

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
 FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION
 ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
 BIBLIOTECA GUSTAVO LEAL

FECHA DE ENTREGA: 01/2013

AUTORIZACION PARA LA DIFUSIÓN ELECTRONICA DE LOS TRABAJOS DE GRADO Y/O
 TRABAJOS DE ASCENSO DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
 UCV.

Yo, (Nosotros) Orozco Heynis y Vasquez Damarys
 autor(es) del trabajo:

"Destinos": propuesta y diseño de una revista
 turística impresa dedicada a promocionar los
 espacios turísticos del país

Presentado para optar: _____

A través de este medio autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, para que difunda y publique la versión electrónica de este trabajo de grado, a través de los servicios de información que ofrece la Biblioteca Gustavo Leal de la Institución, sólo con fines de docencia e investigación, de acuerdo a lo previsto en la Ley sobre Derecho de Autor, Artículo 18, 23 y 42 (Gaceta Oficial N° 4.628 Extraordinaria, 01-10-1993).

<input checked="" type="checkbox"/>	Si autorizo
<input type="checkbox"/>	Autorizo después de 1 año
<input type="checkbox"/>	No autorizo

Firma(s) autor (es)

Heynis Orozco Lucena
 C.I. N° 19.061.895
 e-mail: heynis.orozco.lucena@hotmail.com

Damarys Vasquez
 C.I. N° 19.197.464
 e-mail: anilorac_d-20@hotmail.com

Por el equipo

C.I. N° _____
 e-mail: _____

C.I. N° _____
 e-mail: _____

En Caracas, a los 25 días del mes de Enero de 2013

Nota: En caso de no autorizar: la Escuela de Comunicación Social publicará en sus portales la referencia bibliográfica, tabla de contenido (índice) y un resumen descriptivo elaborado por la Biblioteca Gustavo Leal, sus palabras claves y se indicará que el autor decidió no autorizar el acceso al documento a texto completo.

La cesión de derechos de difusión electrónica, no es cesión de los derechos de autor, porque este es intransferible.

Título del Producto o Propuesta: "Destinos"



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Trabajo Especial de Grado

“Destinos”

Propuesta y diseño de una revista turística impresa dedicada a promocionar los espacios turísticos de Venezuela

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

Autoras:

Orozco L, Heyris M

Vásquez D, Damarys C

Tutor:

Prof. Orlando Luna

Noviembre 2012

DEDICATORIA

A ti Dios por darme fortaleza y la oportunidad de vivir, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortificar mi corazón e iluminar mi mente. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos.

A ti madre, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por tu incondicional apoyo y dedicación perfectamente mantenido a través del tiempo.

Damarys Vasquez

DEDICATORIA

A mis padres, por esperar ansiosos cada minuto, la consumación de este sueño. Sé que hoy ven cumplido en mí uno de sus más grandes objetivos. Este triunfo más que mío, es de ustedes; sé que así lo sienten.

A mis hermanas Daniela, Gabriela y Alejandra, hoy les quiero demostrar que el límite es el cielo y que los sueños se pueden alcanzar cuando se tiene fe en Dios y en uno mismo.

A mí amada Isabella, mi bello Samuel y mi príncipe GianLuigi, por ser esos pequeños seres que llenan de luz mi vida.

A mis abuelos, porque sé que saberme graduada les hace tanta ilusión como a mí.

Heyris Orozco Lucena

AGRADECIMIENTOS

Quiero darle gracias a Dios primordialmente por siempre cuidarme y nunca desampararme. Gracias por las infinitas bendiciones que ha colocado en mi camino.

A la mujer que me ha formado como el ser humano que soy. A ti mami no me alcanzará la vida para agradecer tu apoyo incondicional en la culminación de esta meta. Este triunfo es tuyo y mío, Gladys Dubert. ¡Te Amo!

.A mi novio: José Rojas por su amor y apoyo constante. A ti cielo un millón de gracias por ayudarme a nunca desmayar ante las adversidades y por siempre alentarme a seguir adelante.

A Heyris Orozco, por todas las bellas experiencias compartidas a lo largo de estos años de estudios y por acompañarme firmemente en la realización de este proyecto. ¡Gracias ami...! Logramos el objetivo

Al profesor Orlando Luna por aceptar ser el tutor de nuestra propuesta y ser pieza fundamental para la realización de la misma. Pero sobretodo, por guiarnos siempre para llevar a cabo exitosamente este trabajo.

A mis tías: Sandra, Hilda, María, Rosa y Damigles. A ustedes gracias por sus consejos y por brindarme esa mano amiga en los momentos que más lo necesite.

A Marcos Sendra, por su responsabilidad y valiosa colaboración en la elaboración de *Destinos*.

A Yexcelina Salazar, por su apoyo, por hacer de mí una persona disciplinada y por haber formado parte de esta meta.

A mis amigas: Daniela, Mónica y Génesis por haber compartido juntas este camino por la UCV y que hoy juntas estemos culminando tan anhelada meta.

Damarys Vasquez

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios, por caminar siempre conmigo, llevarme en sus brazos cuando he caído y darme fuerzas para levantarme. Tus bondades son infinitas, mi señor.

A la Divina Pastora, por permitirme ser una oveja más en su rebaño, abrirme caminos y ayudarme a entrar a la mejor universidad del país.

A mi querida UCV, sin duda alguna, la mejor de todas. Por acogerme en su seno y ser mi hogar por más de cinco años. A ti mi querida Central, por enseñarme que “llegar lejos no es estar por encima de las nubes sino debajo de ellas”.

A mi ECS, por enseñarme tantas cosas, darme los mejores amigos y las mejores horas de mi vida.

A nuestro tutor, *Orlando Luna*, por regalarnos parte de su tiempo y ayudarnos a materializar este proyecto.

A mis padres, por apoyarme cuando decidí emprender el que, hasta ahora, ha sido el reto más grande e importante de mi vida.

A mi querido y siempre dispuesto Tío Wuili, nunca hubo un no de tu boca cuando te necesite. No me alcanzará la vida para devolverte todo lo que me diste.

A Javy, mi único hermano, por darme siempre mucho más de lo que tenía y podía.

A mi tía Jackeline, por estar tan pendiente de mí cuando esto apenas comenzaba.

A Mónica, por ser más que una amiga, por seguir este proyecto día a día, aconsejarme y hacerme la vida más fácil. ¿Qué haría yo sin ti?

A Génesis, por su amistad desde el primer día de clases, aún recuerdo aquel 02 de octubre en que nos conocimos.

A Damarys, por permitirme subir a este tren que hoy llega a su última estación. ¡Te quiero, ami!

A Daniela, por su incondicional amistad y sobre todo por recibirme en su casa y no permitir que pasara noches solitarias en el otro extremo de la ciudad.

A Franco León, por estar pendiente de mí cada minuto, cada hora y todos los días. Eres un sol, mi sol.

A la señora Margeris Ferrieri por ser uno de esos ángeles en mi vida. Un forte abbraccio.

A Antonio, por las ediciones, los videos, los micros, los cambios de formato y los servicios técnicos.

A la señora *Gladys* y a la tía Sandra por todas sus atenciones para conmigo, además de sus oraciones y preocupaciones.

Heyris Orozco Lucena

RESUMEN

El siguiente trabajo de grado corresponde al diseño de una revista turística impresa. Con dicho proyecto se tiene previsto mostrar los diferentes destinos turísticos de los que se puede disfrutar en el país, tomando en cuenta que Venezuela posee una amplia gama de lugares que apuntan a todos los gustos.

Como principal propósito se plantea promocionar de una manera detallada el destino a visitar, mostrando en cada edición los sitios turísticos por excelencia de la zona escogida y hacer hincapié en las distintas ofertas de servicios que posee cada lugar. Además de brindar al consumidor información sobre hospedajes, sitios y restaurantes.

La revista tendrá una periodicidad mensual por lo que se presentará como trabajo de grado la edición número "0" de dicho magazine y se detallaran a grosso modo las once ediciones posteriores para completar un ciclo de entregas de un año.

El tipo de investigación que se llevará a cabo será de carácter exploratorio apoyado en un diseño documental y de campo que permitirá recoger datos primarios provenientes de la realidad y datos secundarios procedentes de libros, documentos y otros.

Palabras claves

- Turismo
- Destinos
- Revista
- Revista turística

ABSTRACT

The following undergraduate work corresponds to the design of a tourist magazine printed, with the project it is planned to show the different tourist destinations which can be enjoyed in the country, considering that Venezuela has a wide range of sites that point to all tastes.

As the main purpose arises in a detailed promote the destination to visit, showing in each edition quintessential tourist sites of the target area and emphasize the various service offerings that has every place in addition to providing a detailed consumer guide hotels and restaurants.

The type of research that will be conducted exploratory supported by documentary and field design that allow data collection from primary reality and secondary data from books and other documents.

The monthly magazine will be presented so as editing job grade n° 0 of the magazine and detailing roughly eleven later editions to cycle deliveries a year.

Keywords:

- Tourism.
- Destination.
- Magazine
- Tourism magazine

ÍNDICE

Dedicatoria	1
Agradecimientos	3
Resumen	7
Abstract	8
Introducción	12

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

I.1. Planteamiento del Problema	15
I.1. Justificación	19
I.3. Objetivos	20
I.3.1. Objetivo General	20
I.3.1. Objetivos Específicos	20

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

II.1. Turismo	21
II.1.1. Definición	21
II.1.2. Tipos de Turismo	26
II.1.3. El turismo como actividad económica	29
II.2. Turismo en Venezuela	30
II.2.1. Antecedentes	30

II.3. La Revista	35
II.3.1. Origen	35
II.3.2. Tipos de revista	39
II.3.3. Morfología de la revista	40
II.3.4. Elementos de la revista	44
II.3.5. Principios generales del diseño	46
II.3.6. Diagramación	48
II.3.7. Tipos de diagramación	49
II.3.8. Elementos de la Diagramación	50

CAPÍTULO III: METÓDICA

III.1. Diseño de la investigación	57
III.2. Tipo de investigación	58
III.3. Población y muestra	59
III.4. Técnicas de recolección de datos	59

CAPÍTULO IV: SÍNTESIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

IV.1 Síntesis e Interpretación de Resultados	61
--	----

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE PUBLICACIÓN

IV.1. Ficha técnica	87
IV.2. Concepto	88
IV.3. Nombre y logotipo	94
IV.4. Diseño de la Revista	95

IV.5. Partes de la revista	99
IV.6. Diagramación de la revista	101
IV.7. Elementos de la unidad informativa	102
IV.8. Edición número “0”	104
IV.8.1. Machote	105
IV.9. Implementación y factibilidad del proyecto	106
<u>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES</u>	108
Referencias bibliográficas	110
Anexos	112

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la sociedad actual, son los motores de la opinión pública, y es bien sabido que como empresas, mantienen líneas editoriales y parámetros que los definen en el mercado. Fungen como reguladores de los acontecimientos y espacios que ejercen un gran poder en un mundo globalizado, ya que no se limitan a informar y a formar sino que también, convencen y transmiten modelos culturales que influyen en la vida de las personas.

La revista es un medio de comunicación, que se expone a la luz pública periódicamente, hoy en día es uno de los medios escritos más vendidos y utilizados, ya sea para tratar algún tema de manera especializada o para entretener a sus lectores.

Existen revistas orientadas al sector salud, historia, moda, farándula, entre muchas otras. En el presente trabajo de grado se realizará una revista especializada en el ámbito turístico, con el objetivo de ofrecer al público una guía completa y amplia en materia de turismo.

En casi todos los países del mundo el turismo representa una parte muy importante de la economía y en algunos la principal fuente de ingresos.

La actividad turística es considerada como una de las más importantes a nivel nacional y Venezuela resulta favorecida por su amplia gama de paisajes y relieves, lo que indica que este país tiene todos los factores a favor para generar las diferentes formas de turismo.

Además, la revista turística ha sido pensada especialmente para estimular la importancia del turismo, captar la atención y despertar el interés del venezolano por el conocimiento de los destinos turísticos del país.

En este trabajo de grado se desarrollaran seis capítulos detallados de la manera siguiente:

En el primer capítulo se describe la problemática a trabajar, los objetivos, la justificación de la investigación, alcances y limitaciones.

En el segundo capítulo se abordan las bases teóricas del estudio a realizar, las cuales darán el sustento explicativo a la investigación.

La tercera parte del trabajo aborda la estructura metodológica, su nivel, modalidad y las técnicas utilizadas para la recolección de datos. En este caso el proyecto se basa en una modalidad documental de campo, de nivel descriptiva, además de ser una investigación aplicada ya que el principal propósito es la producción de un producto factible y profesional.

En el cuarto capítulo se realizará el análisis e interpretación de resultados los cuales se originaron a través de la elaboración de entrevista a expertos en materia turística y diseño.

El quinto capítulo detalla el proyecto: *Destinos*. Todas las particularidades de la revista se desarrollan en este apartado, su concepto, estilo gráfico, diseño y diagramación con la intención de instaurar un patrón que permita la elaboración de un producto de calidad.

Y por último se formulan las conclusiones de las autoras que revelaran los conocimientos que se adquirieron a lo largo de la elaboración del trabajo de grado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

I.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es un fenómeno social que surge a partir de los cambios producidos durante la Revolución industrial cuyo objetivo principal fue el de motivar el ocio y el descanso para la familia y la sociedad en general.

En los dos últimos siglos el turismo se ha masificado notoriamente. Desde la creación del ferrocarril y la venta de los primeros paquetes de viajes esta actividad no ha parado. Miles de personas en el mundo salen de su lugar habitual en busca de esparcimiento, recreación y ocio. Según la Organización Mundial del Turismo:

“Comprende justamente el desplazamiento de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos: en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo al de 24 horas (pernoctando en el destino); principalmente con fines de ocio y otros”
(Organización Mundial del Turismo, 2001:07)

Actualmente el turismo es una actividad que incentiva el intercambio cultural, social y económico por lo que hoy día es tomada como uno de los indicadores de desarrollo de algunos países mientras que para otros, la explotación del turismo representa casi o la totalidad de su Producto Interno Bruto (PIB), para estos, su principal objetivo es a dar a conocer sus

atractivos al resto del mundo, atrayendo así a una cantidad considerable de visitantes.

Por encontrarse en una zona privilegiada, Venezuela no escapa de la actividad turística. Su posición en el mapa mundial, sus extensas costas en el Mar Caribe, la variedad de climas y relieves permiten que Venezuela, además de ser conocido como el país de las mujeres bellas sea un destino turístico natural por excelencia, lo que se traduce en la visita de un flujo importante de turistas internacionales y la práctica del turismo nacional o doméstico por parte de sus habitantes.

“Los venezolanos hemos sido, en cierto modo precursores de turismo, ya que en el curso de la historia, hemos visitado muchos países, no por motivos de placer sino para cooperar a defender la libertad de esos países”. (Diego Arria, 1971:56). De acuerdo a este autor, pudiéramos decir entonces que Simón Bolívar, sin proponérselo fue el gran turista de la libertad.

En el caso de Venezuela que si bien cuenta con un gran potencial turístico, dadas sus maravillosas riquezas naturales, siempre ha postergado a un segundo plano la actividad turística como fuente de ingresos. Las políticas gubernamentales han basado, fundamentalmente, la economía venezolana en la renta petrolera, descuidando otras potenciales fuentes de ingresos, como la representada por el desarrollo turístico, cuyo mercadeo siempre ha sido muy retraído.

Es lamentable que se descuide el marketing del turismo en un país como Venezuela, que cuenta con grandes recursos naturales que invitan a ser conocidos y disfrutados. No existe una profunda preocupación por

desarrollar esta gran fuente económica y de esta manera se desaprovechan todas las bellezas naturales que el país tiene.

Hoy en día, otro factor preocupante es el desinterés y la poca preferencia que tiene el viajero venezolano por hacer turismo local, sin embargo en los últimos 9 años ha incrementado el turismo nacional como consecuencia del control de las divisas y la implementación de un nuevo régimen cambiario establecido por parte del Estado en el año 2003.

Otro factor de peso, es la escasa oferta de medios dedicados exclusivamente al turismo. En esta era digitalizada la mayoría de contenidos están disponibles en la web, sin embargo el manejo de la información es poco profundo. La web y algunos medios impresos, que ofrecen alternativas dedicadas a cubrir exclusivamente el tema del “turismo en Venezuela” no dan mayor espacio para presentar trabajos amplios de investigación e interpretación, abandonando de esta manera formas interesantes y atractivas de publicar información profunda sobre sitios históricos, parajes, biografías y destinos representativos del turismo nacional.

