

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

FECHA DE ENTREGA: \_\_\_\_\_ MARZO 2015 \_\_\_\_\_

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

Yo, (Nosotros) \_\_\_\_\_ Verónica Asuf y Alirio Díaz \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, autor(es) del trabajo: \_\_\_\_\_ Enmochílate. Programa de televisión \_\_\_\_\_  
para la promoción del turismo alternativo en Venezuela: turismo de mochila en el siglo XXI \_\_\_\_\_

Presentado para optar: \_\_\_\_\_ a la Licenciatura en Comunicación 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 Nº 4.638 Extraordinaria, 01-10-1993).*

x	Si autorizo
	Autorizo después de 1 año
	No autorizo

*Firma(s) autor (es)*

Verónica Asuf \_\_\_\_\_  
C.I. Nº \_\_\_\_\_ 19.317.692 \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_ asufveronica@gmail.com \_\_\_\_\_

Alirio Díaz \_\_\_\_\_  
C.I. Nº \_\_\_\_\_ 19.817.320 \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_ aliriodiaz2291@gmail.com \_\_\_\_\_

*Por el equipo*

\_\_\_\_\_  
C.I. Nº \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
C.I. Nº \_\_\_\_\_  
e-mail: \_\_\_\_\_

En \_\_\_\_\_ Caracas \_\_\_\_\_, a los \_\_\_\_\_ 18 \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ marzo \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2015 \_\_\_\_\_

**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: \_\_\_\_\_ Enmochílate \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN  
Escuela de Comunicación Social

***ENMOCHÍLATE***

Programa de televisión para la promoción del turismo alternativo en Venezuela:  
turismo de mochila en el siglo XXI

Trabajo de grado para optar a la Licenciatura en Comunicación Social

**Autores:**

Azuf, Verónica

Díaz, Alirio

**Tutor:**

Profesor Alejandro Terenzani

**Febrero, 2015**



*ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV*  
*Fundada el 24 de Octubre de 1946*

### CONSTANCIA DE CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quien suscribe, profesor Miguel Ángel 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 la ciudadana VERONICA P. ASUF G., portadora de la Cédula de Identidad N° 19.317.692, presentó y aprobó su Trabajo de Licenciatura con la calificación APROBADO SOBRESALIENTE MENCIÓN DIFUSIÓN, tal como consta en el Acta firmada por el jurado integrado por los profesores: Alejandro Terenzani (Tutor), Adriana Carmona, Nelsón Jiménez.

Constancia que se expide en Caracas, 26 días del mes de febrero de 2015.

  
Prof. Miguel Ángel Latouche R.  
Director

MALR/cmg.-

*Hacia el 50° 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

---

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



**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV**

*Fundada el 24 de Octubre de 1946*

**CONSTANCIA DE CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO**

Quien suscribe, profesor Miguel Ángel 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 ALIRIO DÍAZ L. portador de la Cédula de Identidad N° 19.817.320 presentó y aprobó su Trabajo de Licenciatura con la calificación **APROBADO SOBRESALIENTE MENCIÓN DIFUSIÓN**, tal como consta en el Acta firmada por el jurado integrado por los profesores: Alejandro Terenzani (Tutor), Adriana Carmona, Nelsón Jiménez.

Constancia que se expide en Caracas, **26 días** del mes de febrero de 2015.

**Prof. Miguel Ángel Latouche R.**  
**Director**

MALR/cmg.-

*Hacia el 50° 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

*"CIUDAD UNIVERSITARIA DE CARACAS – PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD"*

## **DEDICATORIA**

*A Margarita, mi hogar*

*A Chuao, mi patio de atrás*

*A mamá, papá y Andrea. No sé qué haría sin ustedes.*

**Verónica Asuf**

## DEDICATORIA

A ti, ya que esta *Victoria* lleva tu nombre

**Alirio Díaz**

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Andrea, por quien siempre quise ser ucevista*

*A mis padres, por el apoyo*

*A los que creyeron en mí y me acompañaron en mis noches de desvelo*

*A mis profesores, por perpetuar la Academia en nombre del amor al arte*

*A quien me hizo querer la UCV y reconciliarme con Caracas*

*A quienes colaboraron en este trabajo*

**Verónica Asuf**

## **AGRADECIMIENTOS**

*Por cada mensaje y llamada sin justificación  
durante estos cinco años,  
por ser la inspiración de esos "vamos que sí se puede"  
¡Gracias, Victoria!*

*A Lili y Ali,  
por tanto apoyo y consideración,  
como ustedes, ninguno.*

**Alirio Díaz**

**“Enmochílate” Programa de televisión para la promoción del turismo  
alternativo en Venezuela: turismo de mochila en el siglo XXI**

Autores: Asuf, Verónica

Díaz, Alirio

Tutor: Prof. Alejandro Terenzani

**Resumen**

Venezuela es un país que, gracias a su posición geopolítica, cuenta con una inmensa cantidad de paisajes, bellezas naturales y biodiversidad de fauna y flora, gracias a los diferentes climas de los que goza. Esto la convierte en un destino atractivo para muchos viajeros locales y foráneos. Sin embargo, situaciones críticas como la inseguridad, el conflicto político y la deficiente infraestructura turística impactan negativamente la práctica del turismo tradicional, o de masas, haciéndola débil.

Un planteamiento que intente cambiar esta situación, debe considerar la sensibilización del turista como elemento central, generando propuestas que le permitan conocer otro tipo de turismo, distinto al modelo tradicional de masas. En este punto surge el concepto de turismo alternativo, y dentro del mismo, el de turismo de mochila como una nueva oferta que apunta a cambiar paradigmas.

El turismo de mochila es una filosofía de vida que valora tanto el camino como el destino, que permite al turista un acercamiento participativo dentro de la localidad que visita y que incluye el respeto hacia los recursos naturales, culturales, gastronómicos y humanos.

Esta iniciativa promueve el desarrollo de una consciencia turística que lleve hacia una percepción favorable del turista local hacía lo propio y minimiza las posibles predisposiciones históricas que lo hacen escoger lo extranjero antes que lo nacional.

En el marco de lo antes expuesto, el programa “Enmochílate” pretende impulsar la promoción del turismo alternativo en general; y en específico, el turismo de mochila. Para ello, utilizará la televisión como medio de comunicación tradicional, considerado como el más popular gracias a la alta tasa de penetración en los hogares venezolanos.

**Palabras claves:** Turismo alternativo, turismo de mochila, programa piloto, televisión, turismo sostenible, Venezuela.

**“Enmochílate” Television program to promote alternative tourism in Venezuela:  
backpacking in the 21th century”**

Authors: Asuf, Verónica

Díaz, Alirio

Tutor: Prof. Alejandro Terenzani

**Abstract**

Venezuela is a country which, thanks to its geopolitical position, has an enormous amount of landscapes, natural beauty and biodiversity of fauna and flora, all because of the different climates that comes along with this location. These characteristics turn the country into an attractive destination for many local and foreign travelers. However, critical situations such as insecurity, political conflict and a poor tourism infrastructure impact negatively to mass tourism, making it weak.

An approach that attempts to change this situation has to take the tourist’s sensitization as the central element by generating proposals that allows them to recognize a kind of tourism different from the traditional model. At this point, the concept of alternative tourism arises and, within it, the concept of backpacking as a new offer that points to a change of paradigms.

Backpacking is a life philosophy that values both the route and the destination, allows tourists a participatory approach to the location they visit, and includes respect for natural, cultural, gastronomic and human resources.

This initiative promotes the development of a tourism awareness that leads to a favorable perception from the local tourist toward what they consider their own and minimizes possible historical predispositions that may cause them to choose foreigner over national.

In the context of the above, "Enmochílate" aims to enhance the promotion of alternative tourism in general; and specifically, of backpack tourism inside

Venezuela. To do this, it will be broadcasted through television as this traditional media is considered the most popular due to the high penetration rate in this country's households.

**Key words:** Alternative tourism, backpacking, pilot program, television, sustainable tourism, Venezuela.

## INDICE GENERAL DEL CONTENIDO

<b>Dedicatoria</b>	ii
<b>Agradecimiento</b>	iv
<b>Resumen</b>	vi
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPITULO I. EL PROBLEMA</b>	
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Objetivos de la investigación	6
1.2.1. Objetivo general	6
1.2.2. Objetivos específicos	6
1.3. Justificación	6
<b>CAPITULO II. MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. La televisión	9
2.1.1. Orígenes de la televisión	9
2.1.2. La televisión como medio de comunicación social	10
2.1.3. La televisión venezolana	10
2.1.4. Tipología de los programas de televisión	12
2.1.5. Proceso general de producción de un programa de televisión	13
2.1.5.1. Pre-producción	14
2.1.5.1.1. Pre-gira	15

2.1.5.1.2. Manual de producción	15
2.1.5.1.2.1. Guión de televisión	15
2.1.5.1.2.2. <i>Sets</i> o locaciones	16
2.1.5.1.2.3. Maquillaje	16
2.1.5.1.2.4. Vestuario	17
2.1.5.1.2.5. <i>Time table</i>	17
2.1.5.1.2.6. Ficha técnica	17
2.1.5.1.3. Factores de producción	17
2.1.5.1.3.1. Permisología	18
2.1.5.1.3.2. Logística	18
2.1.5.1.3.3. Transporte	18
2.1.5.1.3.4. Equipo técnico	19
2.1.5.1.3.4.1. Cámaras	19
2.1.5.1.3.4.2. Audio	20
2.1.5.1.3.5. Equipo humano	20
2.1.5.1.3.5.1. Director	20
2.1.5.1.3.5.2. Productor general o gerente de producción	21
2.1.5.1.3.5.3. Director de fotografía	21
2.1.5.1.3.5.4. Director de arte	21
2.1.5.1.3.5.5. Sonidista	22
2.1.5.1.3.5.6. Camarógrafo	22
2.1.5.1.3.5.7. Talento	22
2.1.5.2. Producción	23
2.1.5.3. Post-producción	23

2.1.5.3.1. Edición y montaje	23
2.1.5.3.2. Post-producción digital	24
2.1.5.3.2.1. Musicalización	24
2.1.5.3.2.2. Locución	24
2.1.5.3.2.3. Efectos especiales/animación	25
2.2. Turismo	26
2.2.1. Antecedentes del turismo	26
2.2.2. Del turismo de masas a los tipos de turismo alternativo	28
2.2.2.1. Turismo tradicional o de masas	29
2.2.2.2. Turismo alternativo	31
2.2.2.2.1. Modalidades del turismo alternativo	33
2.2.2.2.1.1. Ecoturismo	34
2.2.2.2.1.2. Turismo de aventura	36
2.2.2.2.1.3. Turismo rural	37
2.2.2.2.2. Turismo de mochila	38
2.2.2.2.2.1. <i>Hippie trail</i> (sendero <i>hippie</i> )	39
2.2.2.2.2.2. Perfil del mochilero	40
2.3. Reseña de Chuao	41

### **CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Metodología de la investigación	44
3.1.1. Nivel de la investigación	44
3.1.2. Diseño de la investigación	45
3.1.3. Proyecto factible	45

3.1.3.1. Diagnóstico de necesidades	45
3.1.3.2. Planteamiento de la propuesta	46
3.1.4. Universo y muestra	46
3.1.4.1. Universo	46
3.1.4.2. Muestra	46
3.1.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos	47
3.1.5.1. La entrevista	47
3.1.5.1.1. Cuestionario	47
3.1.5.2. La observación	48
3.1.5.3. Revisión documental	48
3.1.6. Técnica de análisis de datos	48

#### **CAPITULO IV. LA PROPUESTA**

4.1. Surgimiento de la idea	50
4.2. Sinopsis del programa	51
4.3. Nombre del programa	51
4.4. Presentador del programa	52
4.5. Horario de transmisión del programa	52
4.6. Público objetivo del programa	53
4.7. Lenguaje del programa	53
4.8. Estructura del programa	53
4.9. Paquete gráfico del programa	53
4.9.1. Logotipo	53
4.9.2. Barra informativa o <i>insert</i>	54

4.9.3. Paleta de colores	55
4.10. Programa piloto	55
4.10.1. Tiempos de ejecución	55
4.10.1.1. Pre-producción	55
4.10.1.1.1. Pre-gira	56
4.10.1.1.2. Locación: Chuao como destino piloto	56
4.10.1.1.3. Maquillaje	57
4.10.1.1.4. Vestuario	57
4.10.1.1.5. <i>Time table</i>	57
4.10.1.1.6. Ficha técnica	59
4.10.1.1.7. Permisología	59
4.10.1.1.8. Transporte	59
4.10.1.1.9. Cámara	60
4.10.1.1.10. Audio	60
4.10.1.2. Producción	60
4.10.1.3. Post-producción	60
4.10.1.3.1. Musicalización	61
4.10.1.3.2. Locución	61
4.10.2. Gastos de producción	61
4.10.2.1. Equipo y presupuesto	61
4.11. Factibilidad del programa	62
4.12. Sustentabilidad del programa	63
4.12.1. Publicidad	63
4.12.2. Financiamiento del Estado	63

4.13. Guiones del programa piloto	64
4.13.1. Guión literario	65
4.13.2. Guión técnico	69
4.14. Proyección a futuro del programa: próximos episodios	102
<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES</b>	104
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	108
<b>ANEXOS</b>	113

## INTRODUCCIÓN

En Venezuela el turismo ha perdido gran relevancia como herramienta de desarrollo. La dependencia de nuestra economía en el modelo petrolero rentista ha dificultado el crecimiento del área turística como actividad económica. Esta razón, aunada a los acrecentados precios a los que se enfrenta el turista, específicamente el local, a la hora de conocer la geografía del país contribuye a que esta actividad se mantenga bajo perfil.

