

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

FECHA DE ENTREGA: 17/07/2012

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

Yo, (Nosotros) Simon Maracas, autor(es) del trabajo: Instantes: cydiogaleria
para la promocion ecoturistica del Estado
Maracas en medios digitales

Presentado para optar: por el titulo de licenciado en
comunicacion social

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)

Simon Andrés
C.I. N° 18.506.454
e-mail: smaracas@
hotmail.com

C.I. N° _____
e-mail: _____

Por el equipo

C.I. N° _____
e-mail: _____

C.I. N° _____
e-mail: _____

En Caracas, a los 17 días del mes de Julio de 2012

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: _____



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

***Instantes: audiogalerías para la promoción ecoturística del Estado
Amazonas en medios digitales***

Proyecto de Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en
Comunicación Social

Maracara Díaz, Simón Andrés
C.I. V-18.506.454

Tutor: Manuel Sainz

Junio, 2012



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV

Fundada el 24 de Octubre de 1946

CONSTANCIA

Quien suscribe, profesor **MIGUEL ANGEL LATOUCHE R.**, Director de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, hace constar que el ciudadano **SIMÓN A. MARACARA D.**, portador de la Cédula de Identidad N° **18.506.454**, presentó y aprobó su Trabajo de Licenciatura con la calificación **APROBADO SOBRESALIENTE**, tal como consta en el Acta firmada por el Jurado; integrado por los profesores: Manuel Saínez (Tutor), Héctor Castillo y Gladys Duque.

Constancia que se expide en Caracas, a los ~~02 días del mes de julio~~ de 2012.



MALR/cmng.-

Hacia el 50º Aniversario del Aula Magna de la UCV.

Universidad Central de Venezuela – Facultad de Humanidades y Educación

Caracas 1040 – Teléfonos 605-29-64 – Telefax: 605-28-47 – e-mail ecsVen@sagi.UCV.edu.ve

“CIUDAD UNIVERSITARIA DE CARACAS – PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD”

A mis padres, Carlos y Nanci.
Yoda y mamá sauce de este jedi
indígena que decidió ser periodista.
A los sembradores de respeto, coraje
y compasión para cruzar todos los mares.
Les dedico este proyecto de tesis como
fruto del trabajo, de los bollitos con anís,
del Cerelac y de los jalones de orejas.
¡Somos periodistas!
Grata sorpresa

A la tierra mágica
Al Estado Amazonas y a Puerto Ayacucho
Al Tobogán de la Selva, Provincial y
Sardinata
A la Casa sobre La Piedra, a la Plaza del
Indio y al mirador
A las empanadas de pabellón de El Moñito
y a las cachapas detrás del muelle
Porque son el aire en el pecho cuando
alguien nos confunde con la Gran Sabana,
en Bolívar
Reciban esta pequeña ofrenda, con el
mayor respeto y cariño de sobra.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por mi salud y por la de familia, porque la mano que nos tocó jugar ha sido bondadosa. Sin él no tendría mucho sentido hacer lo que hacemos: vivir, vivir bien, en paz y en busca de ser felices. Agradezco a mis hermanos Víctor, Moisés, Martín y Carlos Enrique, por todas las carcajadas, peleas y aprendizajes, tener cuatro hermanos me ha hecho cuatro veces mejor persona, gracias.

A Stephanie Contreras, Andrea Rivero y Blanca Fajardo, apoyos incondicionales desde que tengo uso de razón, mejores amigos desde que nos vestían con franelas rojas y monos azules para ir a clases. También debo agradecer a Daniela Machado por ser mi cómplice en esta y tantas otras aventuras, gracias por reírte conmigo todo este tiempo.

Mi gratitud sobrepasa este proyecto de grado y quisiera aprovechar el espacio para nombrar a las personas que me han acompañado hasta este nuevo logro:

Manuel Sainz, Carolina Hoyer, Marcela Magro, Adriana González, Cecilia Escalante, Rafael Linarez, Enrique Odreman, Juana Magro, Heidimar Uribe, Yakary Prado, Juan Carlos Centeno, Jonathan Olivera, Valentina Mujica, Haydee Chavero, Miguel Ángel Latouche, Érika Osteriz, Alfredo García, Emily Avendaño, Ariana Guevera, Scarle García, María Fernanda Torres, Andreína González, Lilia Malavé, Angie Ferrara, Julio Ottaviano, Guillermo Berincua, Amarilis Aranguren, Verioska Velasco, Andrés Kerese y Haris Parra.

Muchas gracias también a Henry Jaimes, Adrián Amaya y Humberto por guiarnos en el Amazonas.

RESUMEN

El presente trabajo de grado, *Instantes*, se desarrolló con la finalidad de generar un proyecto piloto de promoción de los destinos ecoturísticos del Estado Amazonas, Venezuela, a través de una serie de audiogalerías para medios digitales. La audiogalería es un novedoso formato audiovisual, ideado principalmente para internet, que combina la fotografía con entrevistas grabadas en audio creando una narrativa visual ideal para contar historias de vida. A través de imágenes de sucesión cronológica, enlazadas a una pista de audios, colgados en internet, el usuario puede obtener una visión más completa de la realidad presentada. Se hizo énfasis en destinos ecoturísticos dada la tendencia mundial que plantea a esta actividad económica como responsable con el medio ambiente y respetuosa de las culturas locales. Asimismo, se trabajó sobre medios digitales, por el alto nivel de exposición de información multimedia y por la potencialidad de atraer turistas extranjeros y especializados en el turismo ecológico y científico. Para ello, fue necesaria la revisión de conceptos relacionados con el periodismo ambiental, periodismo digital y promoción turística, con la finalidad de resaltar la pertinencia de este tipo de trabajos dentro la carrera de Comunicación Social. El proyecto de investigación se enmarcó en el estudio de tipo descriptivo, en vista de que esta modalidad permitía presentar la realidad registrada a través de un trabajo de campo, en tres municipios de alto atractivo turístico en la entidad. El producto multimedia buscaba mostrar de manera entretenida estos atractivos de la selva amazónica venezolana, y de alguna manera se proponía contribuir con la difusión de valores conservacionistas del medio ambiente.

Palabras clave: Audiogalerías – Ecoturismo – Medios digitales – Estado Amazonas – Promoción turística.

ABSTRACT

This work degree, Moments, was developed with the purpose of generating a pilot project to promote ecotourism destinations of the Amazonas state, Venezuela, through a series of digital media audioslideshows. The audioslideshow is an innovative audiovisual format, designed mainly for internet, which combines photography with audio-taped interviews creating a perfect visual narrative to tell life stories. Through images of chronological sequence, linked to an audio track, post on the internet, you can get a fuller picture of reality presented. Emphasis was placed on ecotourism destinations given the global trend this activity poses to economic and environmentally-responsible and respectful of local cultures. Also worked on digital media because of the high level of exposure and the potential to attract foreign tourists and specialized in ecotourism and scientific tourism. To this end was necessary to review concepts related to environmental journalism, online journalism and tourism promotion, in order to highlight the relevance of such work within the Communication major. The research project was part of a descriptive study, given that this method allowed to present the reality recorded through field work in three municipalities of high tourist attraction in the state. The multimedia product was looking for an entertaining way to show the attractives of the Amazonian jungle in Venezuela, and somehow intended to contribute to the diffusion of environmental conservation values.

Key words: audioslideshows - Ecotourism - Digital Media - Venezuelan Amazonas - Tourism promotion.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.1. Planteamiento del problema	11
1.2. Objetivos de la investigación	14
1.2.1. Objetivo general	14
1.2.2. Objetivos específicos	14
1.3. Justificación	14
1.4. Alcance y limitaciones	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	19
2.1. El Ecoturismo y su historia en el mundo	19
2.1.1. Perfil del Ecoturista	23
2.2. Promoción turística	24
2.2.1. Promoción turística en Internet	26
2.3. Periodismo digital y audiogalería: la imagen y el sonido se hacen uno en el ciberespacio	29
2.3.1. Audiogalerías: fotos que hablan	33
2.4. Periodismo Científico-Ambiental	37
2.4.1. Periodismo científico-ambiental en Internet	40
2.5. Amazonas: Tierra Mágica	43
2.5.1. Las aguas: Municipio Atures	44
2.5.2. El árbol de la vida: Cerro Autana	45
2.5.3. Capital olvidada: San Fernando de Atabapo	48
CAPÍTULO III: MARCO MEODOLÓGICO	51
3.1. Tipo de investigación	51
3.2. Diseño de la investigación	52
3.3. Determinación de las unidades de análisis	54
3.4. Criterios de selección de las unidades de análisis	54
3.5. Plan de ejecución	55
3.5.1. Preproducción	56
3.5.2. Producción	56

3.5.3. Postproducción	58
3.6. Presupuesto	59
3.7. Propuesta	60
3.7.1. Ficha Técnica	61
3.7.2. Idea	61
3.7.3. Sinopsis	62
3.7.4. Guión literario	62
3.7.5. Guión técnico	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
BIBLIORAFÍA	84
ANEXOS	91

INTRODUCCIÓN

Si pudiera vivir nuevamente mi vida,
en la próxima trataría de cometer más errores.
Sería más tonto de lo que he sido,
de hecho tomaría muy pocas cosas con seriedad.
Correría más riesgos,
Haría más viajes,
Contemplaría más atardeceres,
subiría más montañas, nadaría más ríos.
Iría a más lugares adonde nunca he ido.

Si pudiera volver atrás trataría
de tener solamente buenos momentos.
Por si no lo saben, de eso está hecha la vida,
sólo de momentos; no te pierdas el ahora.

Instantes, es un proyecto multimedia que toma su nombre de este poema tradicionalmente atribuido al escritor argentino Jorge Luis Borges, pero que en realidad pudiera ser de Don Herold o Nadine Stair (Almeida, 2001, *El cuerpo del delito*), y que rescata el valor de los pequeños momentos de la vida: un valor atesorable y que gracias a la tecnología es posible revisarlos una y otra vez cuando la memoria comience a fallar.

La cámara fotográfica tiene la magia de cultivar recuerdos y rescatarlos luego de macerar, para apreciar la historia de los grandes y la historia de los propios. Perfiles en redes sociales en Internet no son otra cosa sino anales de la vida en París, en Barcelona, en Caracas y en Chivacoa; son pruebas de vida y quizás formen en un futuro una parte del imaginario mundial: una radiografía al corazón del mundo.

Cuando la fotografía nació, sus capacidades técnicas exigían moderación en su uso y difusión. Sólo los momentos explícitamente importantes de las familias adineradas e influyentes eran fotografiados, y entre foto y foto se perdían la vida, las alegrías, las tristezas, el trabajo y el relajo. Luego llegó el rollo fotográfico y los laboratorios de revelado instantáneo que se atiborraban de graduaciones, bodas, bautizos y cumpleaños, eventos tradicionales de la clase media. Hoy, levantarse cada mañana es suficiente motivo para una instantánea y así lo celebran millones de personas del mundo occidental con acceso a un teléfono inteligente con cámara fotográfica incluida que en Venezuela se extiende hasta los estratos económicos más bajos.

Sin embargo nuevas tendencias nacen y lo clásico se vuelve arcaico: las carteleras de cine se llenan de títulos en tercera dimensión con intenciones de cautivar a un público cada vez más exigente y difícil de sorprender. Y el lema “Una imagen vale más que mil palabras”, sigue estando vivo, pero transformándose en un video que vale más que cien fotografías. Los tiempos llaman a la reinención para mantener relevancia en una sociedad que ha perdido la capacidad de asombrarse.

La fotografía es un talento artístico, científico y periodístico que las grandes corporativas han masificado al punto que los noticieros se llenan a diario de imágenes de anónimos empoderados con un equipo celular y par de mega píxeles. El fotógrafo por profesión necesita entonces revalorizarse ante el aficionado, y desarrollar nuevos formatos que integren herramientas tecnológicas y expresivas para revitalizar la segunda profesión más antigua del planeta: contar historias.

Y de este impulso inventivo nacen las audiogalerías: piezas narrativas que amalgaman imágenes con sonidos en una línea de tiempo, tradicionalmente colgadas en Internet para que miles de millones consuman las realidades que presentan: la realidad de los espacios más lejanos del mundo, realidades que invitan a subir más montañas, a nadar más ríos y a conocer más lugares; realidades que promuevan un estilo de vida responsable con nuestro medio ambiente.

Ello con la posibilidad de oponer imágenes y sonidos en el ciberespacio, como partes de un mismo producto multimedia, así crece la experiencia de conocer momentos e *Instantes* del Amazonas venezolano, virgen e indómito, desde un ordenador en Caracas, en Miami o en Oslo.

Para este proyecto de trabajo de grado, se proponen tres entregas de audiogalerías que promuevan al estado Amazonas como destino ecoturístico a través de medios digitales, y que pueda ser replicado en otros paisajes de Venezuela.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El periodismo se encuentra en constante proceso de metamorfosis. Un cambio empujado por las herramientas digitales que crecen apresuradamente y obligan al periodista a encontrar nuevas y más inventivas formas de hacer su trabajo: contar historias.

El mail, los blogs y las redes sociales han cambiado la forma en que el usuario consume información, cada vez más rápida y concisa, con la posibilidad de participar y decidir el ritmo y el rumbo a tomar dentro del universo digital del conocimiento. El periodista actual que hace vida en Internet ya no sólo puede conformarse con informar y educar, ahora más que nunca debe entretener; generar ese factor atractivo que obliga al usuario a detenerse al menos cinco segundos por encima de todas las otras opciones en el ciberespacio.

En consecuencia, los medios impresos se presentan con más color y gráficos y menos textos escritos. Del mismo modo, las emisoras radiales han decidido incursionar en Internet para ofrecer al oyente la posibilidad de leer lo que escucha y hasta mirar a los entrevistados. Esta situación ha llevado a que todos quieran tener una página de Internet donde ofrezcan la información sintetizada, pero con más recursos expresivos (Torres, 2000, p.61).

En la actualidad los micros radiales, programas de televisión, columnas de opinión y caricaturas están siendo suplantados por podcasts, videoblogs, posts y tweets debido a sus bajísimos costos de producción, libertad creativa y difusión viral, cada uno

con un lenguaje inherente que se distingue de sus “ancestros” por normas que pocos se han atrevido a definir y cementar en el ámbito académico, como lo explica Oscar Lucién (1998):

El entusiasmo con el que los usuarios ‘navegan’ en esta nueva realidad contrasta con las resistencias que expresa el medio académico, especialmente el de las ciencias sociales y las humanidades. Tal actitud se refuerza, por supuesto, en una tradición que desestima el dato empírico –la realidad aparente- y en consecuencia los medios de su recopilación y acopio –instrumentos “funcionalistas”- que impiden llegar a la verdadera esencia de las cosas, la realidad real... (p. 64-65).

Lucién (Ob. Cit.) reconoce la resistencia hacia los medios digitales, que se fortalece en la actualidad por factores de naturaleza económica y metodológica en el espacio universitario, e invita a “una actitud más despierta” para capitalizar el potencial de las nuevas herramientas para la recolección de data, manejo y difusión del conocimiento (p.65).

Las nuevas herramientas no sólo son evoluciones de las ya conocidas, también son el resultado de elementos interdisciplinarios que se unen con el código HTML en lo que se llama multimedia. Al respecto, Fuentes (1997) explica que la tecnología multimedia ha invadido rápidamente el ciberespacio “en un sistema integrado de búsqueda que permite combinar texto, imágenes, sonido e incluso animación en un documento” (p.70).

Los autores Brauner y Bickmann, citados por Torres (2000), explican que la multimedia es una imitación del cuerpo humano en la búsqueda de “la tercera dimensión, tiempo real, colores naturales, audio de entrada y salida, interactividad, capacidad para procesar en paralelo y entablar una comunicación en banda ancha entre otras cosas” (p.79).

La fotografía periodística y los micros radiales se unen en “audio slideshows” o audiogalerías, presentadas con prominencia en la sección multimedia del diario The New York Times, con el seriado “Uno en un millón”, y replicadas en nuestro país por la Cadena Capriles en la versión digital de tres de sus cuatro publicaciones periódicas: Últimas Noticias, Líder en Deportes y Revista Dominical.

Las audiogalerías son definidas principalmente en diversos manuales y tutoriales en Internet de sitios dedicados a la fotografía, tales como PetaPixel, Mastering Multimedia, entre otros. Estos las describen esencialmente, como una sucesión de fotografías con orden cronológico que vienen acompañadas con audio de ambiente y entrevistas que pintan y realzan el valor de la historia que cuentan las imágenes.

Es por ello que, la propuesta de este trabajo de tesis se basa en capturar por medio de audiogalerías el atractivo ecoturístico de Venezuela; empezando por el Estado Amazonas, con tres entregas de este género multimedia, en las que se buscará realzar las riquezas naturales de sus paisajes, flora y fauna, ríos y asentamientos indígenas.

Se decide iniciar por el Estado Amazonas no solamente por la lógica alfabética, sino por el potencial turístico por explotar en la entidad, que ha sido opacada en los medios y conocimiento popular por el Parque Nacional Canaima y la Gran Sabana en el Estado Bolívar.

El segundo Estado más grande del país lleva también un valor sentimental para el autor del proyecto. Maracara creció hasta los 17 años en la ciudad de Puerto Ayacucho, antes de mudarse a Caracas para iniciar sus estudios en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Sus familiares inmediatos y amigos de la infancia, todos residen en la entidad, son un nexo constante con la llamada “Tierra Mágica”.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Desarrollar un piloto de promoción ecoturística del Estado Amazonas, a través de una serie de audiogalerías, para medios digitales.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Identificar las oportunidades ecoturísticas que ofrecen los municipios Atures, Autana y Atabapo, del Estado Amazonas, con el objetivo de establecer los espacios a ser promovidos en la serie de audiogalerías.
2. Dar a conocer las potencialidades del formato multimedia de la audiogalería para la divulgación de información periodística sobre ecoturismo, en medios de comunicación en Internet, con la finalidad de promover las bondades naturales del Estado Amazonas.
3. Exponer la relevancia del uso de Internet como plataforma de promoción digital, para posicionar el Ecoturismo.
4. Proponer un piloto de promoción ecoturística del Estado Amazonas para su posterior distribución y publicación en medios digitales.

1.3. Justificación

Amazonas: Antigua nación legendaria de guerreras o un país contemporáneo poblado por mujeres en los confines del mundo (Fernández, 2001).

Amazonas: el segundo Estado más grande de Venezuela con 177.617 Km² y está a 10 horas de viaje en carretera desde la ciudad de Caracas. A sus anchas se esconden riquezas naturales y culturales que todavía no han sido estudiadas, con al menos 31 pueblos indígenas establecidos, muchos con sus propios dialectos e idiomas y con un manantial de conocimiento en sus formaciones geológicas originadas en el periodo Precámbrico (El Nacional, 2007, p.137).