Es por ello que se plantea la idea de producir una revista especializada en materia turística dirigida a los aficionados al turismo, dedicada a promover la actividad turística venezolana a través de una propuesta fresca en el tratamiento y presentación de la información de forma que seduzca al público, y le permita conocer a fondo la gama de destinos turísticos con que cuenta el país. De esta forma no sólo se estará incentivando a la práctica del turismo interno sino que también se buscará informar con material de calidad (recogido en la misma zona objeto de la publicación) a quienes consumen el producto.

Para realizar dicha revista se estudiarán las tendencias que se deben considerar para dar un enfoque innovador al tratamiento y presentación de la información en la publicación de la revista turística y dentro de los cuales parámetros que se debe regir la publicación para posicionarse y distinguirse en el mercado con respecto a otras ofertas, a fin de ampliar las posibilidades de proyección y sustentabilidad a futuro.

I.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El turismo es una actividad que además de romper fronteras propicia la interacción cultural, y acerca a todos los hombres del mundo, es un factor de activación económica y un propulsor del enriquecimiento de las distintas estructuras sociales.

Siendo Venezuela un país con gran potencial turístico, está llamado a realizar esfuerzos, proyectos y a adelantar acciones en pro de un real desarrollo en esa dirección. Sin embargo, los esfuerzos del Estado venezolano en invertir y sacar provecho de la actividad turística en el país aún no son visiblemente notorios. Razón por la cual cientos de personas, habitantes de esta patria, toman como destinos turísticos preferenciales zonas que van más allá de las fronteras venezolanas alegando que existen mejores ofertas, servicios, organización e infraestructuras.

Es por ello, que para el siguiente trabajo de grado se plantea la realización de una revista turística venezolana dirigida a todo público en la que se muestren los diferentes destinos turísticos de los que se puede disfrutar en el país.

I.3 OBJETIVOS

I.3.1 Objetivo general

- Diseñar una revista turística impresa de publicación mensual que sirva como instrumento para promocionar los diferentes destinos turísticos del país.

I.3.2 Objetivos específicos

- Establecer el origen y los antecedentes del turismo en el país.
- Evaluar los aportes del turismo como actividad económica y social.
- Definir las características morfológicas de la revista impresa.
- Establecer las secciones, artículos y entrevistas a desarrollar en la edición número "0" de la revista *Destinos*.
- Investigar la existencia de revistas turísticas en Venezuela y analizar el tratamiento de la información.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Las bases teóricas

Las bases teóricas son definidas como “el conjunto actualizado de conceptos, definiciones, nociones, principios etc., que explican la teoría principal del tópico a investigar” (Pérez, 2003:45). Estas constituyen un punto de vista o enfoque determinado que va dirigido a explicar el problema planteado.

II. 1. Turismo

II. 1.1 Definición:

En la actualidad se percibe al turismo como la actividad que comprende la permanencia de personas en un destino diferente a su lugar habitual con fines placenteros, recreativos y de ocio. Sin embargo, el turismo también representa en lo económico una actividad importante, por lo que muchos países llevan el turismo como actividad económica principal. Ya para el siglo XVIII, vislumbrando el futuro, algunos diarios europeos lo bautizaron como “La Industria sin chimeneas.” (Das Dores y Montenegro, 2011:39)

La etimología de la palabra turismo procede del latín tornus, sustantivo que significa “torno” o del verbo tornare que alude a “girar” más la suma del sufijo –ismo que se refiere a la acción que realizan un grupo de personas, por lo que la palabra turismo quiere decir entonces, viaje circular, viaje de ida y vuelta o viaje con retorno al punto de partida.

Para el profesor Neil Leiper, representante de la Escuela Onomástica señala que el concepto de turismo no proviene de ninguna lengua sino, que su etimología deriva de un apellido aristocrático perteneciente a la familia francesa De la Tour, quienes fueron los encargados de organizar los viajes ingleses en el continente durante el siglo XVII. Según Leiper fue así como el término “tour” se expandió por Europa para designar los viajes de placer.

Por otro lado, para el teórico francés Artur Haulot, la palabra turismo se remonta a miles de años, deriva del hebreo “tur” que significa viajes y movimientos de personas por el mundo que nos rodea y fue escrita en La Biblia. Sin embargo, para Beaver (2002) la palabra turismo se utilizó por primera vez en el año 1811 y turistas en 1840.

La palabra turismo comenzó a masificarse luego de la creación del ferrocarril y después de que esta máquina de vapor fuese utilizada como el principal medio de transporte. Los términos turismo y turistas se usaron inicialmente en Francia, y en la primera década del siglo XIX aparecen en textos ingleses como The Shorter Oxford English Dictionary con las siguientes acepciones:

Turista: Persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera.

Turismo: la teoría y la práctica de viajar, viajando por placer.

Así como los diccionarios de diferentes lenguas decidieron emplear y definir la palabra turismo, algunos estudiosos de la materia también

comenzaron a construir significados partiendo de diferentes puntos de vistas pero siempre coincidiendo en la misma función de la palabra.

Ya para el siglo XX, precisamente en el año de 1911, el austriaco Herman von Schullern, le asigna la siguiente significación:

Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacía, en, y fuera, de una determinado municipio, estado o país.

Otro que se atrevió a precisar el concepto de turismo, esta vez abordando los motivos del viajero, fue Morgenroth en el años de 1929 y lo definió como:

Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversa índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales.

A mitad del siglo XX aparece un nuevo concepto construido por Ignacio Arrillaga, un catedrático español con grandes conocimientos en turismo.

Turismo es todo desplazamiento voluntario temporal, determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de

bienes servicios y organización que cada nación determina y hacen posible esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar. (Arrillaga, 1955)

Este estudioso del turismo no sólo conceptualiza el turismo como una actividad donde las personas se desplazan de su lugar de residencia sino que también engloba dentro de su definición los bienes, servicios e instalaciones que hacen posible la práctica de esta actividad.

Como es notorio, no resulta fácil conseguir una definición universal de la palabra turismo. Por esto, Miguel Flores Sedék de la Universidad de Carabobo destaca que, la definición de turismo ha sido objeto de un sinnúmero de polémicas, razón por la cual han surgido innumerables definiciones según el ángulo o enfoque que adopte el autor.

Por esto es por lo que digo que el turismo es difícil de definir y que su verdadera interpretación es la de cada ser según su experiencia. En lo que si estamos todos de acuerdo completamente, es en que el turismo es una actividad que no puede ser estático; el turismo implica movimiento, traslado. (1980: MIMEO).

Entonces, según lo dicho por Flores Sedék se concluye que el turismo se basa definitivamente en el traslado de ciertos actores sociales de su lugar habitual a un destino determinado.

Por otro lado, existe una paradoja en cuanto a la definición de la palabra turismo, en ella se excluye a las personas que en busca de

distracción, recreación o esparcimiento permanecen en un lugar distinto al de su residencia por menos de 24 horas y que a efectos de los vendedores, comerciantes y para estadísticas locales del sector turístico también son denominadas turistas.

Mientras los autores mencionados anteriormente se basaron en dar un significado a la palabra turismo, otros decidieron hacer lo mismo con la palabra turista. Sin embargo, una de las más simples y mejor trabajada es la aprobada por la Sociedad de Naciones en el año 1937, basando en criterios estadísticos definen al turista como “Toda persona que viaje durante veinticuatro horas o más a cualquier otro lugar distinto al de su residencia habitual”. (Sociedad de Naciones, 1937)

Es turista quién permanece en un sitio distinto al de su origen por más de un día y menos de un año. “Muy a menudo se contabiliza como turistas a las personas que viajan para visitar amigos o parientes, por razones de negocios o motivos de salud” (Da Costa, 1993:236).

Es de aclarar, que a pesar de las innumerables definiciones que existen sobre las palabras turismo y turista, serán usadas para efecto de esta investigación las trabajadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), por ser la institución más aceptada y calificada en cuanto a estándares internacionales.

II. 1.2 Tipos de turismo

La variedad de tipos de turismo resulta de las intenciones y deseos que el turista tiene respecto a su viaje. Los motivos que inducen el viaje determinan los tipos de turismo.

A continuación se presentan algunas clasificaciones de turismo incluidas en el Diccionario de Turismo y Hotelería de Joao Da Costa.

Clasificación Básica:

- **Turismo Nacional:** es el que se práctica dentro del país donde reside el turista.

- **Turismo Internacional:** es la contraposición al turismo nacional y se lleva a cabo cuando la persona denominada turista traspasa al menos una frontera internacional.

Otras Clasificaciones:

Según el Objetivo del Viaje.

El objeto del viaje no suele ser el mismo. Existen infinidad de motivos por los que un individuo decide salir de su lugar de origen y convertirse en turista. En esta parte se tomaran en cuenta las más frecuentes entre un universo de probabilidades que inducen a las personas a sumergirse en la actividad turística.

- **Turismo Comercial o Turismo de Negocios:** en este caso, se denomina de esta forma a la actividad turística que se realiza con fines de lucro por parte del viajero. En esta definición entran las personas que asisten a exposiciones, ferias, reuniones de negocios, etc.

- **Turismo Cultural:** en un mundo donde la diversidad cultural es basta, los individuos se adentran en locaciones ajenas a las suya para empaparse de

las tradiciones y costumbres de los otros. Es esta acepción la que define la actividad turística que se realiza con fin investigativo, de crecimiento personal, visitas a lugares de gran interés histórico y/o asistencia a ferias o eventos con fines culturales.

- **Turismo de Aventura:** Contempla la rama del turismo donde el turista aparta la rutina diaria, la vida urbana, comodidades y servicios de las grandes urbes para introducirse en lugares exóticos como selvas y junglas.

- **Turismo por Placer:** se realiza con fines recreativos o para salir de la rutina.

- **Turismo de Salud:** es el que practican las personas que sufren alguna enfermedad con el fin de obtener la sanación. Se denomina turismo de salud cuando las personas asisten a algún centro de sanación fuera de su localidad por más de un día, viajan a otro destino en búsqueda de sanación física o mental o cuando su objeto es ser orientado por profesionales de la medicina que residan fuera de sus fronteras.

- **Turismo Deportivo:** en esta definición se engloba a la actividad realizada por personas que se mueven de su lugar de residencia para practicar algún tipo de deporte como la pesca, la caza, el alpinismo, etc. Según Da Costa (1993:239) “es de tal importancia que son conocidas las disputas agrias entre distintos países para obtener la organización de una Copa Mundial de Fútbol o de los Juegos Olímpicos”.

- **Turismo Estudiantil:** es realizado por uno o varios estudiantes con finalidad académica y sin necesidad de fijar residencia en el lugar de destino.

- **Turismo Religioso:** es el relacionado a visitas a santuarios, lugares religiosos y a la realización de peregrinaciones.

Según el Factor Económico:

Una de las principales limitantes a la hora de hacer turismo es la economía. ¿Con cuánto dinero se cuenta? y ¿cuánto dinero está destinado a ser gastado en actividades turísticas? son unas de las principales interrogantes que se interponen cuando una persona se dispone a convertirse en turista.

- **Turismo de Lujo o Turismo Selectivo:** Es la actividad turística que realizan personas con altos ingresos de dinero. En la actualidad, esta definición incluye también a las personas de diferentes estatus sociales que realizan viajes en grupos minoritarios.

- **Turismo Masivo:** Es llevado a cabo por un gran número de personas los que, suelen contactar agencias de viajes que suministren planes o paquetes para grandes grupos y así abaratar costos.

II.1.3 El turismo como actividad económica

En casi todos los países del mundo el turismo representa una parte muy importante de la economía y en algunos la principal fuente de ingresos. El turismo al tiempo que genera la entrada de divisas, es fuente de empleos directos e indirectos, incide sobre el producto interno bruto del país y en el desarrollo de la nación. Para el desarrollo del turismo no solo se necesitan los paisajes y atractivos naturales que ya son un gran aval, sino que también, se requiere de un apoyo extra por parte de los distintos sectores de la

economía nacional. Para que el turismo sea un eje fundamental para la economía nacional se requiere de una serie de bienes y servicios tales como:

Construcción: el sector de la construcción es uno de los de vital importancia para la economía de cualquier país, en tal sentido la construcción es requerida para la ampliación, reconstrucción o remodelación de todas aquellas instalaciones prestadoras de servicio turístico que serán destinadas para el alojamiento.

Transporte: factor importante de guía que no solo sirve para trasladar a los turistas brindándole un fácil acceso por los distintos destinos turísticos, sino que también, sirve para trasladar a los trabajadores locales como los de las empresas prestadoras de servicio turístico y el resto de las zonas vecinas.

Seguridad: brinda confianza aumentando el interés turístico de la región por parte de los turistas, ya que les ofrece excelentes condiciones a los visitantes a los visitantes.

El incremento de la actividad turística tiene como consecuencia la creación de nuevas rutas terrestres, fluviales, marítimas y aéreas, tratamiento o creación de reservas de agua potable, construcción de infraestructuras, mantenimiento y mejora de las redes de comunicación, entre muchas otras que no sólo ofrecen un mejor servicio al turista sino que vienen a mejorar el modo de vida de quienes residen en las locaciones donde se practica la actividad.

Según la Organización Mundial para el Turismo, este ha ido creciendo rápidamente durante décadas, lo que le ha permitido posicionarse entre las primeras fuentes de actividad económica de diferentes países del mundo. En

su página en español señala que: “Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles”.

El turismo, según algunos expertos puede convertirse y llegar a ser la actividad económica bandera de los países en vías de desarrollo y también representar una posible salvación ante la crisis económica.

II. 2. Turismo en Venezuela

II. 2.1 Antecedentes

Los antecedentes del turismo en Venezuela se remontan a la década de 1930. Para el siglo XX la actividad turística se hacía sentir en distintos rincones del mundo y Venezuela no escapó de ello. Con el establecimiento en el país de diferentes empresas marítimas y aéreas el Estado comienza a asumir la responsabilidad del desarrollo turístico.

La línea aérea *Pan American World Airways*, fue la primera en conectar sus vuelos hacia Venezuela como destino turístico. Estas y otras conexiones que se dieron posteriormente dieron origen a la construcción de hoteles como el Majestic en 1934 y el Macuto, los cuales ofrecían hospedaje a los turistas extranjeros.

Durante el gobierno de Eleazar López Contreras, el 31 de agosto de 1938 se promulga la primera Ley de Turismo según Gaceta Oficial nº 19.660. Esta ley regula el tráfico de los viajeros, centraliza la política de turismo, fiscaliza y controla las empresas que se dedican al negocio turístico; establece los requisitos legales para la entrada de visitantes al país además

de sanciones y crea la Oficina Nacional de Turismo adscrita al Ministerio de Fomento.

Por otra parte con la entrada en vigencia de esta ley se declara la primera zona turística del país, esta iba desde La Guaira hasta Puerto Cabello. El Ministerio de Fomento comienza la construcción de hoteles y espacios de recreación con los atractivos indispensables para recibir a los turistas. Es así como nacen los primeros grandes hoteles venezolanos: el Hotel Ávila en 1942, el Hotel El Lago en 1953 en la ciudad de Maracaibo y el Nueva Segovia en Barquisimeto y el Tamanaco en la ciudad capital. Luego, en 1958 se inauguran el hotel Guaicamacuto y el Macuto Sheraton; ese mismo año se crea la Corporación Nacional de Hoteles y Turismo (Conahotu), una institución gubernamental dedicada a la explotación del turismo en Venezuela.

Para los años 1960 el Ministerio de Fomento de la época incentivaba y promocionaba todo lo relacionado con el turismo. En 1962, el gobierno nacional declara el turismo como “Actividad de Interés Público”, debido a su importancia económica y al potencial turístico con que cuenta el país. De esta forma se incrementa el desarrollo del turismo y es así como cadenas hoteleras internacionales (Meliá, Hilton, Intercontinental, y otros) se instalan en Venezuela.

Más tarde, durante el primer mandato de Rafael Caldera, se modifica la primera Ley de Turismo, se crea la Corporación de Turismo de Venezuela (Corpoturismo) encargada de la planificación, desarrollo y promoción del turismo en el país, todas estas actividades actualmente está a cargo de Inatur y Venetur mediante Decreto de Ley nº 1534 y publicado en Gaceta

Oficial de la República Bolivariana de Venezuela el 26 de noviembre de 2001.

En 1977 se crea el Ministerio de Turismo que no tuvo mayor relevancia ya que para esta época la economía venezolana se sustentaba casi un 100% de la explotación de hidrocarburos.

Durante la década de los 80 el estado realiza importantes inversiones, se establece la Isla de Margarita como zona franca y posteriormente pasa a ser puerto libre, comienza la construcción del Complejo Turístico el Morro en Puerto La Cruz y se invierte en el turismo local de los estados: Anzoátegui, Sucre, Lara y Mérida. Es entonces, durante esta época, cuando hubo un incremento notable del turismo interno.

