presidente de INATUR “se adelanta un plan nacional de capacitación dirigido a los actores de cara al cliente, donde se ofrece instrucción sobre diferentes tópicos, que van desde la apariencia personal hasta la manipulación de alimentos, al taxista, al lanchero... a la vendedora de empanadas”. (Ministerio de comunicación e Información [MINCI]. Disponible en <http://www.mci.gob.ve/reportajes1.asp?id=86>). En éste sentido sería entonces posible incluir también la orientación y motivación de los posaderos para el ofrecimiento de un servicio adicional y opcional para el cliente, un espacio de lectura que brinde información de interés y recreativa.

Pero no sólo el Estado debe estar involucrado, el sector privado también debe formar parte de ello. Numerosas son las empresas dentro del país con responsabilidad social dirigidas a diferentes sectores; algunas como las editoriales, los diarios, los periódicos que poseen vínculos estrechos con los lectores y que además tienen los medios para hacer llegar la lectura disponen de actividades, estrategias y programas para el impulso de la misma. Pero esto no sólo es trabajo de uno, la lectura debe ser responsabilidad de todos los sectores y de la ciudadanía en general.

Un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas figuraría como un valor agregado para éstas y permitiría a los huéspedes de las mismas tener la opción de acercarse a la lectura, y quizás hasta de conocer o descubrir a través de la misma, información que no tenían a su alcance. De éste modo se estaría acercando la lectura a la gente, pero para hacerlo sería de suma

importancia la participación y el apoyo del sector público y privado, iniciando con la valoración y sensibilización ante la importancia que amerita la lectura.

El Estado tiene herramientas que permiten la aplicación del modelo, así como también la Red de Bibliotecas Públicas y las editoriales que funcionan en el país para ser partícipes y actores de esta propuesta.

Del Estado es vital el apoyo financiero y estratégico para que pueda ser viable de la mejor manera el modelo de espacios de lectura, las editoriales indiscutiblemente servirían de apoyo en cuanto a los materiales a disponer dentro de los espacios de lectura en conjunto con la Red de Bibliotecas Públicas, las cuales serían de gran ayuda en cuanto al funcionamiento de los espacios y en lo que a ellos respecta.

Éstos espacios de lectura no se proponen con la intención de crear rigidez, por el contrario se proponen como un espacio libre, en el que quien desee usarlo pueda hacerlo. La intención no es obligar al huésped a leer mientras dure su estadía en una posada, o utilizar un mapa referencial que le indique una ruta o conocer la cultura de la zona a través de una publicación local; pues es información que puede conseguir por sus propios medios. El punto es ofertar lectura y que cuando el huésped quiera comprar esa oferta realmente lo pueda hacer, bien sea para relajarse, entretenerse o hacer de los espacios de lectura su lugar ideal.

A continuación se presentan los diferentes capítulos componentes de la propuesta para la creación de un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas.

Capítulo I: Expone el planteamiento del problema de la investigación, que más que como problema es planteado como una necesidad sentida de parte de las posadas, además de presentar la importancia de la creación del modelo.

Capítulo II: Muestra la evolución de las posadas y sus conceptos, además de algunas especificaciones de las mismas. También aborda el turismo y como se presentan sus variantes de información y habla sobre la lectura y sus funciones.

Capítulo III: Conformado por el marco metodológico. En éste capítulo se presenta el número de la muestra que equivale a 25 posadas, de un universo de 350 posadas registradas según datos oficiales en todo el país. La muestra elegida se ubica en Pto Colombia – Choróní, estado Aragua. La investigación es de tipo exploratoria, de nivel descriptivo y serán usados la observación, los registros anecdóticos y las entrevistas para los diagnósticos previos a la realización del modelo.

Capítulo IV: Muestra los resultados de la investigación con el apoyo de gráficos.

Capítulo V: Contiene el modelo de espacios de lectura y los objetivos que se pretenden alcanzar con el mismo.

Finalmente están las conclusiones y recomendaciones alcanzadas luego de la ejecución y análisis de los resultados obtenidos.

CAPITULO I

PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La propuesta de espacios de lectura va dirigida a posadas turísticas venezolanas, pues se ha observado que ya algunas de ellas ofrecen como servicio presencia de lectura, lo cual permite plantear la necesidad de presentar un modelo que ayude, facilite y oriente el uso estos espacios y que a su vez den paso a la creación de otros nuevos.

Las posadas funcionan como lugares de esparcimiento, disfrute y tranquilidad recreacional; con servicios de hospedaje, comida y algunos otros, pero con la mayor intención de brindar a quienes decidan quedarse un ambiente acogedor que le haga sentir como en casa. En distintas regiones del país se pudo observar por experiencia propia posadas con estanterías cubiertas de libros colocadas a la suerte, lo que conlleva a preguntarse el motivo y la intención de esas estanterías y si realmente hay alguno, por ello se tomará una muestra que permita realizar un diagnóstico para clarificar el por qué de las mismas y a su vez para determinar si hay una necesidad presente de lectura de parte de los posaderos o de parte de los huéspedes o inclusive de ambos, e identificar que factores han influido o influyen para la inclusión de material de lectura dentro de las posadas

Los motivos por el que éstas posadas hayan adoptado esta modalidad deben responder a una necesidad presentada tanto por los huéspedes como por los posaderos debido a la coincidencia; de modo que si ya existe la intención, ¿por qué no hacer de esa estantería con libros un espacio de lectura? y ¿por qué no presentar esos espacios como un servicio que dé valor agregado a lo que ya la posada ofrece?.

No todo el que visita una posada va con la intención de buscar o de encontrar materiales de lectura en la misma, pero presentarlo como un servicio despierta curiosidad, y mucho más si se sabe que hay información que pueda ser de interés o utilidad. Llamarlo espacio de lectura es sólo un nombre, pues lo ideal radica en que el huésped cree su propio espacio y que tenga la libertad de escoger lo que prefiera, como lo prefiera y donde lo prefiera; por lo que el espacio

puede ser cualquiera. Lo que es necesario es definir y establecer la concepción de los mismos para que puedan ser llevados de forma idónea y para que se les pueda dar la utilidad necesaria a través de la lectura.

El crear un modelo de espacios de lectura le daría a las posadas y a sus dueños la orientación de cómo utilizar estos espacios, cómo ofrecer el servicio, además de motivarlos para que sirvan de promotores de estos espacios dentro de sus propias posadas. Los resultados que podrían obtenerse serían muchos, pues los posaderos estarían fungiendo como promotores de lectura, al mismo tiempo que las posadas; éstas a su vez estarían promocionándose a sí mismas, a su zona, a su región a su estado y servirían de impulso para las posadas que carezcan de estos ambientes.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

- Diseñar un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas que conviertan esta iniciativa en un servicio dentro de las posadas en Venezuela.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la factibilidad de la inclusión de Espacios de Lectura en las posadas turísticas, tomando como muestra las presentes en Puerto Colombia, Choroní, Estado Aragua.
- Identificar las necesidades de lectura en las posadas turísticas a modo de guiar los materiales que conformarán los espacios de lectura.
- Definir los elementos a componer los espacios de lectura dentro de las posadas turísticas.

1.3 Importancia de la investigación

La lectura juega un papel sumamente importante y la proposición de un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas estaría incentivando, estimulando, promoviendo y promocionando a la misma, permitiría a los posaderos ofrecer un servicio adicional y se estarían a su vez de manera espontánea fusionando dos áreas, el turismo y la lectura.

Es mucho lo que puede venderse a través de la lectura, y también lo que puede vender un país a nivel turístico, por lo que éste modelo funcionaría como un intercambio en el que ambas partes obtendrían beneficios, pues quienes visiten las posadas tendrían material de lectura a su alcance, lo cual expone a la posada como promotora de lectura y turísticamente a través de los materiales de lectura es posible resaltar los atractivos de la zona en la cual la posada se encuentre.

Éste modelo daría a conocer opciones de funcionamiento para esos espacios ya conformados y se presentaría como una viable alternativa para quienes no lo posean, fijando así una orientación que conlleve al logro de un objetivo estandarizado, promover la lectura, y no promoverla como una imposición, sino lograr que ésta se de cómo un acto natural.

1.4 Limitaciones de la investigación

Recolectar información referente al tema de investigación costó un poco, pues no se encontraron propuestas similares que apoyaran la investigación, además que las posadas en Venezuela han ido tomado auge en los últimos años por lo que la literatura en esa área también resultó escasa, y gran parte de la información obtenida es información extraída de internet y de vivencias y anécdotas recolectadas.

Otra limitación fue que ésta es una investigación que genera costos y debido a la necesidad del traslado para realizar el diagnóstico, lo cual implicó días de estadía dentro de la

zona para poder medir el comportamiento de las posadas con respecto a la lectura y por ello se redujo la muestra a un solo lugar.

CAPÍTULO II

POSADAS, TURISMO Y LECTURA

2.1 De la relación entre las posadas y la lectura

Según observación realizada a algunas posadas de manera aleatoria fue encontrado que algunas de ellas tenían en sus espacios comunes estantes con libros, sin ninguna definición, sin ningún anuncio informativo para su uso, pero que podían ser tomados libremente. Los títulos correspondían a literatura general e incluso había publicaciones en otros idiomas como inglés, francés y otros. Algunos huéspedes de la posada fueron vistos revisando los textos que allí se encontraban y ubicándose en unas mesas cercanas para leer el material de allí extraído; esta posada recibe el nombre de Hostal Colonial y se encuentra ubicada en Puerto Colombia – Choróní.

Las búsquedas realizadas también definieron posadas que ofrecen entre sus servicios espacios de lectura o salas de lectura a sus huéspedes, tales son los casos de la Posada La Lagunita ubicada en el Estado Mérida, Windsurf Adicora en la Península de Paraguaná en el Estado Falcón, posada Oasis de Coche en la Isla de Coche Estado Nueva Esparta, posada El Balcón de Yaracuy en el Estado Yaracuy y la Posada la Nena en el Estado Sucre la cual no sólo ofrece Sala de Lectura sino que además agrega dentro de sus servicios biblioteca.

La notoriedad de que son varias ya las posadas que tienen a su disposición un espacio para la lectura es un punto de partida importante para recrear entonces un modelo que sirva de guía a éstas, pero también es importante acotar que todas las posadas mencionadas pertenecen a distintos lugares de la geografía venezolana, por lo que de algún modo u otro o existe una necesidad o ha sido provechoso para quienes han decidido dedicarle un espacio a la lectura.

2.2 De las Posadas y su evolución

El informe de Normas de las Posadas del Ministerio de Turismo de Venezuela dice lo siguiente: “La historia de las Posadas es muy antigua y universal; es posible que sea el origen de los actuales Hoteles. Por los viejos caminos de España, Inglaterra y Francia, en la época de “Capa

y Espada” los carruajes y los jinetes encontraban en las POSADAS, MESONES Y HOSTERIAS refugio seguro y alimentos” (MINTUR. Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/portal//images/stories/factibilidad/normaposadas.pdf#search=%22posada%20%2B%20conceptos%22>)

Según Elizabeth Kline “El concepto de posada turística como tal data de los últimos 5 a 7 años; al principio la imagen fue muy negativa, es decir, la de un sitio para los pobres, que la gente ni siquiera llegaba a considerarlo como opción”. Pero también agrega que aunque el venezolano no está muy acostumbrado a las posadas el trato personalizado, el contacto con la gente del pueblo y los paquetes que se están ofreciendo, aumentan el número de adeptos a estas alternativas. (Kline, Elizabeth. Disponible en: <http://www.producto.com.ve/191/notas/kline.html>).