Sin embargo, en las décadas de 1960 y 1970, se origina una manera de hacer turismo de bajo costo y que responde a las necesidades de esas personas que desean realizar esta actividad en el país cuando los factores económicos lo dificultan. Con el movimiento *hippie* originado en los Estados Unidos, surge un modo de viajar que aún hoy es usado alrededor del mundo y que en muchos casos se ha convertido en un estilo de vida: el *backpaking*, o, como se conoce en países latinos, el “turismo de mochila”.

Esta manera de viajar se apega muy bien a las nuevas prioridades que, en esta época, emergen a la hora de hacer turismo: tiene un bajo costo, lo cual significa un alivio para el bolsillo del turista y ayuda a incrementar las economías locales, puesto que para el mochilero, el trayecto, que incluye esas pequeñas locaciones por las cuales ha de pasar antes de llegar al destino, también es muy importante. Para el turista mochilero, la ruta para llegar a la localidad que se quiere visitar es en sí la esencia de este tipo de turismo.

Pese a estas ventajas, en Venezuela esta manera de hacer turismo, aunque escuchada, es poco utilizada para conocer nuestra geografía. Se conoce mayormente como un fenómeno europeo que ha llegado a algunos países latinoamericanos (como Argentina) pero no al nuestro.

Es por esto que, de una u otra manera, debe hacerse frente ante el desconocimiento que existe sobre este tipo de actividades que pueden realizarse

fácilmente en el país. Al impulsar este modo de hacer turismo responsable se colaborará a corto plazo a ampliar, ante los ojos del potencial viajero, la gama de opciones al momento de decidir hacer turismo, ya que se ofrecerá una alternativa beneficiosa y amigable con su bolsillo, que colabora con la causa medioambiental al evitar poner en riesgo el futuro del atractivo turístico, que ayuda al crecimiento progresivo de las economías locales y que refuerza, a largo plazo, los lazos del venezolano con la cultura de su país.

Al realizar una búsqueda en la Web sobre las parrillas de programación de los diferentes canales del país, se pudo observar que es muy escasa la programación dirigida a impulsar el turismo. Y específicamente del turismo de mochila, actualmente no se transmite ningún programa de televisión.

Ante esto se plantea la realización de un programa televisivo que muestre las ventajas de realizar el turismo de mochila y que refleje esta visión de lo que significa hacer turismo en el país; un programa de televisión que rescate la belleza (geográfica y humana) de Venezuela.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

El consumo audiovisual nacional de productos culturales y modos de expresión que no sean ajenos a los hábitos y costumbres de Venezuela debe crecer, y para eso, la producción nacional debe dar ofertas audiovisuales con contenido autóctono y con formas atractivas para la mayoría de los venezolanos, que no sólo informe y eduque, sino que entretenga.

Ese fenómeno invita a reflexionar sobre la oferta de los programas actuales en la televisión venezolana: la programación diaria de este medio ha sido capitalizada por programas de corte informativo, de entretenimiento estilo *magazines*, deportivos y proyectos dramáticos, dígase, telenovelas. Sin embargo, los programas que reflejan las bondades de Venezuela se hacen en canales poco vistos y en formatos documentales que no llegan a un rating significativo, lo cual los convierte en una competencia débil frente a las programaciones de los demás canales.

El programa propuesto en este proyecto, además de apoyarse en el poder de penetración propio de la televisión para llegar al público, ofrecerá un estilo y una presentación realista, entretenida y cercana a la audiencia, que ayudará a posicionar la cultura venezolana como atractivo turístico y despertará el sentido de pertenencia del venezolano con la cultura de su tierra y, por ende, repercutirá en el desarrollo de una conciencia turística.

En el marco de lo expuesto anteriormente, este proyecto se plantea promover ese despertar, realizando un programa con contenidos que aborden el turismo alternativo en general y, en específico, el turismo de mochila. La característica que hace oportuno este tipo de turismo para el rescate de la conciencia turística consiste

en que aquellos que lo practican (los llamados “mochileros”) desarrollan una mayor sensibilidad hacia el potencial turístico del país que recorren.

Estas personas reconocen al andar la importancia del trayecto para ir descubriendo al otro y a él mismo. El turismo de mochila es un modo de acercamiento que permite un involucramiento activo dentro de la cultura local que se visita, de forma que no sólo se conozca, sino que se experimenta, se vive. De esta manera se abren los ojos hacia realidades –más allá de destinos- de las cuales se saca casi siempre un aprendizaje.

Se ha detectado que en nuestro país, Venezuela, no existe un programa que aborde este tipo de acercamiento con cobertura televisiva nacional, convirtiéndose entonces esto, en otra de las razones que motivan esta propuesta.

Desarrollar programas que promuevan alternativas turísticas como el turismo de mochila, apunta no solo al acercamiento del turista local a sus raíces, sino que además genera beneficios a las comunidades que visita en sus recorridos aportando elementos de valor a nivel personal (basados en el enriquecimiento derivado del intercambio cultural) y económico (apoyando el surgimiento de sistemas sustentables e independientes).

Adicionalmente, la situación económica actual del país, los mecanismos cambiarios restrictivos y poco prácticos, la reducción en la oferta de pasajes aéreos y el excesivo costo de ellos, son elementos que en muchos casos inhiben el acceso a la oferta turística internacional para muchas personas. Esta situación exhorta a los turistas venezolanos a voltear la mirada hacia la oferta nacional para satisfacer sus necesidades de disfrute y esparcimiento.

Si bien se ha determinado que uno de los obstáculos con los que las personas se tropiezan a la hora de intentar practicar el turismo de mochila es el nivel de inseguridad que se vive en el país, se debe recordar que el turismo es adaptable a las realidades de cada sociedad; de esta forma, se advierte que, si bien la esencia es la

misma, el formato internacional del turismo de mochila se configurará, en este caso, de acuerdo a las condiciones y particularidades de las rutas en Venezuela.

Siguiendo esta idea, muchos mochileros venezolanos han puesto en práctica ciertas maniobras a fin de minimizar las posibilidades de un encuentro violento con grupos antisociales.

Un dato muy importante, es investigar cómo ha estado la zona en el último año, y si es una ruta por la cual han robado antes, como por ejemplo el Turmero-Chuao, lo ideal es iniciar la ruta lo más temprano posible de la mañana, casi que si puedes estar en la entrada del parque con la salida del sol, pues sería lo ideal, lo cual además, te ayuda a evitar una pronta deshidratación por el calor del día. (M. J., Simón, Comunicación Personal, febrero 18, 2014).

Dicho esto, debe aclararse que Enmochílate no negará los evidentes índices de inseguridad del país, por el contrario, trabajará tomándolos en cuenta sin llegar a convertirlos en una razón más que vaya en detrimento de la práctica del turismo alternativo o del turismo de mochila. Para ello, se refuerza la idea de rescatar la esencia de este modo de viaje y permitirse añadir, configurar o eliminar ciertas prácticas que no sean responsablemente realizables según el contexto y la realidad venezolana.

En resumen, para solventar esta problemática sobre el poco ahondamiento que se ha realizado en los programas de televisión sobre el turismo, y específicamente sobre el turismo de mochila, se ha decidido realizar un programa piloto llamado Enmochílate que permita explorar esta modalidad poco tratada en la pantalla nacional de nuestro país. Este producto promoverá la práctica del turismo en Venezuela a partir de las ventajas que ofrece el turismo alternativo, además que permitirá al espectador conocer las rutas más atractivas para llegar a los destinos venezolanos, aportándole así un aspecto novedoso.

## **1.2. Objetivos**

### 1.2.1. Objetivo general:

Crear y producir un programa de televisión que promueva el turismo de mochila dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela.

### 1.2.2. Objetivos específicos:

- a) Documentar esquemáticamente el turismo de mochila como movimiento internacional para determinar las características que se pueden adoptar dentro de la realidad socio-económica y la geografía de Venezuela.
- b) Tipificar el turismo de mochila dentro de los conceptos de turismo reconocidos según los autores que se consulten.
- c) Establecer las pautas necesarias para la producción de un programa de televisión que, enfocado en el turismo de mochila, sea viable y atractivo para su posible inserción en el mercado.
- d) Diseñar el guión del programa y producir el piloto sobre turismo de mochila nacional con una duración máxima de una hora, incluyendo los cortes para la publicidad.

## **1.3. Justificación**

La actividad turística es una actividad económica con muchos beneficios para el país que lo practique. Venezuela reconoce este hecho y lo incluye en el artículo 310 de su Carta Magna de la siguiente manera: “el turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable.”

Tomando en cuenta esto, la promoción que se haga de esta actividad dentro del país es clave para ayudar al desarrollo del sector; pero no un desarrollo cualquiera, se trata de un *desarrollo sustentable*, se trata entonces de promocionar el

turismo responsable, con conciencia, como el que propone el turismo de mochila, con una visión que minimiza la huella del viajero y protege la preservación del ambiente (natural o social) que se visita.

Este tipo de turismo, alternativo al turismo popular de masas, debe tener espacios de promoción que lo den a conocer como una opción viable de recorrer el país, pero actualmente son pocos los medios de comunicación que le dan ese valor, sobre todo si hablamos de un medio tan histórico y tradicional como la televisión. Como profesionales de la comunicación, el deber reside en solucionar este tipo de problemas que desaceleren el desarrollo social del país.

Esta carencia de programas turísticos alternativos en la parrilla de programación de las televisoras nacionales es el motor que movió a los autores del presente trabajo a decidir gestar de esta investigación un piloto televisivo que sea factible de exportar al mercado.

La decisión de usar este medio, la televisión, para la transmisión de este programa tiene dos razones principales: una, la combinación simultánea de dos ejercicios sensoriales: el de ver y escuchar, lo que, en sus inicios, creó una experiencia nueva y diferente para las audiencias, acostumbradas a medios mono sensoriales como la radio; y dos, la penetración del medio en sociedades como la venezolana.

Con la combinación de sentidos expuesta en la primera razón, el mensaje se exhibe más claro y de acuerdo a la realidad, con menos cabida a malas interpretaciones que puedan surgir, por ejemplo, de un programa radial, donde se apelaría al imaginario del radioescucha. Desde la televisión, lo bueno y lo no tan bueno se muestran al telespectador en un intento de evitar desilusiones o desaventuras al viajero que luego camine las rutas y visite los lugares que se han mostrado en el programa.