Otro empujón que recibió el turismo nacional para esos años fue gracias a la crisis económica vivida en Venezuela luego del decreto emanado por el entonces presidente, Luis Herrera Campins, el 18 de febrero de 1983 conocido popularmente como “viernes negro”. La devaluación del bolívar vino a restringir las posibilidades de los venezolanos de trasladarse al extranjero, por lo que las personas comenzaron a explorar destinos turísticos locales.

En el año 1992, como un acuerdo entre el sector público y el sector privado, se modifica nuevamente la ley de Turismo. Se crea el Consejo Nacional de Turismo el cual tiene la facultad de regular, controlar, fomentar, orientar y coordinar todas las actividades que favorezcan al desarrollo económico y social de la nación por parte del turismo.

En 1997 se realiza una alianza estratégica entre Conindustria, Corpoturismo y el Banco Industrial de Venezuela; generando un plan de

financiamiento en el que se destinan 2 millones de bolívares para la fabricación, extensión y mejora de la infraestructura turística.

En 1998 se proclama una Ley Orgánica de Turismo con el objeto de incrementar el papel del estado como administrador, rector y promotor de la actividad turística en el país. Mientras que en el año 1999 se crea el Viceministerio del Turismo adscrito al Ministerio de Producción y Comercio, suplantando así a la Corporación de Turismo de Venezuela.

Para el nuevo milenio, específicamente en el año 2001 se promulga otra Ley Orgánica del Turismo, esta vez vía habilitante debido a la tensa situación política y económica que vivía el país. Esta ley tiene como objetivo principal la regulación de la formación y capacitación turística, promocionar y fomentar el turismo a través de planes de mercadeo y la recreación para la comunidad. También crea el Registro Nacional Turístico, le proporciona personalidad jurídica al Fondo Nacional de Promoción y Capacitación Turística, se le concede poder al Consejo Superior de Turismo. Se elimina la Corporación de Turismo de Venezuela (Corpoturismo) se crea el Instituto Nacional de Promoción y Capacitación Turística (Inatur).

Con la implementación del nuevo régimen cambiario impuesto por el presidente Chávez en el año 2003, el turismo emisivo decae y los venezolanos, nuevamente, se ven obligados a realizar el turismo nacional. Según cifras del Ministerio de Turismo, la actividad turística interna en 2004 creció un 32% con respecto al 2003.

En 2005 se modifica la Ley Orgánica de Turismo. Esta vez se contempla el turismo como mecanismo importante para el desarrollo sustentable de la nación. Entre las principales novedades están: la creación

de los Fondos Mixtos de Promoción y Capacitación Turística (regionales y locales), también se acuerdan el otorgamiento y fijación de créditos que servirán para incentivar y promocionar el turismo dentro del país. Así mismo se suprime el Ministerio de Producción y Comercio y se establece el Ministerio de Turismo.

En este mismo sentido, en la nueva Ley Orgánica del Turismo, se crean las bases legales que rigen el desarrollo definitivo de este sector como actividad autosustentable de importancia capital para la nación, por lo que en el artículo número 29 de dicha ley, se exige la formulación de planes, proyectos y la creación de fondos por parte de las autoridades de los municipios con potencial turístico y así permitir el reimpulso de este sector tan importante para la economía del nacional.

II. 3 La Revista

La revista es un medio de comunicación (impreso o digital) de publicación periódica que se especializa en algún tema en particular. Esta puede ir dirigida a diferentes tipos de públicos y abarcar temas como salud, farándula, moda entre muchos otros.

Para el autor inglés William Owen la revista, “es un proceso de creación relativamente difuso al que no se pueden aplicar principios inmutables, debido a que no existe un problema común a todos los tipos de revista” (Owen, 1991: 7). Según este autor los diferentes tipos de revistas existentes en el mundo no deben ser diseñadas de igual forma, ya que, cada una se especializa en un contenido distinto.

II. 3.1 Origen

La primera revista editada en el mundo se remonta al año 1663 y fue bautizada como **“Erbauliche Monats-Unterredungen”** (**“Discusiones mensuales edificantes”**), un magazine de origen alemán que circuló durante cinco años. Posteriormente países europeos como Francia, Italia e Inglaterra comenzaron a producir este medio de comunicación. Ya para la década de 1670 existían diversos tipos de revistas más ligeras y amenas. Para aquel entonces fueron muy populares Le Mercure Galant, (se comenzó a editar en 1672) la cual más tarde cambió su nombre a Mercure de France y The Tatler, creada a principios del siglo XVIII (1709-1711), por Joseph Addison y Richard Steele. (definición.de/ consultada el 27/08/12).

A medida que transcurría el tiempo la revista de fue consolidando como un medio de comunicación altamente rentable; su consumo se fue masificando, razón por la cual nacieron las revistas especializadas. Los periódicos y las revistas surgieron paralelamente, pero esta última, aunque al igual que los periódicos era un medio impreso de publicación periódico se caracterizó por darle a la información un tratamiento menos noticioso. La revista actualmente, es uno de los medios de impresos con mejor aceptación por parte del público.

A continuación se muestra un registro cronológico del avance de la revista en el mundo, elaborado por Yolanda Zappaterra en su libro Diseño Editorial: Periódicos y Revistas.

105 a.C: Gracias a las técnicas de procesamiento de los residuos de arroz, lino y seda; se crea en China el papel.

Principios del s. XV: Empieza la era de la publicación gracias a la unión de los escritores profesionales y los monjes.

1450: El herrero alemán, Johannes Gutenberg crea la imprenta y logra la impresión de 180 ejemplares de la llamada *Biblia de Gutenberg*

1457: En Nüremberg, Alemania, se imprime el Gazzette, considerado el primer periódico del mundo. También, en el mismo año Johann Fust, ayudante de Gutenberg, desarrolla la impresión a color.

1476: William Caxton imprime el primer libro de habla inglesa, llamado *The Recuyell of the Historyes of Troye*.

1486: Se imprime en Inglaterra el primer libro ilustrado a color de la historia.

1506: Francesco Griffi inventa la tipografía cursiva, la cual se usa por primera vez en un libro de Virgilio.

1605: Aparece el primer semanario de la historia en Estrasburgo, Francia. Estos incluían descripciones de modas y costumbres, además de críticas sociales y morales.

1663: Nace en Alemania la primera revista de la historia, se llamó Erbauliche Monats-Unterredungen (Discusiones mensuales edificantes).

1709: Nace la revista Taltler, primer magazine de gran tiraje. También se aprueba en Inglaterra la Copyright Act (Ley de Propiedad Intelectual).

1731: Sale a la luz pública en Inglaterra, The Gentleman's Magazine, la primera revista moderna de la historia, contenía noticias, ensayos, crónicas, poesía y efemérides.

1741: Por su parte, en Estados Unidos, Benjamin Franklin plantea la primera revista americana, que llevaría el nombre de General Magazine. Sin embargo, por tan sólo tres días se publica American Magazine.

1785: Se crea el diario Times en Londres, Inglaterra.

1828: Se publica The Ladies' Magazine, en Estados Unidos. La primera publicación exclusiva para el público femenino.

1851: Nace The New York

1867: Se publica la primera revista japonesa de la historia, llamada Seiyo-Zasshi (*La Revista Occidental*).

1886: Se crea Cosmopolitan, una revista únicamente para mujeres

1912: Se lanza en Estados Unidos el primer magazine exclusivo para los aficionados al cine, se llamó Photoplay.

1923: Se publica la revista Times por primera vez en Estados Unidos.

1933: Sale a la luz pública Newsweek. Para la época fue la revista de mayor venta, después de Times.

1955: Penetra en el mercado la polémica revista Playboy, un magazine de contenidos atrevidos dirigida al público adulto masculino.

1967: Dirigida a los aficionados a la música y el rock and roll se publica la revista Rolling Stone en Estados Unidos.

1969: Dedicada al culto a las celebridades, nace en Estados Unidos la revista Interview, creada por Andy Warhol y Gerard Malanga.

1970/ 1980: Se desarrollan los primeros Softwares utilizados para la edición y diseño en la web.

1985: Se publica la portada más famosa de la revista Nacional Geographic. En ella aparecía una joven refugiada de Afganistán de resaltantes ojos verdes. Esta imagen recorrió el mundo.

1987: Se crea el programa Quark Xpress.

1988: Nace un programa piloto creado por los hermanos Thomas y John Knoll, que 6 años más tarde se convertiría en el mundialmente conocido Photoshop.

1990: Nace la World Wide Web, Internet.

1994: Se crea en Italia, la revista Glamour. Fue el primer magazine que utilizo el formato A5.

1996: Se crea la primera revista electrónica de la historia, La Guimalda Polar. Se comienza a usar el término “redvista” para designar a este medio de comunicación en la red.

2002: Comienza la digitalización de las revista. La primera se llevó a cabo por el grupo editorial Hachette Filipacchi. A este estilos también se unieron los grupos editoriales G+J, Grupo Zeta y ¡HOLA!

2007: Goodmagazine.com realiza una lista sobre las 51 mejores revistas de la historia.

2009: Los lectores de revista en web aumentan tan drásticamente que muchas de las conocidas revistas impresas cierran sus imprentas para dedicarse a la publicación online, entre ellas la revista Fem, México.

A lo largo de la historia se evidencia el desarrollo de la revista como medio de comunicación escrito dedicado a informar al público de una forma menos noticiosa, ilustrada y estructurada de forma indefinida.

II.3.2 Tipos de revistas

En la actualidad existe gran variedad de tipos de revistas. Apuntando al trabajo de Gastejón (1986), pueden definirse algunos tipos guiados por la temática, periodicidad y otras características.

Por temática

Según el tema que abarcan estas podrán ser de información general (cuando manejan cualquier tipo de tema) o especializadas (si sólo abarcan una fuente bien definida; o un tema en concreto por ejemplo: ciencia, turismo, historia, decoración, etc.)

Por periodicidad

La frecuencia también puede definir el tipo de revista. Existen publicaciones que salen a la luz de manera semanal, mensual, trimestral o anual.

Por su orientación

Se centra en el objeto con el cual se publica la revista. El objetivo puede ser informativo, comercial, gremial o institucional. Esto va a depender de la forma en cómo esté concebida la revista, es decir, su naturaleza.

Por su circulación

Abarca el alcance de la distribución de la revista. Para este caso, la publicación puede ser local, regional, nacional e incluso internacional.

Por el tratamiento de la información

Esta clasificación trata de publicaciones informativas, interpretativas, de opinión o aquellas que puedan incluir en una misma revista todos los tratamientos anteriores, por lo que se considerará mixta.

Por su presentación

Se relaciona con el aspecto gráfico de la publicación, como se manejan las imágenes y los textos. Entonces en esta clasificación entran las revistas ilustradas, de texto o balanceadas.

II. 3.3 Morfología de la Revista

1. Portada

En los medios impresos la portada es la primera página de los periódicos y revistas. En ella recae la responsabilidad de atraer al lector y en la misma se leen las noticias y/o artículos más importantes que contiene el medio. (definición.de/ consultada25/08/12)

2. Tipos de portada

- **Figurativas**

Cuando se habla de las portadas figurativas, se refiere a aquellas portadas que utilizan un rostro, sin tener que ser necesariamente con una sonrisa. Habla de la expresión de muchas emociones con la primera imagen de la revista, y que se pueda tomar con humor e ingenio.

- **Abstractas**

Son las menos frecuentes, y mayormente se encuentran en revistas temáticas. Se dan el lujo de no colocar ningún titular en su portada, y se le da al logotipo una movilidad por toda la portada.

- **Basadas en texto**

Estas son más raras aún en las publicaciones periódicas contemporáneas, y como su nombre lo dice, son portadas sin imágenes, usan las palabras como su arma visual.

3. Contraportada

Es la parte posterior a la portada de la revista. En su mayoría la contraportada se vende a anunciantes publicitarios para así ganar ingresos para la revista.

4. Logotipo

Es un diseño gráfico que se crea y se usa con el fin de denotar el símbolo de la marca, el nombre de ésta o ambas cosas. El logotipo, es utilizado por empresas y organizaciones para que sus productos sean fácilmente identificados, logrando así que el público reconozca la marca con tan sólo ver el símbolo que la identifica.

Existen logo tipos que sólo se limitan a ser símbolos o imágenes que pueden ser reconocidos por la vista pero no pueden ser pronunciados o expresados a través del habla (por ejemplo, Nike) y otros a los que se puede

percibir con la vista y hacer alusión con la palabra al mismo tiempo, es el caso de: Toshiba, Coca-Cola, Levi's, Google, Ray-Ban, entre otros.

Cualquier elemento que se deseé para ser utilizado como logotipo (imagen, símbolo, icono o tipografía) debe contar con ciertas cualidades que lo hagan único y reconocible. Estas son:

- **Visibilidad:** el logo de un producto debe estar en un lugar visible y fácil de identificar.
- **Simplicidad:** debe ser claro y sencillo para que el público lo identifique rápidamente y no se confunda con otra imagen o icono.
- **Excelencia gráfica:** un logo bien creado gráficamente es muy importante. Su forma, diseño y color deben estar bien definidos y en total consonancia con la marca.
- **Competencia:** debe hacer referencia a la marca o producto.
- **Perdurable:** el diseño del logotipo debe hacerse pensando en el futuro para evitar cambios posteriores con el pasar de los años.
- **Distinción:** debe ser único y causar impacto en el público.
(www.ideografico.com/consultado28/08/2012)

5. Lomo

Es una pequeña franja que actúa como soporte y que puede ser considerada como la “columna vertebral” de la revista. Aunque muchas veces esta diminuta parte de la revista sea olvidada por los diseñadores, actualmente se ha convertido en un gancho a la hora de vender la publicación. El diseñador arma una imagen en el lomo de una serie de revistas incentivando al lector a completar la imagen y así logra que un lector esporádico se convierta en habitual.

6. Foliatura

Esta se refiere a la asignación de números a las páginas de la revista. El diseñador escoge el punto donde se fijará la numeración, lo más frecuente es que esta se ubique en los bordes de la publicación.

7. Mancha

“La mancha es justo la parte del folio de papel que será impregnado de tinta”. (Guzmán y Quilarque, 2009:15).

8. Tripa

Son las hojas internas que van sostenidas por la tapa o portada.

II.3.4 Elementos de la revista

Título

Es el nombre que se le da al texto, la titulación es el enfoque visual y llamativo de donde se cautiva al lector. Los títulos no deben tener más de diez palabras, estos van en compañía de un antetítulo, el cual vendría a ser el abreboque de lo que continúa en la publicación. También estos pueden contener subtítulos que separen un texto del otro, para marcar una idea o complemente el texto.

Sumario

El sumario se utiliza para resumir al lector el contenido de cualquier publicación y se encuentra ubicado después de la titulación.

Artículos, reportajes y entrevistas

Son “el elemento textual fundamental en la construcción de la identidad de una revista, dice. Tienen que destacar con una maquetación diferente que las haga sobresalir sobre sus competidoras”. (Zappaterra.1998).

Despiece

Es “un pequeño artículo que acompaña a uno mayor sobre el mismo tema. Los despieces se usan para tratar aparte un punto específico del reportaje general y su tamaño no debe aproximarse al de éste” (glosariografico.com/consultada 25/08/2012).

Los despieces, además de ser información adicional sobre el artículo principal, ofrecen a lector un descanso en medio del texto.

- **Leyendas:** Las leyendas son “el puente literal y metafórico entre el texto y la imagen, podrían usarse para guiar al lector en una página, pueden contener información que suplemente a una imagen específica o información que más bien complemente al texto que acompaña a la imagen. (Chris Foges, 2000)
- **Página índice:** Esta página es fundamental ya que actúa como un mapa para los lectores a la hora de buscar cierto contenido en el cuerpo de la revista. “Con la portada, constituye el único recurso que guía al lector a través del contenido. Las páginas índice se localizan a menudo en la parte derecha, ya que es más visible”. (Zappaterra,1998).
- **Créditos:** En esta sección se incluye la información correspondiente a los colaboradores de la revista. “Darle un toque de personalidad” se incluyen también datos biográficos “o anécdotas curiosas, para aumentar la credibilidad de los escritores”, así como la de la revista. (Foges, 2000).
- **Editorial:** Es un texto ubicado generalmente en la página índice o sumario, donde el director de la revista se dirige directamente al lector para hablarle acerca de los temas que se incluyen en la edición.

II.3.5 Principios generales del diseño

No existe una unanimidad entre los autores a la hora de formular los principios básicos del diseño. Los cuatro principios a los que se refiere la mayoría de los autores son el equilibrio, la proporción, el contraste y la unidad.

1. Equilibrio

“Existe equilibrio cuando los distintos elementos de una página se sitúan con sentido de la armonía. Un equilibrio que depende del peso, que los elementos tengan en la página en función de su tamaño, forma y tono”. (Turnbull y Bard; citado por Zorrilla, 2002:73).