En su hidrografía virgen, ve nacer al soberbio Orinoco en su seno, un seno que también es pulmón vegetal del mundo. Como lo explica el diario El Nacional en su publicación “Venezuela en Datos 2007” (Ob. Cit.), “sus bosques, juntos a los del estado Bolívar, reúnen el 70% de las áreas boscosas del país” (p. 141). En resumen, el 90% de la superficie del estado Amazonas está cubierta de árboles, que se traduce en riquezas científicas aún por calcular.

Sin embargo, la principal fuente económica sigue siendo la actividad comercial y la mayoría de la población es directamente dependiente de las instituciones públicas. Debería ser un mito que un Estado tan rico pueda ser tan poco productivo económicamente. La actividad turística responsable es una opción permanente en el horizonte amazonense pero que no ha sido ejecutada de manera eficiente, quizá debido a la compleja estructura que se requiere en un Estado prácticamente incomunicado (hasta el 2007 era necesario atravesar tres ríos en chalana para poder llegar a la capital del estado, Puerto Ayacucho), y por la escasa promoción nacional de un turismo garante y respetuoso de la naturaleza y la cultura.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo, TIES, por sus siglas en inglés, define el ecoturismo como “viajes a áreas naturales que preserven el medio ambiente y mejoren el bienestar de los habitantes locales” y enumera entre sus principios: minimizar el impacto en el ambiente, crear conciencia ambiental y cultural sobre el destino, generar experiencias positivas tanto para el visitante como para el local y multiplicar la

sensibilidad sobre temas ambientales y de clima social (The International Ecotourism Society, s.f, What is Ecotourism?) [traducción propia].

Se presenta entonces el ecoturismo como una opción de turismo sostenible sin el detrimento de los espacios naturales y con mayor respeto por los habitantes de las zonas, aparentemente con excelentes beneficios económicos (Ibíd.).

The International Ecotourism Society, asegura que el ecoturismo es el sector comercial más grande dentro de la actividad turística mundial, moviendo más de 230 millones de dólares anualmente. Además explica, que el ecoturismo “parece ser uno de los pocos sectores económicos capaces de guiar a países en vías de desarrollos a mayores niveles de prosperidad e incluso dejar atrás el estatus de países subdesarrollados” (Australian Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, 2006, citado en The International Ecotourism Society, s.f., TIES & Ecotourism) [traducción propia].

Cabe resaltar que, la organización maneja cifras que aseguran que dos tercios de los turistas australianos y estadounidenses, y el 90% de turistas ingleses, consideran que el cuidado del medio ambiente y el apoyo a las comunidades locales, son responsabilidad directa de los hoteles (Ibíd.).

Este proyecto pretende servir de estímulo al desarrollo y la práctica productiva del ecoturismo en el estado Amazonas, explotando las posibilidades promocionales que ofrece el medio digital, por su ubicuidad e instantaneidad, añadiendo el valor periodístico y artístico que brinda la audiogalería en la narrativa visual, al contar historias de vida.

Adicionalmente, cumple con las funciones básicas del periodismo: informar, educar y entretener. Asimismo, se enmarca o propaga las funciones del periodismo científico: cultural y educativa, al “combatir las deficiencias de información de la

escuela”, que muchas veces obvian información sobre los Estados del interior del país y se les da énfasis a los Estados porteños y litorales; la función socializadora por “estimular la curiosidad del público sobre temas científicos, su sensibilidad y responsabilidad social”, evidente en el sentido conservacionista y ecológico de la actividad ecoturística y finalmente, la función promotora del desarrollo “mediante la transmisión de información y difusión de modos de actuar, sentir y pensar que predispongan a los ciudadanos a adoptar comportamientos acordes con las estrategias de desarrollo”, en este caso a favor de una actividad económica positiva para visitantes y locales que además beneficien cultural y científicamente a la población (Ferrer, 2003, p.165).

1.4. Alcance y limitaciones

Instantes, está ideado como un esquema de trabajo que pueda ser replicado en diferentes destinos ecoturísticos de Venezuela y el mundo, convirtiéndose incluso en un producto multimedia estable y continuo similar al trabajo publicado en The New York Times, “One in 8 million” (The New York Times, s.f., One in 8 Million), que se mantuvo constantemente actualizado desde su primera publicación en enero de 2009 y hasta diciembre de ese año. Cada entrega presenta la historia de un neoyorquino, sea obrero, artista, policía o porrista. La sección trabajó con fotógrafos y entrevistadores invitados que se ajustaban al esquema de fotos en blanco y negro con un ritmo característico.

Sin embargo, *Instantes*, se basa en audiogalerías de destinos ecoturísticos del Estado Amazonas, Venezuela.

Asimismo, *Instantes* se presenta como un proyecto factible. Los principales medios de comunicación venezolanos en Internet: El Nacional, Globovisión y Últimas Noticias, tienen secciones dedicadas directamente a la actividad turística dentro y fuera

del país. Ello quiere decir que, el espacio de promoción ya existe, sin embargo, hace falta apropiarse de él.

De igual manera, se considera que el desarrollo de un proyecto de audiogalerías como Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social, le permite a futuros alumnos y profesores de la escuela de la Universidad Central de Venezuela, experimentar con el formato, beneficiándose de sus bajos costos y alto nivel expresivo. La cátedra de fotografía se podría refrescar, si se propiciara el trabajo con la tecnología digital en compañía de recursos periodísticos como la entrevista, dentro de un espacio 2.0 que goza de gran popularidad entre las generaciones de estudiantes de la actualidad; siguiendo la línea de trabajo del profesor Héctor Castillo, quien desde 2010 usa el formato dentro de sus clases de fotografía en la ECS-UCV.

Ahora bien, en cuanto a las limitaciones, se puede decir que la principal dificultad que encuentra el proyecto es la falta de manuales académicos (en español y/o en inglés) que definan las audiogalerías y que fundamenten las normativas periodísticas del formato. El material teórico que conceptualiza la audiogalerías se limita a fuentes primarias, de profesionales que trabajan el formato en Venezuela (fotógrafos profesionales) y secundarias, de publicaciones en Internet hechas por aficionados.

De igual forma, la limitación económica o de presupuesto, imposibilita la pre-producción de las audiogalerías. Difícilmente se pueden hacer pre-giras para la medición de la luz, marcaje de puntos fotográficos de interés y familiarizarse con la localidad.

El presupuesto se convierte en una variable determinante dentro del proyecto, puesto que limita el número de días de trabajo de campo, sujeto al pago de hospedaje, comidas, traslados en lancha y la guía especializada en la selva amazonense.

Asimismo, la selección de entrevistados también se hace cuesta arriba, y se limita a la comunicación telefónica y por correos electrónicos, antes de la entrevista final.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. El Ecoturismo y su historia en el mundo

La Real Academia Española define al Turismo como la “Actividad o hecho de viajar por placer”, puede ser dentro o fuera del mismo país y generalmente incluye la pernocta en el lugar visitado al menos por un día. La palabra Turismo tiene su origen en el sonido inglés *tour*, que significa moverse en círculo, dar vueltas. *Tour*, proviene del latín *tornus* con significado similar.

Los primeros viajes recreativos registrados lo hicieron los egipcios, al igual que los griegos al asistir a los juegos olímpicos o en busca de aprendizajes, así lo explica Acerenza (1984), quién también señala que en la época del Imperio Romano, la gente adinerada pasaba los meses de verano en las costas de Italia, Grecia y Egipto. Luego en la Edad Media los pueblos viajaban principalmente por las misiones cristianas y las conquistas. No fue sino hasta el siglo XV cuando los viajes se hacían para descubrir sitios desconocidos. Por siglos, solamente las clases adineradas podían viajar para conocer bellezas naturales y sitios históricos.

Llegada la Revolución Industrial y la reducción de la jornada laboral, la clase trabajadora encontró tiempo para recrearse y comenzó a viajar por placer, convirtiéndose esta actividad en uno de los indicadores de la calidad de vida del ser humano.

Aunque el turismo tiene como finalidad principal la recreación es posible diferenciar varios tipos de turismo, sea de aventura, gastronómico, religioso, cultural u otro, de acuerdo a los intereses principales de los viajeros a la hora de salir de casa.

El Turismo Ecológico o Ecoturismo es una clasificación de la actividad turística introducida en inglés en la década de 1960, que proponía “la compatibilidad de viajar y evitar daños ecológicos” (Blanco, 2006), como una noción a la par de la onda conservacionista y ecológica de la época. Poco a poco el concepto fue evolucionando hasta el término aceptado actualmente por la Sociedad Internacional de Ecoturismo que lo establece como “viajes a áreas naturales que preserven el medio ambiente y mejoren el bienestar de los habitantes locales” (The International Ecotourism Society, s/f, What is Ecotourism?) [Traducción propia].

Para Blanco (2006), el ecoturismo es un aspecto que recientemente se ha agregado en la “lexicografía” mundial pero que se ha practicado desde mucho antes: “el concepto en los tiempos modernos está muy relacionado con el establecimiento de Reservas y Parques Nacionales y con este interés se realiza una relación histórica de los hechos más relevantes sobre este particular”. La intención de delimitar espacios por su interés científico (natural y antropológico) para su conservación, pero permitiendo las visitas recreacionales y académicas, es un antecedente claro del ecoturismo.

El primer Parque Nacional en el ámbito mundial, fue creado en Estados Unidos en 1872 en Yellowstone, luego se sumó Canadá en 1885 con el Parque Nacional BANFF. En Latinoamérica la primera área natural protegida se creó en Argentina en 1904 con el Parque Nacional Nahuel Huapi, seguido por ejemplos en Nicaragua y Brasil.

En 1937 se crea el Parque Nacional Henri Pittier, el primero en Venezuela, con la intención de proteger los recursos naturales de la región. Lleva el nombre del científico que alertó sobre su deterioro ecológico y quien realizara importantes estudios sobre la fauna y flora de la zona boscosa montañosa que accede a importantes playas del litoral central como Ocumare de La Costa, Cata, Cuyagua y Choroní. El Instituto Nacional de Parques (Inparques), en su sitio web, define a los parques nacionales como “áreas y territorios que albergan ecosistemas que deben protegerse de la alteración por la

explotación o la ocupación humana. Constituyen paisajes de gran belleza, donde existen especies de plantas y animales o hábitats de interés biológico, educativo y paisajista”.

Existen 43 parques nacionales en Venezuela, que abarcan casi todos los Estados del país, desde formaciones montañosas en la cordillera andina, selvas húmedas en el escudo guayanés, archipiélagos y costas del litoral, e incluso los llanos y sabanas del centro del país. Además, el país reconoce Zonas de Interés Turístico en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, en el apartado de las Áreas Bajo Administración Especial, que incluye monumentos naturales, reservas forestales y refugios de fauna silvestre, espacios destinados a su protección y desarrollo de actividades económicas sustentables como el turismo.

También se puede interpretar como ecoturismo a los viajes a zonas rurales pero para Osilia (2009, 2009, parra.3) se trata de mucho más. “No es algo tan simple como tomar una mochila y caminar por las más remotas áreas naturales del planeta (...) El ecoturismo presupone, y se manifiesta, en la responsabilidad y el respeto del viajero por el entorno que le rodea” (Osilia, 2009, parra.3), descartando los paquetes comerciales de las grandes agencias, que venden productos de aventura sin contemplación del impacto ambiental que se genera en cada visita. Hacer fogatas en la playa y abrirse camino en carros rústicos no es ecoturismo.

Añez y Fuenmayor (1995, p.9) explican que “aun cuando el medio ambiente constituye el marco esencial para la actividad turística, a menudo no se le valoriza como tal y con el tiempo surge un enfrentamiento entre lo ecológico y lo económico”, situación intensificada cuando se trata de áreas naturales públicas que suelen ser desatendidas y con poco control en el acceso y tránsito de turistas, culminando en el inevitable deterioro de los atractivos naturales y por ende el fin de la actividad turística.

Arias y Láres (2008) hacen hincapié en la escasa consciencia ambiental como una de las principales debilidades del turismo venezolano. Estos señalan en el turista

criollo “una actitud destructiva de todo lo que está a su paso” (Ibíd., p.35). Ello puede deberse a fallas y debilidades a la hora de la elaboración de las campañas de educación y promoción turística, así como al poco incentivo por parte del venezolano, desde temprana edad, de tener una visión de que ha nacido en un país turístico.

El ecoturismo “busca la autenticidad de la experiencia, internalizando la necesidad de preservar la áreas naturales para que así las generaciones futuras puedan hacer turismo y disfrutar de sus bellezas” (Añez y Fuenmayor, 1995, p.10). Además, que contribuye con la idea del turismo sustentable cuando se promueve la inserción de los habitantes en los proyectos turísticos de su localidad, al educar a los turistas nacionales e internacional sobre la conservación ambiental y el respeto de las culturas locales, creando experiencias naturales y no comerciales (Ob. Cit., p.12).

Es responsabilidad, no sólo del Estado sino también, del turista y del operador turístico participar en la educación de los pueblos en zonas de alta fragilidad ambiental pero con evidentes atractivos naturales. Sobre el punto de la sustentabilidad Osilia (2009, parra.5), afirma que:

El ecoturismo debe reconocer, además, la importancia de la participación activa de la comunidad en el desarrollo de la actividad turística como tal, educándola en cuanto a la planificación, administración y conservación de los recursos que le atañen. Pero más importante aún, tiene que hacerla partícipe de los beneficios que dicha actividad genere; lo cual ayudará a que ésta sea sostenible en el tiempo.

Muchos podrían clasificar al ecoturismo como Turismo Alternativo, pero según Huerta (2006, p. 39) se trata de un Turismo Especializado porque se basa “en su alto contenido educativo y cultural, asociado con el disfrute de relacionarse o convivir en un medio natural conservado bajo condiciones lo más original posible, sin la intervención alteradora del hombre”. Para la autora, se trata de una actividad que reúne a la sociedad,

al Estado y a la empresa privada para el aprovechamiento de recursos naturales y patrimonio cultural del país.

Estas diferentes reseñas de los autores que se citaron con anterioridad, hace posible, entonces, señalar una definición más completa, que agrupa las diferentes aristas del ecoturismo. Se trata de la definición establecida por la Unión Mundial para la Naturaleza (1993), citada en Fagetti (2001):

Ecoturismo: aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Resulta entonces el Turismo Ecológico o Ecoturismo la mejor opción para el desarrollo de la actividad turística en el Estado Amazonas, Venezuela, rico en fauna y flora por estudiar, paisajes exóticos, formaciones rocosas prehistóricas y pueblos indígenas milenarios. Pero es necesaria la participación activa de entes gubernamentales para el manejo adecuado de las áreas protegidas, además del cumplimiento de los instrumentos legales en el área.

2.1.1. Perfil del Ecoturista

Según Báez (1996), estas características definen a un Ecoturista:

- Interesado en tener contacto directo con la naturaleza
- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (que busca un intercambio cultural)

- Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico
- Generalmente educados y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar
- Cuidadoso de su condición física y anímica
- Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad
- Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad
- Está anuente a colaborar con iniciativas para un mejor manejo de desechos, reducción del consumo de agua y energía y cualquier otro esfuerzo para disminuir el impacto negativo.

2.2. Promoción turística

“Nadie puede consumir lo que no conoce”, sobre esta premisa se basa la necesidad de dar a conocer las bondades y maravillas de parajes exóticos para el descanso, placer y recreación de potenciales viajeros. Para el desarrollo sustentable de la actividad turística es indispensable la presencia de turistas ansiosos por conocer nuevos destinos e invertir en experiencias para el recuerdo. Las instalaciones, comida y guías debidamente capacitados no sirven de mucho sin un cliente.

En la publicidad turística tradicional se “tiene la misión de informar acerca de un lugar, estilo de vida de sus habitantes, y de la forma en que uno y otro se van a dar a conocer” (Dahdá, 1998, p.54); tarea ideal para medios de comunicación tradicionales como la prensa, radio y televisión, pero ajustable a los nuevos medios con sus nuevos lenguajes como Internet, redes sociales, incluso teléfono celulares.

Para una promoción turística eficiente se debe pensar como lo haría un potencial viajero, revisitando imaginariamente sus pasos en busca de un nuevo destino para sus

próximas vacaciones: verá un artículo interesante en la prensa o un especial en la televisión, conversará con sus amigos y llamará a su agencia de viajes de confianza para conocer paquetes, precios y actividades a realizar, incluso puede que compre un libro o se lleve gratis un folleto; pero quizás se trate de un viajero más independiente (y ahorrativo) que buscará información sobre el destino de su interés en *Wikipedia*, por ejemplo; verá en *Facebook* las fotografías de algún familiar que ya visitó el lugar, preguntará a sus seguidores en *Twitter* sobre actividades o eventos a los cuales asistir durante su estadía y comprará sus boletos por Internet con una tarjeta de crédito. La promoción turística debe estar preparada para ambos escenarios y garantizar su presencia en cada etapa previa al viaje en sí mismo.

Para lograrlo, el comunicador debe tomar en consideración tres premisas: “qué decir (contenido del mensaje), cómo decirlo de una manera lógica (estructura del mensaje) y cómo expresarlo de manera simbólica (formato del mensaje)”, como lo explica Gómez (2009, p.32) sobre el desarrollo de un mensaje efectivo, “idealmente el mensaje debería conseguir la atención, desarrollar intereses, provocar el deseo y mover la acción”, sentencia la española.

Según el autor, la alquimia de un mensaje efectivo trabaja sobre la esencia de lo atractivo, de lo interesante, y lo compone con tres tipos diferentes: el atractivo racional, el emocional y el moral. El atractivo racional atiende directamente a los intereses predefinidos de la audiencia (algunos prefieren los museos de arte, otros las playas con música tropical). El factor emocional es el provocado por los publicistas para la “compra cruzada”, con mensajes como “Piensa en tus hijos y esposa en casa” en las tiendas de recuerdos (Ibíd.).

Los mensajes basados en lo que es correcto para el público, están activando el atractivo moral: a la gente le gusta saber (o pensar) que han hecho una buena obra al resguardar el medio ambiente, compartido y contribuido con comunidades originarias del destino que visitan, y en general haber apoyado una buena causa.

El siguiente paso en la creación de un plan de promoción es la selección de los canales de comunicación para los mensajes ideados. No se trata de medios tradicionales contra nuevos medios, la prensa escrita, la radio y la televisión seguirán siendo la principal fuente de información para la mayor cantidad de usuarios y los equipos que quieran formar parte del imaginario colectivo deben pensar en la mejor manera de dejar su huella en estos medios.