Las posadas han ido evolucionando y sus conceptos han variado, su concepción antes era de albergue, ahora incluso hasta tienen denominaciones como los hoteles (una (1) estrella, dos (2) estrellas y tres (3) estrellas), lo cual implica como han ido creciendo con el transcurrir del tiempo. Aquí algunas definiciones de posada: (MINTUR. Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/portal//images/stories/factibilidad/normaposadas.pdf#search=%22posada%20%2B%20conceptos%22>)

“El concepto de Posada es ancestral, puede conseguirse en los más remotos escritos históricos, estos pequeños lugares daban cobijo a los viajeros, donde una cama bien hecha y una cena caliente confortaba el cuerpo y el alma de los andantes.

Las posadas evolucionaron hasta el concepto que se maneja en la actualidad, en el cual, pueden contener varias docenas de habitaciones, piscinas, salas de juego, restaurantes y un sin fin de servicios más. Pero aun conserva el concepto de atención personalizada” (Disponible en: <http://www.playasvenezuela.com.ve/esp/posadas.php>)

Como puede verse las posadas actualmente ofertan distintos servicios a sus huéspedes y ya más que un albergue se presentan como lugares que ofrecen confort a quienes en ellas decidan quedarse, además presentan una característica de suma importancia y es que en la mayoría de los

casos éstas son atendidas por sus propios dueños lo cual ofrece a quienes en ellas se hospeden esa sensación de hogar, un trato con mayor calidez.

Según el Diccionario de la Lengua Española (2003) una posada es un lugar donde por precio se hospedan o albergan personas, en especial arrieros, viajeros, campesinos, etc. Este concepto adaptado a la realidad actual de las posadas sólo incluiría el hospedaje de viajeros de manera acentuada e incluiría entonces vacacionistas, temporadistas o simplemente se referiría al hospedaje de personas.

“Las posadas generalmente están ubicadas alrededor de excelentes escenarios geográficos o en estructuras coloniales, las cuales tienen una historia y cultura que contar, además que para estas el elemento económico no es su prioridad.

Las posadas turísticas fueron una de las primeras estructuras de alojamiento siglos atrás, es decir, forman parte de la historia de la Industria hotelera, y cabe destacar que estas estructuras todavía continúan operando en muchas partes del mundo”. (Disponible en: <http://www.cantv.net/viajes/resena.asp?id=103309&cat=3&Fresena=TRUE>)

Las posadas trascienden ya de lo que alguna vez fueron, pues culturalmente sirven de aporte a ese espacio geográfico en el cual se encuentran, son estructuras sencillas, acogedoras, pero con mucho que brindar y que aunque no puede ser comparada con un hotel es capaz de ofrecer servicios y de tener características que sin duda alguna un hotel no tiene.

El Ministerio de Turismo tiene unas especificaciones básicas de lo que debe tener una posada en nuestro país, de ella se hará referencia en lo que a la propuesta respecta. Uno de los objetivos de la normativa dispuesta por MINTUR es “la capacitación en diferentes artes y oficios de la mano de obra ociosa”. Este objetivo es capaz de cubrir la formación de los posaderos en cuanto al área de lectura se refiere al definirse como un servicio más dentro de las posadas debido a la amplitud que el mismo presenta.

MINTUR clasifica las posadas según los servicios que ellas presten, una (1) estrella, dos (2) estrellas, tres (3) estrellas; en cada una de éstas denominaciones hay un espacio para los servicios complementarios que las posadas puedan ofrecer y que van a depender de la clasificación que tengan. Las posadas tres (3) estrellas definen en un punto que debe haber un “local comercial, destinado a la venta de artesanía típica de la región” y es un espacio con éstas características y otras adicionales ya referidas directamente a la lectura donde se pretenden recrear los espacios. Las posadas dos (2) estrellas y una (1) estrella no disponen del servicio anteriormente mencionado, pero esto no limita la propuesta de los espacios de lectura, pues ella va dirigida a las posadas en general; lo que se quiere de estos espacios va más allá de las estrellas que pueda tener una posada o no y se centra en la oferta de lectura a través de éstos lugares.

2.3 Del Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Disponible en: http://www.unwto.org/index_s.php).

Dentro del marco de turismo se hará una reseña sobre la información turística, la cual es la información o servicio que reciben los turistas o personas al llegar a un nuevo destino.

2.3.1 Del Turismo de información

La información turística según la OMT se resume como el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional a través de Oficinas de Información Turística (OIT), informadores turísticos, guías, intérpretes o acompañantes de grupo, esto con el apoyo de organismos públicos e instituciones que tienen como misión orientar, informar y facilitar al turista información gratuita.

Dándole continuidad a lo que expresa el párrafo anterior se podría agregar a los posaderos como informadores turísticos, pues ellos dentro de sus posadas también son dadores de información y funcionan como personas fuentes, además de cumplir en ocasiones como guías y hasta como intérpretes turísticos, para así abarcar la mayor cantidad de servicios que complazca a los turistas.

A continuación se resumen los tipos de información que brindan las OIT (OMT), las cuales guardan estrecha relación con la propuesta:

- Recursos y actividades culturales de monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.
- Información y orientación sobre actividades turísticas culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- Información y orientación sobre oferta turística, servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos)
- Facilitar material de propaganda o informativo: Folletos, carteles, guías, mapas y planos.

Los posaderos deben tener el conocimiento de toda la información que se maneje y que sea de utilidad para sus huéspedes en el radio en el cual opere su posada, y si es posible en un radio mayor. Los tres (3) primeros puntos sobre la información que brindan las OIT son informaciones que los posaderos manejan sin ser una de ellas debido a la necesidad de ofrecer un mejor servicio en el espacio en el que funcionan.

En cuanto al facilitar material o propaganda, eso es un poco de lo que se pretende dentro de la creación del modelo de espacio de lecturas, que los huéspedes puedan tener a su alcance éste tipo de materiales que generan tanta utilidad.

Los objetivos de éstas Oficina de Información Turística van ligadas al préstamo de un servicio público que mejore la calidad del destino turístico y de la zona, que haga fácil la estancia de los turistas para así aumentar la llegada de nuevos visitantes.

Como pudo verse los servicios de estas oficinas de información están estrechamente ligadas a las operaciones de las posadas y de los posaderos quienes en definitiva no funcionan como un organismo, pero de igual modo son facilitadores de información.

2.4 De la Lectura

La lectura es un acto de comunicación en el que el lector reconstruye el sentido del texto a partir de sus propios conocimientos y experiencias (Arenzana, 1995, p.13). Arenzana también expresa que “la lectura puede funcionar como un instrumento en la búsqueda de información; para conocer un dato especial; entender la forma en que funciona un sistema, aparato, etc., o la manera de elaborar un objeto, saber de algún lugar, personaje o etapa histórica, etc”.

La lectura siempre va a depender de los intereses del lector, pues es él quien decide y elige que tipo de lectura quiere realizar, ante esto Peña (2003) dice que a experiencia de la lectura no se puede controlar mediante ninguna técnica, mucho menos intentar reducir su pluralidad, prevenir lo que tiene de incierto o conducirla hacia un fin preestablecido.

Por ello Peña dice que hay que dejar leer a las personas, que no es tan sencillo como parece, y por eso da una serie de opciones para dejar leer; como no hacer leer por obligación, respetar las opciones que hacen los lectores, no interferir en el encuentro del lector con el libro, mediante técnicas o modelos pedagógicos y dar libertad para que los lectores escojan sus propios tiempos y espacios para leer: la biblioteca, la escuela, el taller de promoción de lectura, pero también el metro, el café, el parque o la cocina.

El acto de leer entonces es un acto muy íntimo, muy del lector y de cómo éste la quiera realizar, en el cual éste puede ser influenciado por los factores de su entorno, pero que al final siempre va a resultar por la libre elección si mismo.

2.4.1 De las funciones de la lectura

La lectura tiene sus funciones de ser por si misma y de acuerdo a las necesidades del lector. Arenzana dice que como muchas prácticas es polifacética, pero que aunque siempre tenga un carácter informativo, ésta se divide en dos (2) dimensiones, informar y recrear.

Las personas se acercan a la lectura en función de sus intereses y necesidades específicas, pero Arenzana hace una clasificación de las motivaciones que acercan la gente a la lectura:

- Necesidad de conocimiento, cambio o superación y con respecto a esto la lectura cumple con las siguientes funciones:
 - Cognoscitivas: Para satisfacer las necesidades de información de distinta índole y desarrollar el lenguaje y las operaciones mentales, además de estimular el espíritu científico y analítico permitiendo así la creación de analogías y comparaciones que permitan emitir juicios críticos.
 - Instrumental: Sirve como herramienta de aprendizaje para obtener información específica sobre un tema y para seguir instrucciones que indiquen la forma de actuar o de realizar algo.

Cuando la autora se refiere a este tipo de funciones hay una expresión más informativa de la lectura, de allí su nombre de necesidad de conocimiento. A continuación lo que permite la motivación por éste tipo de lectura:

- la introducción al conocimiento físico, geográfico y social, así como la comprensión de diferentes valores, actitudes y comportamientos del ser humano, lo cual facilita la relación y comunicación con los congéneres.
- Conocer y asimilar creencias y acciones de diferentes culturas o grupos sociales.
- Comprender el lenguaje, las tradiciones y costumbres de una comunidad para poder ser participe de ella.

La autora también expone los tipos de materiales de lectura que se relacionan con ésta clasificación:

- Textos que ofrecen indicaciones o proporcionan orientación como manuales, recetarios, instructivos, etc.
- Textos que establecen reglas y advertencias como los letreros de tránsito.
- Textos que permiten la transmisión del patrimonio cultural, la adquisición de nuevos conocimientos como periódicos, libros de texto, obras informativas, históricas, etc.

Otra de las motivaciones que Arenzana para el acercamiento a la lectura es:

- Necesidad de seguridad e identificación. La cual se divide en las siguientes funciones:
 - Función afectiva: A través de la identificación de situaciones y personajes ayuda a resolver conflictos y a satisfacer necesidades de tipo emocional.

- Función de socialización: Permite el conocimiento de las raíces culturales de los pueblos, participa en forma importante en la formación de identidad y facilita la comunicación y las relaciones humanas.
- Función de sensibilización: por la multiplicidad de temas y tratamientos que ofrece la lectura, otorga elementos para apreciar las diferentes manifestaciones del arte y sensibilizar las cosas que como ser humano rodean al lector.

Los materiales que tiene relación con la necesidad de seguridad e identificación son:

- Textos que permiten la representación de acciones o situaciones como obras de teatro, guiones, entre otros.
- Textos de diferentes géneros como novelas, cuentos y poesías.
- Textos que aportan conocimientos, formas de vida y valores de diferentes culturas.

La última motivación que expresa la autora de porque las personas se acercan a la lectura es la siguiente:

- Necesidad de esparcimiento y recreación. La cual abarca la función de:
 - Función de evasión y recreación la cual representa la posibilidad de hacer placentero el tiempo libre y también despierta y estimula la imaginación.

Y expone que los tipos de texto en esta clasificación son:

- Los que producen emociones en el lector.