2. Proporción

La proporción se encuentra estrechamente relacionada con el equilibrio, no existe proporción si todos los elementos gráficos no llevan una armonía entre sí. “Cuando los elementos del entorno son “desproporcionados”, hay una ausencia de armonía entre los aspectos horizontal y vertical dentro del diseño. La comprensión de las proporciones y su aplicación al proceso de diseño-grafismo puede ayudarte a desarrollar ideas rápidas y eficazmente, sin apelar al uso de escalas medidas” (Van Dyke, 1986).

3. Contraste

Este punto va relacionado especialmente con las informaciones incluidas en cada página, ya que, hay noticias que son más importantes que

otras por lo que deben ser resaltadas por medio del “el tamaño, la forma, el tono, la textura y la dirección”. (Turnbull y Bard; citado por Zorrilla, 2002:74).

- **El tamaño:** no solo se refiere al tamaño de los elementos entre sí o topográficos entre sí, sino a la relación de tamaños entre unos y otros. No existiría tamaño por contraste en una página en la que la mitad estuviera ocupado por una fotografía y la otra mitad por texto.
- **La forma:** en este caso el contraste se puede obtener por medio de la contraposición
- **El tono:** en gran medida se asocia con el color en contraposición con el blanco y el negro. Aunque cabe destacar que también existe “color” en las páginas es blanco y negro no existiría contraste si todas las fotografías de una página tuvieran el mismo dominante.
- **La textura:** se asocia particularmente con el uso de las distintas familias tipográficas de la página, así como con las fotografías.
- **La dirección:** en este caso el contraste se obtiene por medio de los movimientos que el diseñador introduce en la página.

4. Unidad

La unidad es la que expresa la aplicación coherente de la continuidad del diseño, debe haber unidad entre los distintos elementos de la página, pero sobre todo esta debe ponerse de manifiesto entre página y página para dar coherencia al diseño de todo el producto.

II.3.6 Diagramación

Es la forma en la que se distribuyen los elementos en la revista; textos, títulos, imágenes, fotografías, infografías, etc. Depende en gran medida de la concepción, visión y gusto que tenga el diagramador, de acuerdo con la dirección del medio.

Diagramar es “hacer el boceto de una publicación para ver e indicar el flujo de la información gráfica y escrita y las distintas posiciones que deben ocupar los elementos en cada página” (glosariografico.com/28/08/2012).

En la actualidad la diagramación más utilizada es la horizontal. Los diarios de hoy en día aprovechan en gran medida el ancho de las páginas logrando mejor distribución del material periodístico. Los periódicos modernos utilizan elementos que llaman la atención del lector y mueven la diagramación por ejemplo, titulares que sobresalen, columnas falsas, recuadros y diferentes tipografías. Cabe destacar que los diagramadores están en su derecho de jugar con la arquitectura de página del diario o de la revista pero siempre resguardando la armonía y equilibrio de cada página del medio impreso.

En la diagramación se cuentan con diferentes elementos que como consecuencia logran una mejor agilidad a la hora de diagramar como lo son los corondeles y recuadros que hacen, sin duda alguna que la tarea sea mucho más fácil.

II.3.7 Tipos de diagramación

En las diagramaciones de primeras planas podemos encontrar:

- **Páginas balanceadas:** existe total simetría. Se cuenta con los mismos elementos en cada lado de la página. Se utilizan el mismo número y tamaño de imágenes y titulares.
- **Contrastes y equilibrio:** se usa para resaltar informaciones o para lograr mejor impacto de las imágenes. El diagramador conserva el balance pero cambia el equilibrio de la página. Por supuesto, no existe simetría.
- **Diagramado quebrado o de circo:** este estilo a pesar de no usar un esquema definido de diagramación, evitar la simetría y contar con una variedad de titulares no deja de lado la armonía de la página.

Mientras que en la diagramación de páginas interiores se cuenta con:

- **Balanceado:** se busca lograr la simetría en ambos lados de la página.

- **Descendente:** en el caso de existir publicidad y de que esta ocupe la mitad de la página se optará por colocar pequeños trozos de información con titulares más negros de forma que resulten mucho más llamativos. El esquema se deberá construir de izquierda a derecha, colocando el titular más destacado en el lado izquierdo y el de menos peso en el derecho.
- **Agregado:** en el caso de existir publicidad y que ésta ocupe más de la mitad de la página, se llenará el espacio restante con elementos valiosos que logren la competición de la noticia con el aviso.

Como apunta The Society for News Design (SND), la revista como producto final debe dar “una pieza que claramente demuestre trabajo en equipo. Títulos llamativos, relatos inevitables y una fotografía audaz. Y que el diseño no se dedique simplemente a organizar esos elementos, sino que los haga resaltar a todos”. (The Best of Newspaper Design, 2008:29).

II.3.8 Elementos de la Diagramación

A continuación se detallarán los elementos que conforman la diagramación de una revista. Los cuales son indispensables y sirven como guía al diseñador para llevar a cabo el proyecto.

a) Retícula

Timothy Samara, en su libro *Diseñar con y sin retícula*, define la retícula como “un sistema ortogonal de planificación que parcela la información en fragmentos manejables”. “La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesibles; los lectores saben dónde encontrar la información que buscan, porque las uniones entre las divisiones verticales y las horizontales actúan como señales indicativas para su localización”. (Samara, 2004).

De esta forma, la retícula es la división del espacio en rectángulos permitiendo una mejor organización y comprensión visual.

b) Márgenes

Son los espacios que se encuentran al borde de las páginas, en los sentidos: izquierda, derecha, arriba, abajo, estos varían según el diseño, formato y diagramación de la publicación.

c) Sangría

Espacio en blanco al principio de una o varias líneas de una composición. Normalmente se inicia con ella la primera línea de cada párrafo. (Zorrilla, 2002: 109)

d) Columnas

Es la forma en la que se distribuyen las líneas de texto en forma vertical y están separadas por corondeles.

e) Corondel

Es la línea vertical imaginaria que se coloca para ayudar a separar columnas de texto (glosariografico.com/consultada 25/08/2012).

f) Interlineado

Se puede definir como la distancia que existe entre las líneas de una composición. Técnicamente la definición más exacta “es la distancia entre la línea de base de la línea superior y la línea de base de la línea inferior” (Zorrilla, 2002: 37)

g) Tipografía

“Todo lo que esté con palabras impresas utiliza tipografía. Cada tipografía es un estilo de letra. Al comparar la letra de una revista con la de un periódico, o comparar un afiche con un libro, probablemente notaremos que cada una de las letras son diferentes. La tipografía generalmente está dividida en tres categorías: con serif o romana, sin serif o palo seco y egipcia. (Zorrilla, 2002: 37).

Tipos de tipografías

Romana o con serif

Se caracteriza principalmente por poseer un remate o *serif* sus extremos. Son utilizados para reflejar un carácter clásico, además de dar la impresión de firmeza y tranquilidad. Suele utilizarse en textos extensos pues facilita su lectura.

Palo seco o sin serif

No poseen remates o serif en los extremos. Son de estructura geométrica y trazo uniforme, sugieren actualidad y dinamismo. Generalmente se utilizan para letras grandes leídas a distancia y en textos no muy amplios, pero tienen la facilidad de corresponder con aquellos que tienen cuerpos irregulares. (clasificaciontipografica.blogspot.com/consultada25/092012).

Egipcia

Sus rasgos son de idéntico grosor, el remate es rectangular y del mismo grosor que el resto de sus rasgos

h) Imágenes, fotografías e ilustraciones

Estos elementos son imprescindibles a la hora de hacer una revista por aquello que reza que “una imagen vale más que mil palabras”. Para Chris Foges en su *Diseño de revistas*, en el mundo actual una imagen “es tan segura como un artículo de 2.000 palabras sobre economía en un semanario político”, estos elementos, en primera instancia, eran la bandera de las revistas de moda, pero ahora han sido adoptado para revistas especializadas en otras temáticas como la decoración, la gastronomía, turismo y “cualquier otro producto que despierte más interés por su imagen que por todas las palabras que puedan describirlo” (Foges, 2000).

i) Infografías

Es un diseño gráfico que consta de variedad de información tanto escrita como icónica y que para su realización ha necesitado de la informática. En general el término se utiliza para toda aplicación informática en diseño gráfico o animación”. (12infografiaperiodico.htm/consultada 25/09/2012)

j) Color

Es otra herramienta indispensable que se debe tener muy en cuenta a la hora de realizar una revista. Los colores llenan de vida la publicación y fungen como indicadores a la hora de presentar diversos segmentos. Es valioso destacar que cada color tiene uno o varios significados, por ello el diagramador debe estar al tanto y así usar el color indicado en cada parte la revista.

“El color por sí mismo es un elemento de comunicación, más aún lo es en relación con las demás unidades que forman parte de un medio de comunicación. Y, en consecuencia, su importancia no debe subestimarse, debe ser un elemento tratado con la misma seriedad con la que se abordan los demás”. (Carreño y Alvarenga, 2008)

k) Colores: Usos y desusos

Amarillo: Intelectualidad, riqueza, calor, alegría, imaginación, espontáneo, joven, optimismo, cobardía, peligro, deshonestidad, enfermedad, advertencia.

Naranja: Estimulante, cómodo, comunicativo, exótico, saludable, exitoso, explosivo, extravagante, nervioso, escandaloso, extenuante. Igualdad, éxito, sabiduría, verano, desorden.

Rojo: Apasionante, extrovertido, vital, revolucionario, erótico, autónomo, valiente, devoción, afectuoso, patriótico. Impulsivo, ambicioso, peligroso, crueldad, desconfianza, guerra, frivolidad, dolor, irritable, maldad, impaciente.

Púrpura: Artístico, frío, balanceado, enigmático, femenino, elegancia, intuición, misterioso, nostalgia, sobrio, penitencia, supersticioso, sombrío, desesperado, indiferente, solitario, luto, sufrimiento.

Azul: Paz, serenidad, antiséptico, compasivo, cuidadoso, conservador, fresca, honestidad, húmedo, profundo, fe. Depresión, tristeza, lentitud, soledad, autocontrolación, aislamiento, nostalgia, desesperación.

Verde: Limpieza, fertilidad, generosidad, naturalidad, rejuvenecimiento, equilibrio, esperanza, humedad, compañía. Deterioro, corrupción, envenenado, enfermedad, inmadurez, inexperiencia.

Blanco: Unidad, inocencia, paz, optimismo, pureza, modestia, limpieza. Vacio, frialdad, estéril, insignificante.

Gris: Transición, neutralidad, igualdad, elegancia, respeto. Vejez, apatía, aburrimiento, opresión.

Negro: Sexy, rico, lujoso, poderoso, estilización, misterio, receptividad, profundización. Maldad, muerte, error, oscuridad, soledad, tristeza, irritabilidad, luto.

Cada uno de los elementos antes mencionados es importante a la hora de elaborar una revista; tanto importa la portada como los corondeles, el color o la retícula.

La revista “es un arte difuso. Hoy no hay principios inmutables, afortunadamente, debido a que no hay características y problemas comunes. La revista es de lujo. Libre. Sin forma visual categórica, efímera, dependiendo solamente de su calidad, seriedad, como documento, como fuente bibliográfica o hemerográfica. Sus formas pueden ser sutiles, diversas o agresivas. Sus limitaciones: formato y mancha” (Owen; Citado por Guzmán y Quilarque, 2009:16)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

A la hora de realizar un proyecto es fundamental describir y conocer a fondo el tipo de metodología que será implementada para conseguir la consolidación de los objetivos planteados. De acuerdo a Mirian Balestrini (2001:125) la metodología usada para un proyecto:

Alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo el proceso de investigación, con el objeto de ponerlos en manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizado

III. 1 Diseño de investigación:

El presente proyecto cuenta con un diseño documental y de campo. Se apoyará en la investigación de campo porque permitirá la obtención de resultados, mientras que el diseño documental respaldará todos los tópicos relacionados con la elaboración de la revista y las definiciones asociadas al tema de turismo. Por lo que se realizó la recopilación de artículos, libros y documentos bibliográficos, con el propósito de obtener la data suficiente vinculada con el tema de investigación.

Arias define la investigación de campo como aquella que “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la

realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, es decir el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes” (Arias, 2006: 87).

Mientras que en la investigación documental, señala que “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales” (Arias, 2006: 49).

III. 2 Tipo de investigación

“La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (Arias, 2006: 23).

Para la realización de este proyecto se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria, ya que se pretende obtener un enfoque general y cercano al objeto de estudio.

El siguiente trabajo de grado buscará llenar el vacío existente en cuanto a revistas impresas especializadas en materia turística venezolana. Respondiendo a esta la problemática se propone la realización de un proyecto factible que corresponda a ofrecer una opción en el tratamiento y presentación de la información para que logre enganchar al lector y además ser una opción confiable en materia turística venezolana.

III. 3 Población y Muestra

La población, “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación...” (Arias, 2006: 81). Por lo que la población de este estudio queda definida, por aquellas personas viajeras que les guste hacer turismo y recorrer los diferentes destinos que tiene el país. El propósito es proveer a ese fragmento de personas una revista fresca y práctica que ofrezca las particularidades de los principales destinos turísticos nacionales.

Para este estudio resulta casi imposible por factor de tiempo y costo, revisar las opiniones de la población total de nuestra investigación, por lo que se elige tomar una muestra que al final represente la población total. “... cuando no es posible medir cada una de las entidades de la población; la muestra, se considera, representativa de la población” (Tamayo y Tamayo, 2009: 180).

La muestra seleccionada para la investigación fue expertos con amplio bagaje en materia turística, diseño gráfico y diagramación. Con el propósito de entrevistarlos y conocer sus apreciaciones referentes a las características que debería tener una buena revista turística y así simplificar los resultados y colocarlos en práctica para la elaboración del producto.

III.4 Técnicas de recolección de Datos

En cuanto a las estrategias de recolección de datos útiles para la realización de este trabajo de grado, se empleó la técnica de la entrevista, por medio de la misma se logró obtener información y datos primarios provenientes directamente de la realidad.

Arias señala que la entrevista “es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida”. (Arias, 2006; 73).

Lo que quiere decir que con la utilización de este instrumento el investigador logrará conseguir testimonios fiables y de primera mano en relación a lo que opinan expertos, tomando en cuenta su experiencia en el área a tratar, ya que, el propósito práctico del proyecto requiere buscar apreciaciones genéricas, que desde el diseño de las entrevistas permitan conocer las estrategias para realizar el producto final.

Como técnica de recolección de datos se aplicó la entrevista estructurada, que según Arias, “esa la que se realiza a través de una guía prediseñada que contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado” (Arias 2006: 73).

CAPITULO IV

IV.1 SÍNTESIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se dispondrá a ejecutar la síntesis e interpretación de los resultados, los cuales se obtuvieron a través de la realización de entrevistas a expertos pertinentes en las áreas de diseño, diagramación, periodismo y turismo. Cabe destacar, que luego de haber obtenido la información de tipo verbal y escrita por parte de los expertos los resultados sirvieron de base para la elaboración y propuesta del producto final.

En el área de diseño se escogió a Cristina Gonzales y Atilio Romero. Ambos con vastos conocimientos en la materia, periodistas y profesores del departamento de Comunicación Visual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Mientras que para el área de diagramación se eligió a Marcos Sendra diagramador de la revista Guía Eventos de Puerto Cabello.

1. Según su experiencia ¿Cuáles elementos visuales son importantes en una revista impresa? ¿Por qué?

Expertos	Respuestas
	Todos los elementos son importantes, no hay elemento visual que sea privilegiad. Es importante el color, las diferentes organizaciones de tipografías, las imágenes, etc. Todo va depender del

Atilio Romero	tipo de revista que se quiera realizar y de la estrategia que se trabaje, además del elemento que se quiera resaltar.
Cristina González	Todos. Interesa tanto la imagen fotográfica, como los textos utilizados como parte del diseño, el tamaño, el formato que se utilice en la publicación. Hoy día el diseño es holístico, elementos bien integrados, compuestos y armados logran un diseño interesante.
Marcos Sendra	Todos resultan importantes. Pero a mi criterio, el logo debe resaltar porque de él nace el estilo y la imagen gráfica de la revista.

2. ¿Qué papel debe utilizarse para la impresión de una revista especializada en turismo?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	<p>La escogencia del papel se hace en función de la duración que el producto pretenda tener. La revista tiende a usar papeles que soporten una larga duración. El papel de la revista puede variar a lo largo de su cuerpo.</p>
Cristina González	<p>El mejor papel del mundo. Normalmente se utiliza el papel glasé brillante o mate. Mi preferido son los opacos y me gusta que en una revista utilice varios tipo de papel. De ser así, debe ser un elemento permanente en la revista.</p>
Marcos Sendra	<p>Papel hoja glasé con grosor de 125 gr para la tripa y 200 gr para la tapa. La tapa variar con respecto al interior de la revista.</p>

3. ¿Qué colores deberían utilizarse en una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Lo importante no es el color sino que paleta o armonía del color me interesa crear. La paleta de colores debe escogerse en función a lo que se quiera mostrar. Va depender del estilo de la revista.
Cristina González	La naturaleza es de todos colores. Hay que usarlos todos.
Marcos Sendra	Colores llamativos para atraer al lector.