Los mensajes varían entre cada uno de estos tres principales formatos y se pueden valer de diferentes géneros para la transmisión del mensaje: la crónica (prensa), micros (radio), documentales (televisión), el reportaje (prensa y televisión), fotoreportaje (prensa), e incluso los programas de realidad simulada o *Reality Shows* son excelentes plataformas para la promoción turística.

2.2.1. Promoción turística en Internet

Los últimos estudios turísticos aseguran que hasta 95% de los turistas de la comunidad europea (ingleses, alemanes, franceses), eligen sus vacaciones por Internet (Carceller, 2011), realidad que no ha pasado desapercibida y que ha re direccionado la inversión de la promoción turística al ciberespacio. El turista potencial está en Internet y en Internet hay que hablarle.

Uno de los principales activos de trabajar en el espacio digital es la división de costos, la posibilidad de “brindar servicio las 24 horas de forma más económica, mostrar las actualizaciones de cada lugar de forma interactiva, generar campañas de interés, información estratégica, vender servicios, difundir imágenes, videos y sonidos”, como lo explicó Miguel Angel Solorio Gutiérrez, de la agencia de turismo Mercancún citado en Barrios, 2010. Éste considera que Internet “no debería ser un complemento, si no el método o herramienta principal de una promoción turística”.

Otros son más conservadores y sostienen que el trabajo en Internet es solamente un herramienta más en la promoción turística y que debe estar acompañado por los medios tradicionales. Pero es que las posibilidades creativas son realmente tentadoras, Internet permite crear mensajes en diferentes soportes para ser reproducidos en el mismo espacio, incluso simultáneamente: un artículo en un página web sobre los atractivos de las playas en la Isla de Margarita puede ir acompañado por galería de imágenes con los diferentes paisajes isleños, un video sobre la práctica de *skysurf* en Playa El Yaque y una encuesta sobre las mejores temporadas para visitar “este pedazo del cielo en medio del mar Caribe”, si se pretende un tono mas poeta. Variedad de contenidos, de diferentes géneros y con la posibilidad de permitir la interactividad con el usuario, es una carrera ganada.

Pero no todo es bueno, Gómez (Ob. cit., p.60) considera que la red global supone un riesgo por la pasividad del emisor del mensaje. “Se han invertido los papeles. El destinatario no es aquel a quien se envía el mensaje, sino aquel que, en virtud de ciertas competencias, toma la iniciativa de buscarlo”, obligando a los creadores a darle prioridad a la poética y estilismo de los contenidos por encima de su calidad y utilidad, en busca de la atención del internauta.

Cuando a promoción turística en Internet se refiere, no sólo se trata del acceso a información e imágenes sobre los destinos ofrecidos, sino también al Comercio En Línea. Internet permite tener en un solo lugar, una guía turística y un agente de viajes, generando nuevamente una experiencia más allá del tiempo de permanencia en el sitio Web y el número de *clicks* realizados.

La red permite a los viajeros realizar reservaciones y comprar boletos sin tener que salir del hogar o la oficina, los precios tienden a reducirse, hay mucha información disponible, una amplia gama de ofertas, es una herramienta muy flexible y además, navegar es interesante y divertido (Bastardos, 1999, p.62).

Ya en 1999, Bastardos veía el potencial que tenía redirigir la promoción turística de medios tradicionales a Internet, puesto que se deja de trabajar con medios masivos para relacionarse con individuos con gustos y aspiraciones únicas a la hora de viajar, siendo más ventajosa la inversión en páginas electrónicas que en ferias tradicionales de exposición, “no es un mercado masivo de 60 millones de personas, sino más bien 60 millones de mercados, cada uno formado por una persona” (p.36).

A pesar de lo frío que puede resultar para muchos la interactividad a través de una computadora, muchas personas (en especial los más jóvenes) viven a través del computador por presentarse como una zona segura y con personas y experiencias reales: lo que antes se expresaba con sonidos y gestos, ahora se expresa con teclas y emoticones con la misma eficacia y frecuencia.

El turista potencial escucha primero las recomendaciones personales que los anuncios de las grandes corporaciones, prefiere el testimonio y las fotografías de otro viajero antes de decidirse sobre un destino en específico. Con Internet el usuario está recibiendo información de manera individual desde su computadora y valora los comentarios tanto como el producto ofrecido en el post, video u otro material promocional. El comunicador social y/u operador de viajes debe aprovechar no sólo las herramientas visuales, sino la posibilidad de responder y ajustar el producto para cada usuario, con alternativas y mapas de información distintos para cada uno.

Tabla 3. Características en la actividad turística e Internet

Promoción Turística Tradicional	Promoción Turística en Internet
Se requieren grandes cantidades de información para elegir el destino que mejor se adapte a las necesidades de cada turista.	Permite incluir mucha información y en diferentes formatos (texto, imágenes y video).
Los turistas confían más en las recomendaciones orales que en las campañas masivas de los tradicionales medios de comunicación.	Se basa en la comunicación con personas y no con mercados masivos. Además ofrece la posibilidad de que los internautas interactúen con otros usuarios, y compartan sus experiencias.
Los turistas satisfechos tienden a ser muy leales con el destino visitado.	Permite alto grado de retroalimentación a través del correo electrónico y otras herramientas de Internet.
Los turistas son muy disímiles entre sí.	Admite la posibilidad de personalizar la información de acuerdo a las características de diferentes grupos de personas.

Fuente: Bastardo, Y. (1999) Promoción Internacional de Venezuela como destino turístico a través de Internet. Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, p.61.

2.3. Periodismo digital y audiogalería: la imagen y el sonido se hacen uno en el ciberespacio

La Real Academia de la Lengua Española define al Internet como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación”, distanciándose del término World Wide Web, que es el conjunto de protocolos para el acceso de información remota de archivos presentados en páginas web. Creada originalmente con intenciones militares en 1968, Internet en la década de los 90 llegó al uso civil y se

popularizó e integró en el uso diario en la academia, el comercio y los hogares con una línea telefónica.

El avance tecnológico ha sido tan rápido en los últimos 20 años que todas las áreas del conocimiento y de la producción económica se han visto obligadas a reinventarse para mantener el ritmo y maximizar su potencial tras la participación activa en la red.

El periodismo y la comunicación social no son ajenos a este fenómeno, Díaz y Fernández (2005, p.4) explican que "la World Wide Web coloca a la disposición del comunicador novedosas herramientas para idear productos inéditos y con ellos experimentar diferentes maneras de acercarse a los receptores y recibir un *feedback*", con referencia inevitable al concepto de multimedia, navegación en híper texto y la propagación de información a través de redes sociales.

El periodismo digital comienza a ser una ramificación formal dentro del periodismo, según Peralta (2008), a partir del 2000, luego de varios eventos importantes como la caída de la bolsa, las elecciones presidenciales de Estados Unidos y las Olimpiadas de ese año en Australia. "Las condiciones básicas de vida del periodismo se han roto. Tanto desde el lado de las funciones del periodista como desde la propia audiencia. El periodismo vive bajo un triángulo: el acontecimiento, el tratamiento periodístico y el público" (Ibíd.), y estos últimos se han transformado: "Lo Más Leído" y "Última Hora" son los nuevos mecanismos de jerarquización de las noticias, limitando la labor de los editores de prensa, además que las audiencias se han convertido en participantes que responden inmediatamente a las noticias a través de las secciones de comentarios.

La posibilidad de crear, reproducir y distribuir contenido de manera económica y expansiva son los principales ingredientes que permiten explotar de manera creativa los medios de comunicación tradicionales del siglo pasado: la prensa, la radio y la televisión. La letra, la palabra y la imagen, todas tienen soporte en el medio digital con

el añadido de presentar un espacio donde es posible un acercamiento directo entre productor y usuario, que finalmente enriquece la experiencia comunicativa.

Al hablar del ciberespacio es fácil toparse con el "hipertexto", definido por Núñez (1999, parr.17) como “un concepto literario que explica la capacidad humana de vincular o conectar varios documentos a través de frases o palabras comunes entre ellos”, noción que ha evolucionado por la capacidad tecnológica de enlazar contenidos a través de la red, prolongando el consumo de información y ofreciendo una visión caleidoscópica del conocimiento (encontrarse abarrotado de pestañas en los exploradores de Internet es una situación familiar para los internautas).

Para Núñez, esta naturaleza conectiva obliga los periodistas a poder vincular no solamente hechos comunes o cronológicos, sino a poder trazar relaciones aparentemente disociadas: “una aventura amorosa del presidente incide en la Bolsa de Valores y el inicio de un conflicto bélico planetario podría afectar el consumo de café dietético en una población de Australia”, ejemplifica el autor. Pero tanta información obliga gran capacidad de síntesis por parte del comunicador, el tiempo frente al computador es solamente controlado por el usuario y debe poder llevarse la mayor cantidad de información en el menor tiempo posible.

Y solamente a través de la síntesis es que se puede hablar de multimedia, como lo expone Álvarez (2004, parr.8), es necesaria “la armonización de las distintas unidades comunicativas en sus distintos códigos” para la creación de un mensaje multimedia informativo sin redundancia y complementarios entre ellos. Pero este no es necesariamente novedoso:

Una unidad multimedia simple, es en realidad, o al menos puede ser, la usada por la prensa o por la televisión desde su nacimiento y se llamaría bi-código porque solo usaría dos elementos ya sea texto y fotografía en la prensa, o imagen y sonido en la televisión. Algo que en el caso de la prensa llevan desarrollando no menos de doscientos años. ¿En que se

diferencia entonces? Pues en que con las redes digitales ya no utilizaremos sólo dos códigos sino tres código (Álvarez, 2004, parr.6).

Para la autora, la multimedia es en su nacimiento meramente interactiva, puesto que es el usuario quien decide qué elementos activar y en qué orden hacerlo. Internet, según Morris y Onga (1996, parr.12) "juega con las características de la fuente-mensaje-receptor del modelo tradicional de comunicación. A veces coloca estos elementos dentro de patrones tradicionales y otras veces los coloca dentro de configuraciones completamente nuevas", generando cada vez nuevos géneros informativos y de comunicación: foros, tele conferencias, infografías, Twitter incluso, son herramientas que cambiaron y siguen cambiando la manera como vemos el mundo y como lo experimentamos.

El Internet más allá de una herramienta informativa es un generador de experiencias, exponiendo a los usuarios a estímulos que despiertan diversidad de respuestas satisfactorias que provocan atrapar y posicionarse sobre los demás medios de comunicación. "El computador puede permitir una gran gama de sensaciones a partir de la palabra, el video, la imagen y el poder de navegar en un nuevo mundo, ciertamente la combinación de placeres y propiedades del medio digital en sí son completamente novedosas" (Murray, 1998, citado por Díaz y Fernández, 2005, p.23).

Sentarse frente al computador es un verbo activo en comparación a sentarse frente al televisor, la posibilidad de teclear y participar en la construcción de la información es mucho más satisfactoria que la recepción pasiva de mensajes. Los usuarios emplean Internet para satisfacer necesidades de comunicación, interacción e información, ya sea por entretenimiento, escape o socialización, como lo aseguran Cho; Gil y otros (2003), sobre las principales razones para favorecer al Internet sobre los medios tradicionales.

2.3.1. Audiogalerías: fotos que hablan

En el mágico mundo de *Harry Potter*, la extremadamente famosa saga de la escritora inglesa J.K. Rowling (1997), los retratos no sólo guardan el recuerdo de ilustres magos y brujas, sino que también (y por arte de magia) cuentan a viva voz sus historias y secretos a los estudiantes en los pasillos de *Hogwarts*, la escuela de magia y hechicería más famosa en la última década.

Pero la tecnología del mundo real desafía a la fantasía una y otra vez, así fue como nació la idea de la telefonía celular, presentada por primera vez en la serie de ciencia ficción *Star Trek* en la década de los 60, los auriculares bluetooth como en las novelas de James Bond son cada vez más pequeños, incluso el Kindle, iPad o cualquiera de las tablets PC pudieran ser la respuesta tecnológica al diario mágico *El Profeta*, también del mundo Pottérico. Actualmente la magia y la ciencia se unen en uno solo, como era en los tiempos de la mitología escandinava.

Además, no sólo han aparecido nuevas plataformas de contenido, sino que también se han expandido las ya conocidas. La cantidad de contenido almacenado en internet ya supera los 295 exabytes, el equivalente a 1.073.741.824 de gigabytes, (BBC News, 2011, parr.1), y plataformas de redes sociales como *Youtube*, *Flickr*, *Facebook* y *Twitter* han cambiado la forma en que esta información es distribuida.

Incluso la conjugación de estas nuevas herramientas han llevado al nacimiento de lenguajes y narrativas ajustadas a sus potencialidades, caso del *audio slideshow*: en un archivo de video, el fotoperiodista carga una secuencia de fotografías junto a una pista de audio que ilustra la realidad presentada.

En español este formato es llamado por los usuarios como audiogalería, término aprobado por Iván González (2011), Jefe de Fotografía de la Cadena Capriles, casa editora del diario con mayor circulación en Venezuela: Últimas Noticias (Comité Certificador de Medios de la Asociación Nacional de Anunciantes, 2009), y de otras publicaciones de importancia nacional como Líder en Deportes, El Mundo y Urbe.

González (comunicación personal, 2 de febrero de 2011) describe a la audiogalería como “un reportaje fotográfico que cuenta historias en fotografías y sonidos, utilizando básicamente dos tipos: el sonido de ambiente o de fondo (...), y el sonido de la entrevista principal o personaje”.

Con la flexibilidad que ofrece Internet se creó de forma “amateur” este nuevo formato que presenta fotografías acompañadas de una batería auditiva que identifica al espacio en que fueron tomadas las imágenes. “Amateur” porque no existe un creador único a quién señalar y entregar todos los créditos (quizás las presentaciones elaboradas en Microsoft Power Point con música, sean un antecedente de este formato), sino que fue una tendencia nacida en foros en línea de fotografía como una forma innovadora de que los fotógrafos fueran presentando sus trabajos a audiencias digitales y que luego tuvo acogida en los medios convencionales.

Quizás la principal referencia cuando se habla de audiogalerías sea *One in 8 Million* (Uno en 8 Millones), un seriado del New York Times lanzado el 8 de enero de 2009 en su portal en Internet. Cada martes y por un año entero, el equipo de fotografías del diario subía una audiogalería donde se presentaba la historia de un nuevo y singular neoyorquino, despertando gran interés por parte de los usuarios y generando réplicas en todo el mundo.

Kristen Joy Watts (2010), en el blog de fotografía del New York Times *Lens*, describe al seriado como “una colección de historias que presenta en detalle a personajes que de otra manera sería simplemente un rostro más en la multitud”. Las fotografías son tomadas deliberadamente en blanco y negro “lo que le ofrece un efecto democrático a la serie, unificando todas las piezas”, un proyecto fotográfico bastante íntimo que finalizó exitosamente el 24 de diciembre de 2009.

One in 8 Million fue un proyecto encabezado por Todd Heisler, fotoperiodista ganador del premio Pulitzer en dos oportunidades. Heisler afirma que su intención es "hacer fotografías que hagan que la gente se detenga, que les haga sentir algo, que sientan respeto por personas que probablemente nunca conozcan", meta que ha logrado recorriendo “las paradas de la línea 7 del metro de Nueva York, quizás el servicio de transporte subterráneo de mayor diversidad étnica en los Estados Unidos” (Times Topics, s.f. parr.3).

Según la Revista en línea de *Medios, Mercadeo y Publicidad* (OMMA por sus siglas en inglés), el New York Times es la publicación online de mayor importancia en el ciberespacio, tomando en cuenta el tráfico de usuarios, la calidad del contenido, diseño, innovación y permanencia, superando incluso a titanes como *Google* y *Wikipedia*.

Según OMMA (2010), “en el mar de contenidos publicados en internet, el NYTimes.com resalta como la vara con la que se mide el periodismo de calidad, informando a sus lectores y alimentándose con un sinfín de artículos a través de la blogósfera”, además que alaba la búsqueda de nuevas formas de presentar la información, en referencia específica al uso de infografías interactivas durante la carrera electoral de ese país en 2009.

Este novedoso formato carece todavía del tratamiento académico y todo el material relacionado se limita a manuales y guías elaboradas por usuarios y bloggers, principalmente en inglés. Iván González (comunicación personal, 2 de febrero de 2011), ha preparado su propia guía de lineamientos para trabajar las audiogalerías y la comparte con sus alumnos en el curso de Audio Foto Taller que dicta en la escuela de fotografía Foto Arte Estudio, ubicada en Caracas.

Tanta es la apuesta de González por el formato, que su trabajo ha sido incluido en las versiones digitales de las publicaciones de la Cadena Capriles: Líder, Últimas Noticias y Dominical. En Dominical y Líder la audiogalería es utilizada en reportajes como un aditivo multimedia que enriquece el trabajo escrito realizado por los periodistas, muy acorde con las tendencias del periodismo digital y el concepto de híper-texto. En Últimas Noticias, en cambio, es tomado como un producto multimedia independiente con el seriado **Súper Vecinos**, encabezado por González con la contribución de invitados esporádicos (muchos de los alumnos de su taller han salido publicados en esta sección), y retrata la realidad de los habitantes en zonas populares de Caracas y el interior del país.

La permanencia es el principal atractivo de la audiogalería para Iván González (Ob. Cit.), “porque es Internet y eso siempre va a estar ahí, en cambio en el periódico va muriendo todos los días, la nota que sale hoy, ya no sale mañana”, con la audiogalería “el espacio es mínimo y la permanencia es máxima”. Además que rescata el valor que tiene para contar “historias de vida” y el enriquecimiento personal que conlleva el proceso de entrevista con personajes anónimos y aparentemente ordinarios pero con historias que contar, “me gusta porque así yo me abro a los demás y los demás se abren conmigo”.

También la distribución de contenidos que ofrece el medio digital es un gran atractivo para fotógrafos y periodistas que deseen trabajar con audiogalerías,

el correo electrónico y las redes sociales son cauces informativos de gran alcance y muy bajos costos, fórmula ideal para usuarios novatos en busca de exposición. Además que el factor multimedia permite reciclar contenidos y adaptarlos a varias plataformas, sea escrito u audiovisual.

“La audiogalería nació de la necesidad de comunicar, de echar un cuento a través de imágenes y sonidos. No existen normas, las que están me las he creado yo mismo para ponerme límites y poder disciplinarme”, sentencia González (Ob. Cit.) comentando las reglas que utiliza para aproximarse al formato:

- Las audiogalerías deben durar desde 1 minuto 30 segundos a 3 minutos, no pueden superar este tiempo.
- No es recomendable el uso de pistas musicales, puesto que “aplanan el producto y manipula de manera no periodística al reportaje”.
- Siempre conocer qué quieres comunicar y establecer un inicio y un cierre antes de editar.