La clasificación de Arenzana permite tener mayor claridad acerca de las necesidades de los lectores, las funciones de su tipo de lectura y la clase de materiales de lectura de acuerdo a esas necesidades.

El modelo de espacios de lectura en posadas turísticas logra reflejarse en esta clasificación de acuerdo a todas las necesidades de los lectores, y aunque la propuesta no se afiance en una gran cantidad de materiales de lectura debido a que se apuesta por algo pequeño tiene un buen alcance de lo que Arenzana expone.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Población y muestra

La muestra fue seleccionada de manera intencional ya que se tienen registros de presencia de lectura en algunas de las posadas existentes en la zona y además por la gran concentración de posadas que se albergan en la misma.

De 350 posadas registradas en el ministerio de Turismo, se tomarán para el estudio las posadas ubicadas en la Parroquia Choróní del Municipio Girardot del Estado Aragua. El número de posadas registradas oficialmente por MINTUR Ministerio de Turismo y el INE Instituto Nacional de Estadísticas es de 25, a las cuales se les aplicará el instrumento.

3.2 Diseño de la investigación

Debido a la concepción de la investigación ésta se define de tipo exploratoria, nivel descriptivo. Exploratoria por la innovación que genera la propuesta de la creación de un modelo para espacios de lectura en posadas turísticas en Venezuela, ya que no existen estudios y propuestas previas referentes al tema, y descriptiva porque a través del diagnóstico serán descritos los eventos que la misma genere y lo que incluya el modelo de espacios de lectura en general.

3.3 Técnicas de recolección de datos

En éste proyecto de investigación se aplicará la observación y los “registros anecdóticos” (Hurtado, 2000, p.340) o basados en experiencias, es decir acercarse al contexto tanto de posaderos como de sus huéspedes permitirán determinar sus necesidades y en base a ello establecer una propuesta que beneficie a ambos.

Por su parte las entrevistas serán aplicadas a los dueños de las posadas que presenten o no presencia de lectura dentro de las posadas a modo de identificar los factores que han llevado a

ofrecer este servicio a quienes lo poseen, y a quienes no poder determinar el nivel de interés ante la propuesta de los espacios de lectura.

3.4 Instrumento

La observación será realizada durante el trabajo de campo y en contacto directo con la muestra para determinar el comportamiento en cuanto a la lectura de posaderos y huéspedes.

Los registros anecdóticos se basarán en testimonios que permitan registrar experiencias de los posaderos con respecto a la lectura.

La entrevista es de tipo estructurada aunque puede tener variantes dependiendo de la evolución que tenga mientras se aplique al entrevistado. Éstas van dirigidas a los dueños y encargados de las posadas para determinar si existe presencia de lectura dentro de las mismas, el tratamiento que le dan a ésta y la importancia que puede generar la creación de un modelo de espacios de lectura en posadas turísticas.

3.5 Técnicas de análisis

La observación será analizada a través de la descripción de eventos como apoyo al resto de los instrumentos.

El análisis de los registros anecdóticos al igual que la observación será descrito como complemento de la guía de entrevista a aplicar.

Las entrevistas se analizarán enlazando la información a través de cuadros y gráficos que permitan comparar, medir y justificar los objetivos de la propuesta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DIAGNOSTICO
APLICADO A LAS POSADAS DE LA POBLACIÓN DE PTO
COLOMBIA - CHORONÍ - EDO ARAGUA.

4.1 Descripción y análisis de los resultados de las entrevistas

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a la muestra junto con sus respectivos análisis.

Ocupación de los entrevistados en la Posada

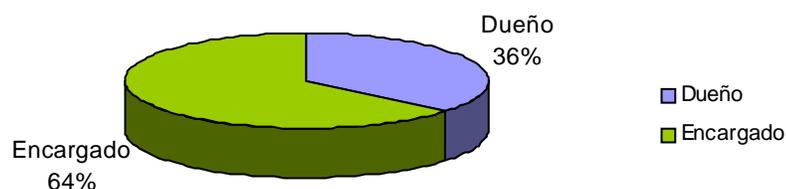


Gráfico 1. Ocupación de los entrevistados dentro de la posada

De las entrevistas aplicadas el 64% fue respondida por los encargados de las posadas y un 36% por los dueños de las mismas, lo cual evidencia que en la mayoría de éstas la atención es brindada por sus encargados.

En un principio se creyó de mayor importancia aplicar la entrevista a los dueños, pero una vez estando en el contexto de la muestra se pudo constatar que tanto los dueños como los encargados tenían la misma relevancia, ya que uno idea la posada, pero el otro convive en el día a día dentro de ella.

El siguiente gráfico (gráfico 2) presenta los rangos de edades correspondientes a las personas entrevistadas.

Edad de los entrevistados

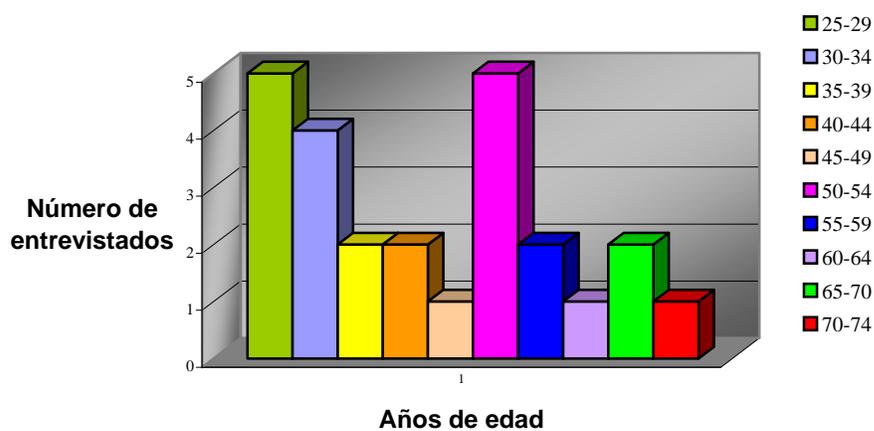


Gráfico 2. Edad de los Entrevistados

Las edades de los entrevistados van comprendidas entre los 25 y los 73 años, encontrando mayor frecuencia entre las personas que tienen de 25-29 años, 30-34 años, y 50-54 años. Si se detalla el gráfico se puede notar que hay un mayor número de dueños y encargados de las posadas a partir de los 40 años de edad, en total 14 personas, que equivalen al 56% de la muestra.

Sexo de los entrevistados

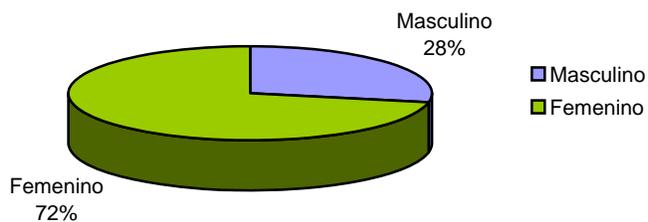


Gráfico 3. Sexo de los entrevistados

Del total de entrevistas realizadas se pudo recolectar que un 72% de las personas que están al frente de las posadas son mujeres y que un 28% es atendida por hombres, como puede observarse en el gráfico 3.

Grado de instrucción de los entrevistados

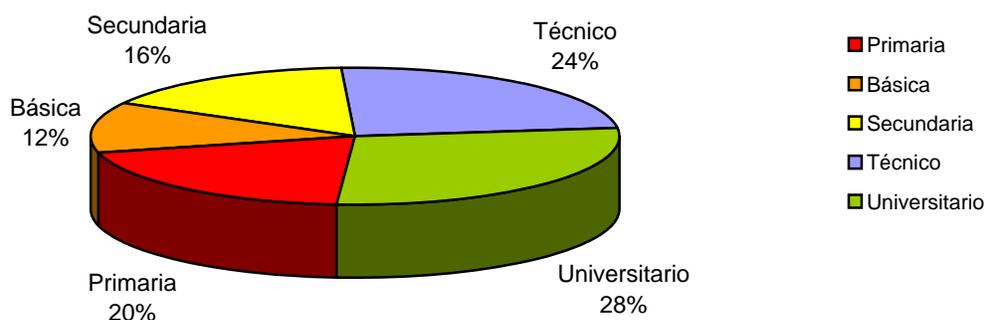


Gráfico 4. Grado de instrucción de los entrevistados

Del 100% de la muestra se tiene que el 28% de los entrevistados ha realizado estudios universitarios, un 24% tiene nivel técnico de estudio, el 16% de la muestra es bachiller, el 12% tiene un nivel de educación básica y el otro 20% sólo cursó la educación primaria.

Tomando en cuenta los resultados del grado de instrucción de los entrevistados es notable que más de un 50% posee formación técnica-universitaria, lo cual permite inferir que tienen un nivel de preparación mayor que el 48% restante.

Servicios que se ofrecen dentro de las Posadas

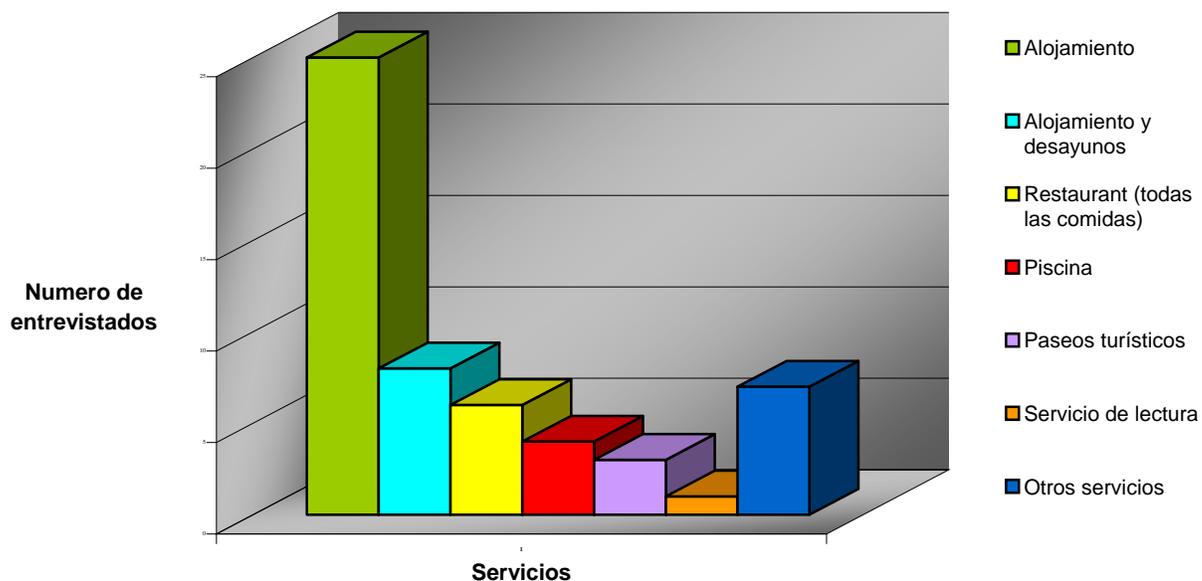


Gráfico 5. Servicios que se ofrecen dentro de las posadas.

Del total de entrevistados todos ofrecen el servicio de alojamiento, siete (7) posadas ofrecen el servicio de alojamiento con desayuno incluido, cinco (5) ofrecen el servicio de restaurant dentro de las posadas, tres (3) de ellas tienen piscina para sus huéspedes, una (1) ofrece lectura como servicio y entre los otros servicios se encuentra el de estacionamiento, sala de juegos y sala de televisión.