En el caso de la penetración del medio dentro del hogar venezolano aumenta las posibilidades de que Enmochílate y su mensaje sea recibido más ampliamente a un público que no está familiarizado con el turismo de mochila.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La televisión

##### 2.1.1. Orígenes de la televisión

De acuerdo a lo expresado por Sanjuán (2007), "las primeras transmisiones de imágenes se realizaron a mediados del siglo XIX, para este entonces el término *televisión* no era nombrado comúnmente ni se conocía su significado" (p.1). Esa pantalla cuadrada comenzó a escribir su historia gracias al desarrollo de dos inventos específicos: el tubo de rayos catódicos, desarrollado por Karl Ferdinand; y el tubo disector de imágenes, creado por el estadounidense Philo Taylor Farnsworth. Hacia 1920, y como resultado de estos dos acontecimientos, surgen los dos primeros modelos de televisión, la mecánica y la electrónica (Sanjuán, 2007, p.1).

En 1926, el ingeniero escocés John Logie Baird utilizó este sistema para demostrar la transmisión eléctrica de imágenes en movimiento. Desde entonces, arrancarían todo este fenómeno cuando Baird crea su primera compañía en colaboración con lo que hoy es conocido como la BBC de Londres. Sería allí donde comenzaría a realizar sus primeras transmisiones de prueba (Sanjuán, 2007, p.2).

Estos serían los primeros avances que dieron pie a una serie de desarrollos que fueron optimizando la calidad de las imágenes que hoy en día se observan. Por ejemplo, el desarrollo de la televisión electrónica, gracias al iconoscopio introducido por el ruso-norteamericano Vladimir Zworykin, permitió superar la calidad, contando las horas de la televisión mecánica.

Este fue tan solo el despegue de la serie de actualizaciones a las que se incorporaría la televisión, en cuanto a los aspectos técnicos. Con el pasar de los años, la televisión se convertiría en un actor con mucho más poder y protagonismo. Esto ocurriría al tomar el papel de medio de comunicación social.

### **2.1.2. La televisión como medio de comunicación social**

Desde su aparición, la televisión comenzó a jugar un papel importante dentro de la sociedad. Y es que esas imágenes en movimiento, que significaron la atracción principal de su descubrimiento, causaban un efecto en los receptores. De esta forma, Ramírez (2005) nos dice:

Los medios de comunicación social plasman al hombre y a la sociedad y forjan una nueva cultura, producto de civilización audiovisual. La exigencia moderna de “estar informados” se convierte en una regla para los medios. En efecto, con la llegada de una nueva Era, las comunicaciones se han expandido considerablemente influyendo profundamente en las culturas de todo el mundo (p.1).

Y en este sentido, la televisión caló en los hogares del mundo. Niños, niñas y familias enteras reunidas para observar lo que se dice y lo que se ve a través de la pantalla. Desde ese momento en adelante, la configuración de los muebles de los hogares estaría apuntando a la televisión. Es allí cuando se ve como un ente transformador, como un comunicador de la sociedad. Ya no observaríamos la televisión como un aparato para transmitir imágenes en movimiento; la veríamos como un medio para comunicar ideas. Y estas ideas serían transmitidas en diferentes formatos, resaltando entre ellos los programas que llevan mensajes a la sociedad, bien sean recreativos, educativos o noticiosos.

### **2.1.3. La televisión venezolana**

Latinoamérica en particular recibió los avances tecnológicos mucho después que los países del otro lado del mundo. Lo mismo ocurrió con la televisión, cuyos inicios “datan del año 1952. Aunque el primer canal creado es TVN-5, que surge bajo el control directo del Estado” (Pellegrino, Cañizales y Aguiere, 1999, p.19). Sin embargo, según estos autores, el carácter comercial siempre estuvo presente en la televisión venezolana.

Por otro lado, Bisbal (2005), afirma que:

En Venezuela, al igual que en Argentina, Colombia y Perú, la televisión se inicia como medio estatal, aunque rápidamente irán surgiendo nuevas estaciones con patrones de televisión privada-comercial, casi nula reglamentación y gran influencia y penetración de las transnacionales norteamericanas. (p. 33)

En el año 1953 nace Televisa, conocido hoy como Venevisión. Ese mismo año es fundada Radio Caracas Televisión (RCTV) bajo el dominio del grupo Phelps y RCA. Once años más tarde, en 1964, sale a la luz pública La Cadena Venezolana de Televisión (CVTV), canal 8, controlada por el Grupo Wollmer, asociado a Time -Life. Durante toda una década, esta cadena funcionó como canal privado para luego pasar a manos del Estado en el transcurso del primer gobierno de Carlos Andrés Pérez (Pellegrino, Cañizales y Aguirre, 1999).

En los años 60, el canal 4 pasa a ser de la familia Cisneros y el 42% a la cadena estadounidense ABC. La competencia de esta televisora, la NBC, compraría el 20% de RCTV y la CBS se asocia a CVTV.

Paralelas a estas televisoras, también se comenzó a explotar el espacio audiovisual en varias localidades del país. En la década de los 50 y 60, en Maracaibo, funcionó Ondas del Lago TV; en Valencia, Teletrece y, en Caracas, el canal 11. Estos tres canales cerraron por problemas económicos y por mala gerencia. Ya los medios de comunicación comenzaron a visualizarse como un negocio. Ante esto Bisbal (2005) afirma que:

Ya para finales de la década de los años 50 la televisión se perfilaba como un gran negocio y alguien llegó a expresar que sería el negocio de la segunda mitad del siglo XX y que tendría su ola expansiva en el siglo XXI (p.36).

En 1979, durante el Gobierno de Luis Herrera Campins se decretó el uso del color en la televisión venezolana y, a partir de los años 80, comenzaron a darse novedades en la pantalla chica. Aparece Teleboconó, en Boconó; la Televisora Andina de Mérida (TAM); en Puerto Ayacucho nace Amavisión; mientras que para los estados Nueva Esparta, Anzoátegui, Sucre y Monagas se inician las transmisiones de Telecaribe. A finales de los 80, aparece la Televisora Regional del Táchira, de la cual, tras una larga polémica, se le entregó la concesión a la Arquidiócesis de Maracaibo, que dio inicio a Niños Cantores TV, cuya transmisión se expandiría después por todo Barquisimeto y Valencia.

Los años 80 también significaron un avance en el aspecto audiovisual para la región capital, y es que en 1988 nace la Corporación Televen. “Ese mismo año empezó a funcionar en Venezuela el primer servicio de TV por suscripción, Omnivisión, canal 12” (Pellegrino, Cañizales y Aguiere, 1999, p.20).

La década de los 90 fue el surgimiento de los canales especializados en Venezuela. Esos canales dedicarían su programación a temáticas específicas y con un público segmentado. Nacería para entonces Globovisión, con una programación mayormente informativa; Meridiano Televisión, dedicando su programación a los deportes y Puma TV, un canal musical.

#### **2.1.4. Tipología de los programas**

Según la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, aprobada por la Asamblea Nacional venezolana el 9 de diciembre del año 2004 para reglamentar la responsabilidad en los medios de comunicación social, los tipos de programas son:

- **Programa cultural y educativo:** este tipo de programas va dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en lo más alto de los valores humanísticos, la diversidad cultural, así como los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad.

- **Programa informativo:** este tipo de programa es en el que se difunde información de personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales, con un tratamiento de la información de forma verás e imparcial.
- **Programa de opinión:** estos programas se orientan en dar a conocer pensamientos, ideas, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, acontecimientos locales, nacionales e internacionales.
- **Programa recreativo o deportivo:** este tipo de programas está dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los ciudadanos y ciudadanas y no clasifique como programa culturas, informativo o de opinión.
- **Programa mixto:** es el programa que combina cualquiera de los programas mencionados anteriormente.

### **2.1.5. Proceso general de producción de un programa de televisión**

Todo programa de televisión debe pasar por un proceso de producción que permita determinar una idea, establecer lo factible que es llevar a cabo esta idea para luego materializarla. La producción es un elemento importante para la realización de cualquier mensaje audiovisual. Al respecto, Zettl (1999) expone que “producir significa buscar que una idea que vale la pena sea representada de una manera efectiva” (p.410). Según lo expresado por el autor, se puede definir a la producción audiovisual como, la materialización de ideas y contenidos para medios de comunicación, independientemente del soporte utilizado (audio, film, vídeo, vídeo digital) y de cualquier género.

La producción es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Paz (2002) la define como “la adecuada gestión y organización de los medios económicos, técnicos

y de las inteligencias que participan en un proyecto para sacarlo adelante” (p. 1). Se puede decir, según lo expresado por la autora, que debido a la importancia del proceso de producción, el modo de organizarlo será primordial para el éxito o fracaso de la obra.

Por su parte, Escalante (2005) cuando habla de producción, hace mención a que la misma, “es la columna vertebral de la programación, y así lo hace sentir su audiencia, quien se muestra satisfecha con los espacios transmitidos” (p.172).

Es decir, el principal objetivo de las diferentes producciones en general, según lo expresado anteriormente, es mantener cautivo y complacido al público, éste será siempre el punto de partida de cualquier trabajo audiovisual, transmitir programación con mensajes sin ningún tipo de vacío en cuanto a información. Villamizar (2005) afirma lo siguiente: “la producción plantea una serie de condiciones que deben cumplirse si se quiere garantizar un programa que reúna, a un tiempo, calidad e interés” (p.65).

Cuando se habla de producción es importante resaltar el proceso por el que pasa un proyecto determinado para poder obtener el producto final, estos son: pre-producción, producción y post-producción.

#### **2.1.5.1. Pre-producción**

La pre-producción, es la fase más importante del proceso de producción de un programa de televisión. Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la elaboración del proyecto. El equipo de producción atenderá a la resolución de los problemas que planteen las personas y procurará los medios precisos para la realización del programa. En primer lugar, se encargarán de la supervisión y corrección del guión técnico y literario. A su vez, los productores deben encargarse, en esta fase, de escoger el formato o género adecuado que deben usar para lo que se busca hacer y solventar todas las necesidades económicas que se necesiten para la realización del mismo.

El final de la fase de pre-producción se resume en la confección de un plan de trabajo en el que quedará programado las actividades que día a día se deberán efectuar para ajustarse a las previsiones del equipo de producción.

#### **2.1.5.1.1. Pre-gira**

La pre-gira se refiere al proceso de visitar los “diferentes lugares donde se va a grabar posteriormente [para] verificar, por ejemplo, qué tipo de electricidad hay, si se pueden enchufar los equipos, si necesito una iluminación en específico (...); es básico para cualquier grabación, sobre todo en exteriores” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.2. Manual de producción**

El manual de producción corresponde a los “libros o folletos que sirven para orientar a las personas que están trabajando en producción” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014). En este folleto se incluye los términos y condiciones bajo las cuales trabaja determinado equipo, “por ejemplo, el equipo de producción del magazine de tal canal (...) hace su propio manual de producción donde tiene los términos y las condiciones con las cuales ellos trabajan” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

##### **2.1.5.1.2.1. Guión de televisión:**

Según Carlos González Alonso (2004) el guión es “el texto destinado a ser producido, grabado y transmitido por un determinado medio de comunicación social”. También podemos decir que un guión es una pauta que le permite a una persona, en televisión, cumplir una serie de pasos, previamente establecidos, para la realización de un trabajo específico.

El guión es la estructura, es la guía para todo el equipo que trabaja dentro de una producción audiovisual. Lo debe entender no sólo los presentadores, el talento, sino también el director, los camarógrafos, toda la parte técnica debe tener ambas cosas y

debe ser utilizado por ambas partes del equipo (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014)

Normalmente, el guión completo debe realizarse antes de la grabación del episodio como tal, sin embargo, por el estilo del programa producto de esta tesis, donde la espontaneidad y la flexibilidad son los elementos de donde se sirven los mochileros, se elaboró un esquema que sirvió como escaleta donde se plantearon los aspectos generales que Enmochílate debía tratar.