2.4. Periodismo Científico-Ambiental

El periodista o comunicador social no obvia las dificultades y problemáticas de las comunidades, está en su ADN la necesidad de identificar problemáticas y difundirlas en busca de soluciones tempranas. La política, economía y la violencia son áreas informativas con prominencia en sociedades como la venezolana; el cambio de gobernantes, la inflación y la cifra de homicidios semanales acaparan todos los titulares de la prensa, relegando a segundo y tercer plano la información referente a salud, avances científicos y problemas ambientales, temas de pertinencia universal pero que no suelen traducirse o no conectan con el ciudadano de a pie.

Por décadas los científicos y activistas ecológicos han llamado la atención sobre el deterioro ambiental que sufre el planeta debido al acelerado avance tecnológico, la explotación no planificada de recursos naturales y el mal manejo de los desechos que por flojera o desidia son arrojados a espacios habitados por animales e incluso comunidades humanas. Es por esta situación, y tomando en cuenta el alto poder de los medios de comunicación masivos, que los periodistas han sido llamados a trabajar para que “eviten contribuir al deterioro del medio humano y difundan, por el contrario, información de carácter educativo sobre la necesidad de protegerlo y mejorarlo a fin de que pueda desarrollarse en todos los aspectos”, convocatoria hecha por la Organización de las Naciones Unidas en 1972 en la reunión sobre el Medio Ambiente Humano, en Estocolmo (con vigencia permanente, en estos tiempos).

Nace entonces el periodismo científico moderno, definido por Ferrer (2003, p.155) como:

Una especialización informativa que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación de masas. Su ejercicio consiste en una actividad que selecciona, reorienta, adapta, refunde un conocimiento específico, producido en el contexto particular de ciertas comunidades científicas, con el fin de que ese conocimiento transformado pueda ser apropiado dentro de un contexto distinto y con propósitos diferentes por una determinada comunidad cultural.

Un Prometeo moderno que no solo ha de bajar el fuego desde el Olimpo, sino que también le enseñe a los hombres como crearlo. El periodismo científico es una especialización de la fuente, capaz de castellanizar, e incluso poetizar, la complicada nomenclatura científica sin menospreciarla ni disminuirla; es capaz de hacerle entender al lector, espectador o usuario, cómo su vida se puede ver afectada (positiva o negativamente) por los descubrimientos hechos en un laboratorio, estudios realizados por las universidades y trabajos de organizaciones dedicadas a la salud y el medio ambiente.

Al igual que el periodismo tradicional, el periodismo científico tiene las funciones básicas de: informar, educar y entretener. Es un periodismo dedicado a difundir el conocimiento relacionado con los avances en el sector productivo y con el bienestar de las personas (información de salud), contribuye también a la educación no formal de la población, y generan un gusto por el cambio dando acceso al sentido de modernidad, permitiendo mayor receptividad en la población hacia los temas especializados, siendo divertidos.

El periodismo ambiental es una segunda especialización dentro del periodismo científico “que se ocupa de divulgar conocimientos y difundir valores ambientales, así como promover una cultura preventiva con el propósito de favorecer procesos formativos para la concienciación y el compromiso integral de la ciudadanía planetaria con el ambiente” (Marcano, 2009, p.45), el valor humano y su participación dentro de esta rama del periodismo, es ratificado por Rekondo (2003, p.3), quien considera que se trata de “un periodismo de apelación constante a las actitudes y comportamientos de las personas, que invita a la acción, a la modificación de conductas”. El periodismo ambiental no termina en los hechos de la naturaleza, en todo lo que sea verde, sino que coloca al ser humano en el centro de los acontecimientos como víctima, victimario o héroe de todo lo que sucede en el ecosistema.

El tratamiento informativo del periodismo ambiental suele tener un enfoque apocalíptico de la realidad, sobresaltando las catástrofes naturales y limitándose a proyecciones satanizadas para denotar la urgencia de los problemas ambientales. Pero como explica Alcoceba Hernando (2004, p.42), es necesario un enfoque preventivo que culmine en “la formación de las audiencias en valores éticos y solidarios”. No solamente denunciar los crímenes contra el medio ambiente, sino defender las políticas socioeconómicas responsables con el medio ambiente, forma parte de las funciones de los medios de comunicación masivos.

Los accidentes con repercusiones naturales, como el derrame petrolero en el Golfo de México en el 2010, son fáciles de abordar por cualquier periodista, al responder las preguntas del ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? y ¿Quiénes?

Pero para Bachetta (2002, parr.5) lo más difícil es explicar el ¿por qué?, y sostiene que:

El periodista ambiental, para considerarse tal, debe ir más allá del hecho y la noticia del momento; debe buscar brindar al lector aquellos elementos que le permitan entender cuál es la historia, cuál es el origen y la evolución del fenómeno que está considerando. Para ello es necesario identificar a los diferentes factores y protagonistas que intervienen en el suceso, cuál ha sido y cuál es su influencia actual.

El periodista asegura que el periodismo ambiental es el más amplio y complejo de todas las ramas de este oficio al abarcar el periodismo de investigación, el periodismo educativo y formador, además de cumplir con una responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente, “sin confundirlo con la militancia ecologista”.

2.4.1. Periodismo científico-ambiental en Internet

A pesar de la importancia y prominencia del periodismo científico-ambiental, todavía los espacios tradicionales de publicación se muestran resistentes a esta información y la subordinan a terceros planos, y dentro de cuerpos identificados como Sociedad o Regionales. Sumado entonces a problemas económicos en el ámbito mundial (altos precios de impresión en papel), se ha disminuido la cantidad de publicaciones especializadas en la naturaleza. En Venezuela no es sorpresa que revistas como National Geographic aparezcan muy esporádicamente (cuando llegan lo hacen solamente en pares y se agotan rápidamente), en las distintas librerías y kioscos de revistas.

Existe un público ávido de información especializada pero esta se ha convertido en escasa y de difícil acceso.

Es en esta paradoja donde el medio electrónico aparece como una obvia respuesta. Autores como Alcoceba (Ob. cit) y Fernández (2002), invitan a la toma de Internet por sus bajos costos, la adaptación de medios tradicionales (artículos, fotoreportajes, videos) y la posibilidad de crear formas interactivas de abordar el conocimiento. El computador simplifica el mapamundi y abre realidades locales al ojo mundial: un buen trabajo, debidamente promocionado y distribuido, puede llegar a ser visto por millones de personas con muy poco dinero a través de Internet.

Alcoceba (Ob. cit., p.45) rescata que el aprovechamiento de los espacios digitales “favorecerá para que las audiencias mas familiarizadas con estos nuevos modelos de socialización (niños y jóvenes) se sensibilicen ante los problemas ambientales”, invitando a las próximas generaciones a preocuparse por su medio ambiente.

Para Fernández (Ob. cit., parr.9), el medio digital capitaliza el factor espectáculo que puede llevar una noticia, “¿por qué no ofrecer productos y servicios atractivos y hasta divertidos, sin perder por supuesto la dignidad y rigurosidad, para que toda la sociedad pueda tomar parte en ellos?”; junto a las redes sociales, Internet es un espacio listo para ofrecer información esencial en paquetes atractivos y con gran valor agregado e incluso un valor lúdico (con aplicaciones, encuestas, concursos, etc.).

Sobran los ejemplos de publicaciones digitales dedicadas al tema ambiental: desde instituciones gubernamentales, organizaciones ecologistas, hasta revistas digitales, poco a poco van consiguiendo lectores y formando comunidades virtuales con preocupación por el medio ambiente.

En Venezuela, la organización no gubernamental Vitalis (creada el 13 de agosto de 2000, con la misión de contribuir a la formación en valores, conocimientos y conductas, cónsonas con la conservación ambiental y el desarrollo sustentable) se ha posicionado en los medios digitales desde inicios de 2011, gracias a un sitio Web, un blog, perfiles en redes sociales como *Twitter* y *Facebook*, además de colaboraciones multimedia con páginas informativas como *globovision.com*. Si un árbol se cae, se sabe porque alguien lo *tuiteó*, subieron la foto en *Facebook*, narraron lo sucedido en el blog y la noticia del árbol caído aparece en la página principal de su sitio Web.

2.5. Amazonas: Tierra Mágica

Hablar de mitología griega no es casualidad cuando se intenta hacer una descripción del Estado Amazonas, en Venezuela. Tal como las mujeres guerreras de la isla de Temiscira, Amazonas es una tierra salvaje y hermosa, pero de gran fragilidad al mismo tiempo. Sus municipios son cofres de tesoros naturales y culturales todavía por descubrir para la cultura occidental; formaciones rocosas, manantiales minerales, árboles antiquísimos, especies animales únicas y secretos indígenas por comprender forman parte del atractivo de estas tierras.

Aunque es el segundo estado más grande del país, con 177.617 Km², para 2005 no tenía más de 150 mil habitantes (Betancourt, 2006 p.27), con una densidad poblacional de 0,4 habitantes por kilómetro cuadrado, pero con el mayor índice de habitantes autóctonos. La Institución Pública es la primera fuente de empleos en la localidad, seguida por el comercio; la actividad turística está poco desarrollada a pesar de su gran potencial (El Nacional, 2006, p.138).

Amazonas posee una amplia potencialidad turística y recreacional, debido a sus bellezas y paisajes naturales. Sin embargo, esta actividad no ha sido explotada en su

totalidad; ya que requiere una infraestructura que satisfaga a los usuarios y al bienestar ecológico así como la preservación del medio ambiente, altamente susceptible de ser degradado (Betancourt, 2006).

Geológicamente, el Estado Amazonas pertenece al Macizo o Escudo Guayanés, una de las formaciones más antiguas del planeta, de gran estabilidad tectónica y caracterizada por formaciones tabulares de altas mesas como el cerro el Duida Marawaka y el cerro Autana. El suelo amazónico es particularmente ácido y poco favorable a la agricultura, la explotación de la tierra se hace normalmente con el método del Conuco para consumo propio de las comunidades indígenas.

En la inmensidad de sus selvas, especialmente en cerro Delgado Chalbaud nace el río Orinoco, el más largo y caudaloso del país, con afluentes de los ríos Ventuari, Mavaca, Padamo, Guaviare, Sipapo, Cataniapo (principal fuente de agua potable para Puerto Ayacucho), Cuao y Atabapo, entre otros. Además se conecta con el Río Amazonas en Brasil a través del Brazo Casiquiare. Es considerado como un fenómeno hidrográfico único que ve resaltar su importancia por el hecho de ser el medio de enlace entre dos grandes cuencas fluviales como son las del Orinoco y la del Amazonas (Castillo y Salas, 2007). En el río Orinoco se encuentran también los raudales de Atures y Maipures donde se practica el descenso en balsa y en *Kayak*, ambas actividades consideradas como deportes extremos.

El Estado venezolano ha declarado en Amazonas cuatro Parques Nacionales: Duida Marahuaca, Parima Tapirapicó, Serranía La Neblina y el Parque Nacional Yapacana; y 19 Monumentos Naturales entre los que se encuentran el cerro Autana, la Piedra del Cocuy, Piedra Tortuga y Piedra Pintada, y las formaciones de tepuyes que se extiende por gran parte del territorio, de acuerdo con el Instituto Nacional de Parques.

Geopolíticamente se encuentra dividido en siete municipios y sus capitales: Atures, Autana, Atabapo, Alto Orinoco, Guainia, Manapiare y Río Negro.

El proyecto establece la visita de tres municipios del estado Amazonas, sobre la base de sus atractivos turísticos e históricos: Atures, Autana y Atabapo y otorga a cada uno el protagonismo de una de las tres audiogalerías propuestas.

2.5.1. Las aguas: Municipio Atures

“La palabra Atures procede de la etnia conocida como Aturi” (Betancourt, 2006 p.62), establecida junto al río Orinoco a la altura de los raudales, sería en esta misma zona donde se fundaría la actual capital Puerto Ayacucho, el 9 de diciembre de 1924, en coincidencia al centenario de la Batalla de Ayacucho donde participó el Mariscal Antonio José de Sucre. Se encuentra al Norte del Estado Amazonas y limita con el Estado Bolívar hacia el Norte, al Sur con el Municipio Autana, al Este con el Municipio Manapiare y al Oeste con Colombia.

Cuenta con un aeropuerto de talla internacional, sin embargo, actualmente sólo mantiene tres vuelos semanales hacia la ciudad de Caracas, y de manera irregular, un Muelle en la ciudad para conectar con las poblaciones de Casuarito y Carreño en Colombia, y el Puerto de Samariapo a 40 minutos de la capital para viajar hacia el interior del estado.

Entre los atractivos turísticos naturales se encuentra el Tobogán de la Selva, Pozo Azul, los raudales de Atures y Maipures, el Monumento Natural de la Piedra de la Tortuga y Piedra Pintada (Pintao' para los locales), los Esteros de Provincial y la Isla de Sardinata que aparecen en temporada de sequía en el medio del río Orinoco.

Èste es el punto de partida del proyecto “*Instantes*”, desde la salida de Puerto Ayacucho y las primeras horas en bongo por el río Orinoco antes de adentrarse en la selva amazónica.

2.5.2. El árbol de la vida: Cerro Autana

El municipio Autana tiene 15.750 Km², su capital es Isla Carmen de Ratón en el Río Orinoco y limita al Norte con el Municipio Atures, al sur con el Municipio Atabapo, al este con el Municipio Manapiare y al Oeste con Colombia. En el municipio se encuentran también hermosas caídas de agua y raudales para el disfrute de los visitantes en los ríos Autana y Sipapo. Varios asentamientos indígenas se encuentran en la región, principalmente Piaroas, destacados por su artesanía y trabajo con palmas en la construcción de Churuatas, su vivienda típica.

El Monumento Natural Cerro Autana fue establecido como tal el 12 de diciembre de 1978 en el Decreto N° 2.987, publicado en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 2.417 el 7 de marzo de 1979. Es un emblemático tepuy de 1.250 metros de altura, originado en la era Proterozoica, y debe tener entre 1.700 - 1.800 millones de años (PDVSA Intevep, 2005). En su interior guarda grandes riquezas geológicas: existe una cueva cuyo techo es en su totalidad de cuarcita y de gran importancia científica.

En la cueva del Cerro Autana se descubrió un mineral nuevo para la ciencia, bautizado con el nombre de sveita, el cual está conformado por nitrato, cloro, potasio y aluminio. Se presenta en forma de costras blancas en las paredes de la cueva y su nombre alude a la Sociedad Venezolana de Espeleología (Esteves y Dumith, 1998).

El Monumento Natural está legalmente resguardado y escalarlo está estrictamente prohibido, los turistas pueden visitar la comunidad de Ceguera junto al río Autana para apreciarlo y existen dos miradores permitidos para su observación desde cerca, cada uno requiere caminatas de media hora o más. Junto al Autana existen otros dos cerros de gran atractivo visual: El Cerro Ichú o Cara de Indio (es una formación gigante que asimila el perfil de un hombre acostado) y el Cerro Uripika (mirador ideal para apreciar el Autana en temporada de sequía).

El cerro es de carácter sagrado para los pueblos indígenas de los alrededores. Para el pueblo Jivi, el cerro es llamado *Calieberri-nae Cudeido*, y traduce "el árbol sagrado de todas las frutas" (Blanco, 1984). Para los Piaroa la historia no es muy distinta, el Autana es llamado *Wahari-Kuawai*, que quiere decir "el árbol sagrado de los frutos del mundo". Ambos pueblos relacionan al cerro con el inicio de los tiempos y los mitos varían muy poco de versión en versión.

“Un mito indígena explica que los animales que formaban la nación Jivi derribaron el árbol sagrado para poder comer toda clase de frutas, y luego de agotarse recogieron las semillas y las sembraron para tener frutas para siempre” (Blanco, Ob. cit.). Otra historia cuenta que el dios Wahari tomó la forma de lapa para tumbar al tronco con sus filosos dientes, al caer generó un gran estruendo que cambió el aspecto de la tierra. “El desmembramiento de ramas y pedazos del tronco cambió la historia de los hombres, quienes desde entonces tenían que trabajar la tierra para arrancarle sus frutos” (Betancourt, Ob. cit.).

Existe una tercera versión que interpreta y amalgama las versiones anteriores, y que fue la escogida para el proyecto “*Instantes*”. Como lo explica Adrián Amaya (comunicación personal, 9 de septiembre de 2011), guía turístico

de ascendencia Piaroa, con más de 10 años de experiencia en la industria turística en el Estado Amazonas, la versión más completa de esta historia podría ser:

“Al principio existían solamente animales gigantes y el cerro Autana, que era un árbol enorme con todos los frutos del mundo, pero como era tan alto no podían comerlos. Así que un día decidieron tumbarlo. Al caer, los frutos se esparcieron por toda la selva y de ellos nacieron los pueblos del Amazonas”.

El padre de Adrián es el hombre más respetado en la población de Mavaco, en el municipio Autana. Es considerado como el chamán o curandero de la comunidad. Resaltan los paralelismos entre la mitología Piaroa y la griega con dioses que venían a la tierra en forma de animales, también la noción de la existencia de animales gigantes antes de la llegada del hombre coincide con lo que conocemos de los dinosaurios que poblaron la tierra hace millones de años. Estos aspectos de la cosmogonía indígena reflejan la alta sabiduría que guardan en el comportamiento tímido y estoico de sus descendientes.

El Estado Amazonas siempre le ha guardado reconocimiento formal al cerro Autana, incluso apareciendo en el escudo de la entidad, creado en 1986 por el artista plástico José Alí Maray Blanco (Fernández, 2009). En 2002, el gobernador Liborio Guarulla crea un concurso para la creación y selección de la bandera del Estado Amazonas, allí ganó el estandarte creado por Lucibel Sánchez. El diseño incluye la figura del cerro Autana como “signo del patrimonio geológico de la mitología indígena, el cual es de reconocimiento nacional y universal orgullo de nuestro pueblo. Este es digno representante de la inmensidad y peculiaridad de nuestros tepuyes, serranías y rocas” (Fernández, Ob. cit.).

Aunque es una gran atracción turística, el cerro Autana es considerado como un monumento natural en estado de vulnerabilidad. Según Castillo y Salas

(2007, p.3), la actividad turística “ha causado desde conflictos sociales por la discrepancia entre comunidades indígenas que apoyan o rechazan la actividad, hasta daños ambientales relacionados con el manejo inadecuado de los desechos”, los autores aseguran que se han realizado visitas ilegales a la cima del cerro en helicóptero, ocasionando un impacto negativo en los suelos y su vegetación. Situación preocupante debido al valor botánico en la zona, puesto que “se ha reportado la presencia de 132 especies de plantas, de las cuales siete son nuevas para la ciencia y pertenecen a los géneros *Selaginella*, *Cyathea*, *Grammitis*, *Heteropterys*, *Sloanea*, *Macrocarpaea* y *Lisianthus*” (Ob. cit., p.3).