Como se puede observar en el (gráfico 5) sólo uno de los entrevistados ofrece lectura dentro de su posada como un servicio, el resto ofrece los servicios básicos que deben conformar las mismas.

¿Le gusta a ud. la lectura?

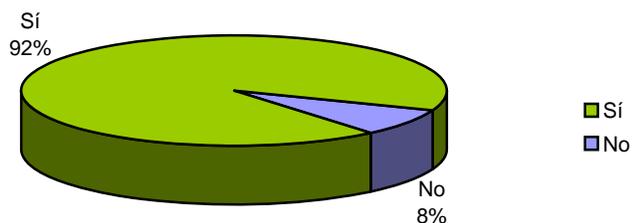


Gráfico 6. ¿Le gusta lectura?

Del 100% de la muestra un 92 % dijo que le gustaba la lectura y el otro 8% dejó saber que no le gustaba el acto de leer. Como puede verse es poco el porcentaje de la muestra que dijo no gustarle la lectura y sumamente numeroso quienes por el contrario dijeron que si, lo cual resulta satisfactorio y de gran importancia para la propuesta, ya que se demuestra que hay un alto interés por la lectura.

¿Posee material de lectura para sus huéspedes dentro de la Posada?

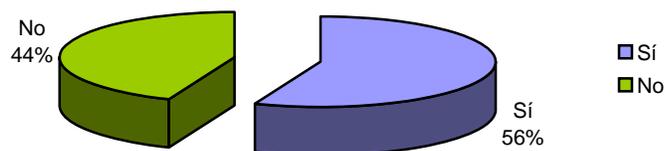


Gráfico 7. ¿Posee material de lectura para sus huéspedes dentro de la posada?

En el gráfico 7 puede verse que el 56% de los encargados y dueños de las posadas a las cuales fueron aplicadas las entrevistas dijeron poseer material de lectura para ofrecerlo a sus huéspedes. El otro 44% dijo no tenerlo, lo cual indica que más de la mitad de la muestra ofrece presencia de lectura en sus posadas.

Esto expresa que hay una buena cantidad de posadas con presencia de lectura en las mismas, lo cual deja en claro que las posadas ofrecen lectura a sus huéspedes, no como un servicio como pudo verse en el gráfico 4, pero existe esa presencia de lectura.

¿Utilizan los huéspedes el material de lectura que se ofrece dentro de las Posadas?

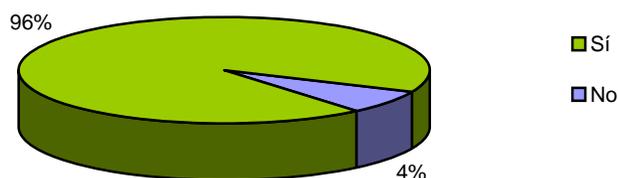


Gráfico 8. ¿Utilizan los huéspedes el material de lectura?

Del 56% de los entrevistados que dijeron tener material de lectura dentro de sus posadas, el 96% expresó que los huéspedes usan el material de lectura que ellos ofrecen y un 4% dijo que no lo utilizaban, por lo tanto se puede inferir que quienes visitan las posadas presentan interés por la lectura.

¿Con qué frecuencia utilizan los huéspedes los materiales de Lectura?

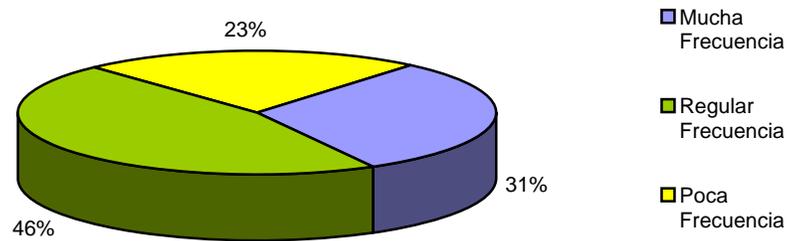


Gráfico 9. ¿Con qué frecuencia utilizan los huéspedes los materiales de lectura?

De ese 96% el 41% dijo que los huéspedes utilizaban el material de lectura con regular frecuencia, el 31% hizo saber que lo utilizaban con mucha frecuencia y el otro 23% expresó que los materiales de lectura en sus posadas eran utilizados con poca frecuencia.

Es posible ver aunque sea con poca, regular o mucha frecuencia (gráfico 9) que los huéspedes según apreciación de los dueños y encargados de las posadas utilizan el material de lectura que ellos ofrecen, en algunas posadas en mayor medida que en otras, pero en definitiva estos materiales son usados.

¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura según su apreciación?

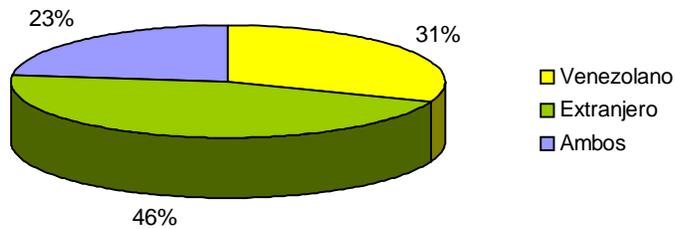


Gráfico 10. ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?

Según los entrevistados el 46% de lectores dentro de las posadas son extranjeros, un 31% venezolanos y el otro 23% dijo que tanto unos como otros utilizan la lectura dentro de la mismas.

¿Según el sexo que tipo de huésped frecuenta más la lectura?

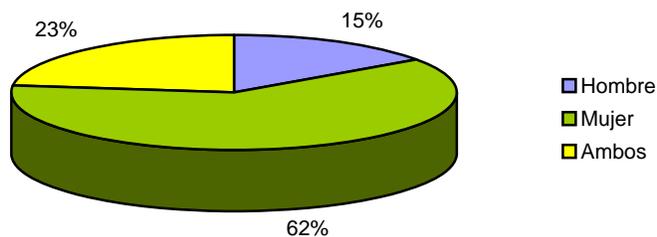


Gráfico 11. Según el sexo ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?

De acuerdo al sexo se tiene que las mujeres en un 62% son quienes más frecuentan la lectura dentro de las posadas, los hombres en un 15% y tanto hombres como mujeres en un 23%.

¿Según el grupo de edad que tipo de huésped frecuenta más la lectura?

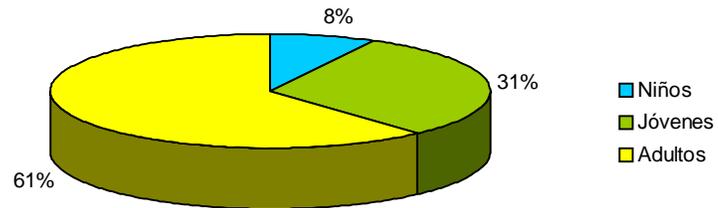


Gráfico 12. Según la edad ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?

Con respecto al grupo de edad el 61% de los entrevistados dijo que son los adultos quienes hacen más uso de la lectura dentro de las posadas, otro 31% dijo que los jóvenes también frecuentaban la lectura y un 8% dijo haber visto niños frecuentando lectura.

¿Qué tipo de material de lectura ofrece a sus huéspedes dentro de la Posada?

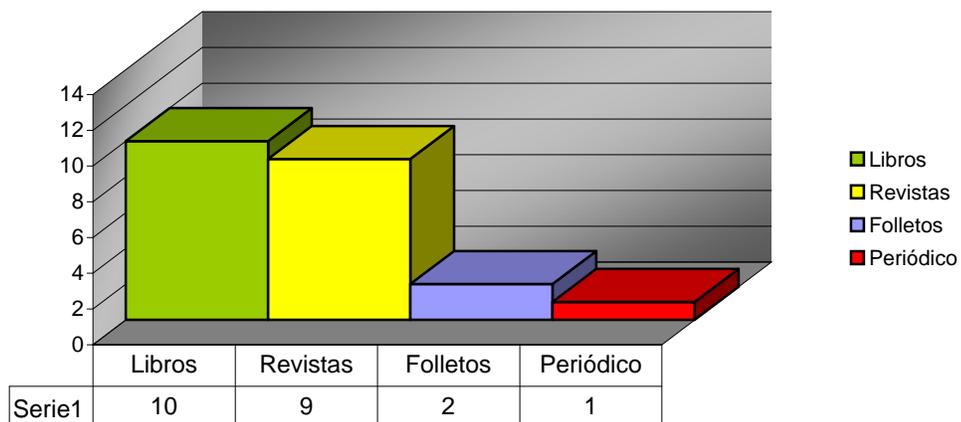


Gráfico 13. ¿Qué tipo de material ofrece a sus huéspedes?

Se puede observar a través del gráfico 13 que los posaderos poseen dentro de sus posadas variedad de materiales para ofrecer a sus huéspedes. De los trece (13) entrevistados que dijeron tener presencia de lectura en sus posadas diez (10) de ellos ofrecen libros a sus huéspedes, nueve (9) ofrecen revistas, dos (2) ofrecen folletos y sólo uno ofrece periódico. Es necesario acotar que en una misma posada se pueden ofrecer todos, tres (3), dos (2) o sólo 1 de los materiales descritos.

¿En qué idioma son presentados los materiales de lectura?

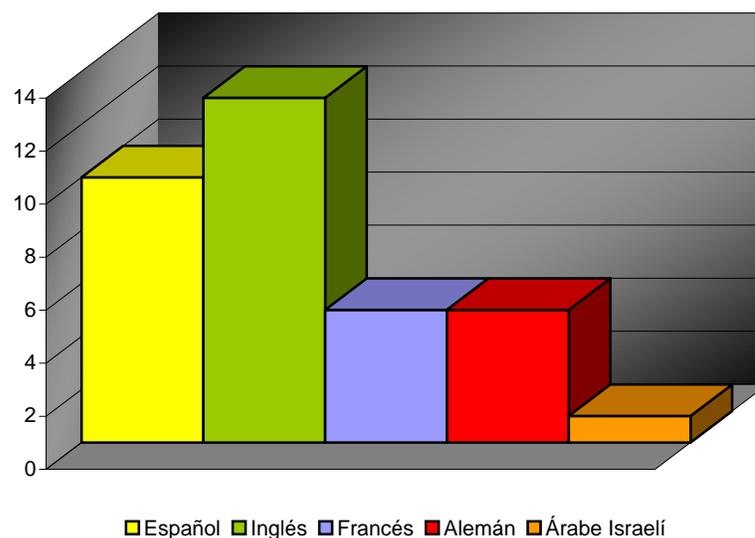


Gráfico 14. Idioma en que son presentados los materiales de lectura

De los entrevistados que poseen material de lectura dentro de las posadas diez (10) tienen material de lectura en español, todos poseen lectura en inglés, cinco (5) en francés, cinco (5) en alemán y uno (1) posee material de lectura árabe israelí.

Como puede verse la lectura es presentada en varios idiomas y es de notar que todos poseen materiales de lectura en inglés, esto, según palabras de los propios entrevistados por ser el inglés el idioma universal, lo cual permite a la mayoría de sus huéspedes extranjeros entender la información que se presenta .

Éste gráfico acentúa los resultados del (gráfico 10) donde los extranjeros son quienes más leen, pues las posadas no los han dejado exentos y les disponen materiales de lectura que puedan estar a su alcance según el idioma que hablen.