4. ¿Cuál sería el formato recomendado para una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Generalmente se tiende a usar los determinados, 1/8 o 32. Va depender de la estrategia de diseño y del uso más económico del papel.
Cristina González	El mejor formato que hay, a mi criterio, es el octavo recortado. Cómodo de utilizar. Muchas revistas turísticas usan formatos grandes, incómodos de leer y abrir.
Marcos Sendra	Formato carta.

5. ¿Cómo debería ser la portada de una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Deber ser llamativa, atractiva e impactante.
Cristina González	Bellísima. Es mucho más atractivo cuando se toma un único elemento y se plasma de manera muy impactante. Si es una persona mejor.
Marcos Sendra	Debería tener una imagen muy llamativa de la ciudad en la cual se base

6. ¿Qué número de páginas debería tener una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Depende al costo y a las secciones. Va variar depende de la estrategia y del contenido. Una revista de 24 páginas sería muy pobre.
Cristina González	Menos de 64 no debería tener, el turismo necesita ser mostrado y vender los lugares.
Marcos Sendra	Dependiendo de la cantidad de clientes publicando en la revista. Unas 30 páginas se manejarían bien.

7. ¿Creé usted que “Destinos” es un buen nombre para una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Destinos puede ser un buen nombre porque es una revista que te lleva al sitio. No es un mal nombre.
Cristina González	Hay que manejarse muy bien con los nombres, ser creativos. Yo les recomendaría buscar un sinónimo de bitácora.
Marcos Sendra	Destinos es un buen nombre porque va con el sentido propio de lo que es el turismo: viajar, llegar hasta un destino.

8. ¿Qué secciones debería tener una revista de turismo?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Si el nombre es destinos, se debería indicar al usuario una sección de posadas, hoteles, sitios de residencia, como llegar al destino, donde comer. Se debe decir que cosas pasan en el destino, que cosa puede hacer el turista.
Cristina González	Gastronomía, los principales monumentos, las frases más utilizadas en el lugar y en la últimas páginas se pueden colocar donde se puede comer y el directorio de hoteles.
Marcos Sendra	Debería tener secciones que muestren los sitios más famosos, de interés histórico, directorios y lugares de interés.

9. ¿Por qué compraría usted una revista turística?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Yo no la compraría. Pero imaginando un público que le interese, aquellas personas que planifican o tienen la vacación como un punto importante.
Cristina González	La compraría si muestra el turismo desde la historia.
Marcos Sendra	Para informarme sobre la zona que voy a visitar.

10. ¿Cree usted que en esta era digitalizada, las revistas impresas aún tienen oportunidad en el mercado? ¿Por qué?

Expertos	Respuestas
	Sí. Tienen oportunidad siempre que tengan sinergia con los procesos multiplataformicos. El papel no muere <i>per</i>

Atilio Romero	se, así como no murió el teatro ni el cine cuando apareció la televisión. La tendencia de los medios es combinar. La tendencia ahora, es multiplataformica.
Cristina González	Si tienen oportunidad. A mi criterio siempre existirán analfabetas digitales y no todas las personas en el mundo gozan de una pc, Tablet o teléfonos inteligentes. Además es mucho más cómodo leer sobre papel que hacerlo desde una pantalla.
Marcos Sendra	Las revistas impresas aún tienen vigencia . No todas las personas poseen una computadora, tableta u otra plataforma digital

11. ¿Qué ventajas tienen las revistas impresas sobre las digitales?

Experiencia	Respuestas
Atilio Romero	Su portabilidad, pero la invención de la tableta significa peligro para el papel. El papel es más que el soporte digital. Sin embargo, los impresos seguirán dominando en sitios como las peluquerías, consultorios y salas de espera; donde el papel es preferido.
Cristina González	La revista impresa tiene la virtud de crear intimidad con el lector.
Marcos Sendra	Una de las ventajas de las revistas impresas es que son accesibles en forma física sin necesidad de otras tecnologías.

12. ¿Cree usted que la revista impresa es un medio de comunicación apropiado para promocionar el turismo nacional?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Si, cualquier plataforma o soporte es pertinente para cualquier contenido.
Cristina González	Por supuesto. El turismo es una actividad que puede ofrecer mucha información.
Marcos Sendra	Si, ya que el turismo es una de las principales actividades económicas del país. Además los turistas necesitan información para sus viajes.

13. ¿Cómo cree usted que deba ser tratada la información en una revista turística impresa?

Expertos	Respuestas
Atilio Romero	Depende del público al cual esté dirigida. Se codificaran los textos e imágenes de acuerdo al target.

Cristina González	Muy atractiva, yo vendería la información con más fotos y poco texto.
Marcos Sendra	Debe ser tratada de acuerdo a la audiencia a la que está dirigida.

Luego de evaluar las opiniones de cada uno de los personajes consultados, se pudo sintetizar y calificar como uno de los puntos más importantes la vigencia que aun poseen las revistas impresas en el mercado. Aun cuando nos encontramos en un era digitalizada, los impresos siguen siendo consumidos por una porción del mundo que todavía no accede a la tecnología. Mientras las personas se amoldan y se acostumbran a lo digital, el papel siempre será una buena alternativa.

En cuanto al tratamiento de la información, esta deberá manejarse de acuerdo a la audiencia a la que se dirige el producto, de manera que el público consumidor se sienta identificado con los contenidos que se muestran.

Otro punto a resaltar es la coincidencia de los expertos en cuanto a los elementos que integran la revista. Estos especialistas en diseño y diagramación, convergen en que todos y cada uno de los elementos que hacen vida en una revista impresa deben ser igualmente privilegiados. Los colores deben ser vistosos, agradables y seleccionados con muy buen ojo con el propósito de crear armonía y expresar lo que en realidad se quiere. En

cuanto al papel y al formato, existen distintos tipos. Sin embargo, el éxito radica en el uso y mayor aprovechamiento que pueda dársele.

Por otra parte, en el área de turismo se realizaron una serie de interrogantes a peritos en la materia con la finalidad de obtener sus apreciaciones a cerca de la actividad turística nacional.

Los escogidos para contestar el siguiente cuestionario fueron: Yelitza Urbina, presidenta del Instituto Municipal Autónomo de Turismo de Puerto Cabello (Imatur), Liseth Camacaro, jefa de prensa de Venezolana de Turismo (Venetur) y Survi Soto, Licenciada en Turismo y guía turística de Puerto Cabello.

1. ¿Cree usted que es importante el turismo en Venezuela? ¿Por qué?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Si es muy importante. Es esencial que las gerencias se identifiquen con la necesidad de incentivar y desarrollar el mercadeo turístico de un país, a fin de que le favorezca en su crecimiento y proporcione ingresos en función de todos La comercialización del turismo en un país como Venezuela es importante ya que cuenta con grandes riquezas

	naturales, además promueve la identidad de los pueblos.
Liset Camacaro	En el caso venezolano, la variedad de destinos y su ubicación geográfica en Latinoamérica es realmente un atractivo para el turismo interno y receptivo. Esta potencialidad nos coloca como uno de los primeros países del continente y del mundo, en ofrecer destinos selva, playa, ciudad, llanos y montañas en un mismo espacio geográfico.
Survi Soto	Por supuesto. Es una industria productiva, provechosa y que aporta muchos beneficios.

2. ¿Qué lugar ocupa el turismo en la economía venezolana?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	La actividad turística se encuentra dentro del sector terciario (sector servicios) y ocupa el cuarto lugar en la economía venezolana.
Liset Camacaro	El turismo en Venezuela se está consolidando como un factor más para nuestra fortaleza económica. La actividad turística implica, entre otros beneficios, la creación de numerosos empleos directos e indirectos al igual que fortalece grandes tour operadores y los pequeños microempresarios.
Survi Soto	Debería estar ubicado en un rubro después del petróleo. Es cierto que el turismo es nuestra principal fuente de ingresos, sin embargo, el turismo bien desarrollado, a largo plazo arrojará provechosos resultados.

3. ¿Cree usted que el turismo juega un papel fundamental en la economía y en la sociedad venezolana?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Es ahora cuando el turismo cobra vida en Venezuela. Venezuela es uno de los países más privilegiados, tiene mucho que ofrecer. Toda economía implica esfuerzo e inversión y Venezuela va hacia ese destino.
Liset Camacaro	El turismo mueve todos los sectores económicos: transporte, hotelería, alimentos y hasta el sector artesanal, puesto que tanto quienes llegan al país como los turistas internos necesitan se les preste dicho servicio. Todo está concatenado.
Survi Soto	Por supuesto. Es una actividad que aparte de los beneficios económicos que alcanza, logra el intercambio cultural entre sociedades.

4. ¿Cree usted que sea importante la elaboración de una revista turística impresa que promocioe los destinos turísticos del país a nivel nacional?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Sería de gran importancia que promuevan los destinos turísticos venezolanos, que conozcamos nuestro país y que a la hora de viajar optemos por un sitio turístico determinado dentro del territorio venezolano.
Liset Camacaro	Claro, cualquier medio es significativo para promocionar el turismo, ya que, el mismo es una actividad muy dinámica.
Survi Soto	Una revista turística impresa informaría sobre las riquezas turísticas con la que cuenta el país. Se da a conocer lo que tenemos, que poseemos y con que contamos.

5. Según su opinión ¿Una revista impresa es un medio de comunicación idóneo para promover el turismo nacional? ¿Por qué?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Si, los medios audiovisuales son fugaces, mientras que un medio impreso, permite informar sin prisa sobre lo que se quiera elegir. Turísticamente considero que es de suma importancia.
Liset Camacaro	Hay mercado para todo y todos; es muy válida esta premisa de la mercadotecnia en este caso. Por supuesto, toda difusión de Venezuela como potencia turística es importante, nunca serán suficientes las publicaciones, programas televisivos o radiales que reflejen la interminable lista de espacios turísticos que existen en nuestro país.
Survi Soto	Totalmente. Debido a la capacidad que tiene y a su alcance. No todas las personas en Venezuela se sirven de los medios digitales.

6. ¿Qué información debería tener una revista turística impresa de Venezuela?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Las ciudades con sus respectivos sitios turísticos, direcciones hoteleras, gastronomía, posadas hoteles y moteles, servicios de primeros auxilios, números telefónicos de entes de seguridad, direcciones de museos, iglesias, mapa guía, campamento, agencia de viajes entre otros.
Liset Camacaro	Se debería mostrar información funcional, por ejemplo: cómo llegar al lugar, quién vende la empanada más rica quién da el mejor hospedaje y cuáles son las mejores posadas.
Survi Soto	Infraestructuras, parques recreativos, costumbres, tradiciones y sobretodo alojamientos.

7. ¿Cree usted que una revista turística impresa hecha en Venezuela daba promocionar solamente el turismo nacional?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Si en un principio, posteriormente especiales de sitios turísticos referenciales.
Liset Camacaro	Si se trata de turismo interno, entonces deben enfocarse e ilustrarse sobre que trata esta tipología de turismo, y valerse de la creatividad para presentar un producto cuyas características sean el atractivo y la funcionalidad para quienes recorren los destinos nacionales.
Survi Soto	Claro. Nosotros tenemos tanto que da para una revista impresa y mucho más.

8. ¿Cree usted que la actividad turística nacional sea un tema a tratar en una revista impresa?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	En este tiempo sí.
Liset Camacaro	En una revista impresa es válido tratar cualquier tipo de información.
Survi Soto	Claro que sí.

9. Según su criterio ¿Cómo se debería promocionar y promover el turismo en Venezuela?

Expertos	Respuestas
Yelitza Urbina	Creando alianzas con los diferentes medios de comunicación de todos los estados del país a fin de expandir esta información impresa y que las familias venezolanas tengan ese punto de encuentro en cualquier parte de Venezuela.

	A través de las redes sociales.
Liset Camacaro	<p>Mi opinión como comunicadora social y especialista en medios impresos es que el enfoque idóneo para la promoción interna es lograr presentar alternativas que le den a la gente funcionalidad y atractivo (presentar una propuesta de alta factura en materia fotográfica, de diseño de práctico formato y de gran soporte). Esta fórmula ha funcionado muy bien en todas las demás propuestas comunicacionales ya existentes.</p>
Survi Soto	<p>Educando a las personas. Contar con el personal especializado, desarrollar las técnicas de oferta, de promoción viables para a dar a conocer lo que tenemos.</p>

Evaluando las respuestas emitidas por las personas entrevistadas, se puede sintetizar que el turismo es una actividad totalmente dinámica que no sólo genera ingresos sino también la interacción social y cultural. Además de esto, se pudo apreciar que, a pesar de las diferentes propuestas que existen en el mercado dedicadas a tratar la actividad turística, nunca está de más

seguir fomentando y promocionando el turismo interno. El cual se ha incrementado considerablemente en la última década.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que para crear cualquier herramienta dedicada a difundir el turismo tanto interno como externo se debe manejar la información de manera atractiva y funcional para que el consumidor se distraiga mientras adquiere conocimientos valiosos que puede utilizar al realizar un viaje turístico.

Otro mecanismo realizado para determinar la elaboración del producto, fue la búsqueda de ejemplares impresos, de corte turístico con el fin de determinar sus fallas, virtudes y el manejo de la información de manera que la propuesta a realizarse posteriormente se distinga de las ediciones ya existentes. Las revistas examinadas fueron: Travesía Turística, Free Zone, Estilo Turístico y Nómada.

Ninguno de estos ejemplares posee una periodicidad mensual, algunos como Travesía Turística no cuenta con secciones que segmenten la información. Otras como Free Zone recurren a numerosos anglicismos sin percatarse que su producto está dirigido a un público de habla hispana. Por otro lado, Estilo Turístico muestra sólo los lugares más emblemáticos del destino y por ende más costosos. El último ejemplar revisado fue Nómada, el cual, maneja información turística pero integra también contenidos filosóficos y culturales.

Esta búsqueda arrojó como resultado la creación de un producto de periodicidad mensual, escrito en español, donde se intentará interpretar los anglicismos para una mayor comprensión del lector, además, se establecerá

secciones de manera que la información sea digerible y organizada. Mientras que el contenido de la revista será meramente turístico.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE PUBLICACIÓN

En este capítulo se desglosa la propuesta de la revista y su factibilidad. Se detallará la revista, su concepto, su anatomía, su diseño y la implementación del proyecto.

V.1 Ficha técnica:

Título	<i>Destinos</i>
Tipo	Impresa
Formato	1/8 (21,59cm x 27,94)
Encuadernación	Engrapada
Paginación	20 paginas
Idioma	Español
Genero	Revista especializada en turismo
Descripción	Revista turística dedicada a promocionar los diferentes destinos turísticos del país

V.2 Concepto

Destinos, aspira ser una revista turística de periodicidad mensual, enfocada en la promoción de los diversos espacios turísticos con que cuenta Venezuela. Con este magazine se busca impulsar la proyección turística a nivel nacional y así mismo busca mejorar la carencia de pocas alternativas dedicadas a cubrir exclusivamente la materia del turismo en Venezuela.

Destinos procura ser una propuesta que despierte el interés por conocer a fondo la gama de lugares interesantes que tiene el país. De esta manera, la revista procurará abordar mensualmente información de calidad y contenidos dedicados por completo a promover el turismo venezolano a través de una propuesta fresca en el manejo y presentación de la información. Contará con un lenguaje sencillo que se regirá por los parámetros académicos, sin embargo, estará diseñado para facilitar la total comprensión del texto por parte de la audiencia. La revista busca hablarle a ese público de estratos socioeconómico A, B, C+ aficionado por el turismo, los viajes, la aventura, recreación y esparcimiento.

Gráficamente, *Destinos* está orientada hacia un diseño jovial llamativo, simple y armónico, ya que, el exceso de detalles puede causar una sensación de incomodidad a la vista.

La paleta de colores planteada, fue inspirada en el verde, azul, naranja, y el turquesa, que según la psicología del color representan luz, naturaleza, energía, tranquilidad. Dichos colores serán usados para identificar las secciones de la revista de manera que sean diferenciables.

La tipografía escogida para el magazine fue Garamond, Gotham y Didot Italic, con el propósito de crear una unidad de texto. Son tipografías agradables a la vista y además permiten una fácil legibilidad. Los artículos publicados en la revista serán tratados de una manera fresca para no aburrir ni cansar al lector.