Los autores recomiendan mayor monitoreo por parte de los entes gubernamentales de la actividad turística, incluyendo flujo de pasajeros, manejo de desechos sólidos, tráfico de flora y fauna, y el respeto de zonas sagradas para los pueblos indígenas como sus templos y cementerios.

2.5.3. Capital olvidada: San Fernando de Atabapo

Su capital, San Fernando de Atabapo, fue la primera capital del Estado Amazonas, fundada en febrero de 1758 por conquistadores españoles con el apoyo de pobladores y el cacique del momento. Es un poblado lleno de historias y leyendas de los tiempos de la independencia y de piratas de río en busca de caucho, el oro amazónico. Actualmente es la segunda ciudad más importante del Estado, después de Puerto Ayacucho, cuenta con un aeropuerto rural y un puerto estratégico para el comercio con Colombia y Brasil.

En 1822, luego de la independencia de Venezuela, se instala en San Fernando la primera municipalidad del Cantón de Río Negro. 26 años más tarde es creada la Provincia de Amazonas y en 1864, durante el mandato de Juan Crisóstomo Falcón, esta provincia es transformada en Territorio Federal. Muchas

otras transformaciones geopolíticas sucedieron durante los gobiernos de Guzmán Blanco y Joaquín Crespo, tomando siempre relevancia San Fernando de Atabapo como la capital del Territorio Federal Amazonas (Fernández, 2009). No es sino hasta 1928 cuando es decretada la ciudad de Puerto Ayacucho como la capital del Estado por estar mucho más cerca y más accesible del centro del país.

Uno de los personajes más importantes en la historia de Atabapo es el coronel Tomás Funes, pirata del caucho y la batalá, productos codiciados a comienzos del siglo XX y de gran abundancia en San Fernando. Funes nació en 1855 en Río Chico, Miranda (Ameliach, 2008), participó en la Revolución Libertadora y en la batalla de La Victoria en 1902 del lado de Manuel Antonio Matos y son derrotados por el presidente Cipriano Castro. A Funes le perdieron la pista luego que se escapara de su encarcelamiento en Maracaibo.

Funes no volvería a ser noticia hasta 1911 cuando Juan Vicente Gómez nombra a Roberto Pulido como gobernador de Amazonas, instalando altos impuestos sobre la producción y comercialización de cualquier recurso natural extraído en la zona, generando gran descontento entre los pobladores. "Funes reunió a unos 300 hombres y tomaron el pasado 8 de mayo a la ciudad de San Fernando de Atabapo, en un ataque donde fueron asesinados gobernador y sus principales colaboradores" (Comisión Presidencial para la conmemoración del Bicentenario de la Independencia de la República Bolivariana de Venezuela, 2010). Historiadores cuentan que 122 personas fueron asesinadas esa noche, incluyendo la esposa e hijos de Pulido.

Es así como obtiene el nombre de "El Terror de Río Negro", tras instalarse en San Fernando de Atabapo, ejerciendo las leyes a su antojo. Pobladores cuentan que durante su mandato se cometieron cientos de atrocidades en contra de los indígenas y criollos, forzando el trabajo del caucho y ordenaron la muerte de quien no siguiera sus lineamientos. En 1921 el general Emilio

Arévalo Cedeño decide hacerle frente a Funes con 300 hombres, atacando desprevenidamente y consiguiendo la rendición del temido coronel a cambio de que se le garantizase su vida:

Al salir de la casa de gobierno Funes se acerca a Cedeño y le ofrece su mano, Cedeño se le queda mirando y le dice “Todas las aguas de los ríos y mares no me serían suficientes para lavar los crímenes por usted cometido” y seguidamente le da la espalda; días después Funes es enjuiciado por un Consejo de Guerra que finalmente lo condena a muerte (Ameliach, Ob. Cit., parr.4).

Ese mismo año, Funes es fusilado en la plaza de San Fernando de Atabapo. Desde entonces, y luego de la revolución petrolera, no han sido muchos los acontecimientos resaltantes hasta la época. “Referente a lo económico, la fibra de Chiquichique, de la cual se recolectan aproximadamente 50 toneladas al año, para abastecer la industria de la escoba y el cepillo” es junto al turismo la principal fuente de ingreso en la región. Se mantienen áreas de cultivo de caucho pero con menor provecho comercial (Betancourt, 2006, p.86),

El atractivo natural del municipio resalta en temporada de sequía cuando el río Atabapo desciende y desnuda playas de arena blanca para el disfrute de los visitantes.

A pesar de eso, a la fecha existe solamente un hotel en la ciudad, dos posadas y un refugio para turistas, la actividad turística es reducida a Semana Santa y agosto y con una afluencia irregular de turistas. San Fernando de Atabapo es una población que se beneficiaría sin duda de un plan de turismo autosustentable, que respete al ecosistema.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo se presenta una descripción detallada del procedimiento metodológico que se siguió para la elaboración del trabajo de grado. En primer término se establece el tipo de investigación y diseño de la misma, y seguidamente se describen las etapas de pre-producción, producción y post-producción que se llevaron a cabo para la obtención del material audiovisual, definitivo. Asimismo, se hace referencia a los guiones literarios y técnicos, que rigieron el proyecto.

3.1. Tipo de investigación

De acuerdo al alcance del conocimiento, *Instantes* se puede catalogar como un proyecto de tipo descriptivo. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de importantes personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danke, 1989; citado en Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.117)

La propuesta de este trabajo de grado se basa en capturar a través de audiogalerías el atractivo ecoturístico del Estado Amazonas, Venezuela. Se busca realzar las riquezas naturales de sus paisajes, flora y fauna, ríos y asentamientos indígenas, para contribuir de alguna manera a su promoción turística.

Asimismo, *Instantes* se clasifica como una investigación de campo, dado su análisis sistemático de problemas en la realidad, la descripción e interpretación de su naturaleza, estableciendo causas, efectos e incluso predicciones; en este caso, de tres

municipios del Estado Amazonas, con énfasis en su potencial ecoturístico como fuente económica y cultural (UPEL, 1998, p.5).

El Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis de la UPEL (Ibíd.) hace referencia a que en las investigaciones de campo, “los datos de interés son recogidos en forma directa, de la realidad, en este sentido se trata de investigaciones elaboradas a partir de datos originales o primarios”: las imágenes fotográficas y los sonidos captados *in situ*, en el Estado Amazonas.

Los “instantes” a destacar son resultado de las distintas visiones de los actores sociales que forman parte de ellos, de estas comunidades y cuyos significados los van construyendo desde la intersubjetividad. Son versiones que se desarrollan en forma dinámica y permanente en la interacción cotidiana, sumados al ojo fotográfico del investigador.

De igual forma, el trabajo de grado se ubica en la modalidad de proyecto factible, dada su intención de establecer una propuesta de “un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”, que incluye formatos audiovisuales como las audiogalerías, que fácilmente podrían cubrir la carencia de productos multimedia que promocionen la actividad turística responsable en Venezuela, en el ciberespacio (Ibíd. p.7).

3.2. Diseño de la investigación

De acuerdo a la estrategia o diseño de la investigación, el proyecto se enmarca dentro de los estudios de tipo no experimental, transeccional o transversal puesto que para la misma no se realizó ningún tipo de manipulación deliberada de variables. Se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único; y su propósito fundamental fue la descripción de las comunidades de la selva amazonense, así como los imponentes

rasgos de su naturaleza. Se tomaron fotografías del contexto, de lo que estaba sucediendo (Hernández et al., 2003, p.270).

El proyecto *Instantes*, estableció tres audiogalerías para la promoción ecoturística del Estado Amazonas, que narraban la experiencia del investigador, en un viaje de cuatro días por la selva, en busca del cerro Autana.

La primera entrega: Las Aguas, estuvo dedicada al primer día de viaje en bongo, por el río Orinoco, durante más de ocho horas. Sirvió como introducción al tema de estudio y ofrecía información básica sobre el Estado (clima, hidrografía, división geopolítica, pueblos indígenas, etc.). Se emplearon las fotografías a color, conjuntamente con sonidos de ambiente, grabados durante el viaje en bongo y musicalización.

La segunda pieza: Capital Olvidada, narraba la visita a San Fernando de Atabapo, en el segundo día de viaje. Se empleó la fotografía en blanco y negro como recurso artístico, para resaltar el estado de abandono de la ciudad. Se contaba la historia de la primera capital de la entidad y se explicaba cómo el ecoturismo podría ser una importante fuente de ingresos para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Se usó también sonido ambiente tomado de la locación, población y musicalización.

La propuesta cerró con un tercer capítulo titulado: El Árbol de la Vida, en referencia al cerro Autana y su significado para los pueblos indígenas Piaroa y Jivi o Guajibos. Detallaba los últimos dos días de viaje hasta la comunidad de Ceguera en el río Autana frente al imponente tepuy, con el mismo nombre. El espacio relataba la leyenda del *Caliebirri-nae Cudeido* –en dialecto Jivi (leyenda de cómo el árbol de todas las frutas se convirtió en el Cerro Autana, y de cómo los animales, que habitaban el pueblo llamado Cudeido, lograron tumbarlo y que las semillas de todos los frutos se regaran sobre la tierra) y los avatares que se debieron sortear durante el viaje para

conocerlo. Se emplearon las fotografías a color, sonido de ambiente grabado en el lugar y musicalización.

3.3. Determinación de las unidades de análisis

“La unidad de análisis corresponde a la entidad mayor o representativa de lo que va a ser objeto específico de estudio en una medición y se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación” (Merino, 2007, pág. 5). Así mismo, son los elementos sobre los que se focaliza el estudio (Ibíd.).

Como se describió anteriormente, las unidades de análisis o de fuente de información fotográfica y periodística estuvieron representadas por las distintas localidades de los municipios Atures, Autana y Atabapo, del Estado Amazonas

3.4. Criterios de selección de las unidades de análisis

La selección de estas unidades de análisis se realizó bajo en el criterio de experto. “En ciertos estudios es necesaria la opinión de sujetos expertos en un tema” (Hernández, et al., 2003, p.328).

Para cubrir con los objetivos de la investigación se acudió al juicio de experto de Iván González, jefe de fotografía de la Cadena Capriles, para todos los aspectos relacionados con la producción de las audiogalerías, y a Adrián Amaya, perteneciente al pueblo Piaroa y guía turístico del Estado Amazonas (de la empresa Eco-Destinos). También se consultó sobre la historia de San Fernando de Atabapo al cronista del pueblo, Don Pascual Silva.

Asimismo, sobre la creación de contenidos para medios digitales, se contó con la asesoría de las licenciadas Amarilis Aranguren y Yakary Prado, coordinadora de la página Web de Globovisión y coordinadora de la página Web de El Nacional respectivamente.

También se obtuvo la guía del profesor Manuel Sainz, de la cátedra de Radio de la Escuela de Comunicación Social, de la Universidad Central de Venezuela, en las fases de diseño y producción del material audiovisual.

3.5. Plan de ejecución

Luego de una investigación de fuentes secundarias, para la selección de destinos turísticos de interés del Estado Amazonas, se realizó un contacto con Henry Jaimes, operador turístico certificado y recomendado del Estado Amazonas, Director de la empresa Eco-Destinos.

Eco-Destinos ofreció un presupuesto que se ajustaba a la ruta de cuatro días requerida para el proyecto: Puerto Ayacucho – Samariapo – San Fernando de Atabapo – Cerro Autana – Samariapo – Puerto Ayacucho.

La capacidad requerida del bongo (curiara grande con un motor fuera de borda) era de cinco pasajeros como mínimo. Sin embargo, luego de que se expusiera la naturaleza del viaje y el proyecto establecido, el Sr. Jaimes ofreció realizar la ruta con tres pasajeros: Víctor Maracara (hermano del investigador), Daniela Machado (estudiante de Comunicación Social de la UCV) y Simón Maracara (investigador de este proyecto de grado). Los primeros colaboraron en la toma de fotografías y grabación de sonidos, así como en las entrevistas.

3.5.1. Preproducción

Para garantizar la seguridad en cuanto a higiene y salud se acudió a un ambulatorio, para que fuesen vacunados cada uno de los viajantes, contra la fiebre amarilla, sarampión y rubeola.

Una vez en Puerto Ayacucho, se preparó el equipaje para los días de selva. Éste incluía: protector contra mosquitos, bloqueador solar, jabón de azufre, ropa liviana, toallas, linternas, entre otros. La empresa Eco-Destinos corría con los implementos de hospedaje (chinchorros y mosquiteros), el transporte y las tres comidas diarias, durante el recorrido; adicional a los permisos reglamentarios para los días de viaje.

También se prepararon los instrumentos de trabajo: una cámara fotográfica réflex digital Sony DSC-H50, una cámara digital Canon PowerShot A400 y un grabador Panasonic RRUS-430, conjuntamente con sus estuches protectores, baterías y demás accesorios.

3.5.2. Producción

La producción del proyecto *Instantes* se dividió en dos etapas: unidad de Selva y unidad de Ciudad. La primera unidad concentró todo el trabajo de campo en el Estado Amazonas, donde se efectuaron la toma de fotografías y grabación de sonidos, así como entrevistas de interés; la segunda unidad se realizó en Caracas y estuvo dedicada al ensamblaje de las audiogalerías.

La primera unidad, Selva, fue desarrollada por Víctor Maracara y Daniela Machado, y dirigida por Simón Maracara. Las fotografías principales y el manejo

de entrevistas estuvieron a cargo del proponente del proyecto, Simón Maracara. Sin embargo, los colaboradores participaron detrás del lente y el grabador cuando las circunstancias así lo exigían: en determinados momentos el equipo tuvo que separarse para abarcar más espacio/lugares de visita, en el menor tiempo posible. Circunstancias como la crecida del nivel del río, la destreza física, o mera casualidad, exigieron que estos tomaran control de las cámaras fotográficas.

La intención de esta unidad fue documentar cada detalle del viaje: capturar las imágenes de los habitantes del corazón de la selva amazónica; los sonidos propios de la naturaleza, incluyendo el ruido del motor fuera de borda en el bongo, las caminatas de los colaboradores por la selva, así como la voz de los entrevistados o de las conversaciones con los habitantes de la zona y los silencios de la noche que, sin lugar a dudas enriquecerían el producto final.

Para la realización del trabajo de campo se necesitaron seis días, incluyendo el traslado desde la ciudad Caracas hasta Puerto Ayacucho, en un viaje de aproximadamente 10 horas. El 7 de septiembre de 2010 inició el recorrido por la selva amazónica y para el día 11 del mismo mes ya la Unidad de Selva se encontraba de regreso en Caracas.

La unidad de Ciudad contó con el apoyo de Julio Ottaviano, Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello; director y editor de documentales free-lance y Guillermo Berincua Ingeniero de Sonido independiente y Comunicador Social de la Universidad Central de Venezuela, quienes conjuntamente con el investigador se encargaron de darle forma a las audiogalerías. El autor del proyecto editó las fotografías tomadas durante el viaje para potenciarlas, modificando valores de iluminación, contrastes y colores. A través de una escaleta cronológica se procedió a la selección de las fotografías, de manera que se correspondieran con el mensaje propuesto y los tiempos estimados (máximo tres minutos por audiogalería).

Una vez escogida la secuencia de fotografías se procedió a la creación y la grabación de los guiones que incluían narraciones, sonidos de ambiente y musicalización. Para la grabación y edición del audio se contó con el apoyo de Guillermo Berincua, quien prestó sus servicios como asistente en el estudio de grabación, en la edición de la narración en off con los sonidos de ambiente, musicalización y masterización del producto.

La unidad de Ciudad tomó un poco menos de dos meses para culminar todas sus actividades, desde la redacción y aprobación de los guiones hasta la presentación del producto multimedia final.

3.5.3. Postproducción

Una vez culminadas las pistas de audio a utilizar, se procedió al ensamblaje final del producto audiovisual: la sincronización de la secuencia de fotos con la batería de sonidos dispuesta; esta etapa estuvo guiada por Julio Ottaviano. Se utilizó el software Final Cut para la creación del producto en formato *.mp4*.

Cabe destacar que se añadió un criterio en cuanto a la selección del material que constituyó las audiogalerías: cronología, composición fotográfica (ritmo, tercios, simetría), color; perspectivas y planos, sobre la información recolectada en las entrevistas y las grabaciones del sonido de ambiente.

En lo que se obtuvo el producto audiovisual, fue reproducido para amigos y colegas en busca de impresiones y críticas constructivas, que permitieran mejorar el contenido y la calidad del trabajo realizado, antes de la entrega formal del Trabajo Especial de Grado.

3.6. Presupuesto

Es importante destacar que, el proyecto fue financiado en su totalidad por el autor del mismo. Para ello fue necesario ahorrar al extremo, en aquellos rubros donde fuera posible, recurriendo a amigos y conocidos de distintas disciplinas, que pudieran abaratar los costos de los servicios, sin perjudicar la calidad del producto final.

Tanto Daniela Machado como Víctor Maracara, costearon sus paquetes para viajar con Eco-Destino ya que consideraron que participar como colaboradores en esta producción era una oportunidad extraordinaria para conocer la selva amazonense.

De igual forma sucedió con los expertos en edición de audio y video, Berincua y Ottaviano. Estos amigos se emocionaron ante la propuesta de *Instantes* y ante la petición de participar se ofrecieron para colaborar, cobrando un porcentaje inferior de lo que acostumbraban por este tipo de trabajos.

Los equipos de trabajo: cámaras, grabadores, computadores, memorias de puerto USB, etc., pertenecían al autor del Trabajo Especial de Grado. Sólo se necesitó comprar baterías, discos vírgenes para copia de material digital, los insumos básicos para el viaje (bloqueador solar, repelente de mosquitos, entre otros implementos).

A continuación se muestra una tabla con el desglose de los gastos en los que se incurrió:

Tabla 1. *Presupuesto de producción audiogalerías*

Presupuesto			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIDAD (BS.F.)	COSTO (BS.F.)
Fotocopias	Varias	1,50	100,00
Pasaje hasta Puerto Ayacucho, Estado Amazonas	2	120,00	240,00
Paquete turístico de Eco-Destinos: cuatro días por la selva amazónica, incluyendo: guía turístico, transporte en bongo, tres comidas diarias y el hospedaje en refugios turísticos y cabañas o churutas indígenas.	1	2.500,00	2.500,00
Grabación y edición de audio	1	400,00	400,00
Edición en Final Cut (video)	1	300,00	300,00
Discos DVD	6	5,00	30,00
TOTAL			3.570,00

3.7. Propuesta

En esta sección se hace referencia a la ficha técnica, idea, sinopsis, guión literario y guión técnico que guiaron la postproducción de las audiogalerías.