#### **2.1.5.1.2.2. Sets o locaciones**

“El *set* normalmente nos referimos cuando estamos grabando dentro de un lugar, principalmente en un canal de televisión y es el lugar techado donde se está grabando algo” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

“Cuando hablamos de locaciones, principalmente es fuera de un estudio de grabación que puede ser, por ejemplo, un parque, la calle, la Asamblea Nacional o una casa en específico” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.2.3. Maquillaje**

Una parte importante de una producción televisiva es el maquillaje, sobre todo en estos tiempos donde la tecnología de punta ha supuesto un avance en la calidad de la imagen y los defectos son cada vez más notables. El maquillaje no debe verse únicamente como un proceso de perfeccionamiento de la imagen personal del talento sino como un arte que permite, incluso, una caracterización dentro del proyecto que se esté elaborando. “El maquillaje se debe adecuar según lo que se quiera transmitir: si es para dar información, si es para algo dramático, tiene que estar muy acorde a esto y en televisión, que todo es con luces, el maquillaje es primordial” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.2.4. Vestuario**

Como sucede con el maquillaje, el vestuario tiene que “adecuarse a lo que se quiere decir, al mensaje” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014), debe considerarse como un complemento del maquillaje y como parte armoniosa dentro del arte visual.

Ambos aspectos, maquillaje y vestuario, deben planificarse en la etapa de pre producción del proyecto audiovisual.

#### **2.1.5.1.2.5. Time table**

Se le denomina *time table* al calendario de trabajo en donde se detallan las acciones que se han de llevar a cabo diariamente. Según la profesora Osteriz, el *time table* es esa “guía de la grabación (...), esa tabla que nos va diciendo, más que por hora, por día qué debo ir haciendo” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014)

#### **2.1.5.1.2.6. Ficha técnica**

De acuerdo a la profesora Osteriz, la ficha técnica es una “descripción que me ayuda a identificar los personajes que luego van a salir en la producción audiovisual” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014). Pero además de eso, podemos agregar los nombres y cargos de los principales involucrados dentro de la producción audiovisual, incluso aquellos que no salen en pantalla, dígase: director, asistente de dirección, productor, camarógrafo, director de fotografía, etc.

#### **2.1.5.1.3. Factores de producción**

Para la realización exitosa de cualquier producto audiovisual se deben tomar en cuenta ciertos factores externos que influyen directamente en la buena consecución o no del proceso de producción. Los factores que se deben tomar en cuenta para la elaboración de un programa televisivo grabado en exteriores son: permisología, logística, transporte, equipo técnico y equipo humano.

#### **2.1.5.1.3.1. Permisología**

Para evitar gastos de tiempo, energía y capital, cualquier producción audiovisual debe asegurarse de contar con los permisos oficiales de las autoridades correspondientes según la localidad o infraestructura donde se plantee la grabación del programa.

Si es un programa dentro de un set, no necesitas, pero si es en exteriores evidentemente si necesitas la permisología y eso tiene que ser muy bien planificado, primero investigado, y luego hacer todo el proceso del papeleo en la etapa de pre producción (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

Sahagún (2012, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012, Comunicación Personal, enero 24, 2012) lo expresa de esta forma: “Si filmas en la calle, tienes que tener permiso de la alcaldía, si filmas en la playa también; si filmas en edificios, tienes que tener el permiso de la junta de condominio”.

#### **2.1.5.1.3.2. Logística**

Para Osteriz, la logística es una macro organización del proceso de pre producción audiovisual, incluye “no solamente quién va a llevar la permisología, sino cuál va a ser el transporte (...) quien se va a encargar del vestuario, del maquillaje, quien lleva los guiones impresos (...)”.

#### **2.1.5.1.3.3. Transporte**

Al igual que la permisología, el transporte es un elemento que se circunscribe dentro de la logística del proyecto audiovisual. “Depende, insisto, si es en exteriores y, por ejemplo, en Caracas hay que manejarlo con mucho cuidado por el tema del tráfico, entonces siempre hay que planificarlo con muchísimo tiempo” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

El transporte movilizará los equipos técnicos y a todo el personal necesario el

día de la grabación: el de producción y el talento.

#### **2.1.5.1.3.4. Equipo técnico**

Dentro del equipo técnico necesario para la consecución de cualquier producción audiovisual se incluyen tres elementos: las cámaras, las luces y el audio.

##### **2.1.5.1.3.4.1. Cámaras**

Las cámaras son la parte fundamental de cualquier producción audiovisual, sin ellas no podrían realizarse los productos televisivos a los que estamos acostumbrados.

En la actualidad, las cámaras se pueden clasificar, según su uso, en cámaras de estudio (EFP) o de terreno (ENG). Las primeras “están conectadas directamente a la sala técnica del estudio, es decir, son cámaras que sólo transportan la señal de video, no pueden grabar por sí solas” (S. Nicita, Comunicación Personal, noviembre 9, 2014).

Por su parte, las de terreno, también conocidas como “Camcorder”, sí incluyen un grabador que permite capturar la imagen en la cámara. Como lo explica el profesor Nicita: “La señal de video y audio generadas por la cámara y su micrófono correspondiente van directamente al grabador sin necesidad de cables” (Comunicación Personal, noviembre 9, 2014). Estas cámaras, si bien su clasificación es de “terreno”, actualmente pueden ser usadas para interiores siempre y cuando se ajusten los valores (balance de blancos, apertura del diafragma, etc).

La profesora en televisión, Erika Osteriz, lo explica así: “dependiendo del tipo de programa se elige con cuál trabajar; hay algunas cámaras que son mixtas, que (...) se pueden utilizar en ambos casos” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.3.4.2. Audio**

Si bien lo visual es importante, no se puede descuidar el audio de una producción para televisión.

Generalmente, para recoger el audio se utiliza dos tipos básicos de micrófonos: el *bomm* y el *lavalier* o balita. El primero es “un micrófono direccional montado o colado en un extremo de un soporte o brazo largo, que permite ser sostenido por una persona o trípode, fuera del encuadre de la cámara” (Sahagun, 2012, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012, Comunicación Personal, enero 24, 2012) y que es usado para recoger un audio ambiente limpio o libre de sonidos producidos por vientos. El segundo es un micrófono habitualmente usado para recoger voces, pues se trata de un dispositivo unidireccional de pequeño tamaño que al ser puesto dentro de la vestimenta de la persona, al ser inalámbrico, permite más libertad de movimiento.

#### **2.1.5.1.3.5. Equipo Humano**

Este equipo es la piedra angular de cualquier producción audiovisual, sin él ningún proyecto podría llevarse a cabo, aun contando con el equipo técnico. Comprende, entre otros, los cargos de: director, productor general, director de fotografía, director de arte, sonidista, camarógrafo y al talento.

##### **2.1.5.1.3.5.1. Director**

Russell, Lane y Whitehill definen a esta persona como aquel que “participa a la hora de asignar y dirigir al reparto, dirige al camarógrafo para componer cada cuadro, asume la responsabilidad por la escenografía y arma todo el espectáculo” (2005, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012).

Osteriz explica que el director es “la persona que se encarga de dirigir todo antes pero, sobre todo, en el momento en el que se está haciendo –un programa- y en la post-producción, en la edición (...) es como el gran jefe.” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014)

#### **2.1.5.1.3.5.2. Productor general o Gerente de producción**

Un productor es una persona que se encarga de llevar a cabo un trabajo en la televisión. El productor debe organizar todos los elementos necesarios para realizar un proyecto audiovisual y es el responsable de que este se realice con éxito.

Depende de la producción audiovisual y del canal donde se trabaje, a veces el productor general solamente se encarga de apoyar los proyectos y aprobarlos (...), dar algunas ideas y encargarse de conseguir el dinero. En otros casos (...), se encarga de, junto con los asistentes, buscar la permisología, el transporte, de estar pendiente de los guiones, detrás de los guionistas (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014)

#### **2.1.5.1.3.5.3. Director de fotografía**

En teoría, toda producción debe contar con un director de fotografía, la persona encargada de la composición audiovisual de la pieza, es decir, el “responsable del color, tonalidad, iluminación y sombras en la pantalla.” (Falcón y Camarillo, 1991, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012). Sin embargo, “para televisión casi no hay directores de fotografía por el tema del presupuesto” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014)

Si bien un director de fotografía se cree necesario e importante a la hora de la producción de un programa audiovisual sobre turismo, en la práctica, según la profesora Osteriz “en Venezuela, es muy difícil que en un programa de turismo haya un director de fotografía, por lo que te digo del presupuesto” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.3.5.4. Director de arte**

El director de arte es la persona que plasma artísticamente la idea del director, es el encargado de diseñar, armoniosa y congruentemente, todos los aspectos visuales que aparecerán en pantalla. De acuerdo a Osteriz, el director de arte “se encarga de

toda la imagen, desde el vestuario, los colores de ropa que deben utilizar los presentadores, la mosquita, el logo del programa, la música que debe tener.” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.3.5.5. Sonidista**

Cuando hablamos del sonidista, nos referimos a aquella persona que maneja todo lo que tiene que ver con el sonido o audios hablados, eso quiere decir que “coloca la balita, coloca el micrófono, se encarga de arreglar los audios y, luego en la edición, también de nivelarlos” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014). En algunas producciones el cargo de sonidista se puede mezclar con el de musicalizador; en ese caso, la persona encargada estaría “pendiente (...), en caso de ser necesario musicalizar, de buscar la música” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.1.3.5.6. Camarógrafo**

También conocidos como “los operadores de cámara, (...), son estas personas que normalmente se entrenan en el día a día de estar grabando en la calle o en un estudio y (...) tienen una afición especial por los colores, por las composiciones (...)” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

Un camarógrafo debe encargarse de las tomas de los planos o encuadres que el director le pida grabar, aunque, a veces, un camarógrafo muy experimentado pueda tener cierta libertad para trabajar bajo sus criterios.

#### **2.1.5.1.3.5.7. Talento**

El talento del programa, o reparto, “son aquellas personas que dan la cara, que salen -en pantalla- para hacer un programa audiovisual” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

Se debe tomar en cuenta que la imagen elegida para salir en pantalla es, en sí,

una representación de la marca o del programa y, como tal, debe ir en relación con los valores que se quieren comunicar.

### **2.1.5.2. Producción**

En la fase de producción y rodaje, se ponen en práctica todas las ideas pensadas en la fase de pre-producción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital (humano y monetario). El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales en la parte de producción.

### **2.1.5.3. Post-producción**

Por último, tenemos la post-producción, que consiste en la selección del material grabado. En este paso se eligen, en el caso de un programa de televisión, los *clips* útiles para la edición y montaje de la obra. También, en esta fase, se realiza el proceso de musicalización y se agregan al trabajo final las coetillas e *inserts*, es decir, todo el material gráfico que identificará y diferenciará al programa del resto de la programación. El equipo de producción se encarga, en este punto, de la obtención del producto final, es decir, el master de grabación a partir del cual se procederá al proceso de copia.

#### **2.1.5.3.1. Edición y montaje**

En la época analógica, la edición y montaje de una pieza audiovisual requería mucho trabajo manual y precisión de parte de los editores. Hoy en día, aunque sigue siendo un oficio peliagudo, la digitalización, ha logrado abrir un mundo de posibilidades anteriormente improbables de concebir en la etapa de post-producción audiovisual.

Osteriz concibe la edición y montaje como el proceso que “consiste en organizar el material para que quede lo que yo quería en mi etapa inicial de la pre producción (...)” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014). Sin embargo, aclara

que antes de que esto suceda debe haber un guión -elaborado en la pre-producción y corregido luego de la grabación- sobre el cual se ha de basar “la edición de todas las tomas con la música, los sonidos, con el audio” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

#### **2.1.5.3.2. Post-producción digital**

Dentro de la etapa de post-producción digital se encuentra la edición y montaje de la pieza audiovisual, ya que la edición analógica prácticamente ha desaparecido. Además de ese proceso, esta última etapa incluye otros elementos que ayudan a darle cuerpo al producto final; hablamos de la musicalización, la locución y los efectos especiales.