La revista persigue una línea editorial independiente e imparcial. Las informaciones serán veraces y de alta calidad y su contenido será estrictamente sobre turismo venezolano.

La edición “0” de la revista, tendrá como primer destino la ciudad de Puerto Cabello estado Carabobo. Luego mensualmente cambiara el lugar de modo que para sus próximas once ediciones los destinos seleccionados serán los siguientes:

EDICION Nº	DESTINO	DESCRIPCION
1	Mérida	Ubicado en la Cordillera de los Andes. En esta edición los principales lugares que se destacarían son: El Pico Bolívar, el Páramo de la Culata, el Teleférico, la Laguna de Mucubaji, la Heladería Coromoto, el Zoológico de Mérida y la Venezuela de antier y las tradiciones de la

		paradura del Niño y las fiestas del Corpus Cristi.
Coro		<p>Es la capital del estado Falcón, fue la primera capital de Venezuela.</p> <p>En este destino turístico los lugares a reseñar en la revista son: Los Médanos de Coro, Iglesia de San Francisco, la Zona Colonial, Ateneo de Coro y la tradición de los Locos de la Vela.</p>
3	Canaima	Uno de los lugares más fabulosos del país donde se encuentran: la Laguna Canaima, Salto el Hacha, El Salto Ángel y los imponentes Tepuyes.
Margarita		La perla del Caribe majestuoso destino donde se reseñaran los siguientes lugares: Laguna de la restinga, El Museo Marino, Parque El Agua, Playa

		<p>El Yaque, Punta Arenas, Parque El Agua, Musipan, Basílica de la Virgen del Valle, tradiciones como las fiestas de la Virgen del Valle y San José de Paraguachi.</p>
5	<p>Maracaibo</p>	<p>Unas de las principales ciudades del oeste de Venezuela, famosa por su tributo a la Virgen de Chiquinquirá, el Puente sobre el Lago, la Basílica de la Chinita, Relámpago del Catatumbo, lugares importantes para nuestra quinta edición.</p>
	<p>Puerto Ordaz</p>	<p>La ciudad planificada de Venezuela. Cuenta con destinos turísticos importantes como: Parque la Llovizna, La Represa de Macaguall, Parque Cachamai, Rio Caroni, Ecomuseo Caroni y el Rio Caroni.</p>

7	Caracas	<p>Para esta edición en la Capital del país los destinos a reseñar serán: Parque Nacional Wuaraira Repano, Museo de Bellas Artes, Parque del Este, Casa Natal del Libertador, Los Próceres, Centro de Arte La Estancia, Zoológico El Pinar, Parque los Caobos.</p>
	Barquisimeto	<p>La ciudad crepuscular de Venezuela. En esta capital del centro occidente del país se escogieron como espacios: La Iglesia de Santa Rosa, Santuario de la Divina Pastora, Parque temático el Señor de los Aliños, Monumento a la Flor de Venezuela, las Lomas de Cubiro y Pueblo Artesanal de Tintorero.</p>
9	Apure	<p>Es uno de los estados llaneros del país y para</p>

	<p>este número se eligieron los siguientes lugares: Rio Capanaparo, Monumento a Marisela, Catedral de San Fernando, Parque Nacional Santos Luzardo y Parque Nacional El Tama.</p>
<p>Puerto La Cruz</p>	<p>Es una ciudad portuaria ubicada en el estado Anzoátegui. Posee varios atractivos turísticos importantes que para esta edición serán: Isla de Plata, Parque Nacional Mochima, Bahía de Pozuelos, Complejo Turístico El Morro y El Parque Andrés Eloy Blanco.</p>
<p>11</p>	<p>Colonia Tovar</p> <p>Pueblo muy singular del estado Aragua, creado por inmigrantes Alemanes. Cuenta con un hermoso casco central, pueblos aledaños como el Jarillo</p>

donde se puede volar
en parapente y una
réplica fiel de la Iglesia
de Edingen

V.3 El nombre y logotipo

El nombre del magazine que a su vez representa el perfil gráfico debe ser corto y sencillo, así se logra un mayor impacto y retención en la memoria del consumidor.

Destinos se escoge con el objetivo de dejar en evidencia la realización de una revista en la que el lugar es el protagonista de la información. Además es un nombre corto, claro y sencillo de memorizar y se vincula indiscutiblemente con la identidad de la revista.

Se escogió este diseño para darle una imagen gráfica de elegancia y simplicidad. El logotipo lo encontrará en la esquina superior izquierda de la portada.

Destinos
Revista Turística

V.4 Diseño de la Revista

Aquí se puntualizan los recursos visuales y sensoriales que forman a la revista Destinos.

V.4.1. Formato

Destinos es un magazine de 32 páginas, con un formato de 1/8 de pliego. Tiene medidas tamaño carta de 21,59 cm de ancho por 27,94 cm de alto.

V.4.2. Mancha

La mancha de la revista abarca un espacio de 19,59 cm por 25,44 cm de toda el área de trabajo.

V.4.3 Tipografía

En Destinos, se encontraran con 3 tipos de tipografía. Didot Italic, Gotham, y Garamond.

Gotham

Es una tipografía “Lineal Geométrica Vernacular Norteamericana”. Geométrica, porque está basada en el espíritu sintético e innovador de las vanguardias de entreguerras y lo de vernacular norteamericana es porque Jonathan Hoefler y Tobias Frere-Jones “investigaron en la tipografía urbana de Nueva York y recrearon la Gotham en 2000”.

FONT : Gotham	
Gotham (Light Regular)	Gotham
Gotham (Light Italic)	<i>Gotham</i>
Gotham (Medium Regular)	Gotham
Gotham (Medium Italic)	<i>Gotham</i>
Gotham (Bold Regular)	Gotham
Gotham (Bold Italic)	<i>Gotham</i>

(www.es.wikipedia.org/consultada22/10/2012)

Garamond

Una de las tipografías más extendidas e influyentes de la historia y también una de las mejores romanas jamás creadas, diseñada por Claude Garamond en el siglo XVI en Francia. Escogida como la tipografía del milenio en una encuesta celebrada entre profesionales. Esta tipografía reúne un perfecto equilibrio entre elegancia y sentido práctico.

Garamond
Garamond
Garamond
Garamond

(www.es.wikipedia.org/consultada22/10/2012)

Didot italic

Fue diseñada por Firmin Didot en 1783. La tipografía Didot definió las características del nuevo estilo romano moderno con su extrema tensión

vertical, gran contraste entre palos finos y gruesos y sus rectas y finísimas serifas proporcionándole una apariencia muy clara y elegante. Su éxito fue tal que se convirtió en el tipo de Francia y en el estándar nacional para las publicaciones francesas. Fue la tipografía que usó Giambattista Bodoni para crear su propia romana en Italia, y aunque son muy parecidas entre sí, esta última transmite una mayor rigidez y robustez mientras que la Didot es más elegante y cálida.



(www.es.wikipedia.org/consultada22/10/2012)

V.4.4 Paleta de Colores

Una paleta es un conjunto de colores que se escogen para crear mezclas consistentes que den armonía y unidad a los mensajes visuales. Sirven para crear estilos y jerarquías de información. El uso de una paleta determina una atmósfera, una sensación, un efecto visual o una emoción.

Definir una paleta de colores es una decisión tan importante como la del formato y la tipografía. Esta escogencia indudablemente va a ser determinante y es una decisión que hará que un diseño comunique el mensaje que se desea transmitir. Los colores tienen un significado y comunican por sí mismos. Estos significados se tendrán en cuenta y serán utilizados para crear el estilo que se quiere expresar (fresco, actual, jovial, etc.) estableciendo así la identidad deseada para la revista.

En total son cinco los colores con los que se trabajará en la publicación. Cada uno corresponde a las secciones que contiene la revista y son los que se describen a continuación:

Verde Destinos C 75%; M 5%; Y 100%; K 0%

Conociendo a...

Turquesa Destinos C 100%; M 0%; Y 0%; K 0%

Tradiciones

Naranja Destinos C 0%; M 50%; Y 100%; K 0%

Turismo

Rojo Destinos C 0%; M 100%; Y 100%; K 0%

Para comer y dormir

Azul Destinos C 100%; M 90%; Y 100%; K 0%

Lugares

V.4.5 Fotografía, imágenes e ilustraciones

Las fotos, imágenes e ilustraciones se escogieron con el objetivo de atraer visualmente y despertar la curiosidad del lector. Las fotografías serán tomadas en el lugar original de la ciudad escogida para la edición de la revista y las ilustraciones quedarán a disposición de la persona encargada del diseño del magazine.

V.5 Partes de la Revista

V.5.1 Portada

La revista *Destinos* en su portada mostrará una fotografía relevante de la ciudad de dicha edición, el nombre de los artículos más resaltantes y llamativos y datos como el precio, la fecha y su código de barras.

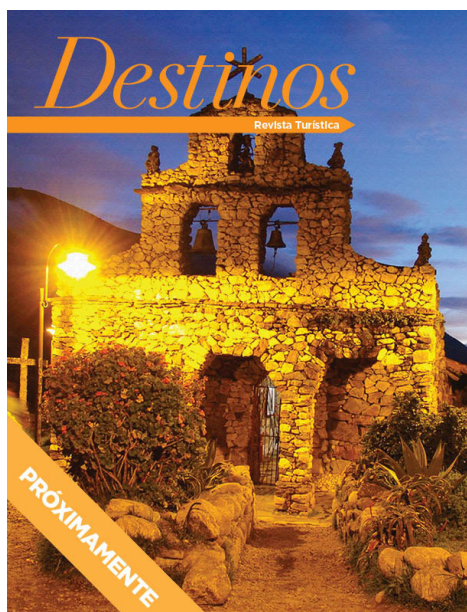


V.5.2 Lomo

El lomo de la revista será engrapado debido a una cuestión de costos y al número de páginas de la edición.

V.5.3 Contraportada

La revista en cada edición llevará en la contraportada una publicidad, de la misma revista a página completa donde mostrará el próximo *Destinos* a visitar.



V.5.4 Foliatura

La foliatura del magazine se encontrará en la parte inferior de cada página y tendrá datos como: número de página y nombre de la revista. La tipografía de la foliatura se trabajara en letra Didot Italic a 14 Puntos.

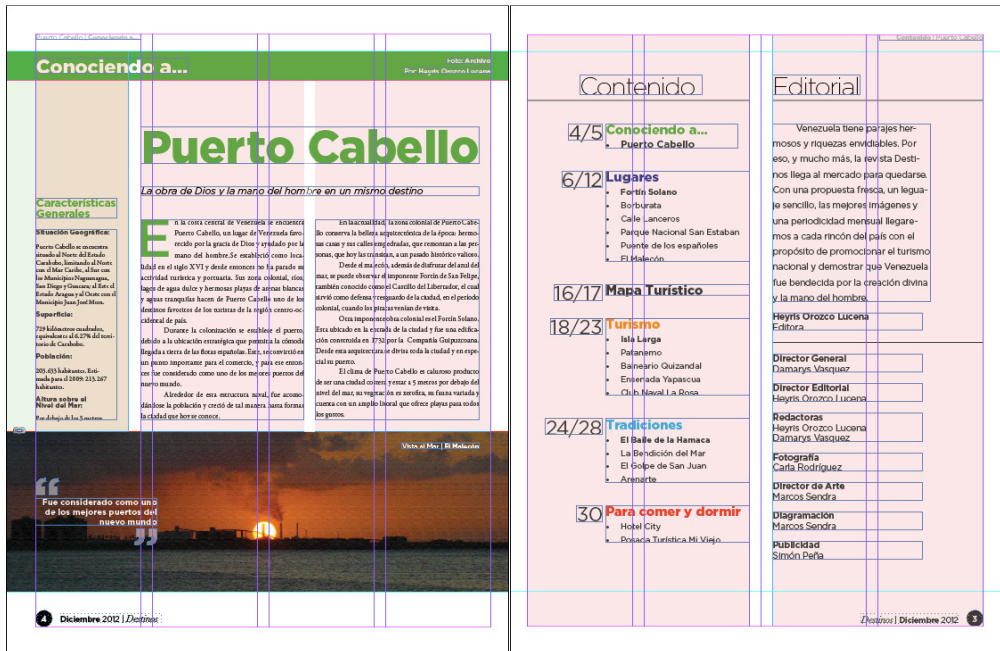
2 *Destinos*

Destinos **3**

V.6 Diagramación de la Revista

V.6.1 Retícula

Para la realización de la revista se utilizaron diferentes tipos de retículas, con el objetivo de brindar una variedad en la distribución del texto y las imágenes en cada página.



V.7 Elementos de unidad informativa

V.7.1 Textos

Los textos principales de Destinos son escritos en Garamond 9 puntos. Se eligió esta tipografía ya que resulta cómoda y agradable a la vista del lector.

En la costa central de Venezuela se encuentra Puerto Cabello. Ciudad que posee uno de los dos puertos de mayor importancia económica e histórica del país. El puerto se estableció a mediados del siglo XVI, debido a su ubicación estratégica que permitía cómodamente la llegada a tierra de flotas enteras de la armada española. Alrededor de éste, fue creciendo la población que hoy en día conocemos como la ciudad.

El Puerto se convirtió durante la colonización en un punto importante para el comercio, ya que era considerado como uno de los mejores puertos del nuevo mundo: desde aquí salía el cacao, el café, el algodón y el índigo a las islas holandesas.

Las calles de la zona colonial conservan la belleza arquitectónica de la época, con sus hermosas casas y sus calles

empedradas, las cuales hacen evocar un pasado histórico notable.

En el malecón, se puede observar el mar, además del imponente Fortín de San Felipe, también conocido como el Castillo del Libertador, el cual sirvió como refugio de la ciudad en el período colonial, ya que los piratas la acechaban constantemente.

En la entrada de la ciudad está ubicado el Fortín Solano, edificación construida por en 1732 por la Compañía Guipuzcoana. Desde aquí se divisa toda la ciudad y en especial su puerto.

Alrededor de la plaza Bolívar están ubicados el Concejo Municipal y la Hermosa Iglesia de San José, construida con piedra coralífera.

V.7.2 Títulos

Los títulos del magazine son escritos con tipografía Gotham 24 Puntos. La Gotham, es una tipografía resaltante e innovadora que añade mayor peso a los titulares.

Puerto Cabello

V.7.3. Sumarios

Los sumarios se ejecutaran en tipografía Gotham, el tamaño se modificará entre 10 y 11 puntos dependiendo del espacio de diagramación.

Su imponente estructura antigua rocosa y la frondosa vegetación que lo rodea hace del Fortín Solano un lugar recreativo y atractivo para los turistas y temporadistas

V.7.4 Secciones

Para que la presentación de la revista sea aún más digerible se contara con 5 segmentos que manejan informaciónes distintas de acuerdo a las exigencias y necesidades del público. Las secciones de la revista son: Conociendo a..., Lugares, Turismo, Tradiciones y Para comer y Dormir.

1. **Conociendo a...:** es una sección que habla acerca de la historia de la ciudad que se elige en el mes de la edición de la revista. Además en ella se detallaran la geografía y las características más resaltantes del destino escogido.
2. **Lugares:** en esta se reseñaran los sitios más importantes a nivel histórico y cultural de la ciudad escogida.
3. **Turismo:** abarcará la información de los espacios recreativos y de entretenimiento más importantes del lugar.
4. **Tradiciones:** informará sobre las costumbres y tradiciones que conservan y celebran los habitantes de la localidad elegida.
5. **Para comer y Dormir:** responderá a las direcciones, teléfonos, páginas web y correos de los hoteles, posadas y restaurantes ofertados en la ciudad.

V.8 Edición N° 0:

El lugar escogido para esta edición, como ya se mencionó anteriormente, fue Puerto Cabello. Aquí se muestran todos los elementos que conforman edición número "0" de la revista Destinos.

V.8.1 Machote



1

Portada



2

3

Publicidad

Editorial



4

5

Conociendo a...



6

7

Lugares



8

9

Lugares



10

11

Lugares



12

13

Lugares

Publicidad

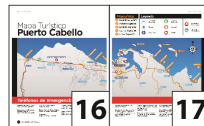


14

15

Publicidad

Publicidad



16

17

Mapa

Mapa



18

19

Turismo

Turismo



20

21

Turismo

Turismo



22

23

Turismo

Turismo



24

25

Tradiciones

Tradiciones



26

27

Tradiciones

Tradiciones



28

29

Tradiciones

Publicidad



30

31

Para
Comer y Dormir

Publicidad



32

Contraportada

V.9 Factibilidad del proyecto

V.9.1 Periodicidad y tiraje

El magazine será distribuido mensualmente, y el tiraje corresponderá a 10 mil ejemplares para la edición "0". Se incrementará a medida que la demanda aumente.