3.7.1. Ficha Técnica

Tabla 2. *Ficha técnica*

Ficha técnica	
Nombre del producto:	<i>Instantes</i>
Tipo de producto:	Audiogalería
Duración:	1) Primera audiogalería 03:57 minutos 2) Segunda audiogalería 02:56 minutos 3) Tercera audiogalería 03:41 minutos
Medio por el cual se transmitirá:	Páginas web, blogs y redes sociales (ideado para medios digitales)
Público al cual va dirigido:	El lenguaje y los mensajes son aptos para todo público, pero se otorga prioridad al público interesado en el turismo de aventura, turismo alternativo o ecoturismo.
Producción:	Simón Maracara
Dirección:	Simón Maracara
Edición:	Julio Ottaviano
Edición de audio:	Guillermo Berincua

3.7.2. Idea

Desarrollar tres audiogalerías que promovieran el ecoturismo en el Estado Amazonas, a través del relato de un viaje hasta el cerro Autana, pasando por los ríos amazoneses, la población de San Fernando de Atabapo y terminando en Ceguera, el campamento a los pies del majestuoso cerro.

3.7.3. Sinopsis

Una entrega por cada día de viaje. La primera cuenta el viaje en lancha desde el puerto de Samariapo, atravesando los ríos Orinoco, Autana y Atabapo, hasta la primera capital del Estado Amazonas. Ésta sirve como introducción, aporta cifras e información general del estado. La segunda entrega comprende la historia de la población de San Fernando de Atabapo y narra la situación de olvido en la que viven los lugareños y cómo podrían beneficiarse de una actividad económica como el ecoturismo. La tercera, y última audiogalería, está dedicada en su totalidad al cerro Autana y su mitología, es la entrega más vistosa y reflexiva.

3.7.4. Guión literario:

Audiogalería N° 1: “Las Aguas” (escrito y narrado por Simón Maracara)

Hablar de las bellezas naturales en Venezuela puede sonar como un cliché, pero sin duda no es un lugar común. Las playas más azules, las montañas más altas, las sabanas más extensas y las selvas más frondosas, las podemos encontrar todas bajo una misma bandera.

De Choroní y el Pico Bolívar ya hemos visto bastante. ¿Pero alguna vez han escuchado sobre el cerro Autana? un tepuy de credenciales mitológicas y belleza legendaria, en el Estado Amazonas. Para encontrarlo se necesitan cuatro días navegando por ríos amazónicos, durmiendo en churuatas y explorando como lo haría *Indiana Jones*.

Fue una oferta irresistible la que nos arrastró hasta Puerto Ayacucho, capital del Estado, para iniciar esta aventura recorriendo la llanura rocosa hasta el

puerto de Samariapo. El calor es de pocos amigos pero el aire se respira puro y la brisa es fresca.

En Samariapo nos esperaba Henry Jaimes de Eco-Destinos con los permisos reglamentarios y advertencias saludables para los días de selva.

Allí conocimos nuestro bongo, el medio de transporte más común en la selva, no fue exactamente amor a primera vista pero luego tendríamos chance de llevarnos mejor. Un bongo es un híbrido: mitad canoa, mitad lancha, que aunque carece de alta velocidad, es capaz de albergar hasta 10 pasajeros bajo su techo de paja. Espacio suficiente para nosotros tres, protagonistas de esta aventura, nuestro equipaje y nuestros nervios.

Son ocho horas río arriba hasta nuestra primera parada, San Fernando de Atabapo, la antigua capital del Estado Amazonas.

Con más de 170 mil km² de superficie, el Estado Amazonas representa casi 20% de la superficie de Venezuela, hablamos del segundo estado más grande del país. El clima es tropical-húmedo con dos períodos bien marcados, uno de fuertes lluvias y otro de verano con el calor más fuerte que conozcan.

Viajamos en septiembre, en plena temporada de lluvias, lo que hacía al río Orinoco más alto y navegable, pero muchos caminos fueron sobrepasados por el agua, así que tenemos la idea de volver en abril para disfrutar de las playas de agua dulce del Atabapo.

El Amazonas pertenece al llamado Escudo Guayanés, una de las formaciones geológicas más antiguas del planeta y de las más solidas. Un resguardo seguro durante un apocalipsis, nada de terremotos ni volcanes en esta zona.

El relieve es variado, llanuras áridas y sabanas rocosas, junto a serranías como Marahuaca, Parima, La Neblina y el cerro Autana, nuestro destino.

En el bongo reímos, comimos y dormimos durante el sol y la lluvia. Pasamos del Samariapo al Orinoco, del Orinoco al Atabapo y todavía no llegábamos.

La selva no conoce del asfalto pero cuenta con autopistas fluviales que conectan los municipios: Atures, Autana, Atabapo, Guainia, Río Negro, Manapiare y Alto Orinoco; y los principales asentamientos indígenas. Los Piaroa, Baniva, Curripaco, Yanomami y Yekuana son los pueblos más conocidos, cada uno con su propia lengua y mitología distintiva.

La economía del estado depende en su mayoría de la administración pública, aun cuando existe un gran potencial de desarrollo eco-turístico sin explotar, manejado de manera incipiente y artesanal.

Sólo el estruendoso rumor del motor fuera de borda nos acompaña en la tranquilidad de las aguas, acallando nuestros propias palabras y quizás hasta nuestros pensamientos, unidos al cantar de las aves. El primer día se acabó y a una hora no identificada de la noche atracamos en la isla de San Fernando de Atabapo para descansar y continuar este viaje por el Amazonas

Audiogalería N° 2: “Capital Olvidada” (escrito y narrado por Simón Maracara)

Al segundo día despertamos con el calor meridional y la humedad que dejó la lluvia. La mañana en San Fernando de Atabapo es brillante y silenciosa. Este

pequeño poblado parece quedar atrapado en el tiempo, el mundo occidental se asentó pero no logró avanzar.

Pocas eran las señales que nos ubicaban en el Siglo XXI. Los habitantes se reunían bajo las sombras de los árboles y nos miraban como deben mirar a los alemanes y rusos que constantemente visitan estas tierras. Extranjeros en nuestro propio país.

El turista foráneo es el principal visitante de la selva amazonense, los criollos apenas descubrimos las playas de Atabapo en temporada de sequía.

La gente se mueve sobre dos ruedas por el asfalto irregular. Los autos son un lujo reservado para la Guardia Nacional por lo difícil que significa llevar una chalana llena de carros hasta esta isla, en el medio de la selva.

Tuvo su auge a inicios del siglo XX por las extensas plantaciones de caucho pero luego perdió impulso con la revolución petrolera.

Es una ciudad sin propósito aparente, la gente simplemente espera a que algo suceda para romper con este eterno “día de la marmota”.

Es una población que se beneficiaría de una industria como el turismo, tomando las medidas claras para la conservación de un ecosistema rico en belleza, ciencia y mitología.

El Ecoturismo es una opción, sin duda, atractiva para poblaciones que dependen básicamente del gobierno y las misiones religiosas, pero que no quieren perder su capital natural ante grandes corporaciones. La actividad turística se nutre de la participación de las comunidades y es una normativa de Inparques (Instituto Nacional de Parques) para la visita de zonas naturales

protegidas. Las comunidades son quienes conocen y resguardan con mayor fuerza sus tierras y costumbres.

Tuvimos la oportunidad de entrevistarnos con el cronista del pueblo, Don Pascual Silva. Don Pascual nos contó que San Fernando de Atapabo fue el primer asentamiento de españoles en el estado en 1758 y fue la primera capital hasta 1924, cuando este privilegio le fue transferido a Puerto Ayacucho.

Es una tierra rica en historias de guerras indígenas, piratas del caucho, misiones cristianas y espantos mestizos.

Pero la parada fue corta para cumplir con el cronograma y tuvimos que zarpar antes de que nos alcanzara la noche. Bajamos por el río Atapabo hasta llegar a “Boca de Sipapo”, un pequeño refugio con gallos y “pumas fantasmas”. O al menos así nos dijo nuestro guía ante nuestra cara de ciudadanos asustadizos.

El cerro Autana nos esperaba pero debíamos descansar.

Audiogalería N° 3: “El árbol de la vida” (escrito y narrado por Simón Maracara)

El tercer día llegó con la certeza de estar cada vez más cerca del Autana.

El río se estrechaba a nuestro paso y pronto entramos a bóvedas selváticas. Nos tuvimos que detener por un árbol derrumbado por la lluvia, que obstruía el paso. Pero Adrián, el héroe diminuto de esta aventura, rápidamente comenzó a derribarlo. Guía, cocinero y enfermero: Adrián pertenece a los Piaroa y nació en la misma selva que muestra con orgullo a reyes, supermodelos y directores de cine.

Adrián planea abrir su propia agencia de viajes por el Amazonas, tiene los conocimientos y el corazón, pero solamente le falta el empujón monetario.

El cerro Autana nos saludaba a lo lejos, cuando llegamos a la población de Ceguera y fuimos recibidos entre mariposas amarillas. La frase “Tierra Mágica” se volvía a cumplir, pero no todos los objetivos habían sido alcanzados.

Rápidamente soltamos los bolsos y nos cambiamos de zapatos porque nos tocaba caminar casi 30 minutos hasta un mirador para ver al Autana en alta definición. Caminamos hasta una cima de piedra y como reyes leones apreciamos al *Caliberrinai Kureiro*, al *Whahali*, en todo su esplendor.

“Al inicio de los tiempos existía un árbol enorme, con todos los frutos del mundo, pero era tan alto que los animales no podían comerlos, así que decidieron tumbarlo. Al caer, los frutos se esparcieron por toda la selva y de ellos nacieron los pueblos del Amazonas”.

Lo que vemos del Autana es para los Piaroa, el tronco del árbol de la vida. El cerro es considerado Monumento Natural de Venezuela y está resguardado por las leyes venezolanas como Zona de Administración Especial por su valor cultural y científico.

Escalarlo es una opción penada por la ley. El alto nivel del río en esta época del año tampoco nos permitió acercarnos más. Jugar en los raudales con ese fondo casi surreal fue premio suficiente por tantos días de viaje.

La despedida llegó con el silencio más pesado de todos. Era hora de volver y nos abarcaba un sentimiento de nostalgia mezclado con las ganas de una ducha decente. El camino de regreso sirvió para fijar en nuestra memoria los paisajes y rostros de la selva.

Sirvió para recordarnos que somos diminutos ante la naturaleza, y aunque somos su principal depredador también podemos ser su guardián defensor. Nos quedamos para siempre con el silencio de la noche, con el brillo del Sol sobre el río, con la sonrisa del niño indígena y con las ganas de volver.

3.7.5. Guion técnico:

<p>Audiogalería N° 1: “Las Aguas” Escrito y narrado por Simón Maracara</p>		
<p>Tapa título: Instantes Edo. Amazonas, Venezuela</p> <p>Bloque de seis fotografías presentando a los protagonistas del espacio en diferentes etapas del viaje.</p> <p>Fotos referenciales de Choroní y el Pico Bolívar en color sepia, con su respectiva fuente.</p> <p>Cerro Autana, con varios <i>zooms</i> y <i>travelings</i> horizontales.</p>		<p>Instantes. Hablar de las bellezas naturales en Venezuela puede sonar como un cliché, pero sin duda no es un lugar común. Las playas más azules, las montañas más altas, las sabanas más extensas y las selvas más frondosas, las podemos encontrar todas bajo una misma bandera. De Choroní y el Pico Bolívar ya hemos visto bastante. ¿Pero alguna vez han escuchado sobre el cerro Autana? un tepuy de credenciales mitológicas y belleza legendaria, en el estado Amazonas. Para encontrarlo se necesitan cuatro días navegando por ríos amazónicos, durmiendo en</p>

<p>Tapa título: Las Aguas - Día 1</p>		<p>churuatas y explorando como lo haría Indiana Jones.</p>
<p>Bloque de ocho fotografías del viaje en carro por la sabana amazonense, resaltando las diferentes formaciones rocosas. Transiciones varias.</p> <p>Bloque de cuatro fotografías desde el Puerto de Samariapo, aparece Henry Jaimes y su equipo de trabajo. Leves <i>zoom in</i> y <i>zoom out</i> en las imágenes.</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>Zoes Theme - Gannon</i>” –“Fue una oferta...”</p> <p>Finaliza Cortina: Tema “<i>Zoes Theme - Gannon</i>” -“...de llevarnos mejor”.</p>	<p>Fue una oferta irresistible la que nos arrastró hasta Puerto Ayacucho, capital del Estado, para iniciar esta aventura recorriendo la llanura rocosa hasta el puerto de Samariapo. El calor es de pocos amigos pero el aire se respira puro y la brisa es fresca. En Samariapo nos esperaba Henry Jaimes de EcoDestinos con los permisos reglamentarios y advertencias saludables para los días de selva. Allí conocimos nuestro bongo, el medio de transporte más común en la selva, no fue exactamente amor a primera vista pero luego tendríamos chance de llevarnos mejor.</p>
<p>Bloque de tres fotografías dentro del viaje en bongo.</p> <p>Composición de tres fotografías introduciendo a los viajeros protagonistas.</p>	<p>Inicia efecto de sonido: 023 “Sonido del bongo sobre el agua”- “Un bongo es un híbrido”</p>	<p>Un bongo es un híbrido: mitad canoa, mitad lancha, que aunque carece de alta velocidad, es capaz de albergar hasta 10 pasajeros bajo su techo de paja. Espacio suficiente para nosotros tres, protagonistas de esta aventura, nuestro equipaje y nuestros nervios.</p>

<p>Dos fotografías dentro del bongo. Plano detalle de mano sobre el río y vista trasera del bongo.</p>	<p>Termina efecto de sonido: 023 “Sonido del bongo sobre el agua”- “del Estado Amazonas”.</p>	<p>Son ocho horas río arriba hasta nuestra primera parada, San Fernando de Atabapo, la antigua capital del Estado Amazonas.</p>
<p>Mapa del estado Amazonas al sur de Venezuela. Fuerte <i>zoom in</i> hacia la localidad.</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>Mammagamma - The Alan Parsons Project</i>” –“Con más de 170”...</p>	<p>Con más de 170 mil km2 de superficie, el estado Amazonas representa casi 20% de la superficie de Venezuela, hablamos del segundo estado más grande del país.</p>
<p>Bloque de siete fotografías dentro del interior del bongo. Plano detalle de los salvavidas, morrales y maletas, bombonas de gas y productos para cocinar. Plano general de la parte delantera del bongo. Transiciones varias.</p>		<p>El clima es tropical húmedo con dos períodos bien marcados, uno de fuertes lluvias y otro de verano con el calor más fuerte que conozcan.</p> <p>Viajamos en septiembre, en plena temporada de lluvias, lo que hacía al río Orinoco más alto y navegable, pero muchos caminos fueron sobrepasados por el agua, así que tenemos la idea volver en abril para disfrutar de las playas de agua dulce del Atabapo.</p>
		<p>El Amazonas pertenece al llamado Escudo Guayanés, una de las formaciones geológicas más antiguas del planeta, y de las más solidas.</p> <p>Un resguardo seguro durante un apocalipsis, nada de terremotos ni volcanes en esta zona.</p>

<p>Mapa relieve del estado Amazonas, señalando al Parque Nacional Yapacana y el Parque Nacional Duida Marahuaca.</p>		<p>El relieve es variado, llanuras áridas y sabanas rocosas, junto a serranías como Marahuaca, Parima, La Neblina y el cerro Autana, nuestro destino.</p>
<p>Bloque de cuatro fotografías en la primera parada del viaje. <i>Zooms</i> delicados para mostrar lanchas, perros domésticos y comercios en la frontera.</p> <p>Bloque de tres fotografías una vez reiniciado el viaje. Muestra a los viajeros y al guía durmiendo dentro del bongo.</p>		<p>En el bongo reímos, comimos y dormimos durante el sol y la lluvia. Pasamos del Samariapo al Orinoco, del Orinoco al Atabapo, y todavía no llegábamos.</p> <p>La selva no conoce del asfalto pero cuenta con autopistas fluviales que conectan los municipios: Atures, Autana, Atabapo, Guainia, Río Negro, Manapiare y Alto Orinoco; y los principales asentamientos indígenas.</p>
<p>Bloque de cuatro fotos panorámicas sobre el río Atabapo.</p>	<p>Finaliza Cortina: Tema “<i>Mammagamma - The Alan Parsons Project</i>” -“...de manera incipiente y artesanal”.</p>	<p>Los Piaroa, Baniva, Curripaco, Yanomami y Yekuana son los pueblos más conocidos, cada uno con su propia lengua y mitología distintiva.</p> <p>La economía del estado depende en su mayoría de la administración pública, aun cuando existe un gran potencial de desarrollo ecoturístico sin explotar, manejado de manera incipiente y artesanal.</p>

	Inicia efecto de sonido: 024 “Sonido del bongo sobre el agua”- <i>Beat</i> antes de “Sólo el estruendoso”	Sólo el estruendoso rumor del motor fuera de borda nos acompaña en la tranquilidad de las aguas, acallando nuestras propias palabras y quizás hasta nuestros pensamientos.
Bloque de cinco fotografías al final de la tarde dentro del bongo. Muestra a los viajeros descansando y esperando atracar en Atabapo.	Termina efecto de sonido: 024 “Sonido del bongo sobre el agua”- “viaje por el Amazonas”	El primer día se acabó y a una hora no identificada de la noche atracamos en la isla de San Fernando de Atabapo para descansar y continuar este viaje por el Amazonas.