¿Los materiales de lectura que ofrece pertenecen a su propia colección o los obtuvo por otros medios? De ser así diga ¿cuáles?

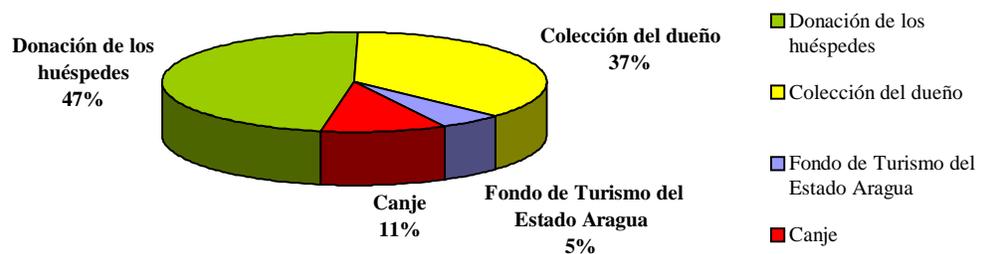


Gráfico 15. ¿Los materiales de lectura que ofrece pertenecen a su propia colección o los obtuvo por otros medios? De ser así diga ¿Cuáles?

Del 100% de los entrevistados con presencia de lectura en las posadas el 47% dijo haber obtenido su colección por donación de los huéspedes, un 37% pertenece a la colección del dueño de la posada, un 11% dijo que a través del canje con los mismos huéspedes y un 5% por medio del Fondo de Turismo del Estado Aragua.

Es posible ver acá dos aspectos importantes referentes a la bibliotecología, el primero de ellos que casi un 50% de los entrevistados que ofrecen material de lectura han armado su colección gracias a la donación de los huéspedes que visitan sus posadas, de allí la variedad de idiomas en los que se presentan los materiales de lectura (gráfico 14) y una determinante más de que son los extranjeros quienes más leen (gráfico 10), pues dicho por los propios entrevistados, no son los venezolanos quienes dejan el material de lectura, sino los que vienen de otros países.

El otro aspecto resaltante que se encontró es el canje, no en un número tan elevado como las donaciones, pero existe referencia de ello. El canje ha surgido en las posadas de manera espontánea ya que han sido los mismos huéspedes quienes han propiciado esta modalidad.

Éste punto deja ver como estas posadas ofrecen más que presencia de lectura, pues sin tener conciencia de ello ofrecen un servicio que va más allá de la simple tenencia y presencia de material de lectura.

¿Seleccionó de algún modo el material de lectura que ofrece dentro de la Posada?

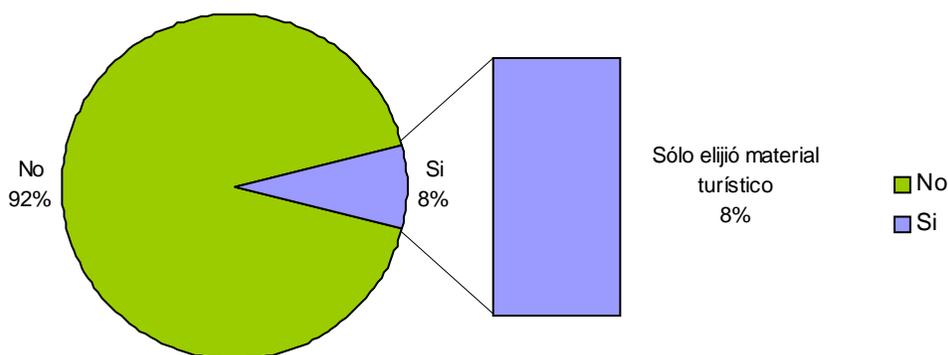


Gráfico 16. ¿Seleccionó el material de lectura que ofrece en la posada? ¿De qué modo?

El 92% de los entrevistados con presencia de lectura en las posadas no seleccionó de ningún modo en específico el material de lectura que ofrece, el otro 8% que equivale a uno (1) de los entrevistados dijo haber seleccionado sólo material turístico para ofrecer a sus huéspedes.

Acá se evidencia que los materiales de lectura son dispuestos sin mayor pretensión, simplemente se ofrecen para que sean usados y nada más.

¿Ha observado algún huésped
con material de lectura dentro de la Posada?

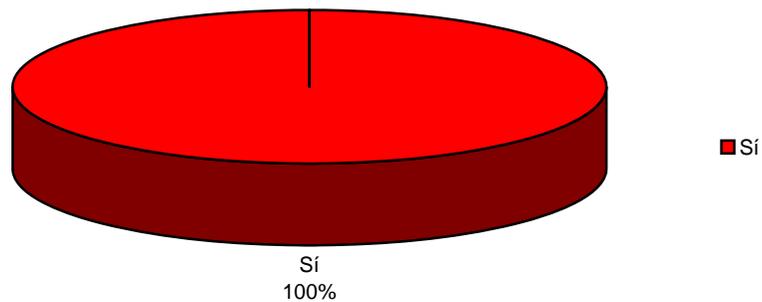


Gráfico 17. ¿Ha observado algún huésped con material de lectura dentro de la posada

De los 25 entrevistados, equivalentes al 100% de la muestra todos dijeron haber visto huéspedes con material de lectura dentro de la posada.

Para la investigación éste resultado es de gran importancia debido a que se confirma que las personas dedican tiempo a la lectura, que realmente si se lee. Si en las posadas se lee aún no habiendo presencia de lectura entonces la propuesta para la creación de un espacio de lectura dentro de las posadas tiene cabida, pues se justifica con el simple hecho de que en cada posada perteneciente a la muestra los entrevistados hayan visto al menos a uno de sus huéspedes con material de lectura.

¿Considera la lectura como una forma de recreación?

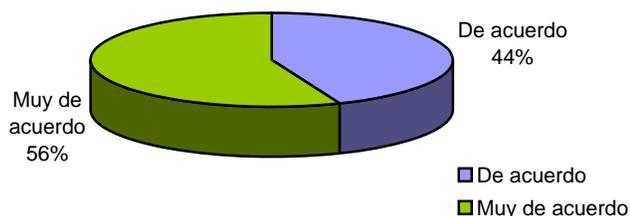


Gráfico 18. ¿Considera la lectura como una forma de recreación?

Todos los entrevistados, unos en menor grado que otros coincidieron con que la lectura es una forma de recrearse. El 56% de la muestra dijo estar muy de acuerdo el 44% restante dijo estar de acuerdo. Por la concepción que tiene una posada se plantea dentro de la propuesta la lectura como una forma de recreación, lo cual no implica que la misma no pueda ser informativa o educativa, pero lo que se pretende es ajustar la lectura en los espacios de acuerdo al contexto.

Si le ofrecieran la posibilidad de incluir un Espacio de Lectura dentro de la Posada ¿Qué diría?

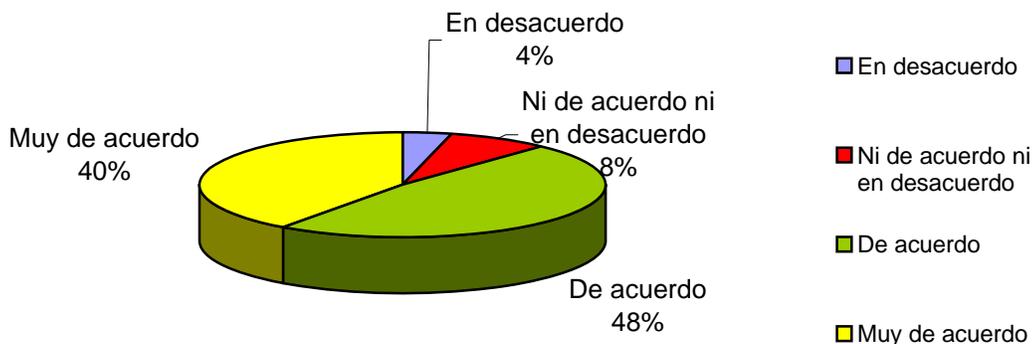


Gráfico 19. Si le ofrecieran incluir un espacio de lectura en la posada. ¿Qué diría?

Del total de entrevistados un 48% dijo estar de acuerdo con la inclusión de un espacio de lectura dentro de su posada, otro 40% dijo estar muy de acuerdo, un 8% expresó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y tan sólo un 4% estuvo en desacuerdo con la propuesta.

De acuerdo al gráfico 19 se puede ver como un gran porcentaje de entrevistados, el 88% de ellos estuvo de acuerdo en incluir un espacio de lectura dentro de sus posadas, unos en mayor medida que otros, pero todos presentando receptividad ante la idea de poder conformar ese espacio.

De esto se puede deducir que hay un gran interés de parte de los posaderos en presentar lectura a sus huéspedes. Los por qué, son muchos y fueron respondidos por ellos mismos, tal como lo expone a continuación el gráfico 20.

¿Por qué incluiría un Espacio de Lectura dentro de la Posada?

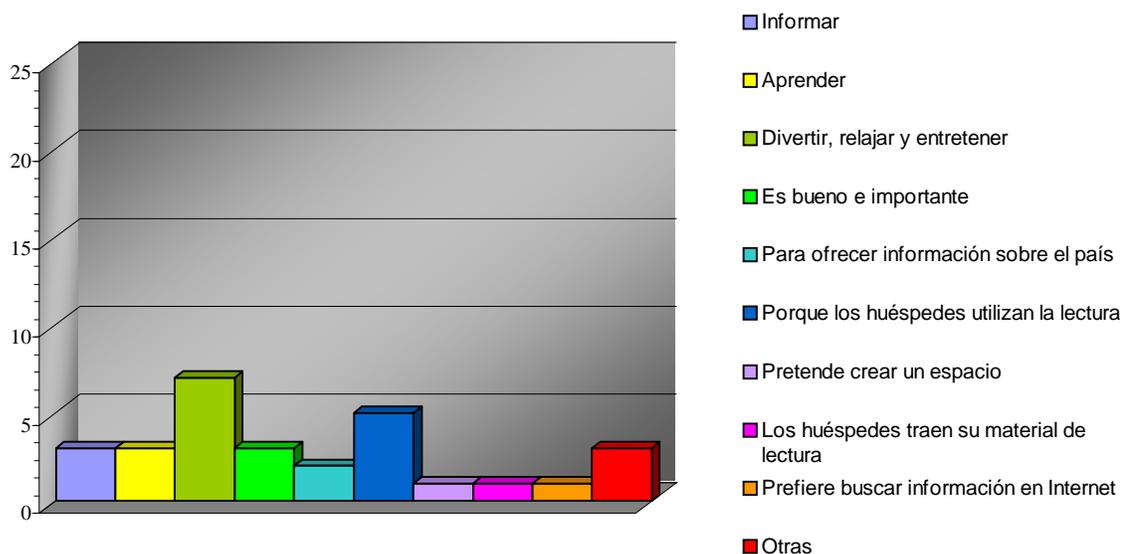


Gráfico 20. ¿Por qué incluiría un espacio de lectura dentro de la posada?

Los entrevistados que no estuvieron de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, quienes conforman el 12% de la muestra expusieron que las personas en la actualidad prefieren hacer la búsqueda de información a través de internet, así como también dijeron que a quien le gusta la lectura lleva su propio material, por lo cual para ellos la inclusión de un espacio de lectura en su posadas, no la consideran necesaria o les es indiferente.