V.9.2 Distribución

La distribución de Destinos será en: Kioscos de revistas, librerías, abastos, panaderías, terminales terrestres, marítimos y aéreos a nivel nacional.

V.9.3 Target

La revista va dirigida al público aficionado al turismo, perteneciente a los estratos socioeconómicos A, B, C+

V.9.4 Precio

Pensando en el público consumidor de la revista Destinos, el precio de la misma queda establecido **30Bsf**

V.9.5 Disposición de la publicidad

No es un secreto que la sustentabilidad de un medio de comunicación impreso depende de la publicidad y no de las ventas del producto. Es por ello

que los editoriales reservan cierta parte de la publicación para sus anunciantes.

La publicidad de la revista en la edición número "0" será a página completa, sin embargo podrá variar, esto dependerá de las exigencias, necesidades y posibilidades.

Espacio	Costo para el anunciante
Página par	13.000 Bs.F.
Página impar	13.500 Bs.F.
½ página horizontal par	7.000 Bs.F.
½ página horizontal impar	9.000 Bs.F.
½ página vertical par	7.000 Bs.F.
½ página vertical impar	9.000 Bs.F.
Cintillo página par (21,5 cm x 6 cm)	3.500 Bs.F.
Cintillo página impar (21,5 cm x 6 cm)	4.000 Bs.F.
Reverso portada	19.000 Bs.F.
Reverso contraportada	17.000 Bs.F.
Contraportada	22.000 Bs.F.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

El turismo se ha consolidado como una de las actividades económicas y sociales más importantes del mundo, siendo el *modus vivendi* de muchos países, sobre todo los del continente europeo, que como buenos precursores del turismo han logrado hacer del mismo su actividad económica bandera. Venezuela, un país con gran potencial turístico, no escapa de ello.

En los últimos años el turismo nacional ha incrementado y por ende la creación de medios y herramientas que ayuden a promocionar el turismo interno. Por consiguiente se realizó el diseño de una revista turística impresa, dirigida a los aficionados de los viajes por el territorio nacional. Con un lenguaje sencillo y una propuesta fresca en la información *Destinos* llega al mercado para quedarse.

Se escogió una revista impresa antes que otro medio, por la intimidad que ofrece para con el consumidor, por su portabilidad y por ser Venezuela una país donde aún la tecnología no impregna a todos los venezolanos. La revista *Destinos* ofrece una nueva opción en el tratamiento de la información y es la única revista del mercado especializada en materia turística con periodicidad mensual.

La revista *Destinos* procura informar a los turistas y prepararlos a lo hora de escoger una nueva ruta para vacacionar brindando información segmentada que le será totalmente útil para su viaje.

Es de suma importancia destacar que para la realización de esta investigación, se plantearon diversos tópicos los cuales dieron un aporte primordial en dicha exploración, logrando así un producto que pudo cumplir con los distintos objetivos trazados al principio de este proyecto.

- ✓ La revista propone fortalecer el abordaje de temas turísticos a nivel nacional.
- ✓ El contenido de la información de *Destinos* logrará responder las inquietudes más frecuentes de los viajeros.
- ✓ A través de la experiencia de expertos se certificó que la revista impresa es un medio idóneo para la promoción del turismo nacional.
- ✓ La revista *Destinos* es una alternativa para seguir apoyando el turismo interno.
- ✓ Con el diseño de esta revista se espera haber dado respuesta a la necesidad de un público aficionado a los viajes y a la recreación.

Referencias Bibliográficas

- Angulo, José G. (2001). *La sensibilización como estrategia del desarrollo turístico*
- Arias, Fidias. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Quinta edición. Caracas: Editorial Episteme.*
- Arria, Diego. (1971). *Turismo y desarrollo.* Caracas: Ed. Arte.
- Arrillaga, José Ignacio. (1962). *Ensayos sobre Turismo.* Barcelona: Editur.
- Balestrini A, Mirian. (2001). *“Como se elabora el proyecto de Investigación”.* México: McGraw-Hill Editores.
- Batista, P; Fernández, C; Hernández, R. (2000). *Metodología de la investigación.* México: Editorial Mc Graw Hill.
- Beaver, Allan. (2002). *A Dictionary of Travel and Tourism Terminology.* Cambridge: Cabi Publishing.
- Castejón, Enrique. (1986). *Revistas: Periodismo no diario.* Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Das Dores, D; Montenegro, A. (2011). *Conociendo a Venezuela.* Trabajo de licenciatura no publicado, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Eco, Umberto. (1982). *Cómo se hace una tesis.* Barcelona: Editorial Gedisa.
- Foges, Chris. (2002). *Diseño de Revista.* Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill Interamericana.
- Flores, Seddek, Miguel. (1980). *Temas turísticos (MIMEO)*
- Guzman, K; Quilarque, M. (2009). *Ekun. Vive el ecoturismo.* Trabajo de licenciatura no publicado, Universidad Central de Venezuela, Caracas.

- Lickorish, L. Y Jenkins, C. (1997). Una introducción al turismo. Madrid: Editorial Síntesis.
- Negueruela, Omaira. (2001). *El turismo como factor de desarrollo*.
- Organización Mundial de Turismo (2001). Tendencias de los mercados turísticos. España: Las Américas.
- Padrón, José. (2006). *Bases del concepto de investigación aplicada*.
- Pérez Gallo, Víctor. (2003). *Metodología de la Investigación*. Santiago de Cuba: Universidad de Oriente.
- Sabino, Carlos. (1974). *Metodología de la investigación*. Caracas: División de publicaciones de la Universidad Central de Venezuela.
- Tamayo y Tamayo, Mario. (1999). *Proceso de la investigación científica* 2da Edición. México: Editorial Limusa.
- *The Best of Newspaper Design*. (2008). 30th edition. RockPort Publishers.
- Van Dyke, S. (1984). *De la línea al diseño: Comunicación, diseño y grafismo*. México: Comunicación Diseño Gráfico.
- Zappaterra, Yolanda. (1998). *Diseño Editorial: Periódicos y revistas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Fuentes web:

- www.glosariografico.com
- www.wikipedia.com
- www.definicion.com
- www.ideografico.com

Anexos



Contenido

- 4/5 Conociendo a...**
 • Puerto Cabello
- 6/12 Lugares**
 • Fortín Solano
 • Borburata
 • Calle Lanceros
 • Parque Nacional San Estaban
 • Puente de los españoles
 • El Malecón
- 14/15 Mapa Turístico**
- 16/21 Turismo**
 • Isla Larga
 • Patanemo
 • Balneario Guizandal
 • Ensenada Yapascua
 • Club Naval La Rosa
- 22/26 Tradiciones**
 • El Balle de la Hamaca
 • La Bendición del Mar
 • El Golpe de San Juan
 • Arenarte
- 28 Para comer y dormir**
 • Hotel City
 • Posada Turística Mi Viejo

Editorial

Venezuela tiene parajes hermosos y riquezas envidiables. Por eso, y mucho más, la revista Destinos llega al mercado para quedarse. Con una propuesta fresca, un lenguaje sencillo, las mejores imágenes y una periodicidad mensual llegaremos a cada rincón del país con el propósito de promocionar el turismo nacional y demostrar que Venezuela fue bendecida por la creación divina y la mano del hombre.

Heyris Orozco Lucena
 Editora

Director General
 Damarys Vasquez

Director Editorial
 Heyris Orozco Lucena

Redactoras
 Heyris Orozco Lucena
 Damarys Vasquez

Fotografía
 Carla Rodríguez

Director de Arte
 Marcos Sendra

Diagramación
 Marcos Sendra

Publicidad
 Simón Peña

Conociendo a...

Foto: Archivo
Por: Heythi Orozco Lucena

Puerto Cabello

La obra de Dios y la mano del hombre en un mismo destino

Características Generales

Situación Geográfica:

Puerto Cabello se encuentra situada al Norte del Estado Carabobo, limitando el Norte con el Mar Caribe, al Sur con los Municipios Naguanagua, San Diego y Guacara, al Este el Estado Aragua y al Oeste con el Municipio José Martí.

Superficie:

729 kilómetros cuadrados, equivalentes al 27% del territorio de Carabobo.

Población:

203.633 habitantes. Estimada para el 2009: 213.267 habitantes.

Altura sobre el Nivel del Mar:

Por debajo de los 5 metros.

En la costa central de Venezuela se encuentra Puerto Cabello, un lugar de Venezuela favorecido por la gracia de Dios y ayudado por la mano del hombre. Se estableció como localidad en el siglo XVI y desde entonces no ha parado su actividad turística y portuaria. Sus zona colonial, ríos, lagos de agua dulce y hermosas playas de arenas blancas y aguas tropicales hacen de Puerto Cabello uno de los destinos favoritos de los turistas de la región centro-occidental de país.

Durante la colonización se establece el puerto debido a la ubicación estratégica que permitía la cómoda llegada a tierra de las flotas españolas. Esto, se convirtió en un punto importante para el comercio, y para ese entonces fue considerado como uno de los mejores puertos del nuevo mundo.

Alrededor de esta estructura naval, fue acomodándose la población y creció de tal manera hasta formar la ciudad que hoy se conoce.

En la actualidad, la zona colonial de Puerto Cabello conserva la belleza arquitectónica de la época: hermosas casas y sus calles empedradas, que remontan a las personas que hoy los transitan, a un pasado histórico valioso.

Desde el malecón, además de disfrutar del azul del mar, se puede observar el imponente Fortín de San Felipe, también conocido como el Castillo del Libertador, el cual sirvió como defensa y resguardo de la ciudad, en el período colonial, cuando los piratas venían de visita.

Otra imponente obra colonial es el Fortín Solano. Esta ubicada en la entrada de la ciudad y fue una edificación construida en 1732 por la Compañía Guayanesa. Desde esta arquitectura se divisa toda la ciudad y en especial su puerto.

El clima de Puerto Cabello es caluroso producto de ser una ciudad costera y estar a 5 metros por debajo del nivel del mar, su vegetación es exótica, su fauna variada y cuenta con un amplio litoral que ofrece playas para todos los gustos.



El Fortín Dolado



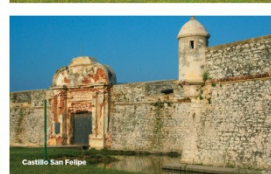
Entrada Puerto Cabello | Espiritu Guerrero



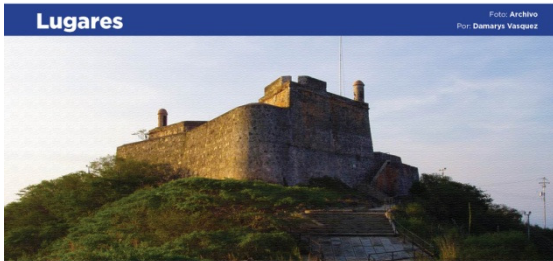
Vista al Mar | El Malecón



Dolado



Castillo San Felipe



Lugares

Foto: Archivo
Por: Damarys Vasquez

Fortín Solano

El guardián del puerto

Su imponente estructura antigua rocosa y la frondosa vegetación que lo rodea hace del Fortín Solano un lugar recreativo y atractivo para los turistas y temporadistas

Este majestuoso Fortín lo encontraran en el Parque Nacional San Esteban, específicamente en la zona denominada Cerro El Vigía y su ubicación está aproximadamente a 500 metros de altura. El castillo posee gran valor histórico ya que se construyó para proteger el puerto y la ciudad de posibles ataques navales. Fue construido en el año 1766 por ordenes de Don José Solano, gobernador y capitán general de Venezuela para esa época.

Actualmente el fortín conserva su estructura original, sin embargo se le han instalado áreas de esparcimiento con el fin de amenizar y entretener a los visitantes. Los turistas pueden llegar al Fortín Solano por medio de jeepes ubicados en la entrada que conducen hacia el Cerro el Vigía.

Y a quienes le gusta ejercitarse pueden subir hacia el castillo en bicicleta, montando o caminando.

Si desea una ubicación, permite visualizar desde lo alto a toda la ciudad de Puerto Cabello y si llega la noche el paisaje se hace aún más atractivo.

Entre los servicios que ofrece se encuentran: un restaurante especializado en todo tipo de comidas rápidas y postres. Guías turísticas que le ofrecen al visitante información acerca del lugar por medio de videos, charlas. Servicio de autobuses que se cubre a disposición a cargo de la compra de fichas que tienen un valor de 10bol/c/a.

Y si no quiere irte con las manos vacías está la venta de artesanías y dulces típicos de la localidad. Si te animas a visitar el Fortín, no olvides colocarte una buena ropa cómoda y llevar tu cámara fotográfica.



“ Para su edificación se utilizaron piedras de canteras y la mano de obra correspondió a los esclavos de La Guaira y el Castillo Libertador ”





Borburata

Borburata sigue siendo el sitio predilecto de turistas. Es considerada por propios y extraños una tierra mágica, desde los sagrados y lo pagano se mezcla en perfecta armonía, pues desde su fundación, sus pobladores han velado por que sea de esa forma.

Muchas son las historias de este hermoso poblado. Cuenta con dos santos patronos San Juan Bautista y el santuario Diocesano del Santo Cristo de la Salud, a los que devotos y fieles les confieren casi por igual grandes milagros. También sus pequeños y calurosos pueblos guarda bellas tradiciones y es muy visitado debido a las festividades ofrecidas a sus patronos.

Borburata es escenario predilecto de quienes visitan el municipio por ser en cada temporada día de vacaciones, y se vangloria de su fama por contar con los mejores dulces y vinos de toda el litoral caribeño.



Calle Los Lanceros

Hermosa calle típica y antigua, que lo ligaba y conectaba a la ciudad de Puerto Cabello. Se encuentra en la zona colonial, posee aproximadamente 300 metros de largo por cuatro metros de ancho. Originalmente era llamada calle "Morán o N. Morán", nombre que fue cambiado por "Calle Lanceros" en honor al General José Antonio Páez.

A lo largo de la calle se encuentran un caso de construcción colonial, destacando sus ventanas de tipo andaluz, sus balcones, principalmente el del Museo de Historia.

Este museo fue escavado por un grupo de artistas populares, encabezado por Javier La Rosa y actualmente está abierto al público mostrando lo mejor de las diferentes manifestaciones artísticas: Artesanía popular, arte ingenuo, tallas en madera y piedra, pintura, etc. En esta calle al visitar también se podrá encontrar una parada llamada Santa Margarita, con habitaciones de ambiente colonial y servicio de restaurante.

La calle Lanceros es una de las zonas coloniales que conserva la belleza arquitectónica de la época, con sus hermosos casones y calles empedradas, las cuales hacen evocar un pasado histórico notable.



Parque Nacional San Esteban

El Parque Nacional San Esteban, ubicado en la Cordillera de la Costa Central, constituye una prolongación occidental del Parque Nacional Henry Pittier. Este parque incluye ambientes terrestres y marinos de gran importancia y belleza extraordinaria. Se crea con el fin de proteger y preservar recursos biológicos, culturales, históricos y escénicos de importancia y relevancia nacional e internacional así como las cuencas altas de importancia como El Paramo, Borburata, San Esteban, Guisasa, San Diego y Vigüela, vinculadas para el consumo de agua de la región y la recuperación del Lago de Valencia.

El relieve es abrupto, de pendientes pronunciadas y alturas que varían desde el nivel del mar hasta los 1830 m en el Cerro Villalonga. Estas variaciones altitudinales determinan cambios importantes en el paisaje, clima y vegetación del parque, existiendo formaciones vegetales y especies animales de gran valor científico por su carácter endémico.



Puente de Los Españoles

El Puente de los Españoles, se encuentra en el Parque Nacional San Esteban, su nombre original es "El Puente de Puro Hondo" es una maravilla arquitectónica de la época colonial, se caracteriza por su forma simple, y sus anchas columnas, es un lugar realmente antiguo y es una cita obligada, desde todo punto de vista, turístico, cultural y arqueológico.

Además, se encuentra en medio de la montaña, con una vegetación y fauna exótica, lo invita al Río San Esteban y con lugar es una visita obligada, para los turistas visitantes.

Debe destacar que este lugar no cuenta con ningún tipo de servicios, por lo que el turista si se anima a visitarlo debe ir bien equipado con agua potable, repelente contra insectos y comida.



Puerto Cabeallo | Laguna



El Malecón

El lindo malecón frente a la bahía y casa viva del Fortín San Felipe es el granido principal para los turistas. La mejor idea es estacionarse frente a la Capitanía del Puerto y andar a pie debido a las estrechas calles principales y la falta de estacionamiento en ellas.

Mucha gente ha convertido los antiguos casas frente al malecón en hoteles comerciales, mientras otras van su aspecto original.

Entre los restaurantes, el más viejo es el La Lanchero y lo más nuevo La Encantada.