<p>“Audiogalería N° 2: “Capital Olvidada” Escrito y narrado por Simón Maracara</p>		
<p>Tapa título: Capital Olvidada - Día 2</p> <p>Bloque de nueve fotografías en blanco y negro desde San Fernando de Atabapo. Planos generales de sus calles y habitantes. Plano detalle de una señalización hecha en madera.</p> <p>Énfasis en elementos temporales: un grafiti alusivo a una banda de rock estadounidense popular en 1994 (Korn), fachada de la sede del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) en la entidad y tanques de combustibles con el antiguo logo de Petróleos de Venezuela.</p>	<p>Inicia efecto de sonido: 025 “Caminata por San Fernando de Atabapo” – “Al segundo día despertamos...”</p>	<p>Al segundo día despertamos con el calor meridional y la humedad que dejó la lluvia. La mañana en San Fernando de Atabapo es brillante y silenciosa.</p> <p>Este pequeño poblado parece quedar atrapado en el tiempo, el mundo occidental se asentó pero no logró avanzar.</p> <p>Pocas eran las señales que nos ubicaban en el Siglo XXI. Los habitantes se reunían bajo las sombras de los árboles y nos miraban como deben mirar a los alemanes y rusos que constantemente visitan estas tierras.</p> <p>Éramos extranjeros en nuestro propio país.</p> <p>El turista foráneo es el principal visitante de la selva amazonense, los criollos apenas descubrimos las playas de Atabapo en temporada de sequía.</p>

<p>Bloque de cinco fotografías de bicicletas y motocicletas en el centro de la población. Detalles los modelos y marcas. Vista general de un grupo de mototaxistas.</p>	<p>Termina efecto de sonido: 025 “Caminata por San Fernando de Atabapo”- “en el medio de la selva” 01:12 aprox*</p>	<p>La gente se mueve sobre dos ruedas por el asfalto irregular. Los autos son un lujo reservado para la Guardia Nacional por lo difícil que significa llevar una chalana llena de carros hasta esta isla, en el medio de la selva.</p>
<p>Bloque de 18 fotografías de diferentes puntos de la isla.</p> <p>Vista del muelle con los habitantes bajo las sombras. Dos personas jugando ajedrez en una acera.</p> <p>Plano general de una calle vacía llamada “El Silencio”.</p> <p>Fachada de una iglesia evangélica, de una peluquería y del Concejo Municipal frente a la Plaza Bolívar.</p> <p><i>Zoom in</i> a la estatua de El Libertador Simón Bolívar en la plaza homónima.</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>Into The Sea - The Album Leaf</i>” en el minuto 1:20 - “Tuvo su auge...”</p>	<p>Tuvo su auge a inicios del siglo XX por las extensas plantaciones de caucho pero luego perdió impulso con la revolución petrolera.</p> <p>Es una ciudad sin propósito aparente, la gente simplemente espera a que algo suceda para romper con este eterno “día de la marmota”.</p> <p>Es una población que se beneficiaría de una industria como el turismo, tomando las medidas claras para la conservación de un ecosistema rico en belleza, ciencia y mitología.</p> <p>El Ecoturismo es una opción, sin duda, atractiva para poblaciones que dependen básicamente del gobierno y las misiones religiosas, pero que no quieren perder su capital natural ante grandes</p>

<p>Detalle de la placa fundacional de San Fernando de Atabapo.</p> <p>Retrato del cronista de San Fernando de Atabapo, Don Pascual Silva. Fotografía de la entrevista entre los investigadores y el cronista.</p> <p>Bloque de tres fotografías del Samán, o árbol de lluvia, en la Plaza Bolívar de la localidad.</p>	<p>Finaliza Cortina: Tema “<i>Into The Sea - The Album Leaf</i>” - “...y espantos mestizos” *fade</p>	<p>corporaciones. La actividad turística se nutre de la participación de las comunidades y es una normativa de Inparques para la visita de zonas protegidas. Las comunidades son quienes conocen y resguardan con mayor fuerza sus tierras y costumbres. Tuvimos la oportunidad de entrevistarnos con el cronista del pueblo, Don Pascual Silva. Don Pascual nos contó que San Fernando de Atapabo fue el primer asentamiento de españoles en el estado en 1758 y fue la primera capital hasta 1924 cuando este privilegio le fue transferido a Puerto Ayacucho. Es una tierra rica en historias de guerras indígenas, piratas del caucho, misiones cristianas y espantos mestizos.</p>
<p>Bloque de dos fotografía sobre el río Atabapo en bongo durante el atardecer.</p>	<p>Inicia efecto de sonido: 023 “Sonido del bongo sobre el agua”- <i>Beat</i> antes de “Pero la parada fue corta...”</p>	<p>Pero la parada fue corta para cumplir con el cronograma y tuvimos que zarpar antes de que nos alcanzara la noche.</p>

<p>Bloque de tres fotografías desde el campamento en Boca de Sipapo. Muestra los chinchorros para pernoctar.</p>	<p>Termina efecto de sonido: 023 “Sonido del bongo sobre el agua”- “...boca de Sipapo”</p>	<p>Bajamos por el río Atabapo hasta llegar a “Boca de Sipapo”, un pequeño refugio con gallos y “pumas fantasmas”.</p>
	<p>Inicia efecto de sonido: 029 “Sonidos de la noche”- “O al menos así...” Termina efecto de sonido: 029 “Sonidos de la noche”- “...debíamos descansar” *dejar par de silbidos</p>	<p>O al menos así nos dijo nuestro guía ante nuestra cara de ciudadanos asustadizos. El cerro Autana nos esperaba pero debíamos descansar.</p>

<p>Audiogalería Nro. 3 “El árbol de la vida” Escrito y narrado por Simón Maracara</p>		
<p>Tapa título: El Árbol de la Vida - Día 3</p> <p>Bloque de cuatro fotografías panorámicas sobre el río Autana.</p> <p>Dos fotografías del guía Adrián Amaya preparándose para cortar un árbol.</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>Red Shoes - Darediablo</i>”- “El tercer día llegó...”</p> <p>Finaliza Cortina: Tema “<i>Red Shoes - Darediablo</i>” - “...obstruía el paso”.</p>	<p>El tercer día llegó con la certeza de estar cada vez más cerca del Autana.</p> <p>El río se estrechaba a nuestro paso y pronto entramos a bóvedas selváticas.</p> <p>Nos tuvimos que detener por un árbol, derrumbado por la lluvia, que obstruía el paso.</p>
<p>Bloque de cuatro fotografías intercaladas con <i>flashes</i> blancos al ritmo del sonido ambiente. Varios niveles de <i>zoom</i> son intercalados en este segmento.</p>	<p>Inicia efecto de sonido: 034 “Adrián cortando el árbol” - “Guía, cocinero y enfermero...”</p> <p>Termina efecto de sonido: 034 “Adrián cortando el árbol” - “y directores de cine”</p>	<p>Pero Adrián, el héroe diminuto de esta aventura, rápidamente comenzó a derribarlo.</p> <p>Guía, cocinero y enfermero: Adrián pertenece a los Piaroa y nació en la misma selva que muestra con orgullo a reyes, supermodelos y directores de cine.</p>
<p>Retrato de Adrián Amaya, guía turístico de ascendencia Piaroa en el estado Amazonas. <i>Zoom in leve</i>.</p> <p>Dos fotografías desde la población de Ceguera, frente al Cerro Autana.</p>	<p>Inicia efecto de sonido: 033 “Sonido del bongo sobre el agua”- “Adrián planea abrir...”</p> <p>Termina efecto de sonido: 033 “Sonido del bongo sobre el agua”- “...población de Ceguera”</p>	<p>Adrián planea abrir su propia agencia de viajes por el Amazonas, tiene los conocimientos y el corazón, pero solamente le falta el empujón monetario.</p> <p>El cerro Autana nos saludaba a lo lejos cuando llegamos a la población de Ceguera y fuimos recibidos entre mariposas amarillas.</p>

<p>Bloque de cuatro fotografías de la caminata: Retrato de Daniela Machado, viajera.</p>		<p>La frase Tierra Mágica se volvía a cumplir, pero no todos los objetivos habían sido alcanzados.</p>
<p>Plano detalle del suelo. Plano detalle de una tarántula en el camino hacia el mirador.</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>Taken - Eluvium</i>” - “Rápidamente soltamos los bolsos...”</p>	<p>Rápidamente soltamos los bolsos y nos cambiamos de zapatos porque nos tocaba caminar casi 30 minutos hasta un mirador para ver al Autana en alta definición. Caminamos hasta una cima de piedra y como reyes leones apreciamos al <i>Caliberrinai Kureiro</i>, al <i>Whahali</i>, en todo su esplendor.</p>
<p>Grupo de cinco fotografías del Cerro Autana y las formaciones a su alrededor. Disolvencias y <i>zooms</i> como transiciones.</p>		<p>“Al inicio de los tiempos existía un árbol enorme, con todos los frutos del mundo, pero era tan alto que los animales no podían comerlos, así que un día decidieron tumbarlo. Al caer, los frutos se esparcieron por toda la selva y de ellos nacieron los pueblos del Amazonas”. Lo que vemos del Autana es para los Piaroa, el tronco del árbol de la vida. El cerro es considerado Monumento Natural de Venezuela y está resguardado por las leyes venezolanas como Zona de Administración Especial por su valor cultural y científico.</p>

<p>Bloque de cinco fotografías del cerro Autana desde Ceguera, junto al río Autana. Se aprecian niños indígenas jugando en el agua. Fotografía del cerro Autana entre la neblina.</p>	<p>Finaliza Cortina: Tema “<i>Taken - Eluvium</i>” -“...tantos días de viaje”. *Fade</p>	<p>Escalarlo es una opción penada por la ley. Y el alto nivel del río en esa época del año tampoco nos permitió acercarnos más. Jugar en los raudales con este fondo casi surreal fue premio suficiente por tantos días de viaje.</p>
<p>Bloque de siete fotografías de la mañana del último día en Ceguera. <i>Zooms</i> y transiciones para las formaciones rocosas junto al río en el camino de regreso.</p> <p>Grupo de seis fotografías de distintos momentos del viaje: paseo en curiara, visita a las comunidades y el cerro “Cara de Indio”, junto al perfil de los viajeros.</p> <p>Fotografía del cerro Autana.</p> <p>Tapa créditos: Escrito y narrado por Simón Maracara Fotografía: Simón Maracara Edición: Julio Ottaviano Edición de audio:</p>	<p>Inicia cortina: Tema “<i>My angel rocks back and forth - Four Tet</i>” –Ambiente antes de “La despedida llegó...”</p> <p>Finaliza Cortina: Tema “<i>My angel rocks back and forth - Four Tet</i>”.</p>	<p>La despedida llegó con el silencio más pesado de todos. Era hora de volver y nos abarcaba un sentimiento de nostalgia mezclado con las ganas de una ducha decente. El camino de regreso sirvió para fijar en nuestra memoria los paisajes y rostros de la selva. Sirvió para recordarnos que somos diminutos ante la naturaleza, y aunque somos su principal depredador también podemos ser su guardián defensor. Nos quedamos para siempre con el silencio de la noche, con el brillo del sol sobre el río, con la sonrisa del niño indígena y con las ganas de volver.</p>

<p>Guillermo Berincua Fotografías adicionales: Daniela Machado y Víctor Maracara Música: Zoes Theme – Gannon. Mammagamma - The Alan Parsons Project. Into The Sea - The Album Leaf. Red Shoes - Darediablo Taken – Eluvium. My angel rocks back and forth - Four Tet.</p>		
---	--	--

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo se enfocó en resaltar los atractivos turísticos naturales y culturales del Estado Amazonas de una manera responsable, al promover una actividad económica respetuosa del medio ambiente y de las poblaciones indígenas que habitan en la selva, destacando sus paisajes, no sólo como posible fuente económica para la entidad sino, como un tesoro invaluable esperando ser apreciado por el mundo entero: la inmensidad cristalina de los ríos Orinoco, Sipapo y Autana, las playas de agua dulce del río Atabapo, el ímpetu de los raudales, lo azulísimo del cielo y la respiración libre de humo, libre de estrés y teléfonos móviles. Sin olvidar la imponentia del cerro Autana, vestigio de otro mundo: un mundo mágico que debe ser visitado al menos una vez en la vida.

El Amazonas venezolano cuenta, además, con un acervo cultural impresionante en sus diversos pueblos indígenas, que han sido desplazados por las actividades económicas modernas, pero que son pieza clave en el desarrollo de una actividad turística conservadora de la naturaleza y preservadora de la herencia que han dejado estos pueblos ancestrales a través de sus leyendas, gastronomía y demás manifestaciones culturales (la cestería, carpintería, construcción, vestimenta, etc.). El Ecoturismo tiene la materia prima necesaria para ser una fuente económica de punta en el segundo Estado más grande de Venezuela, es necesario trabajarla y promocionarla adecuadamente.

“Nadie puede comprar algo que no conoce”, fue la premisa para comprender la necesidad de un plan de promoción turística para el desarrollo de una actividad turística sustentable. Es necesario que los turistas y viajeros potenciales conozcan las virtudes y bondades de la selva amazonense, ¿y qué mejor manera de hacerlo que a través de Internet? El ciberespacio se ha convertido en la primera fuente de información para muchos viajeros, por su ubicuidad, poder de síntesis e interactividad: desde su casa, oficina o teléfonos inteligentes pueden utilizar buscadores electrónicos para obtener artículos, fotografías y videos sobre sus destinos de interés, pueden contrastar reseñas de

periodistas de la fuente con los comentarios de otros viajeros y alimentarse de experiencias ajenas antes de tomar una decisión.

Pero los beneficios no se limitan solamente a los usuarios o receptores del mensaje, los comunicadores o creativos detrás de las campañas de promoción turística tienen carta abierta en Internet para crear nuevos formatos de comunicación gracias a la evolución tecnológica que permite mezclar medios tradicionales. Este Trabajo Especial de Grado exploró el formato conocido como audiogalerías, encontrando una manera práctica de mezclar conocimientos periodísticos: la fotografía, la crónica y el guion radiofónico.

La audiogalería permite contar historias desde una perspectiva íntima, ideal para la promoción del ecoturismo, que usualmente va dirigido a viajeros alternativos que suelen rechazar las campañas masivas de mercadeo y están en busca de experiencias auténticas y más humanas. Al ser un producto ideado para Internet y medios digitales permite que tenga gran longevidad y esté a la disposición de usuarios en todas partes del mundo. La naturaleza de las piezas presentadas hace que no pierdan vigencia fácilmente y que sirvan de referentes para futuros viajeros con interés por conocer el Estado Amazonas.

El piloto de promoción ecoturística *Instantes* fue diseñado para ser distribuido con facilidad como un archivo de video en páginas Web, blog y redes sociales. Existen en la actualidad numerosas plataformas para la reproducción en línea de videos: *YouTube*, *DailyMotion*, *Vimeo* y *Viddy*, entre otras, todas con características similares y capaces de sostener el producto de manera gratuita y por tiempo prolongado.

Se espera que el piloto pueda ser adquirido por medios de comunicación digital, entes gubernamentales o agencias de viajes, para permitir el financiamiento y la réplica del formato en otros escenarios naturales de Venezuela, generando una serie de promoción turística de renombre y de calidad.

Una vez llevado a cabo el Trabajo Especial de Grado y alcanzado de forma positiva los objetivos planteados se recomienda, en primer lugar, incorporar el formato de audiogalería al plan de estudio de la cátedra de Fotografía de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, por tratarse de un formato expresivo y atractivo para las nuevas generaciones de estudiantes; pudiendo trabajarse como herramienta para las entregas finales de ambas clases (Fotografía I y II), modernizando la escuela y elevando las exigencias de los alumnos en beneficio de su preparación profesional.

El formato no tiene que limitarse solamente al área de fotografía: profesores de publicidad y mercadeo, lenguaje y comunicación visual, periodismo, informática, entre otras materias, pueden promover el formato para sustituir las diapositivas en *Power Point* como material de apoyo durante las exposiciones, incentivando la creatividad, trabajo en equipo y disciplina para la presentación de audiogalerías, en clase.

Se recomienda también la actualización del material disponible en la Biblioteca Gustavo Leal, de la Universidad Central de Venezuela, puesto que el material dedicado a medios digitales y formatos multimedia es limitado y se debió recurrir a otras universidades en busca de bibliografía. Aunque existe información sobre el periodismo digital en la Escuela, el avance tecnológico ha sido tan acelerado en la última década que muchos textos han quedado obsoletos y anticuados.

A los entes gubernamentales nacionales se les recomienda ampliar la información turística de Venezuela en Internet, en distintos idiomas y formatos. A las autoridades del Estado Amazonas se les recomienda fomentar y brindar la debida educación a las poblaciones indígenas sobre la importancia del turismo para el desarrollo de la entidad, en busca de consenso entre los diferentes pueblos y los operadores de turismo, sobre la actividad en zonas protegidas, garantizando de alguna manera el resguardo del medio ambiente, la presencia de guías y de viajeros en el área, de manera efectiva.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (1984). *Administración del Turismo. Conceptualización y Organización*. México: Editorial TRILLAS.

Alcoceba, J. (2004, septiembre). *El tratamiento de la información ambiental: Los retos del periodismo ecológico*. Quito, Ecuador: Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI. Número 87.

Almeida, I. (2001). *Jorge Luis Borges, autor del poema "Instantes"*. Disponible en: <http://www.rompecadenas.com.ar/almeida.htm> (Consulta: 2011, septiembre 22).

Ameliach, J. (2008). *¡Fulano de Tal es más malo que Funes!* (Documento en línea). Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/a59911.html> (Consulta: 2012, marzo 21).

Añez, J.; Fuenmayor, C. (1995). *Ecoturismo sustentable: Parque Nacional Morrocoy*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Álvarez de A., O. (2004). *Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia*. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm> (Consulta: 2012, mayo 2).

Bacchetta, V. (2002). *Perfil del periodista ambiental*. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art340.htm> (Consulta: 2012, marzo 10).

Baéz, A. (2003). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (Documento en línea). Disponible en:

http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/guia_mejores_practicas_ecoturismo.pdf
(Consulta: 2011, enero 30).

Barrios, A. (2010). *Promoción Turística Obsoleta*. (Documento en Línea). Disponible en: <http://www.lavozdequintanaroo.com.mx/reportajes/153-promocion-turistica-obsoleta.html> (Consulta: 2012, enero 21).

Bastardo, Y. (1999). *Promoción Internacional de Venezuela como destino turístico a través de Internet*. Trabajo Especial de Grado para Obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Betancourt, C. (2006). *El Estado Amazonas y sus municipios*. Caracas: Editorial Volumen S.R.L.

Blanco, L. (1984). *Caliberri-nae Cudeido. Literatura Jivi (Guajiba). Relato*. Caracas: Ediciones La Artística.

Blanco, M. (2006). *Propuesta para establecer un programa de manejo del ecoturismo en el refugio de fauna silvestre Caure Estado Falcón*. Trabajo Especial de Grado para Obtener el Título de Master en Desarrollo y Ambiente no publicado. Caracas: Universidad Simón Bolívar.

Carceller, J. (2011). *Turismo acude a la promoción por internet*. (Documento en Línea). Disponible en: <http://www.lasprovincias.es/v/20110216/economia/turismo-acude-promocion-internet-20110216.html> (Consulta: 2012, marzo 23).

Castillo, R; Salas, V. (2007). *Estado de Conservación del Monumento Natural Cerro Autana*. Caracas: BioParques: Asociación Civil para la Conservación de los Parques Nacionales.