##### **2.1.5.3.2.1. Musicalización**

Para Russell, Lane y Whitehill la música “(...) tiene la habilidad de comunicar sentimientos y estados de ánimo de un modo único” (2005, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012). Para que el producto obtenido en formato de televisión sea agradable y congruente, la música elegida debe estar casada con las imágenes que acompaña de manera que los elementos visuales y auditivos, juntos, logren la armonía.

Para Osteriz, en programas de “turismo la música es muy importante porque es lo que le da vida y ritmo a lo que estoy viendo (...). Si es música cantada, en ese momento no debe hablar nadie porque va a ser como doble audio” (Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

##### **2.1.5.3.2.2. Locución**

Se le llama locución al mensaje que acompaña las imágenes que se transmiten en pantalla pero que va superpuesto al vídeo y fue grabado por un locutor después de la filmación. Es la “grabación en off, por parte del presentador del programa, que realizas después de que (...) escuchas las entrevistas, escribes y luego es que vas a la

locución” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

Al escribir las locuciones se debe tener en cuenta que la información que se escuche debe complementar el mensaje entregado vía imagen, no repetirlo.

#### **2.1.5.3.2.3. Efectos especiales / animación**

Los efectos especiales no son especialmente utilizados para el formato de televisión, y su utilización depende muchísimo del tipo de programa del que se esté hablando. De ser usados, generalmente es como transiciones entre tomas, dependiendo de lo que se quiera expresar y del ritmo que se quiera llevar en la narración audiovisual.

Según Russell, Lane, Whitehill, estos efectos resultan ser necesarios para “promover continuidad visual constante de una escena a otra” (2005, c.p. Mujica y Rodríguez, 2012).

Igualmente, los efectos especiales son recursos que deben usarse con discreción y fundamento ya que “cuestan mucho dinero y ocupan mucho tiempo de edición porque hay que rendear, entonces eso hay que tomar en cuenta si realmente valen la pena” (E. Osteriz, Comunicación Personal, noviembre 11, 2014).

La conceptualización de cada uno de estos términos permite esbozar un panorama más claro sobre las etapas y los elementos que forman parte de cualquier iniciativa que pretenda producir una pieza audiovisual de calidad.

Para efectos de este trabajo de grado, todos los elementos citados hasta ahora que hayan sido usados dentro de la ejecución del episodio piloto de Enmochílate serán desarrollados en el capítulo IV: La propuesta.

## **2.2. Turismo**

### **2.2.1. Antecedentes del turismo**

Las condiciones para que surgiera el turismo (los lugares de origen y de destino, los atractivos turísticos y el transporte) se fueron forjando a medida que el Hombre fue evolucionando. Los primeros asentamientos del Neolítico aparecieron cuando el hombre aprendió el oficio de la agricultura y la ganadería, lo que sustituyó los pastoreos y la caza como medio para la sustentación de la vida, y el nomadismo poco a poco fue cambiado por el sedentarismo. La cantidad de grupos humanos sedentarios fue creciendo y, con ello, el número de pequeñas aldeas entre las cuales era común el desplazamiento de los aldeanos, pues se usaba para encontrar parejas, participar en fiestas y mercader.

En el mundo helénico (s. VIII a.C), cada cuatro años se desarrollaba un evento deportivo de gran importancia y con gran concurrencia; De la Torre (1980) explica que “tanta era su relevancia que incluso en medio de períodos de guerras se otorgaban concesiones para suspender temporalmente las batallas” (p.10) de manera que no se interrumpiera el programa deportivo. Personas de todas partes viajaban hasta Olimpia, Grecia, para participar o presenciar las competiciones que ahí tenían lugar y que hoy en día conocemos como las “olimpiadas”. Ya para esa época, los individuos sentían motivaciones de trasladarse para satisfacer su necesidad de ocio y entretenimiento.

Durante su vida, el famoso historiador y geógrafo griego, Heródoto (484 – 425 a.C), solía viajar frecuentemente a lo largo del mundo conocido. Según lo expresa De la Torre (1980), es muy probable que este personaje “haya practicado sus célebres viajes, entre otras razones, con el fin de cerciorarse más a fondo de costumbres, forma de vivir y organización política de otros pueblos” (p.12). Este es el punto histórico que sirve de antecedente a los traslados del hombre como forma de estudio (etnográfico, científico, etc.).

Hasta el período Antiguo también se remonta el origen de los traslados voluntarios por motivos de salud. Las personas “emprendían largos viajes para visitar los centros de salud naturales de la época” (De la Torre, 1980, p. 11), como las reconocidas aguas termales, que actualmente son consideradas como un atractivo turístico.

En la Edad Media, “muchos mercaderes se movilizaban desde Europa hasta la China meridional para llevar a cabo intercambios comerciales entre ellos” (De la Torre, 1980, p.10). Uno de estos fue Marco Polo (1254 – 1323 d.C), ahora reconocido más por sus viajes que por sus negocios, quien pasó más de 20 años recorriendo tierras y documentando sus travesías. Estas aventuras serían recopiladas posteriormente en el libro “Il Milione” (“Los viajes de Marco Polo”, su titulación en español), texto que puede apreciarse como un libro de mercaderes y, a la vez, como una crónica con destellos etnográficos ya que en él se incluían narraciones sobre las tradiciones y costumbres, mentalidades y realidades que el italiano observaba, especialmente, en el continente asiático, donde se realizaron sus viajes.

Asimismo, en este periodo de la Historia los factores religiosos comenzaron a tomar relevancia. Desde ahí, el Cristianismo y el Islam harían de las peregrinaciones un fenómeno que incluso persiste hasta el día de hoy. Una de las rutas más famosas que se dio a conocer en esta época fue la del Camino de Santiago de Compostela, muy recorrida en la actualidad no sólo por feligreses, sino por entusiastas del senderismo.

Con la llegada del siglo XV llegó el Renacimiento y comenzaron a surgir los burgos, zonas donde se realizaban actividades comerciales locales y que constituyen los orígenes de las ciudades tal y como las conocemos hoy en día. Cada ciudad que surgía en ese entonces iba desarrollando su cultura y su historia a través de los tiempos, y, ahora, esos dos elementos son verdaderos atractivos turísticos para los potenciales visitantes.

Pero fue con la llegada de la segunda mitad del siglo XVIII que se estimuló el turismo, además de su desarrollo como industria. Gracias a la Revolución Industrial, se impulsó la producción de medios de transporte como los barcos, los aviones y los automóviles. A partir de este avance tecnológico, el hombre amplió sus opciones de movilidad y, con las sucesivas reformas laborales (reducción de la jornada de trabajo, aumento salarial, asignación de las vacaciones pagadas), el número de personas en busca de un escape a su rutina ha ido creciendo a través del tiempo.

Actualmente, los viajeros no sólo persiguen el placer y el descanso, también buscan un modo de expandir su mente y sus conocimientos de manera que las experiencias del viaje sirvan para el crecimiento personal. Los turistas de hoy en día “persiguen intercambiar con los habitantes locales para descubrir una cultura diferente, un modo de vida distinto, comer platos locales e incluso experimentar costumbres” (Revista Cultura y Desarrollo, 2005, c.p. Guzmán y García, 2010).

### **2.2.2. Del turismo de masas a los tipos de turismo alternativo**

En este mundo globalizado podríamos pensar que la tendencia que rige el pensamiento del hombre contemporáneo es el de la totalización, unificación de conceptos y sociedades, sin diferenciación de características y particularidades; en realidad, cada vez más el mundo se llena de segmentos y diversificaciones, dando lugar a la aparición de fenómenos y movimientos con características propias que buscan identificarse con aquellas personas que compartan similares modos de expresión, ideales y gustos de manera que ese segmento pueda unirse de acuerdo a esos elementos en común y compartir las experiencias relativas a ellos.

El sector turístico no se desvincula de este fenómeno de segmentación y ya cuenta en su haber con varios estilos de hacer turismo que se categorizan según las características y las motivaciones de los viajeros y del viaje. Pero antes de que esto surgiera, hubo un modelo de viaje turístico que aún prevalece y que es el que, probablemente, se ha practicado al menos una vez: el turismo de masas.

### 2.2.2.1. Turismo tradicional o de masas

En párrafos anteriores acotamos que los desplazamientos del Hombre han comenzado desde su misma aparición, pero el fenómeno del turismo como la industria que conocemos hoy en día no se originó sino hasta mediados del siglo XIX, cuando Thomas Cook creó el primer viaje organizado para un grupo de más de 500 personas quienes, el 5 de julio de 1841, emprendieron un trayecto ida y vuelta en tren desde Leicester hasta Loughborough (Inglaterra) para asistir a un congreso antialcohólico. Este fue el embrión del cual nació el negocio de las agencias de viaje.

A partir de la segunda Guerra Mundial, el turismo consistía en la producción y consumo de una exclusiva y estandarizada selección de destinos estructurada en paquetes turísticos preestablecidos y poco flexibles; a este modelo se le ha denominado turismo industrial o “fordista”<sup>1</sup>, ya que se hace una analogía con los procesos de montaje en cadena que caracterizaban a la Revolución Industrial, período en el cual el proceso de producción de bienes y servicios se proyectaba hacia la persecución de la mayor productividad posible en degradé de las particularidades o de las valoraciones cualitativas. En el caso del sector turístico, estas características de la nueva época lo condujeron a la homogeneización o masificación de ofertas.

Así es como, durante décadas, los turistas consumieron los productos más populares del turismo de masas, es decir, los paquetes de “sol y playa”, “nieve–montaña” y “patrimonio cultural”. Esta tendencia al consumo de paquetes ya establecidos proviene del perfil del turista derivado de la sociedad industrial, que es aquel que tiende a mostrar un comportamiento pasivo y ajeno, tanto en la etapa previa del viaje como en el transcurso del mismo: la búsqueda de destinos es un proceso delegado a los operadores turísticos y la interacción entre el visitante y la comunidad receptora es mínima en comparación con el nivel de interactividad demostrado en la práctica alternativa del turismo.

---

<sup>1</sup> *Fordista*: El término proviene de Henry Ford, creador de la marca de automóviles estadounidense, quien popularizó el sistema de producción en cadena.

Sin embargo, para principios de la década de 1990, se observó que tanto el comportamiento del turista como su esquema de viaje habían cambiado (OMT, 1999 y 2002, c.p. Osorio, 2010, p. 250):

a) El turista comenzó a desentenderse de las agencias de viajes y su oferta de paquetes “todo incluido” y se atrevió a emprender una búsqueda de nuevos destinos y productos, lo cual lo convirtió en un viajero más independiente.

b) Estas búsquedas de nuevos destinos estaban más relacionadas con los intereses, pasatiempos personales o actividades específicas (deportes, aficiones, educación, cultura) que el turista deseaba experimentar.

d) Se comenzó a notar la preferencia hacia destinos ambientalmente planificados y socialmente responsables.

e) Aumentó el turismo religioso, el de salud y el de "raíces étnicas".

f) Se tomaron en cuenta a los grupos de la tercera edad y al de capacidades diferentes como segmentos que pudiesen optar por viajes especiales según sus necesidades y de acuerdo a sus características.

No fue casualidad que la época en la que estos cambios se notaron coincidiera con la aparición de Internet como nuevo medio de comunicación, pues fue gracias a esta ventana mediática que las fronteras se redujeron y los potenciales viajeros pudieron acceder a un amplio contenido informativo que abrió un abanico de nuevas posibilidades y destinos. Pero además de este catalizador del cambio, Zamorano (2007, p. 163) agrega otras posibles causas que pudieron haber tenido un papel en el desarrollo del nuevo panorama del turismo:

1. Creciente interés por la problemática ambiental mundial
2. Falta de renovación de los destinos tradicionales
3. Demanda de actividades físicas y de salud

A partir de estos elementos, incluido el de la aparición del Internet, se generaron los cambios sociales que estimularon el desarrollo de un segundo modelo de la actividad turística, paralelo al primero, conocido como “turismo alternativo”.