De quienes tuvieron aceptación por la propuesta tres (3) de los entrevistados opinaron que a través de un espacio de lectura era posible que la personas se informaran, otras tres (3) dijeron que se podían aprender más cosas, siete (7) expresaron que con un espacio de lectura los huéspedes podían divertirse, relajarse y entretenerse, tres (3) entrevistados más dijeron que tener un espacio de lectura lo consideraban de importancia y les parecía bueno, dos (2) consideraron que un espacio de lectura permitiría presentar mayor información sobre el país, uno (1) de los entrevistados ya tiene planteado crear su propio espacio de lectura y cinco (5) coincidieron en estar de acuerdo simplemente porque la gente usa la lectura.

Todas las opciones anteriores dan respuesta de por qué deberían y por qué no existir espacios de lectura dentro de las posadas, pero es evidente que según las entrevistas aplicadas son mayores las virtudes de la propuesta, y aún existiendo un mínimo porcentaje que mostró desinterés por la misma, no hubo un por qué lo suficientemente válido que opacara esas bondades presentadas.

Cada entrevistado pudo expresar lo que podían ofrecer y obtener a través de los espacios de lectura. Las respuestas se ajustan a sus propias necesidades, pero también a la de los huéspedes, pues los posaderos en definitiva trabajan para satisfacerlos a ellos.

¿Estaría dispuesto a ofrecer los Espacios de Lectura como un servicio adicional dentro de la Posada?

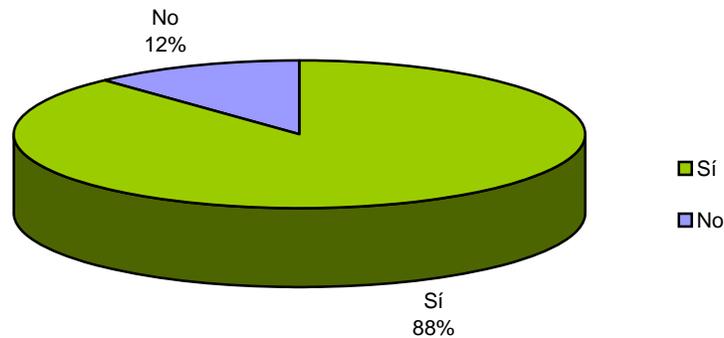


Gráfico 21. ¿Ofrecería el espacio de lectura como un servicio adicional de la posada?

Como puede observarse en el gráfico 21 el 88% de la muestra estaría de acuerdo en ofrecer el modelo de espacios de lectura como un servicio más dentro de la posada y el 12% restante dijo que no.

En este gráfico se unifican aún más las opiniones en cuanto a la inclusión de los espacios de lectura dentro de las posadas, pues como puede verse quienes expresaron estar de acuerdo y muy de acuerdo se integran en un sí para el ofrecimiento del modelo como un servicio, pero lo que se presenta más notorio es que quienes no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo pasaron a formar parte de un no.

¿Por qué ofrecería los Espacios de Lectura como un servicio dentro de la Posada?

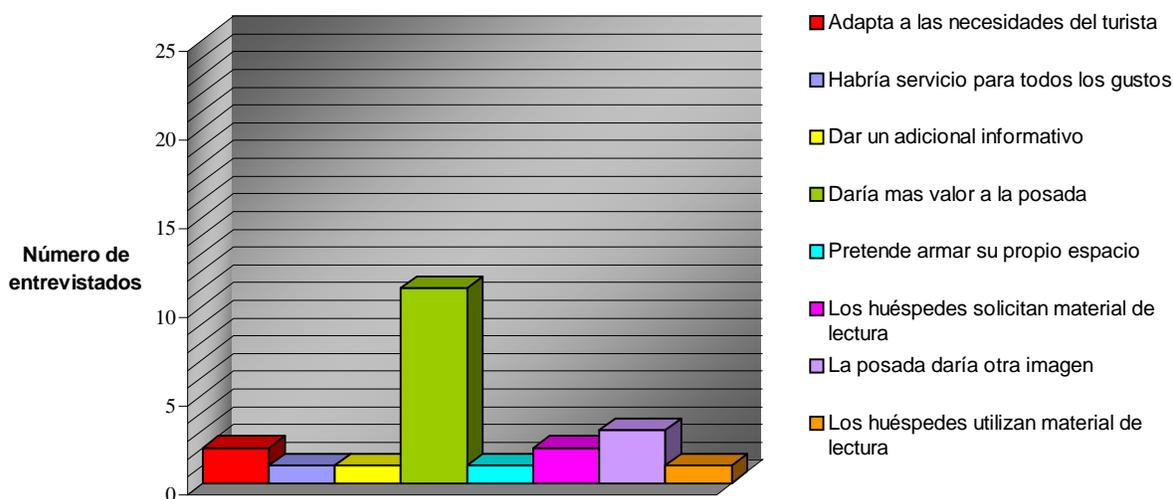


Gráfico 22. ¿Por qué ofrecería los espacios de lectura como un servicio dentro de la posada?

El gráfico 22 expresa por qué el 88% de la muestra ofrecería el modelo de espacios de lectura como un servicio. Estos resultados complementan las respuestas emitidas y presentadas en el gráfico 20 dándole así un mayor valor a los resultados anteriores.

De las veintidós (22) personas que conforman ese 88% dos (2) dijeron que ofrecerían el modelo como un servicio porque el mismo se adapta a las necesidades de sus clientes, un entrevistado (1) comentó que podría ofrecer un servicio para todos los gustos, otro dijo que ofertando el espacio de lectura como un servicio podía dar a sus huéspedes un adicional informativo. Once (11) de los entrevistados coincidieron en que ubicar el modelo dentro de uno de sus servicios le daría mayor valor a sus posadas. En el mismo orden de ideas tres (3) entrevistados expresaron que la posada mostraría otra imagen, dos (2) dijeron estar de acuerdo porque los huéspedes solicitan material de lectura y los otros dos, uno (1) dijo estar creando su

propio espacio y el otro que ofrecería el servicio porque los huéspedes utilizan material de lectura.

Estos resultados permiten inferir que los posaderos muestran interés en las mejoras de sus posadas y saben como y de qué modo atraer a sus clientes, saben que la expansión de sus servicios significa atraer una mayor cantidad de huéspedes.

Más del 50% de éste 88% posee presencia de lectura dentro las posadas, y ofrecen esta presencia porque se han podido dar cuenta que existe quien lo utilice. Según la experiencia durante la aplicación de las entrevistas fue posible saber que la presencia de material de lectura dentro de éstas posadas no es ofertada como un servicio porque los posaderos sienten que deben tener una mayor organización de esos materiales, pero aún así, aunque no mencionen esa presencia como un servicio, de manera implícita lo es.

¿Estaría de acuerdo en recibir orientación para el manejo de los Espacios de Lectura dentro de la Posada?

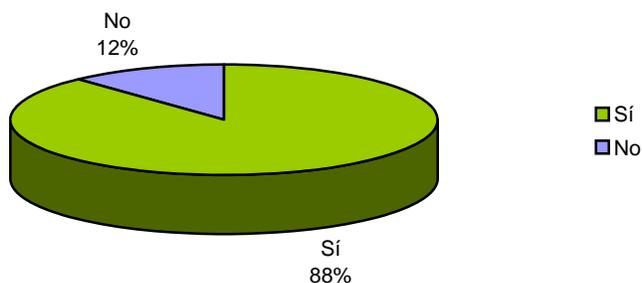


Gráfico 23. ¿Estaría de acuerdo en recibir orientación para el manejo de los espacios de lectura dentro de la posada?

El mismo 88% que está de acuerdo en incluir dentro de sus posadas el modelo de espacios de lectura y además de ofrecerlo como un servicio dijo estar también de acuerdo en recibir orientación para el manejo de éstos espacios.

¿Por qué recibiría orientación para el manejo de los Espacios de Lectura?

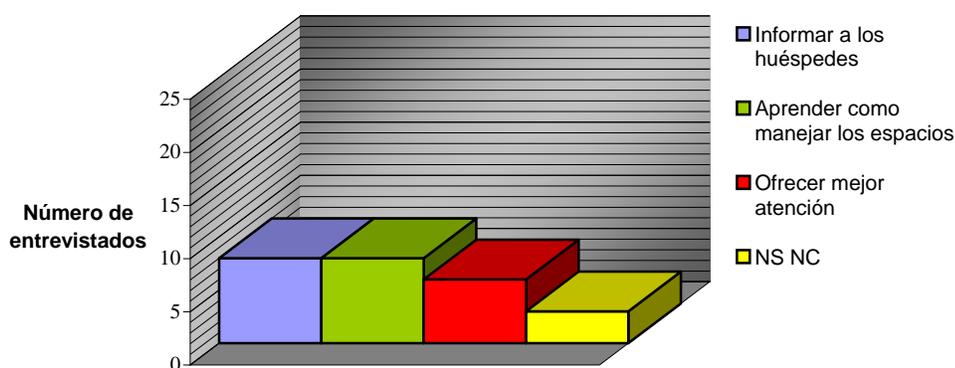


Gráfico 24. ¿Por qué recibiría orientación para el manejo de los espacios de lectura?

El gráfico 24 presenta el por qué estarían de acuerdo los entrevistados en recibir orientación para el manejo de los espacios. Ocho (8) de ellos expresaron que de ese modo podían informar de una mejor manera a sus huéspedes, otros ocho (8) dijeron que era necesaria la orientación para aprender sobre el manejo de los espacios de lectura, seis (6) entrevistados dijeron que de ese modo podrían ofrecer una mejor atención.

Como puede observarse todas las opciones van referidas al área de servicio y el interés de los posaderos de brindarlo de la mejor manera posible, pero sobre todo en la utilidad que esto podría proporcionarles.

4.2 Registros anecdóticos

Recolectar anécdotas de los posaderos permitió obtener una visión más amplia de lo que ellos piensan con respecto a la lectura, una de esas experiencias recogidas fue la de la señora Evelin Zurita, dueña de la posada la Bokaina ubicada en Choroní.

Evelin tiene viviendo en Choroní la misma cantidad de años que tiene de vida, 60 años para ser específicos, por lo que conoce de manera amplia la zona en la cual habita, además de formar parte de toda una trascendencia histórica familiar del pueblo.

Mientras se sostuvo la conversación con la señora Zurita ella dejó saber que tenía la intención de hacer un libro que evidenciara lo que es el pueblo de Choroní, donde pretendía incluir historia, cultura, costumbres, lugares y todo lo que fuera afín a la zona, porque no existía un material donde fueran expresados esos datos y porque además cree que es de suma importancia que los huéspedes que visiten su posada tengan esa información a su alcance.

Evelin también dijo tener planeado armar un pequeño rincón de lectura dentro de las habitaciones de su posada, de manera muy sencilla pero que les permitiera a sus huéspedes tener lectura a primera mano.

La experiencia de la dueña de la posada Bokaina permite ver que hay un interés de parte de los posaderos por ofrecer lectura a sus huéspedes, pero también para ofrecer un mejor y variado servicio que le de mayor valor a las posadas.

Otra de las anécdotas recogidas fue la del señor José Francisco Suárez, presidente de la asociación de posaderos de Choroní y dueño de la posada Costa Brava. José Francisco dijo tener planeada la remodelación de su posada porque quiere dedicar un espacio de la misma para que sus huéspedes lean.