Cho, J.; Gil de Z., H.; Rojas, H; Shah, D. (2003). *Beyond access: The digital divide and Internet uses and gratifications*. IT & Society, Volumen 1, número 4. (Documento en línea). Disponible en: <https://webspace.utexas.edu/hg3985/www/documents/Cho,%20Gil%20de%20Zuniga,%20Rojas%20&%20Shah%20%282003%29%20IT%20&%20Society%201,%2046%20-72.pdf>. (Consulta: 2012, marzo 9).

Comisión Presidencial para la Conmemoración del Bicentenario de la Independencia de la República Bolivariana de Venezuela. (2010). *Tomás Funes se rebela contra Gómez*. Revista Independencia 200, N° 103, p.3. Caracas, Venezuela: Centro Nacional de Historia, Archivo General de la Nación y Dirección de Investigación y Asesoría Histórica de la Asamblea Nacional.

Díaz, D.; Fernández, C. (2005). www.espacionomada.com: *Un site para el viajero creativo*. Trabajo Especial de Grado para Obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social. Caracas: Universidad Central de Venezuela (UCV).

El Nacional. (2007). *Venezuela en Datos 2007*. Caracas, Venezuela: Ediciones Ediarte.

Esteves, J; Dumith, D. (1998). *Diversidad Biológica en Amazonas. Bases para una estrategia de Gestión. SADA-Amazonas*. Caracas: PNUD - Fundación Polar.

Fagetti, C. (2001). *Turismo de Naturaleza. Una opción para la conservación y el desarrollo sustentable en establecimientos rurales de la Reserva de Biosfera Bañados del Este*. Tesis de Maestría de la Universidad Internacional de Andalucía. Rocha, Uruguay: PROBIDES. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.probides.org.uy/publica/dt/DT33.pdf> (Consulta: 2011, enero 30).

Fernández, J. (2009a, 15 de agosto). *Bandera del Estado Amazonas*. (Documento en línea). Disponible en: el blog La Tierra Mágica:

<http://amazonaslatierramagica.blogspot.com/2009/08/bandera-del-estado-amazonas.html>
(Consulta: 2011, enero 30).

Fernández, J. (2009b, 15 de agosto). *Escudo del Estado Amazonas*. (Documento en línea). Disponible en el blog La Tierra Mágica: <http://amazonaslatierramagica.blogspot.com/2009/08/bandera-del-estado-amazonas.html>
(Consulta: 2011, enero 30).

Fernández, J. (2009c, 15 de agosto). *Historia (Capitales de Amazonas)*. (Documento en línea). Disponible en el blog La Tierra Mágica: <http://amazonaslatierramagica.blogspot.com/2009/08/historia-capitales-de-amazonas.html> (Consulta: 2011, enero 30).

Fernández M., A. (2002). *La comunicación científica: una necesidad social*. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art339.htm>
(Consulta: 2012, enero 22).

Ferrer, A. (2003). *Periodismo científico y desarrollo. Una mirada desde América Latina*. Mérida, Venezuela: Ediciones del Rectorado, Universidad Lisandro Alvarado (ULA).

Fuente, M. (1997). *La información en Internet*. Barcelona, España: Editorial CIMS.

Gómez, N. (2009). *Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia*. Huelva, España: Universidad Internacional de Andalucía, sede Iberoamericana Santa María de la Rábida.

Hernández, R.; Fernández C., Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana de Editores, S.A. de C.V.

Huerta, M. (2006). *Educación ambiental para el fomento del Ecoturismo en escuelas bolivarianas*. Trabajo Especial de Grado para Obtener el Título de Especialista en Educación Ambiental. Maracaibo, Zulia: Universidad Rafael Urdaneta.

Luci3n, O (1998). *Diccionario de cineastas venezolanos: prototipo de aplicaci3n multimedia*. Trabajo de Ascenso. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Marcano, N. (2009, julio-diciembre). *Logros y desaf3os del periodismo ambiental venezolano*. Aula y Ambiente. Volumen 9, N3 18. Caracas, Venezuela: Universidad Pedag3gica Experimental Libertador (UPEL).

Merino, M.; Pintado, T; S3nchez, J.; Grande, I. y Est3vez, M. (2007). *Introducci3n a la investigaci3n de mercados*. Madrid: ESIC Editorial, C.A.

Morris, M.; Ogan, C. (1996). *The Internet as Mass Medium*. Universidad de Indiana. (Documento en l3nea). Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/morris.html> (Consulta: 2012, marzo 9).

Notitarde. (2009, 15 de diciembre). *Notitarde es el segundo diario de mayor circulaci3n en el pa3s*. (Art3culo en l3nea). Disponible en: <http://www.notitarde.com/historico/2009/11/15/valencia/valencia2.html> (Consulta: 2012, mayo 2).

N3ñez, A. (1999). *Los retos del periodismo digital*. (Documento en l3nea). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art79.htm>. (Consulta: 2012, mayo 2).

OMMA Editors. (2011, julio 12). *The 100 Most Important Online Publishers*. (Documento en l3nea). Disponible en: <http://www.mediapost.com/publications/article/153708/the-100-most-important-online-publishers.html> (Consulta: 2012, mayo 12).

Osilia, J. (2009). *Ecoturismo en Venezuela*. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.explorandorutas.com/ecoturismo.html> (Consulta: 2012, febrero 28).

PDVSA – Intevep. (2005). *Código Estratigráfico de las Cuencas Petroleras de Venezuela*. Petróleos de Venezuela S.A., Comité Interfilial de Estratigrafía y Nomenclatura. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.pdv.com/lexico/lexicoh.htm>. (Consulta: 2012, junio 1).

Peralta, D. (2008). *Internet y la transformación del periodismo*. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art766.htm> (Consulta: 2012, mayo 2).

Rekondo, J. (2003). *Medios de comunicación y medio ambiente. Información ambiental ¿Necesidad de especialización?* (Documento en línea). Disponible: <http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/36737.pdf> (Consulta: 2012, mayo 19).

Stewart, J. (2011, febrero 11). *Global data storage calculated at 295 exabytes*. BBC News. (Documento en línea). Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-12419672>. (Consulta: 2012, mayo 22).

Torres, G. (2000). *Morfología de los géneros periodísticos en las páginas de información de la World Wide Web*. Trabajo Especial de Grado para Obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

The International Ecotourism Society (s/f). *What is Ecotourism?* Disponible en: http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_Society.htm (Consulta: 2012, mayo 14).

The New York Times. (2009, diciembre 24). *One in 8 million*. (Audiogalería en línea). Disponible en: <http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1-in-8-million/index.html> (Consulta: 2011, octubre 31).

The New York Times. (s.f.) *Todd Heisler*. (Artículo en Línea). Disponible en: http://topics.nytimes.com/topics/reference/timestopics/people/h/todd_heisler/index.html (Consulta: 2011, noviembre 29).

Wikipedia. (s/f). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano Declaración de Estocolmo (1972)*. (Documento en línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Cumbre_de_la_Tierra_de_Estocolmo (Consulta: 2012, mayo 19).

ANEXO A

Entrevista a experto Iván González –Jefe de Fotografía de la Cadena Capriles (Ultimas Noticias, Líder, Mundo Economía y Negocios, y Urbe), febrero de 2011, Caracas.

SM: ¿Cómo describe las audiogalerías?

IG: Las audiogalerías son reportajes de largo aliento. El término real, que es en inglés, es *audioslideshow* y acá le dimos vuelta a la cabeza hasta que conseguimos ese nombre. Las audiogalerías son reportajes fotográficos, contamos historias con fotografías y sonidos. Básicamente usamos dos tipos de sonido, el sonido de ambiente o de fondo, el sonido para crear una atmósfera, y el sonido de la entrevista principal o del personaje.

SM: ¿Cómo incluyen el formato de audiogalerías en la Cadena Capriles?

IG: Nosotros, aquí lo usamos directamente para contar historias de vida, no para hacer clips promocionales. Si me dicen para salir a la calle y hacer encuestas en audiogalerías, yo diría que no, eso es video ¿Qué historia vas a contar con una foto de un anónimo en la calle y un testimonio de cinco segundos?

SM: ¿Cuáles son los atractivos que encuentra en la audiogalería?

IG: A mí me gusta ese formato porque me conecta con el personaje mucho más que la pauta diaria, en un día un fotógrafo de prensa puede cubrir tres cosas diferentes y dependiendo de la hora de cierre del periódico, así que no puede estar esperando la inspiración.

Este formato, trabajando organizadamente, permite estar con el personaje inclusive hasta en tres sesiones. Porque para contar la historia yo necesito saber quién es el personaje, qué hace, con quienes se relaciona y en qué espacio.

La audiogalería es permanente, porque es Internet y eso siempre va a estar ahí, en cambio en el periódico va muriendo todos los días, la nota que sale hoy ya no sale mañana, en cambio la audiogalería queda.

Otra cualidad que tiene la audiogalería es que al hacerle una entrevista al personaje lo conozco más, y en ese conocerlo más obtengo pistas, pistas fotográficas. Y estableces una relación con el personaje, lo que te permite crear confianza y evitar la pose.

Me gusta la audiogalería porque así yo me abro a los demás y los demás se abren conmigo.

SM: ¿Qué recomendaría a quienes quieran trabajar en este formato?

IG: La audiogalería tiene una parte técnica, no todo es muy romántico, que empieza por el equipo: si no tienes las herramientas adecuadas hasta ahí llegaste. Por supuesto, el violín no hace al violinista y la cámara no hace al fotógrafo, pero es necesario un estándar para obtener un producto de calidad.

Partiendo de una buena grabadora con excelente resolución y bastante memoria. Hay que tomar en cuenta las técnicas para la entrevista. Mirar a los ojos para lograr intimidad y que la persona te tenga respeto. Hacer buenas preguntas y evitar interrumpir, sea con comentarios o sonidos.

Hay que saber abrir y saber cerrar el producto. Que el resto va a salir sólo. En el desarrollo, como fotógrafo, yo suelo jugar con la óptica y con los ángulos visuales, por eso vas a ver en mis trabajos que hay secuencias: yo intercalo detalle, con planos americanos, con planos medios, con macro, y vuelvo a un detalle, para que se sienta dinámico, no porque pase rápido sino que tenga ritmo, variedad visual.

Necesitamos crear momentos y por eso necesitamos que las preguntas estén bien pensadas. Aprender a hacer silencios. Grabar la habitación, el sonido de ambiente, para tapar los baches a la hora de editar.

SM: ¿Qué tan importante es el sonido ambiente?

IG: La entrevista te da al ser humano, pero ese ser humano se mueve en escenarios y esos escenarios se consiguen con el sonido de ambiente, que no tienen que identificarte el lugar del todo, porque los detalles no importan sino que necesitamos la sensación.

SM: ¿Qué software utiliza para crear las audiogalerías?

IG: Yo utilizo dos programas, uno para editar el audio y otro para armar la audiogalería. *Audacity* para el audio y *Lightroom* para editar las fotos. *Photoshop* para hacer las láminas de de texto que identifican a los personajes y el lugar.

Para hacer la producción audiovisual yo uso el SoundSlidePlus. Que trabaja solamente con JPG y MP3. Y es bastante amable.

SM: ¿Maneja algún manual o reglas para trabajar este formato?

IG: La audiogalería nació de la necesidad de comunicar, de echar un cuento a través de imágenes y sonidos. No existen normas, las que están me las he creado yo mismo para ponerme límites y poder disciplinarme.

Las audiogalerías son de un minuto y medio a tres minutos. Es un formato periodístico, es una narrativa visual y se vale por sí solo. Se edita primero el audio y después las fotos.

Lo más importante para un fotoperiodista es saber qué quieres comunicar. Y promuevo la idea de transmitir una sensación, la fotografía no es sólo verbo, que si lo es pero puede ir más allá. No vas a hacer una crónica, porque para eso está el periódico y los libros.

SM: ¿Por qué cree que los comunicadores y fotógrafos le dan tanta importancia a publicar en Internet?

En la audiogalería el espacio es mínimo y la permanencia es máxima. El internet te permite mercadear tu trabajo muy fácilmente.

Al tener un trabajo multimedia es posible distribuirlo en varias plataformas, en papel, en radio, en digital.


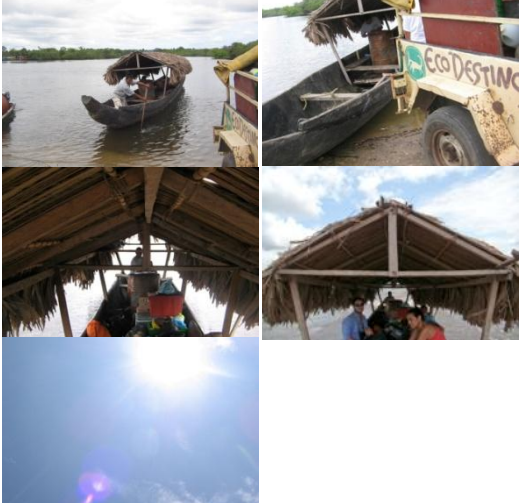

SM: ¿Creen que en las universidades se deba enseñar a trabajar con estos nuevos formatos?

IG: ¿En las universidades dan (fotografía) digital? ¿Dan nuevas narrativas? Aunque yo me crié en un laboratorio, blanco y negro, supe revelar a color, supe a revelar diapositivas, pero el tema ahora es digital, y no entiendo cómo la universidad todavía enseñan película, ¿Por qué no dan reportajes multimedia? Es absurdo.











ANEXO B

Escaletas para la producción de audiogalerías



Las Aguas

Tiempo	Fotos	Temas
00:00 00:20		<p>Salida temprano desde Puerto Ayacucho</p> <p>Clima, vegetación, formaciones morfológicas en el camino</p> <p>Llegada al puerto de Samariapo</p>
00:21 00:41		<p>Bongo de Ecodestinos</p> <p>Salida desde el río Samariapo</p> <p>Inicio de la aventura</p>
00:42 01:00		<p>Ocho horas de viaje hasta SFA</p> <p>Calma y tranquilidad</p> <p>Sonido ambiente (motor, agua, etc)</p>

			
<p>01:01 01:20</p>			
<p>01:21 01:41</p>			
<p>01:42 02:00</p>			<p>Un río para dos países. Guerrilla colombiana Refugio</p>
<p>02:01 02:20</p>			

			
<p>02:21 02:41</p>	  	 	
<p>02:42 03:00</p>	 	 	<p>Las ansias acabó con los juegos y quedamos rendidos esperando llegar a SFA cuando se hizo de noche</p>

Capital Olvidada




Tiempo	Fotos	Temas
00:00		<p>Inicia el recorrido por San Fernando de Atabapo</p> <p>Fecha de fundación y ubicación</p> <p>La atemporalidad, el tiempo se congela en Atabapo</p> <p>Con un pie en el pasado y otro en el presente</p>
00:21		<p>“La espera”. Los habitantes esperan</p>
00:41		<p>El medio de transporte más popular</p> <p>Sortean mejor el accidentado asfalto</p> <p>Son más económicas de trasladar por el río en chalanas</p>
01:00		

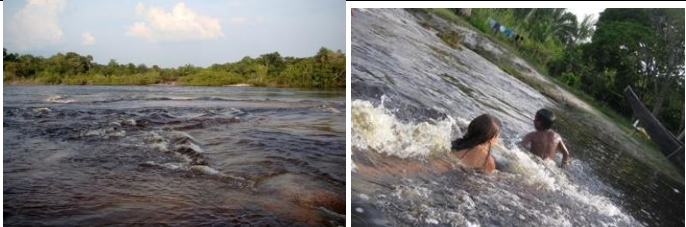

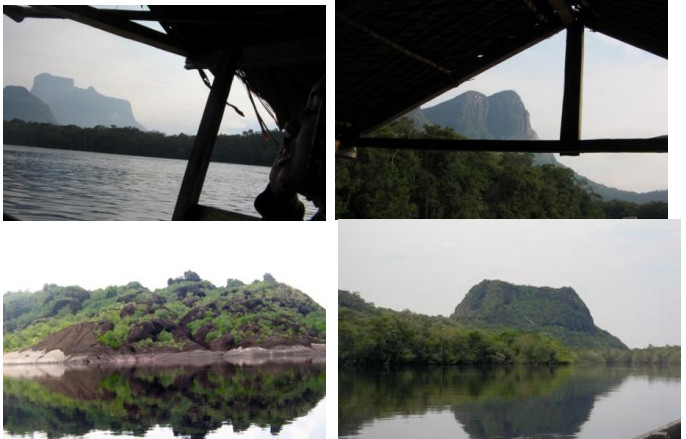

<p>01:01</p> <p>01:20</p>		
<p>01:21</p> <p>01:41</p>		
<p>01:42</p> <p>02:00</p>		




<p>02:01</p>		<p>Don Pascual Silva Paminare, cronista del municipio</p>
<p>02:20 02:21</p>		<p>La parada es corta El tiempo apremia</p> <p>Subimos por el río Atabapo para llegar hasta "Boca de Sipapo"</p> <p>Y pernoctar en un pequeño refugio antes de continuar el viaje por la selva amazónica</p>
<p>02:41</p>		

El Árbol de la Vida

Tiempo	Fotos	Temas
00:00		<p>La ironía de este viaje es que la gente asume que será lleno de adrenalina y peligros</p> <p>Tiene sus riesgos pero la calma reina en la selva</p> <p>Poco a poco los caminos se estrechan y algunos obstáculos aparecen</p>
00:20		<p>Sonido del machete</p> <p>Adrián, diminuto héroe de este viaje</p> <p>Guía, cocinero, enfermero y confidente de nuestros temores frente a lo desconocido</p> <p>Pero los obstáculos traen su recompensa y sin darnos cuenta hemos llegado al Autana</p>
00:41		<p>Una montaña sagrada para los pueblos indígenas, creadora del mundo y madre de nuestros antepasados</p>

<p>00:42 \ 01:00</p>		<p>No perdemos tiempo y nos alistamos para la caminata hasta el mirador</p> <p>El nivel del río no nos permite acercarnos hasta el cerro para apreciar más de cerca el Autana</p> <p>La tarántula, tímida</p> <p>Al llegar la sensación de victoria es indescriptible</p>
<p>01:01 01:20</p>		<p>El cansancio es físico pero también es abrumadora la revelación emocional</p> <p>Hora de volver y descansar</p>
<p>01:21</p>		<p>En Ceguera los niños juegan en el río, cerca de los raudales con total inocencia y felicidad</p>

01:41		
01:42 02:00		Leyenda Piaroa del árbol de la vida
02:01 02:20		
02:21 02:41		

02:42 03:00			
			

Ruta Día 1

Desde Puerto Ayacucho hasta San Fernando de Atabapo



Ruta Día 3

Desde Sipapo hasta Ceguera (Cerro Autana)



Ruta Día 2

Desde San Fernando de Atabapo hasta Sipapo