#### **2.2.2.2. Turismo alternativo**

El siglo XXI comenzó con un boom tecnológico: la Revolución de las Comunicaciones. Esta revolución ha convertido al conocimiento en el recurso más valorado en cualquier ámbito, ya sea cultural, social o económico. La vieja escuela fordista y su modelo de manufactura masiva de productos de consumo finito ha sido reemplazada por “la producción, distribución y reproducción del conocimiento como proceso estratégico” (*Sociedad del Conocimiento*, Sistema Nacional de Educación a Distancia, SINED, 2010, <https://sined.mx/sined/>) para la transformación y evolución del mundo.

Además de considerar el conocimiento como el capital más valorado, la sociedad en la que vivimos actúa bajo ciertos indicadores que determinan su denominación como la Sociedad del Conocimiento. Algunos de esos indicadores son (SINED, 2010):

1. El uso intensivo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como instrumentos del saber que han facilitado el acceso, precisamente, a la información.
2. La actuación basada en procesos de reflexión.
3. La alta capacidad innovadora.
4. Los procesos dinámicos transformadores permanentes.
5. La aparición de subsistemas, redes, comunidades fuertemente vinculadas.

Estos indicadores permearon en todos los entornos de acción de los individuos, incluido el turismo, que se vio fuertemente influenciado por los cambios tecnológicos y sociales y en respuesta concibió un estilo de viaje que se relacionara con las nuevas características de la Sociedad del Conocimiento.

El sector turístico basado en la naturaleza y en las áreas naturales protegidas (ANP) es aquél que ha presentado un constante aumento en su demanda por parte de los viajeros del mundo, éste incluye al ecoturismo, algunas modalidades de deporte modificados o al aire libre, modalidades como las rurales, culturales y étnicas, aventuras controladas, turismo cinegético (modalidad turística basada en la cacería controlada y reglamentada, que se subdivide en varias categorías como la fotográfica, de rastreo, cobro de piezas, etcétera.), náutico, etc. (Zamorano, 2007, p. 163)

Una de las características de dicha sociedad es que la problemática ambiental ha ido calando en la consciencia de sus individuos como repercusión del movimiento *hippie* de 1960, el cual promovía, entre otras cosas, la armonía entre el ser humano y la naturaleza y la búsqueda del bienestar físico, mental y espiritual como forma de vida alcanzable a través de las prácticas orientales como el yoga, feng shui, acupuntura y meditación.

En conjunto, las consecuencias del movimiento *hippie* y la Revolución de las Comunicaciones han favorecido la evolución del perfil de los turistas actuales, quienes, de acuerdo con lo expuesto por Zamorano (2007, p. 18):

1. Están dispuestos a adquirir servicios y productos sin malgastar;
2. son exigentes en lo que adquieren, pues están bien informados;
3. desean realidades, no promesas;
4. buscan viajes acordes con sus necesidades, lo cual reafirma su personalidad de manera interactiva;
5. tienen un mayor nivel cultural y desean satisfacer mayor cantidad de inquietudes;
6. están predispuestos a experimentar diferentes servicios y productos alternativos;
7. manifiestan consciencia medio ambiental;
8. están interesados en interactuar con las comunidades receptoras;

9. están conscientes de sus necesidades de tiempo libre y buscan diferentes satisfactores socioculturales.

En conclusión, la Revolución de las Comunicaciones -con la aparición de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs)- abrió un camino más directo entre los viajeros y sus potenciales destinos y favoreció la heterogeneidad de las opciones de viaje de acuerdo a las particularidades y motivaciones del turista gracias a la abundante generación y acumulación de información compartida y accesible a través del más reciente y revolucionario medio de comunicación: el Internet.

Ahora que se dirige la mirada a las localidades menos populares en el turismo tradicional para convertirlas en atractivas opciones para conocer a través de la práctica del turismo alternativo, el reto está en convertir la mentalidad del turista y desarrollar en él una conciencia que apoye el valor sustentable que promueve esta nueva modalidad de turismo. “El reto –y riesgo- de este momento es no volver a caer en los errores del pasado, que convirtieron a muchas playas vírgenes, puertos y aldeas pintorescos del litoral en paisajes insípidos y degradados” (Zamorano, 2007, p. 163).

#### **2.2.2.2.1. Modalidades del turismo alternativo**

Según la Dirección general de Desarrollo de Productos Turísticos de México (2002):

El turismo alternativo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

A partir de esta definición, la Secretaría de Turismo de ese mismo país tomó en cuenta el tipo de interés del turista, es decir, sus motivaciones, y las actividades a realizar en el viaje para segmentar el turismo alternativo en tres amplias modalidades, que a su vez pueden incluir subdivisiones más particulares.

En este apartado se hablará de las tres (3) modalidades principales del turismo alternativo que son, además, practicables dentro del turismo de mochila: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

#### **2.2.2.2.1.1. Ecoturismo**

El ecoturismo es una de las modalidades en las que se expresa el turismo alternativo cuya primera aparición en el mercado turístico internacional se remonta a la década de 1970 como repercusión de uno de los aspectos que la *contracultura*<sup>2</sup> *hippie* desarrolló en la década de 1960: la conciencia ambiental.

Es un hecho que el mundo de hoy ha empezado a conocer y preocuparse por el uso y abuso de los recursos ambientales y ha comenzado a interesarse por perpetuar la continuidad de estos en el futuro. El sector turístico ha reconocido este fenómeno de concienciación mundial sobre los ecosistemas y, dentro de ese cambio de perspectiva de las sociedades actuales sobre el ambiente, ha desarrollado el ecoturismo, una especie de turismo activo y especializado que ha venido creciendo a través de los años.

De acuerdo a la profesora en turismo Angélica Martínez (2008), “actualmente se estima que aproximadamente 50 millones de turistas internacionales viajan por motivos ecoturísticos, la tasa de crecimiento anual se ubica entre 10% y 30%, mientras que el turismo convencional se calcula que crece a una tasa anual del 4.3%” (p. 15)

Los principios que rigen la práctica del ecoturismo en general, así como las dimensiones y alcances de éste, contemplan los elementos del desarrollo humano sustentable: lo ecológico, lo social y lo económico.

---

<sup>2</sup> *Contracultura*: “término utilizado para describir un grupo cultural cuyos valores y normas son contrarios a los de la corriente social principal, un equivalente cultural a la oposición política”. Moniz, M (2012) en “La contracultura de los sesenta”.

En un intento por basar teóricamente el concepto de ecoturismo, Zamorano (2007) proporciona una definición de La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), la cual lo precisa como:

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente 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 pueda encontrarse ahí, mediante un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico para las poblaciones locales (p. 165).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, por sus siglas en inglés), una de las ONG's más reconocidas en este campo, define en su página web a esta modalidad de turismo como: "El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales."

Esta misma ONG recoge los seis (6) principios por los cuales se rige la práctica de cualquier actividad ecoturística:

- Minimizar los impactos ambientales y sociales
- Aumentar la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura
- Ofrecer experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones
- Ofrecer beneficios financieros directos para la conservación
- Proveer beneficios financieros y participación real para la población local
- Aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, ambiental y social.

Ibáñez y Rodríguez (s.f.) consideran que las actividades que se incluyen en esta modalidad del turismo alternativo son:

- Talleres de educación ambiental
- Senderismo interpretativo
- Observación sideral
- Rescate de flora y fauna
- Observación de flora y fauna
- Observación de ecosistemas
- Observación geológica
- Observación de atractivos naturales

#### **2.2.2.2.1.2. Turismo de aventura**

Una de las modalidades del turismo que más y variadas denominaciones posee es el turismo de aventura, también llamado “turismo deportivo”, “turismo de adrenalina” o “turismo de reto”. Más allá del nombre que se le dé, es importante destacar que, a diferencia de lo que muchos creen, el turismo de aventura es una propuesta que permite al viajero lograr la sensación de logro a un desafío impuesto por la naturaleza, por lo tanto, quedan fuera de esta categoría las actividades que impliquen una competencia deportiva contra otro hombre o contra el tiempo.

Las actividades al aire libre que se incluyen dentro de esta categoría se dividen de acuerdo al espacio natural donde se practican, es decir, en tierra, agua o aire:

- Tierra: trekking (senderismo), espeleísmo, escalada (en roca), alpinismo (de montaña alta), ciclismo de montaña, cabalgata, cañonismo y rappel.
- Agua: snorkel, buceo, espeleobuceo, pesca, rafting y kayak.

- Aire: parapente, hang gliding (vuelo en ala delta), paracaidismo, vuelo en globo, vuelo en ultraligero y wingsuit.

Este tipo de disciplinas generalmente son percibidas como sólo practicables por “jóvenes o superhombres” (Zamorano, 2007, p. 226), sin embargo, si están bien adecuadas cualquiera de ellas puede ser experimentada por la mayoría de los turistas sin discriminación de género, edad o aptitud física ya que más bien “dependen de factores como el nivel de experiencia, gustos, necesidades, preferencias, intereses, motivos de viaje, entre otros” (Zamorano, 2007, p. 226). Por el contrario, no cualquier puede prestar este tipo de actividades, esto hace necesario que el viajero busque los prestadores turísticos que apliquen con rigurosidad las reglas y condiciones de seguridad de cada modalidad.

#### **2.2.2.2.1.3. Turismo rural**

Este tipo de turismo es el más sensible y humano dentro de los modelos que ofrece el turismo alternativo porque se compromete principalmente a la participación activa del viajero en las tradiciones, quehaceres y cultura de los pueblos visitados. La característica clave del también llamado “turismo de pueblos” es que es el que más se aleja del estilo de ocio “comercializado o consumista” (Zamorano, 2007, p. 241) que incluso otras modalidades dentro del turismo alternativo pueden comprender.

Por ser “el pueblo”, entendido éste como el espacio físico/geográfico y, dentro de él, “la comunidad” los protagonistas dentro de este tipo de turismo alternativo, las experiencias socio-culturales son su mayor atractivo; esto involucra un acercamiento más estrecho y personal entre los visitantes y los visitados, lo que deriva en un enriquecimiento –para ambos- en lo social y un beneficio económico más directo para las comunidades anfitrionas gracias al implícito intercambio comercial, aunque sea en pequeña escala, inherente a la actividad turística.

Una persona que practique el turismo rural es como un actor que se prepara para interpretar un rol. Deberá disponer de su empatía y estar abierto a la práctica de actividades que normalmente no realiza, como preparar comida que normalmente no prepara (y comerla), crear artesanía, aprender nuevas lenguas, usar remedios tradicionales, y cualquier otra manifestación social y cultural que sea representativa del lugar.

El segmento de turistas que hacen uso de esta modalidad de turismo generalmente proviene de una clase social media o modesta, ya que el turismo rural tiende a ser una manera de viajar más económica en comparación con otros tipos de turismo.

Entre las actividades que Ibáñez y Rodríguez (s.f.) englobaron en esta subcategoría del turismo alternativo se encuentran las siguientes:

- Etnoturismo
- Agroturismo
- Vivencias místicas
- Aprendizaje de dialectos
- Ecoarqueología
- Talleres artesanales
- Talleres y disfrute gastronómico
- Preparación y uso de medicina tradicional
- Fotografía rural

#### **2.2.2.2. Turismo de mochila**

Vale la pena ocupar unas líneas de este trabajo que expliquen el contexto social y político de la década de 1960 que fomentó la aparición de la contracultura *hippie* en el escenario mundial, pues el nacimiento del movimiento “mochilero” despuntó gracias al nuevo eje de pensamiento que esta cultura promovió, es decir, “la

autodeterminación para promover el cambio en la sociedad a partir de la individualidad y espiritualidad” (Moniz, 2012, p. 9).