Ambos se especializan en frutos del mar pero, el dueño de Luis Bortini, ofrece sus servicios hasta horas más prolongadas (hasta más de 11:00 pm - 10:00 pm.) además destaca un bar lounge en un estilo "chillón" en su terraza (con vista panorámica al mar) con un bar que es un poco más que un bar!



12 Diciembre 2012 | Destinos



Mapa Turístico Puerto Cabello

Playas/Islas	Legenda
1 Isla Larga Página 16/17	Transporte de Lancha
2 Patanemo Página 18	Marina
3 Quizandá Página 19	Aeropuerto
4 Yapascua Página 20	Estación de Servicio
5 La Rosa Página 22	Hospital
	Muelle
	Bomboneo Municipal
	Terminal de Pasajeros



Teléfonos de Emergencias

Bomboneo de Puerto Cabello: 0242 - 361 1816 361 5560	Cruz Roja Puerto Cabello: 0242 - 361 1533	Estación Principal de Guardacostas Puerto Cabello: 0242 - 360 1233	0800-TQUIERO 0800-8784376	Hospital Adolfo Prince Lara: 0242-364 7704	Centro Clínico San José Ar. San Juan José Flores, e/Ca. 38 y 39, Rancho Grande: 0242-361 4408	Hospital Adolfo Prince Lara: 0242-364 7704	Policlínica Urdaneta Calle Corbova con Calle Avelar, Puerto Cabello: 0242-361 0457
Comandancia de Policía de Cabello Mayor 171: 0242 - 361 1816 - 364 6539	Policía Municipio Puerto Cabello: 0242 - 361 9650 - 368 8725	Captanía de Puerto Cabello: Teléfonos: 0242 - 361 7160 361 6880	Centro Ambulatorio Santa Rosa Urd. Santa Cruz: 0242-364 4670	Hospital Dr. José Francisco Moisés Lara Final Ca. Plaza c/Av. Juan José Flores, sector rancho grande, Rancho Grande: 0242-361 4610	Emergencia Médica Integral Av. Saitón, N.º 21, La Sorpresa: 0242-364.9848	Hospital Dr. José Francisco Moisés Lara Final Ca. Plaza c/Av. Juan José Flores, sector rancho grande, Rancho Grande: 0242-361 4610	Unidad Ambulatoria Sanitaria: 0242-361 1645

Turismo

La perla de Puerto Cabello Isla Larga

Sus cristalinas aguas, suave oleaje, blancas arenas y la pulcritud con que se conserva hacen de esta isla una de las preferidas por los turistas de la región centro-occidental

Un alemán en la Isla

En el año de 1940 se fundó el bungalow alemán "Sesestri" en la aguas de Isla Larga, luego de un motivo de la tribulación. Los restos, se han convertido en un arrecife coralino artificial que alberga gran cantidad de especies marinas. Se pueden observar desde la isla e incluso se puede llegar nadando ya que se encuentran a solo tres minutos.

En la costa de Puerto Cabello, esa encantada Isla Larga que junto con Isla del Rey, Isla Somo Domingo e Isla Akutza, forma el Parque Nacional San Esteban. Sin embargo, es la única isla de esta zona que ofrece acceso libre al público. Sus aguas calmadas como una piscina de agua salada y las blancas y refinadas arenas han convertido a Isla Larga en el oasis favorito de los turistas que eligen como destino la vista ciudad de Puerto Cabello.

Pese a una 14 hectáreas de forma alargada, de allí radica su nombre y una longitud de 1855 mts, medidas suficientes para brindar esparcimiento, recreación y una muy buena experiencia a quienes la visitan.

Este espacio insular se encuentra bajo régimen de protección ambiental según las leyes que el Guandá Parques guarda en el embarcadero para dar recomendaciones a los turistas.

Frente los servicios que ofrece se cuentan un restaurante especializado en platos de mar, las chizas gratuitas con una capacidad para 10 personas que se encuentran a largo de la isla, las duchas y los baños. Si el turista desea algo extra, está a su disposición el alquiler de hamacas, pedales, botas y la popular "arpa".

Del subnatación también se puede disfrutar en Isla Larga. Es ofrecido por clubes que hacen vida en el estado y supervisado por el Instituto Nacional de Parques (INPARQUES). Las zonas preferidas para realizar esta actividad es el área de los bucos hundidos donde encuentran al guardián de la zona "Calacanto" el caballo de mar.

Si se animan a visitar esta bella isla no olviden llevar protector solar, agua potable, repelente contra insectos y una bolsa plástica para depositar sus desechos y así -Intrínsecamente- poner tu granito de arena.



Turismo de Playa

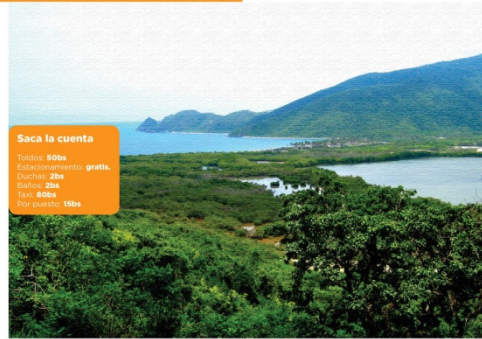
Puerto Cabello posee una larga extensión de zona costera con un mar siempre azul y en calma. Un litoral de amplias playas abiertas, arenosas, de poco oleaje y singular belleza. También cuenta con parques sombreados con el tapiz foliaje de las verdes palmeras y un paisaje iluminado por la viva luz del sol, donde el turista puede disfrutar de una armoniosa estadía.

Patanemo

Ubicada a 45 minutos de la ciudad de Puerto Cabello se encuentra la Bahía de Patanemo. Se puede llegar en carro particular, taxi y busetas por puerto que salen desde el terminal cubriendo la zona terminal-guajabo-patanemo. Esta amplia ensenada está formada por un valle inundado, comprendido entre la punta de Yapasca y Punta Pitón. Cuenta con una playa ancha de 800m, arenas y de aguas poco profundas. Se caracteriza por poseer una laguna de agua dulce donde los

turistas toman un baño preferiblemente antes de partir.

A lo largo de la Playa de Patanemo, funcionan varios restaurantes donde preparan exquisitos platos de producción del mar, como Pescado frito, hervido de pescado, paella de mariscos, Sofreos y otros. También se encuentran vendedores de productos playeros, conservas de caca, coque y el famoso vodka de la vida. Aun de un preparado de mariscos marcialos en vinagre y limón



Saca la cuenta

Transporte: gratis
 Todos: 50bs
 Edificio: 20bs
 Ducha: 20bs
 Baño: 20bs
 Taxi: 80bs
 Por puesto: 150bs

Balneario Quizandal

A 8 minutos de la ciudad de Puerto Cabello, después del Hospital Militar, a mano derecha se encuentra el balneario Quizandal. Para ir a playa se puede llegar en carro particular, taxi o busetas por puerto. Cuenta con servicio de estacionamiento, subvías, restaurantes, salas, duchas y baños en una playa de arenas blancas y se extiende frente a las olas del mar. El oleaje es moderado, el mar no es muy profundo y se puede ir nadando hasta la isla Raón. Este es un rincón donde se ofrece el servicio de lanchas nocturnas para ir a Isla Larga. El paso del tiempo se ha dejado sentir sobre Quizandal, pues actualmente el balneario construido 1966, sufre los embates del descuido por parte de las autoridades competentes.



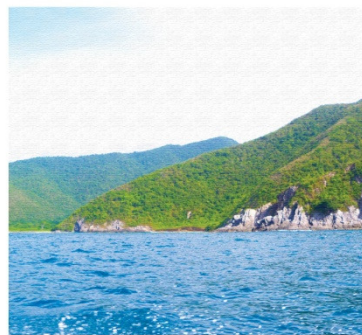
Saca la cuenta

Transporte: gratis
 Entrada por persona: 20bs
 Todos: 50bs
 Ducha: 20bs
 Baño: 20bs
 Servicio de lancha: 250bs
 Taxi: 80bs
 Por puesto: 80bs



Ensenada Yapasca

Situada hacia el este, en el límite con el estado Aragua, esta ensenada vive sus posibilidades de acceso. La más exótica, un camino pedregoso que se recorre en 30 minutos la otra, alquila una lancha que tarda 20 minutos en llegar con un costo de 30bs. La playa está protegida por un arrecife y ofrece como particularidad una hermosa laguna tranquila de aguas saladas, excelente para el snorkel.



Club Naval Playa La Rosa

Se encuentra a 10 minutos de la ciudad de Puerto Cabello. Se puede llegar en carro particular, taxi o "santitas" que cubren la ruta terminal-guajabo-patanemo. Es una de las playas más completas del litoral puertorriqueño. Cuenta con todos los servicios y comodidades. Las exigencias de un turismo en busca de la tranquilidad, y el disfrute de un día de playa bajo un sol tropical. Ofrece estacionamiento privado, vigilancia, subvías, restaurantes, duchas, playas limpias con sus respectivos canchales y salas playeros.



Saca la cuenta:

Todos: 50bs
 Edificio: 200bs
 Ducha: 20bs
 Baño: 20bs
 Taxi: 400bs
 Por puesto: 100bs

Tradiciones

Foto: Archivo
Por: Damarys Vasquez

¡Ya se murió! ¡Hay que enterrarla!

Baile la Hamaca

El barrio San Millán de Puerto Cabello, se regocija todos los lunes de carnaval al celebrar el famoso baile de la hamaca, donde esperan la llegada de pobladores de la zona a turistas y visitante

Este baile tradicional representa la tragedia del arribo de colas que sufre un negro en un cementerio, cuando decide la inutilidad de su mujer precisamente con el muerto. Se realiza el lunes de carnaval por la noche, donde se reza, se toma café, y se cuentan chistes. Luego al llegar la media noche empieza la partida, se tocan tambores vestidos de cachos, los mojos lloran. Al día siguiente colocan al muerto en una hamaca o carabato de trapo y sábanas que posteriormente era adornada con muchas flores.

Esta danza se originó en el barrio San Millán y se remonta a los inicios del siglo XIX en el que había una inmigración proveniente de Caracas que se radicó en uno de los barrios más antiguos de Puerto Cabello y dio inicio a esta festividad.

Con el "Baile de La Hamaca" culminan los Carnavales en Puerto Cabello. Está arraigada costumbre del eje centro de Carabobo entre nativos y visitantes que arriados con coloridas vestimentas, turbantes y con rostros pintados de negro, recorren las principales calles de la localidad a ritmo de tambores en la cadenciosa danza.



La Bendición del Mar

Es una solemne tradición emotiva, que se realiza todos los Domingos de Resurrección.

En la mañana casi al amanecer miles de personas se congregan hacia el muelle y son aldeanos para presenciar la celebración de la misa y la bendición al mar.

Esta es una buena ocasión para que todos los pescadores, lancheros y gente del mar se reúnan con sus botes abarrotados y adornados. Le hacen una procesión en lancha a la Virgen del Valle, patrona de los pescadores, para luego volarla a la gabarra que está acondicionada para la celebración de la ceremonia.

Este acto es muy concurrido por personas propias de la localidad y por todos aquellos visitantes que les guste hacer turismo religioso.

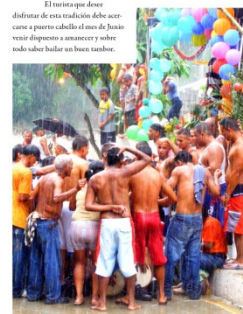


El Golpe de San Juan

Es una de las más genuinas de las manifestaciones folclóricas que conserva el acervo de tradiciones populares del estado Carabobo.

Se realiza en Puerto Cabello, Barbours, Pinaroma, Guayana y los Cañeros, donde la tradición ancestral con su rasgo feroz y entusiasta invade calles San Juan Bautista, San Pedro y San Pablo, durante el mes de junio. Estas manifestaciones folclóricas se realizan a los cuatro puntos con el carácter ritual y por ello en sus danzas siempre la imagen de San Juan y algunos veces la de San Pablo. Los instrumentos típicos para la danza son los tambores prietos, el cunaco, la charasca y los maracas.

El ritmo que hace distintivo de esta tradición debe acrecentarse a Puerto Cabello el mes de junio venir dispuesto a amanecer y saber todo saber bailar un buen tambor.





Arenarte



Arenarte, es el concurso de esculturas en arena que se desarrolla año tras año en la ciudad costera de Venezuela (Puerto Cabello), es un evento sin precedentes en el país, donde participan escultores profesionales que muestran su talento elaborando grandes y llamativas esculturas en arena.

Esta importante actividad se lleva a cabo durante la temporada de Semana Santa, cuando en cuenta que propios y visitantes se disponen a disfrutar en familia en las playas del litoral y este evento es atractivo a la vista de todos, además de ser el único en el país.

Si desea viajar a Puerto Cabello en la temporada de semana santa no olvide echar un vistazo por arenarte, trae contigo tu cámara fotográfica para que te quede un recuerdo de todas las esculturas que allí se exhiben.



Para comer y dormir

Hotelerías y Posadas	Restaurantes	Posada Turística Mi Viejo
Hotel Bahía Azul, C.A. Calle Santa Bárbara, No. 11-95 0242-5049699	D'Franco Restaurant Av. 5 de Julio Frente al Malecón Punto Carabonillas 0242-5030697	Tipo: Posada Dirección: Via San Esteban Pueblo Sector Pitiguao. Teléfono: (+58) 0242.415.0905 Correo: marcosescocchi@hotmail.com Página Web: No Disponible. Última actualización: 02-08-2012 GPS: No Disponible.
Hospedaje Doña Lurdas Calle Miranda, No. 7-72	La Encantada Frente al Malecón Luis Botini	Somos una Posada Familiar, en una zona de total tranquilidad, a solo 10 minutos de las principales playas de Puerto Cabello. Ofrecemos hospedaje en habitaciones con aire acondicionado o ventilador, comidas criollas, alquiler de áreas verdes para eventos sociales, entre otros...
Hotel Bar Restaurant Miramar Calle Pital, El Pitalito 0242-5075733/0442-6493904	Lian Ying Restaurant, C.A. Av. Juan José Flores, Edif. Erma, Local 7 0242-5000209	
Posada Turística Villa Carlito Gañango Calle Sucre No. 80 0442-5193495 amarillasas@hotmail.com	Piano Bar Restaurant Pizzeria Cumboto Edif. Cámara de Comercio/Punto Bar	Hotel City Tipo: Hotel Dirección: Calle 27, Sector Tejerías, detrás del Mercado Municipal. Teléfono: (+58) 0242-5013112 Correo: asadiego@hotmail.com Página Web: No Disponible. Última actualización: 02-08-2012 GPS: No Disponible.
Hotel Canaima Calle Carabobo No. 69	Lancheria Restaurant Carmen Terminal de Pasajeros, Local, 05	Hotel de ciudad. Excelente ubicación, cercanía al casco histórico y a la zona comercial. Salida a la vía de acceso a las playas. Amplio estacionamiento.
Hotel Capri Calle Ayacucho No. 15-9	Saade Rest Av. 5 de Julio Frente al Malecón Mariguajada Roubom y Jesús Roubom Coriente 0242-5036047	
Hotel Brisas del Mar Calle Plaza No. 7-32	Lancheria Restaurant Malecón Calle 24 de Julio, Frente al Malecón 0242-5000597	
Cooperativa Posada Turística Ra. Carmen, R.L. Calle Santa Rita, Casa la Peña de las Bermudas, Patateño 0242-5080366/044-5437180	Restaurant Cachapero All Year Calle Municipales, Local 697 0242-5026134	
Cooperativa Posada Turística Mano Blanca S.R.L. Av. Principal Santa Rita, Sector San Cayetano, Finca Maná Blanca, Patateño 0442-5849909 /0242-5027731	Restaurant Caribe Mar La sorpresa	
Posada Abasco / Llaneros el Buda Calle Pital, de Gañango, S/N	Restaurant Doña Petra Calle Municipal detrás de la Catedral	
Bar Restaurant Posada Cerro Grande Hacienda Santa Rosa, Carretera Via Guayana	Restaurant El Encuentro Cumboto Norte Dentro de las Instalaciones Club Italo	
Posada Bar Restaurant El Rincón de Manolo Calle Pital, El Pitalito, No.51, Sector la Playa	Restaurant El Llanero Calle Sucre 0242-5000775	
Posada Chachita Calle Bolívar No. 99, Patateño 0242-5027068 /042-4855826	Inversiones Da' Genesiro Edif. Cámara de Comercio/Punto Bar 0242-5042596	
Posada Turística Gañango Playa J Mar, C.A. Av. Pital, de Gañango, No.87	Puerto de Revista Restaurant La Aikana Calle Municipal Edif. Santramar, P4. 0242-5038236	
Posada Turística Félix Asentamiento Campesino Santa Rosa Sector Miraflores	Restaurant Mar y Sol Calle El Mercado 0242-5022172	