También dijo que él siempre se encontraba en constante búsqueda de nuevos materiales de lectura para tener actualizado el pequeño espacio donde los concentra y dejó saber que sólo ofrece folletería turística porque considera de gran importancia que los huéspedes puedan encontrar material de referencia de la zona y del país por la gran utilidad que representan.

El dueño de la posada Costa Brava también se encargó de hacer saber que los huéspedes dedican bastante tiempo a la lectura dentro de su posada y de allí el interés de crear su propio espacio.

José Francisco expresó gran interés por la propuesta de espacios de lectura, y dio su opinión como presidente de la asociación de posaderos, dejando en claro que una propuesta como ésta impulsaría a las posadas a otro nivel, porque las involucraría como partícipes de una actividad tan importante como lo es la lectura.

4.3 Observación

El haber estado en el contexto de la muestra permitió evidenciar y confirmar los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas, pero también se pudo apreciar el comportamiento de los huéspedes con respecto a la lectura. Fueron muchos los huéspedes encontrados realizando lectura de cualquier tipo de material en los lugares abiertos de las posadas, lo que permite inferir que el gran número de visitantes de estos lugares pueden definirse como lectores.

Pero los lectores no sólo fueron vistos en las posadas, sino en las playas, en los restaurantes, en los espacios públicos del pueblo, lo que de algún modo reafirma que hay un gusto y un interés por la lectura.

Hubo varias posadas que ofrecían presencia de material de lectura, pero sin embargo durante las entrevistas dijeron lo contrario, se presume que por no tener según ellos una cantidad

suficiente de materiales, o quizás por pensar que serían evaluados o juzgados por las condiciones de los mismos. De igual modo aunque no fueron contabilizados en los resultados gráficos es necesario dejar saber que hay un mayor porcentaje de posadas que oferta lectura y que en definitiva lo hacen porque los huéspedes lo utilizan.

CAPÍTULO V

MODELO DE ESPACIOS DE LECTURA

5.1 Introducción del Modelo.

Según el diccionario de la real academia española (2005) un modelo es un arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo. También dice Oscar Duarte (2001) que para la construcción de un modelo es necesaria la observación previa para poder recopilar elementos que luego permitan su análisis y elaboración.

Como se refiere anteriormente el modelo a presentar será creado a partir de las condiciones y necesidades que fueron detectadas durante la realización del trabajo de campo y los resultados obtenidos.

El modelo de espacios de lectura dentro de las posadas turísticas cumple con un requisito de amplia flexibilidad, por lo que es necesario advertir que en cada uno de los elementos a desarrollar no serán encontrados ni lineamientos, ni normativas de cómo deben estar concebidos estos espacios, por el contrario se presentan sugerencias ajustadas al estudio previo realizado y a las experiencias recolectadas en el mismo.

También es necesario aclarar que los espacios de lectura dentro de la propuesta no son planteados como un servicio bibliotecario de información, sino como un punto de oferta de lectura, un lugar donde quienes visiten las posadas puedan encontrar material para leer.

Para definir y describir las características que se proponen para el modelo, éste se dividirá en (5) elementos conformados por la colección de los espacios de lectura, el personal que se encargará de los mismos, el espacio físico donde serán ubicados, los servicios que en ellos se ofrecerán y los usuarios del servicio; pero éstos elementos son propios de bibliotecas y unidades de información en general y no se adaptan al modelo, por lo que han sido adecuados a la propuesta del siguiente modo:

- Materiales de lectura
- Orientadores de espacios de lectura
- Ubicación del material de lectura
- Atención al huésped lector
- Huésped lector

Los tipos de materiales de lectura a presentar dentro del modelo son libros, revistas y folletos que contengan información referente a los intereses de los huéspedes y de la zona en la que se encuentre el espacio de lectura.

El modelo propone que los orientadores de estos espacios no sean especialistas en el área bibliotecológica, sino por el contrario los propios dueños y encargados de las posadas guiados a través de una inducción previa que les permita ofertar ese servicio como el resto de los servicios que ofrecen dentro de las posadas.

Se indica que la ubicación de los materiales de lectura puede ser cualquiera, siempre y cuando estén a las vista de los huéspedes y sea de fácil acceso para ellos, pues no se pretende crear un espacio para la lectura sino para la presencia de los materiales. El espacio para leer será elegido por los propios huéspedes de las posadas.

La atención al lector es definida de esta manera, puesto que el mayor servicio se ofrece por sí sólo, que es la presencia de lectura, no obstante los huéspedes podrán contar con la atención de los orientadores de estos espacios.

Los Huéspedes lectores son definidos dentro del modelo para poder dar un perfil de ellos y de su comportamiento lector, obtenido a través de la realización del trabajo de campo.

5.2 Objetivos del modelo de espacios de lectura en posadas turísticas

Los objetivos que persigue la creación de éste modelo son los siguientes:

- Ofertar material de lectura a través de las posadas turísticas.
- Incentivar la lectura en la población lectora y no lectora.
- Promocionar los materiales producidos y referentes a la zona donde se encuentre el espacio de lectura.

5.3 Elementos que componen los espacios de lectura

5.3.1 Materiales de lectura

Para la colección de los espacios de lectura se propone que estén conformados por diversos materiales de lectura que permitan a los huéspedes de las posadas seleccionar el material que le genere mayor comodidad, pero que además contenga información variada y que tenga un nivel de alcance amoldado a las necesidades de los mismos, por lo que se sugiere que éstos espacios estén compuestos entonces por libros, revistas, folletos y mapas.

Se plantea que los libros sean de información general y específica de la zona en la cual se ubique el espacio de lectura, referidos a historia, cultura y tradiciones del lugar; pero además también se pretende que se incluyan libros de producción regional y local, esto con el apoyo de la red de bibliotecas públicas estatales, la cuales actúan como filial de la Biblioteca Nacional y en consecuencia, son responsables del rescate, organización, preservación y difusión de la memoria bibliográfica y audiovisual de la región político-territorial en la que se encuentren. (Disponible en: <http://www.bnv.bib.ve/redesta.htm>)

Se propone que las revistas y los folletos contengan información turística tanto de la zona como del país en general y que expresamente los folletos, por su condición de material ligero en

cuanto a contenido sean la referencia necesaria del lugar donde se encuentre ubicado el espacio de lectura, es decir que contenga mapa, lugares de interés, restaurantes, atractivos de la zona, número de emergencia y todo lo que se considere que para el visitante de esa área geográfica sea de importancia.

Los mapas generalmente son incluidos en la folletería turística, pero de no ser así, se cree necesario que los espacios de lectura cuenten con mapas locales que permitan ofrece mayor información a los huéspedes de las posadas.

Durante el estudio se pudo conocer que en diferentes posadas se dan las donaciones y el intercambio de materiales de lectura de manera espontánea de parte de los huéspedes, sobre todo de parte de los visitantes extranjeros, por lo que se propone mantener esa actividad para permitir el fortalecimiento e incluso la actualización de los espacios de lectura y a su vez que existan materiales en diferentes idiomas que puedan ofrecerse a los huéspedes que hablen otras lenguas.

5.3.2 Orientadores de los espacios de lectura

El trabajo de campo permitió divisar que los posaderos son personas altamente capacitados para la actividad que realizan independientemente del grado de instrucción que poseen, pues el día a día les ha dado las herramientas necesarias para desempeñarse en sus labores, para identificar las necesidades de sus clientes y tratarlos así a cada uno de la manera indicada.

Es por ello que el personal a proponer para el manejo de los espacios de lectura no es otro que los mismos dueños y encargados de las posadas, pues ellos saben como atender un servicio y como ofrecerlo de la mejor manera.

Lo que si se propone es orientar a los posaderos para invitarlos a reflexionar sobre la importancia que presenta el ofertar lectura, el valor que tendría la lectura dentro de las posadas y

sobre lo que significa el modelo en general, esa orientación no estaría basada en tecnicismos ni complejidades, sino que estaría guiada para dar a los posaderos una visión del uso y manejo e importancia de los espacios de lectura.

5.3.3 Ubicación del material de lectura

El espacio físico del modelo sólo se reduce a la ubicación de un exhibidor donde puedan estar ubicados los materiales de lectura, colocado de manera tal que esté a la vista de los huéspedes, que sea llamativo y que además sea de fácil acceso para los mismos.

En cuanto a “un” espacio o área específica para la lectura no se dispone de ningún lugar, pues se propone que quien utilice el material de lectura elija su propio espacio para leer, cualquier espacio de la posada o fuera de ella que brinde a los huéspedes los elementos que necesitan en ese momento para realizar su lectura.

Ésta propuesta no pretende cambiar la estructura de las posadas para crear un espacio de lectura, sino adaptar el modelo a las ya existentes, de otro modo se estaría afectando el funcionamiento de las mismas. La intención de los espacios de lectura no es que competir con la posada, sino que sea un servicio más que se pueda ofrecer dentro de ellas.

5.3.4 Atención al huésped lector

Según Bernard Katz (1989) “Servicio es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado”. Como Katz lo menciona lo que se quiere es que los huéspedes de las posadas tengan a disposición los materiales de lectura en el momento que quieran y que además puedan hacer uso de ellos libremente, es por ello que éste modelo de espacio de lectura propone ofrecer a los huéspedes únicamente el servicio de la presencia de lectura, sin mayores complicaciones y sin mayores formalidades.

El servicio principal a ofertar del modelo es la libertad que ofrece el uso de los espacios de lectura, como permitir al huésped tomar el material que desee y cuando lo prefiera para disfrutar de él, leer ese material en el lugar que el elija, no tener un límite de uso del mismo, y simplemente adueñarse de ese material de lectura mientras dure su estadía en la posada o hasta el momento en que el mismo lo decida.

El enumerar servicios dentro de éste modelo sería romper con la flexibilidad que se requiere que tengan éstos espacios de lectura, pero de poder mencionar algún otro estaría el servicio de orientación, que más que orientación es el ofrecimiento del posadero al huésped de los espacios.

El facilitar información a los huéspedes no sólo con respecto a los espacios, sino con la zona en general, y la promoción de los materiales de lectura, también funcionarían como servicios del espacio de lectura, pues los posaderos en definitiva son personas fuentes que ofrecen referencias y opciones a los huéspedes del lugar donde se encuentran.

5.3.5 Huésped Lector

Ajustado a los resultados de las entrevistas aplicadas a la muestra y a la observación realizada en el trabajo de campo se puede decir que las personas que visitan las posadas van en búsqueda de tranquilidad, de encontrar un lugar que les permita relajarse, recrearse y que al mismo tiempo les proporcione disfrute.

Según experiencias narradas por los posaderos entrevistados hay huéspedes que prefieren pasar gran parte del día leyendo en las posadas a disfrutar de los atractivos de la zona. A través de esto es posible inferir que hay una población lectora que puede incentivarse a través de los espacios de lectura.

También por información recolectada del estudio son muchos los huéspedes que solicitan información referente a la zona y es por eso que la propuesta se inclina a que existan materiales de lectura con información turística, lugares de interés, mapas de referencia para cubrir las necesidades de estos huéspedes lectores.

Los posaderos hicieron saber en las entrevistas que quienes más leen dentro de las posadas son los extranjeros, lo que permite inferir que son ellos también quienes más visitan estos lugares. Tener materiales de lectura dentro de los espacios en otros idiomas formará parte de la iniciativa de esos mismos huéspedes lectores, de los cuales se tiene muestra que en gran medida han sido responsables de que existan posadas con presencia de lectura.