El concepto de la vida en la carretera fue algo revolucionario en la época de los 60, presentándole a los jóvenes la oportunidad de recorrer otros países y explorar nuevos lugares y personas. La generación de hoy en día también presenta este sentimiento, y no es raro ver mochileros en lugares como Europa o Sudamérica, siempre buscando nuevas aventuras. Esto representa un viaje espiritual y la oportunidad de reflexionar sobre uno mismo a través de la experiencia. (Moniz, 2012, p.17).

#### **2.2.2.2.1. *Hippie trail* (Sendero hippie)**

Con el inicio de la Guerra de Vietnam, en 1959, se catalizó el levantamiento de una generación joven que difería en ideales y objetivos de la cultura predominante. Fue en California, Estados Unidos, que los primeros focos del movimiento *hippie* comenzaron a expresarse públicamente sobre sus posiciones antibélicas, antidiscriminatorias, sexualmente libres y ambientalmente armónicas. Rápidamente, puntos focales comenzaron a surgir en el resto del mundo, sobre todo en Europa, hasta el punto de convertirse en una de las contraculturas más grandes y –como se comprobaría posteriormente-, más influyentes de la Historia.

Dos de las prácticas que más caracterizaron a los *hippies* fue, primero, el uso de drogas que estimulaban la mente y expandiesen sus límites para abrir una búsqueda introspectiva de la identidad individual; y, segundo, la movilidad constante.

Esta movilidad constante que los jóvenes *hippies* desarrollaron consistía en la búsqueda de aventuras, las cuales podían encontrarse en festivales de música y ferias o simplemente en el trayecto en sí. La meta era conocer culturas, personas y experimentar al máximo durante todo el recorrido, sin preocupación por las pertenencias, por eso el equipaje debía incluir sólo lo más práctico, para maximizar la libertad de movimiento.

Los medios de transporte más comúnmente usados eran las caravanas, que servían también como dormitorios. Si no se tenía un transporte propio, varios grupos organizaban viajes en buses que se pagaban entre todos, de modo que el gasto fuese mínimo. Otro método de movilización era el de pedir un aventón, o “pedir la cola”, a los conductores que pasaran por el camino. Estas últimas formas de viaje requerían que los viajeros incluyeran tiendas de acampar o que solicitaran albergue a los residentes de la zona.

Embarcarse en estas aventuras les permitían, a la vez, aislarse de la sociedad de origen que los alienaba, e interactuar con otras culturas (especialmente las de Oriente) de las cuales tomar elementos espirituales que les ayudara a alcanzar la autodeterminación individual; de aquí que, como repercusión, los primeros estudios humanistas sobre el turismo de mochila consideren al mochilero como un ser “individualista, anti-patriótico, desdeñoso de las ideologías, hedonista y a menudo anarquista” (Cohen, 1973, c.p. Richards y Wilson, Trans. 2004).

La combinación de estos elementos hizo que se creara un estigma que aún hoy asocia las travesías mochileras con el uso de drogas, comportamientos promiscuos y de descuido, incluso físico. Pero este estilo de viaje, el perfil de sus practicantes y sus modos de vida evolucionaron.

#### **2.2.2.2.2. Perfil del mochilero**

Uno de los primeros teóricos en estudiar el fenómeno del turismo de mochila (*backpacking*) como modo de viaje así como las actividades y actitudes “sobre la carretera” (“*on the road*”) que identifican a los mochileros, fue Philip L. Pearce, profesor de turismo en la Universidad James Cook, en Australia. Según la definición de Pearce (1990) los mochileros se caracterizan principalmente por preferir alojamientos económicos, por ser socialmente interactivos, por viajar independiente y flexiblemente en cuanto al itinerario de su recorrido, por extender la duración de sus viajes más que el resto de los viajeros y porque escogen actividades que les hacen ser más participativos dentro de las comunidades que visitan.

Dentro del perfil de cualquier turista se toman en cuenta las motivaciones por las cuales emprende el viaje. Las motivaciones que llevan a un mochilero a embarcarse en su aventura generalmente están involucradas con la exploración, la experiencia y el crecimiento: explorar otras culturas, experimentar emociones y, por consiguiente, aumentar el conocimiento. Pero, estas motivaciones sólo pueden ser alcanzadas a través de la interacción con otros compañeros viajeros y, principalmente, con las comunidades locales.

### **2.3. Reseña de Chuao**

#### Chuao huele a cacao

Más de 400 años de historia cacaotera convierten a Chuao en un destino obligado para aquellos que gustan de las deliciosas tradiciones de este país. Este pueblo está ubicado en el extremo norte del municipio Santiago Mariño, en el Estado Aragua de Venezuela, bordeado por las boscosas montañas del Parque Nacional Henri Pittier y rozado por las cálidas aguas del mar Caribe.

Diversas manifestaciones culturales, muy arraigadas, se mezclan en los 160 kilómetros cuadrados de superficie de esta parroquia, ubicada a seis kilómetros de la playa desde donde se inicia el camino a través de una carretera de concreto y con el aroma de las plantaciones de cacao que adornan a los lados la vía.

Para llegar a este pueblo hay, únicamente, dos vías. O, tal vez, dos vías y media. La primera, la más recomendable si no se sufre de náuseas, es la vía marítima. Desde el Malecón de Choróní salen lanchas en dirección a las playas adyacentes; entre las más reconocidas está Chuao. Aproximadamente quince minutos de vaivenes en el mar que, si se saben disfrutar, encantará, ya que se puede apreciar parte de la costa del Parque Nacional Henri Pittier, de cuya falda se revelan varias playas para admirar. Esta es una de las vías de mayor afluencia para los turistas y pobladores de esta localidad.

La segunda vía es caminando por el sendero Turmero-Chuao. Esta opción es la más larga y difícil pero, a la vez, la más hermosa. Es un trayecto de dos o tres días, dependiendo de la aptitud física del que la haga, se puede acampar en el vientre del Parque Nacional Henri Pittier y deleitarse con las características de la selva nublada, su clima, su flora y su fauna. Pero antes de embarcarse en esa aventura, hay que averiguar con los pobladores las condiciones de seguridad; y en tal caso de decidir tomarla, se recomienda siempre ir en grupo y con guías.

Si mantienen una disposición de probarse a ustedes mismos pero consideraron muy peligrosa la ruta Turmero-Chuao, existe otra opción: una caminata desde Choroní hasta Chuao a través del Henri Pittier. La duración es de, aproximadamente, 7 horas, igualmente depende de la condición física de quien la realice.

Después de llegar a este pintoresco pueblo el cansancio se olvidará y se podrá disfrutar, además de la riqueza de sus frutos naturales por el cual es conocido, de la simbología que tiene dentro de sí.

Chuao está lleno de maravillosas tradiciones ancestrales, cada rincón de este pueblo cuenta una historia o leyenda, y sus pobladores siempre están dispuestos a contarlas. La Cruz del Perdón, ubicada en la plaza Bolívar de la comunidad, es uno de los símbolos más antiguos de esta localidad. Cuentan los pobladores, que en la época colonial los esclavos que cometían algún agravio corrían hasta este monumento para abrazarlo y así fuese perdonada su falta, es por esto que su nombre hace alusión al perdón. Los habitantes afirman que este podría ser el primer símbolo religioso que llegó al pueblo, mucho antes que su Iglesia.

Al igual que cada uno de los rincones de Venezuela, Chuao cuenta con una Plaza Bolívar y una Iglesia Católica en el centro del pueblo. Cornisas sencillas decoran la fachada de esta Iglesia, pero juegan perfectamente con el estilo de este lugar. Dentro de ella se encuentra un presbítero, una sacristía y la torre del campanario. Además de esto, valiosas imágenes que datan de la colonia decoran las paredes de su interior. Pero lo más curioso no es esto, sino que a la Iglesia la

acompaña la plaza de secado donde mujeres de la comunidad riegan las semillas de cacao para ser sacadas bajo el Sol.

Cualquier día es hermoso para disfrutar del sol de Chuao, pero si se desea visitarlo, lo mejor es que se sea el miércoles de Corpus Christi, así se podrá disfrutar de la celebración religiosa más importante y conocida de este rincón de Venezuela. Al son de la caja o el redoblante, y con coloridos trajes y máscaras realizadas por la comunidad, danzan los más de 200 participantes en honor al Santísimo. Una jornada en la que todos los habitantes y turistas bailan y disfrutan hasta muy entrada la noche.

Chuao es un pequeño punto de encuentro con un gran su acervo cultural. Conocer más de este pueblo a través del material documental acá presentado demostró que sus atractivos encajaban armónicamente con los requerimientos para la realización de este trabajo de grado cuya finalidad es realizar un proyecto audiovisual en formato programa de televisión que promueva el turismo mochilero dentro de la geografía nacional.

Las nociones sobre la producción de un programa televisivo se ampliaron con la búsqueda y exploración documental y a través de fuentes vivas que aportaron los conocimientos plasmados en este capítulo. En base a ellos, los autores de este trabajo de grado trabajarán en la creación y gestación del episodio piloto de Enmochílate.

Para manejar la información recolectada se trabajará a la luz de una metodología, la cual será detallada en el capítulo que a continuación sigue.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Metodología de la investigación

De acuerdo a Bernal (2010), “la metodología hace referencia (...) a la teoría de los métodos empleados en la investigación científica y a las técnicas conexas con esos métodos” (p.24).

Como la cita anterior lo anuncia, existen diversos procedimientos para la creación de conocimientos en la ciencia, por lo tanto, el capítulo que sigue a continuación precisará la metodología que se ajusta mejor para la elaboración del presente trabajo de grado según sus características particulares.

##### 3.1.1. Nivel de la investigación

Según lo expuesto por Arias (1999), “el nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Aquí se indicará si se trata de una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa” (p.19).

En tal sentido, el nivel de nuestro trabajo de grado se categoriza dentro de los estudios descriptivos. Salkind (1998, c.p. Bernal, 2010), define estos estudios como aquellos en los que “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómenos objeto de estudio” (p.113).

Bernal (2010), complementa la definición de la siguiente forma:

En tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio [...] pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos, etcétera. (p.113)

Para efectos de este trabajo de grado, se caracterizará al turismo de mochila del siglo XXI según los trabajos bibliográficos existentes sobre el tema y corroborando en la práctica con los turistas mochileros que se contacten en este

punto; todo esto con el fin de realizar un programa televisivo que promueva la práctica de esta modalidad de turismo alternativo pero adaptado a las especificaciones de la República Bolivariana de Venezuela.

### **3.1.2. Diseño de la investigación**

El diseño de una investigación se refiere a “la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado” (Arias, 1999, p.20). De acuerdo a lo expuesto por el autor, entonces, el diseño de una investigación puede clasificarse en: documental, de campo o experimental.

El diseño de nuestra investigación se cataloga dentro de los estudios de campo, ya que ellos consisten “en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (Arias, 1999, p.21) y, en nuestro caso, basaremos la investigación en los testimonios de mochileros venezolanos que se han embarcado a viajar por el país en esta modalidad.

### **3.1.3. Proyecto factible**

Asimismo, este estudio se etiqueta como un *proyecto factible* ya que cumple con las características que, según Barrera (2008), determinan a este tipo de proyectos: “los proyectos factibles son propuestas que se realizan con el objetivo de cumplir propósitos formales (...). Se basan en procesos investigativos, con soporte metodológico, pues parten de un diagnóstico de necesidades, desde el cual se estructura la propuesta” (p.67). Los proyectos factibles sirven “para resolver en determinados momentos requerimientos formales de contextos e instituciones, basados en un trabajo investigativo de naturaleza descriptiva” (Barrera, 2008, p.67)

#### **3.1.3.1. Diagnóstico de necesidades:**

De acuerdo a lo investigado para este trabajo de grado a través de la técnica de la observación concluimos que en la actualidad no existe, dentro de la parrilla de programación de los canales nacionales de señal abierta, un programa de turismo de

mochila. En los últimos diez (10) años, solamente Radio Caracas Televisión (RCTV) transmitía un programa sobre esta modalidad de turismo, Mochileros.

### **3.1.3.2. Planteamiento de la propuesta:**

A través de la puesta en marcha de Enmochílate se busca abrir nuevamente un espacio dentro de la televisión nacional para incentivar esta modalidad de turismo tan pertinente en nuestros tiempos.