5.4 Encuentros

Para complementar el modelo es necesario tener un encuentro con los posaderos como una vía para poder promocionarlo y establecer líneas de trabajo, ya que según la información levantada tras el estudio de campo se pudo determinar que estas personas tienen un gran valor e importancia para su desarrollo.

Con éste acercamiento con los posaderos se persigue informar y promocionar todo lo referente al modelo sin que esto se convierta en una capacitación para ellos, sino en un compartir de experiencias donde sea posible presentar a los dueños y encargados de las posadas cada uno de los elementos que componen el modelo de espacios de lectura y de cómo y por qué surgió.

Se propone que estos encuentros se realicen en el mismo entorno de los posaderos, recreados en su mismo ambiente, durante un período de tiempo que esté acorde a sus disponibilidades.

Se sugiere que estos encuentros se sitúen primeramente en el lugar donde fue realizado el estudio de campo debido a que la experiencia de trabajo permitió determinar que allí existen

condiciones propicias para iniciar estos encuentros. Por otra parte, para la realización del modelo fueron tomados en cuenta aspectos de la información recolectada en el diagnóstico, y aunque éste fue planteado para adaptarlo a las posadas en general puede tener variantes de acuerdo a la ubicación geográfica de la posada, ya que cada zona posee perfiles y características diferentes.

Llevar a cabo esta modalidad de interacción con los posaderos se convierte en un punto clave dentro del modelo para que sea posible su ejecución, ya que a través de ese contacto se les estaría resaltando la importancia de su rol frente a los espacios de lectura, haciéndolos así reflexionar ante la posición que ocupan para la constitución de los mismos y para que además el modelo pueda resultar de manera exitosa.

CONCLUSIONES

Existe una amplia muestra de presencia de materiales de lectura en las posadas de Pto Colombia-Choroní a pesar de no ser expresadas como un servicio.

La presencia de materiales de lectura permite que haya oferta de lectura dentro de las posadas turísticas.

Hay un alto grado de interés de parte de los dueños y encargados de las posadas por ofrecer los espacios de lectura como servicio, pero más aún de los posaderos en general por la lectura.

Los posaderos presentan, valoran y le dan importancia a la lectura y a lo que ella se refiere.

Los posaderos mostraron gran interés por la propuesta para el modelo de espacios de lectura dentro de las posadas.

Los dueños y encargados de las posadas tienen conocimiento de cómo satisfacer las necesidades de sus huéspedes y por ende se les facilitaría ser la persona enlace entre los espacios de lectura y los huéspedes lectores.

Las posadas tienen infraestructura y características que permiten que se oferten materiales de lectura dentro de ellas.

Las posadas por ser lugares de relajación, distracción y entretenimiento invitan dentro de sus espacios a que se de el acto de la lectura.

La gran mayoría de los huéspedes que asisten a las posadas tienen un alto grado de interés por la lectura.

Los huéspedes han sido impulsores y participes de la existencia de materiales de lectura dentro de las posadas.

La presencia de lectura dentro de las posadas turísticas, el interés de parte de los posaderos y de los huéspedes por la lectura y las características de las posadas son aspectos de suma importancia para que el modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas sea una propuesta aplicable.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que los dueños y encargados de las posadas sean el canal de comunicación entre los huéspedes lectores y los espacios de lectura.

Realizar un programa de orientación para los posaderos referida a los espacios de lectura siguiendo las mismas características del modelo, la flexibilidad.

Dejar que los dueños de las posadas y los huéspedes lectores alimenten los espacios de lectura como lo han venido haciendo para hacer que estos crezcan, se fortalezcan y se mantengan en constante movimiento y así puedan encontrar una manera de renovarse.

Establecer la relación con la Red de Bibliotecas Públicas Estatales para la obtención de los materiales de producción regional a modo de que formen parte de los materiales de lectura a presentar dentro de los espacios de lectura.

Presentar el modelo de espacios de lectura a estudiantes del área de turismo a modo de encontrar otra visión y enfoque de estos modelos dentro de las posadas.

Mostrar la propuesta a instituciones públicas y privadas para incentivarlas a que formen parte de la ejecución del modelo de espacios de lectura en posadas turísticas venezolanas.

Por ser una propuesta que genera costos se recomienda buscar patrocinio de parte de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se muestren interesadas por el proyecto.

De presentarse la ejecución del modelo se recomienda que en conjunto con los posaderos se elaboren planes para su continuidad.

BIBLIOGRAFÍA

Agudo, Alvaro. (1984) La promoción de lectura como animación cultural. Caracas: Banco del Libro.

Arenzana A, García A (1995) Espacios de lectura: estrategias metodológicas para formación de lectores. México: Fondo Nacional para la Cultura y las Artes.

Baumberger, R (1975) La promoción de la lectura. Paris: UNESCO.

Castrillón, Silvia. (2005) El Derecho a Leer y a Escribir. Colombia: Asociación Colombiana de Lectura y Escritura. ASOLECTURA; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes CONACULTA.

Correa, P (2001) Palabras y espacios no convencionales en lectura: del espacio íntimo al espacio público. México: Fondo de Cultura Económica, Espacios para la lectura.

García R, María. (2005) Propuesta flexible para el diseño de un programa de promoción de lectura en espacios no convencionales: caso de estudio FUNDANA. Tesis de Licenciatura en Bibliotecología, Universidad Central de Venezuela.

Gobierno en línea (2006). [Página web en línea]. Disponible en: http://www.gobiernoenlinea.gob.ve/venezuela/perfil_aragua_municipios.html [Consulta: 2007, Enero 15]

Hurtado de Barrera, Jacqueline. (2000). Metodología de la Investigación Holística. Caracas: Fundación SYPAL.

INE (1999, Julio 22) División Político Territorial. [Datos en línea]. En INE: Aspectos Físicos. Disponible:(http://www.ine.gov.ve/secciones/menuprincipal.asp?nedo=05&Entid=50000&seccion=1&nvalor=1_1). [Consulta: 2007, Enero 7]

IVEPLAN. (2000, Noviembre). Planificación y Política: La investigación en Iveplan: Líneas de investigación de Iveplan y consideraciones metodológicas para su definición: guía metodológica para la presentación escrita y la defensa del trabajo especial de grado de los postgrados de Iveplan. Caracas: IVEPLAN.

Katz, Bernard. (1989). Como gerenciar el servicio al cliente. Bogota: Legis.

Kline, Elizabeth. [en línea] / Elizabeth Kline - [s.l: s.e, s.f]. – Disponible en: <http://www.producto.com.ve/191/notas/kline.html> [Consulta: 2006, Diciembre 3]

Ljung System Identification. Theory for the user [en línea] / Oscar Duarte– [s.l: s.e, s.f]. – Disponible en: <http://www.ehu.es/iswezraa/ErregAut/mirror/www.virtual.unal.edu.co/ljung/node1.html>

Normas Posadas MINTUR [en línea] / MINTUR – [s.l: s.e, s.f]. – Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/portal//images/stories/factibilidad/normaposadas.pdf#search=%22posada%20%2B%20conceptos%22> [Consulta: 2006, Noviembre 15]

Oficina de Estadística del estado Aragua (2000) Estado Aragua Municipio Girardot [Datos en línea] En Oficina de Estadística del Estado Aragua: División Político Territorial. Disponible <http://www.conaplan.arg.gov.ve/girardot.pdf> [Consulta: 2007, Enero 7]

Organización Mundial de Turismo [en línea] / Organización Mundial de Turismo.- Disponible en: http://www.unwto.org/index_s.php [Consulta: 2007, Enero 8]

Pérez, Alexis G. (2002) Guía metodológica para anteproyectos de investigación. Caracas: FEDUPEL

Rivas, D (1990) Promoción de lectura. Caracas: FEDUPEL.

Sampieri Hernández, R, Fernández Collado, C y Baptista Lucio, P. (2003) Metodología de la Investigación(3ª. ed). Chile: McGraw-Hill.

Stronger, R (1990) Caminos que llevan a la lectura. Paris: UNESCO.

Turismo sustentable de cara al futuro [en línea] / MINCI – Caracas: s.e, 2005. – Disponible en: <http://www.mci.gob.ve/reportajes1.asp?id=86> [Consulta: 2006, Noviembre 15]

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2005) Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías de Tesis Doctorados, Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Yépez Osorio, L.B (1997) La promoción de la Lectura. Antioquia. Contenalco.

ANEXOS

GUÍA DE ENTREVISTAS

Datos Generales:

Nombre de la posada _____

Dirección: _____

Datos del Entrevistado(a):

Nombre del entrevistado(a): _____

Ocupación en la posada: a) Dueño b) Encargado

Edad _____

Sexo _____

Grado de Instrucción:

a) Primaria b) Básica c) Secundaria d) Técnico e) Universitario

Guía de preguntas:

1.- ¿Le gusta a ud. la lectura?

a) Si _____

b) No _____

2.- ¿Qué servicios ofrece ud. dentro de la posada?

3.- ¿Posee ud. material de lectura para los huéspedes dentro de la posada?

a) Si _____ (pasar a la pregunta 4)

b) No _____ (pasar a la pregunta 12)

4- ¿Utilizan los huéspedes el material de lectura que se ofrece en la posada?

a) Si _____ (pasar a la pregunta 3.a)

b) No _____ (pasar a la pregunta 12)

4.a.- ¿Con que frecuencia?

a) Mucha frecuencia b) Regular frecuencia c) Poca frecuencia

5.- ¿Qué tipo de huésped según su apreciación frecuenta más la lectura dentro de la posada?

a) Venezolano b) Extranjero c) Ambos

6.- Según el sexo ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?

a) Hombres b) Mujeres c) Ambos

7.- Según el grupo de edad ¿Qué tipo de huésped frecuenta más la lectura?

a) Niños b) Jóvenes c) Adultos

8.- ¿Qué tipo de materiales de lectura ofrece a sus huéspedes?

a) Libros

b) Revistas

c) Folletos

d) Otros _____

9.- ¿En qué idioma son presentados los materiales de lectura?

a) Español b) Inglés c) Francés e) Alemán

e) otro. ¿Diga cual? _____

10.- ¿Los materiales de lectura que ofrece pertenecen a su propia colección o los obtuvo por otros medios?. De ser así diga ¿cuáles?

11.- ¿Seleccionó de algún modo el material de lectura que ofrece en la posada?

- a) Si ____ (pasar a la pregunta 11.a)
- b) No ____ (pasar a la pregunta 12)

11.a ¿De qué modo?

12.- ¿Ha observado algún huésped con material de lectura dentro de la posada?

- a) Si ____
- b) No ____

13.- ¿Considera ud. la lectura como una forma de recreación?

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Muy en desacuerdo

14.- Si le ofrecieran la posibilidad de incluir un modelo de espacio de lectura dentro de la posada diría que está:

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Muy en desacuerdo

¿Por qué?

15.- ¿Estaría ud. de acuerdo en ofrecer ese modelo de espacio de lectura como un servicio adicional dentro de la posada?

a) Si_____

b) No_____

¿Por qué?

16.- ¿Estaría ud. de acuerdo en recibir orientación para el manejo de un espacio de lectura dentro de la posada?

a) Si_____

b) No_____

¿Por qué?