### **3.1.4. Universo y muestra**

#### **3.1.4.1. Universo:**

Hablamos de universo o población como “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación” (Fracica, 1988, c.p. Bernal, 2010).

Jany (1994, c.p. Bernal, 2010) nos expande esta definición y precisa al universo como “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares”.

Nuestro universo está conformado por todas aquellas personas (mochileros), documentos, situaciones relacionadas con el turismo de mochila.

#### **3.1.4.2. Muestra:**

Cuando hablamos de muestra, nos referimos a aquella “parte de la población que se selecciona de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio” (Bernal, 2010, p. 161).

La muestra que aportó datos valiosos para el diseño de un programa de mochila estuvo conformada por fuentes vivas, es decir, los mochileros venezolanos entrevistados, y por fuentes secundarias como la revisión documental sobre el turismo de mochila.

### **3.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se definen a las técnicas de recolección de datos como “las distintas formas o maneras de obtener la información” (Arias, 1999, p. 25), es decir, la acción con la que se consigue la data.

Para la recolección de los datos, “la investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental” (Bernal, 2010, p. 113).

Este proyecto recogerá la información que contextualizará el tema de estudio de fuentes documentales pero el mayor aporte se obtendrá de la realidad del problema de investigación, es decir, de las fuentes vivas que, a través de sus experiencias, puedan contribuir al estudio del turismo de mochila nacional para luego diseñar y producir un programa de televisión que lo promueva.

Por su parte, Arias (1999) define a los instrumentos como “los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información” (p. 25), es decir, los soportes con los cuales se registra la data.

#### **3.1.5.1. La entrevista**

Como parte de nuestros procesos para la recolección de datos primarios incluimos a la entrevista. Esta técnica está “orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuentes de información” (Bernal, 2010, p.194). En nuestro caso, la aplicamos a la muestra de practicantes del turismo de mochila en Venezuela.

##### **3.1.5.1.1 Cuestionario**

Para la aplicación de esta técnica requerimos del cuestionario como instrumento para recoger la información. Bernal (2010) explica que “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p.250).

### **3.1.5.2. La observación**

Bernal (2010) puntualiza que “la observación como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada” (p.257). Para el caso particular de esta tesis, esta técnica sirvió para establecer un Diagnóstico de Necesidades del cual se derivaría la propuesta de Enmochílate.

### **3.1.5.3. Revisión documental**

Se refiere a todo el proceso de buscar, analizar y recabar información de fuentes bibliográficas o impresas. Para efectos de esta tesis, se incluye dentro de este ítem la información encontrada a través de Internet.

La mayoría de la información recabada en este proceso fue la base teórica de este proyecto de investigación. Con ella logramos complementar la información obtenida por las demás vías anteriormente descritas.

### **3.1.6. Técnica de análisis de los datos**

**Registro de los datos:** Recaudo de la información a través del instrumento.

**Clasificación de los datos:** Se tipificaron las respuestas de acuerdo a las similitudes o diferencias de las opiniones facilitadas por los entrevistados de acuerdo al turismo de mochila.

**Análisis de los datos:** Evaluación que se le realizó a los datos e información que se tenía y la que se obtuvo para el cumplimiento de todos los objetivos. Luego de esto se realizó un resumen de observaciones

**Interpretación de los datos:** La realización y desarrollo de esta investigación se realizó en dos etapas: la búsqueda y el procesamiento documental. La primera etapa de esta investigación estuvo comprendida por la búsqueda documental, recolección e interpretación de la información, lo cual permitió realizar

un planteamiento del problema y el desarrollo de nuestro marco teórico. En la segunda etapa se buscó procesar toda la información adquirida para la realización de un discurso televisivo para la realización de nuestro programa.

**Guía de entrevista (cuestionario):** utilizada para la recolección de los datos e informaciones de expertos en turismo de mochila, lo cual nos permitió tener más conocimiento sobre esta modalidad de turismo (Ver Anexo 1).

Después de un proceso de observación y revisión documental, se diagnosticó una necesidad latente dentro de la parrilla de programación nacional en canales de señal abierta: un programa de televisión que se ocupara de tratar el turismo de mochila en Venezuela.

Con esta información, se recurrió a los expertos en el área, a saber, los mochileros venezolanos. De este universo, se tomó una muestra representativa a la cual aplicarle un cuestionario que aportase datos válidos para la creación de un discurso televisivo que revelara el “cómo” debía presentarse el programa, de ahí se concibió la propuesta que a continuación se presenta en el siguiente capítulo.

## **CAPITULO IV**

### **LA PROPUESTA**

En este capítulo se expondrá o describirá la propuesta del programa de televisión a realizar con la finalidad de resaltar y promover el turismo en Venezuela a través del turismo de mochila. Un programa para todas aquellas personas que quieran permitirse conocer el país de una manera distinta, divertida y aventurera.

#### **4.1. Surgimiento de la idea:**

La idea de Enmochílate surge por la carencia de espacios en la televisión nacional destinados a la promoción del turismo en Venezuela, sobre todo en su modalidad alternativa, en la cual se categoriza el turismo mochilero. Esta alternativa de turismo ofrece, a bajos costos, la posibilidad de conocer maravillosos lugares y adentrarse en culturas y modos de vida distintos.

La mayoría de la programación venezolana destinada al turismo se ha orientado a mostrar posadas y destinos que, en su gran mayoría, son los más tradicionales o populares dentro del llamado turismo de masas. Esto implica que las opciones de viaje del potencial turista se mantienen inalterables, muchas veces costosas (en comparación con el turismo mochilero) y monótonas.

Por estas razones, se concibe la idea de generar un producto televisivo, en formato de programa, que mostrará una alternativa distinta de viajar y conocer destinos venezolanos, pero con una óptica diferente y divertida.

Seguidamente, se debía seleccionar un destino que cumpliera con las principales características turísticas. A pesar de que todo el territorio nacional venezolano se presta para realizar turismo, y sobre todo mochilero, en esta producción se requería de un lugar que contara con un gentilicio y cultura distinta, que por su ubicación geográfica ofreciera actividades económicas y culturales para mostrar.

## **4.2. Sinopsis del programa**

Enmochílate es un programa de televisión de corte cultural, recreativo y educativo que busca promocionar el turismo mochilero en Venezuela. Tiene como objetivo mostrar lo entretenido que puede ser este tipo de turismo y además conocer lo importante que es compenetrarse con las comunidades y culturas que se visitan, lo cual es una característica de esta modalidad de turismo.

Enmochílate le permitirá conocer nuevos destinos y las rutas de acceso a estos, con un respeto por la naturaleza y educando siempre sobre los lugares por los que se va transitando.

Su presentador, que en este caso se dispuso sería Alirio Díaz, irá visitando los rincones de Venezuela con un espíritu aventurero, arriesgado, y con poco dinero en los bolsillos. En los caminos y lugares conversará con protagonistas, cultores y pobladores para descubrir las manifestaciones y tradiciones de Venezuela. Solo o con acompañantes que se encuentra en la vía demostrará una nueva manera de conocer y aprender de Venezuela.

## **4.3. Nombre del programa**

Para escoger el nombre del programa se pensó en una palabra sencilla y concreta que fuese de fácil retentiva para el espectador desde el primer momento en que visualizara el programa. Enmochílate hace referencia a la principal herramienta que caracteriza al turismo mochilero: la mochila. Esto permite una identificación inmediata con dos aspectos fundamentales: los viajes, que ameritan de una herramienta para guardar lo necesario; y por hacer referencia a una mochila ya permite identificar la modalidad de turismo de la que se tratará en el programa.

Este nombre, además, remite a la acción e invita personalmente a la persona que lo escucha a prepararse para tomar una ruta o destino y tener un acercamiento directo con el programa ya que se habla directamente a la persona que está frente a la pantalla.

#### **4.4. Presentador del programa**

Cuando se pensó en el presentador del programa se convino que este debía tener un espíritu aventurero y poseer una buena condición física que le permitiese poder realizar cualquier tipo de actividad que se encontrase en el camino, además de poder cargar su mochila con cada uno de los implementos para acampar. Por tratarse de un trabajo académico, el presentador no podía representar un costo extra para la producción. Se percató que dentro del equipo se contaba con un talento que cubría con las características anteriormente señaladas.

El bachiller Alirio Díaz, quien además forma parte de este proyecto de grado, aceptó presentar el programa y, en compañía de otros mochileros que podía encontrarse en el camino, mostrar las maravillas venezolanas.

#### **4.5. Horario de transmisión del programa**

Enmochílate será transmitido cada domingo en un horario comprendido de 9:30 a 10:00 de la mañana.

Su carácter semanal se justifica con su modo de producción. Es decir, el equipo necesitará de una semana para llevar a cabo el proceso de producción y post producción de un episodio del programa, tomando en cuenta que la pre-producción deberá hacerse paralelamente a la transmisión de los primeros episodios (ya grabados y entregados al canal) y que la estructura ya pautada hará más rápida la post producción.

El día de transmisión fue escogido por ser el último día de la semana, día en el que el espectador no tiene una carga laboral y se encuentra de descanso. El horario representa una hora en la que los televidentes se encuentran realizando el desayuno y compartiendo en familia, lo cual es idóneo para que juntos compartan una hora para conocer de forma divertida y atractiva los destinos venezolanos.

#### **4.6. Público objetivo del programa**

Enmochílate es un programa dirigido a un público con edades a partir de los 18 años de edad, sin embargo, puede ser disfrutado por toda la familia, incluyendo a todas esas personas con un espíritu aventurero, ansiosas por descubrir nuevas culturas, tradiciones y gentilicios, siempre dispuestas a enfrentar los contratiempos que caracterizan al turismo de mochila, preparadas para asumir retos y con una sensibilización especial por la naturaleza.

#### **4.7. Lenguaje del programa**

Enmochílate manejará un lenguaje sencillo que le permita al espectador sentirse identificado. Se hará uso de un lenguaje coloquial, como el que habla el ciudadano común y sin mucha formalidad oral.

#### **4.8. Estructura del programa**

Enmochílate estará estructurado en tres bloques de ocho (8) minutos cada uno y dos cortes comerciales de tres (3) minutos cada uno, para un total de treinta (30) minutos.

#### **4.9. Paquete gráfico del programa**

Enmochílate creará sus elementos gráficos en relación con la esencia, espíritu y características del programa. Siguiendo los parámetros de los programas en la televisión tradicional, el paquete gráfico de nuestro programa consistirá en el logo, la coletilla y la barra informativa (*insert*).

##### **4.9.1. Logotipo:**

Uno de los aspectos que presentó más conflictos para los realizadores de este trabajo de grado fue la escogencia de un logo.

Se contó con varias ofertas, cada una desde un estilo diferente capturaban la esencia de los mochileros pero sólo una representaba mejor, más simple y concretamente, la identidad de Enmochílate.



## ● ENMOCHILATE ●

Se solicitaba que el logo mostrase la característica más representativa del nombre: la mochila. Sin llegar a un estilo demasiado infantil, el logo del programa debía denotar juventud y dinamismo. La versión definitiva del logo alcanzó cumplir con este requerimiento a través de la escogencia del color anaranjado que sirve de fondo para el dibujo, acompañado con un toque de sobriedad logrado por los colores tierra de la mochila y por el borde violeta opaco que -dejando un espacio en transparencia- rodea la mochila.

Para el nombre del programa (Enmochílate) se utilizó Chunk Five, una tipografía egipcia de enlace duro, es decir, con terminaciones (serif) casi igual de gruesas que los bastones y con un enlace notorio y marcado entre el bastón y la terminación.

### **4.9.2. Barra informativa o *insert*:**

La barra informativa o *insert* del programa consiste en la colocación del logotipo -sin el nombre del programa- en la esquina izquierda de la pantalla; de él se desprenderá una barra color naranja (coral) con sombra violeta pardusca.



Eva, la tipografía usada en los títulos de los *inserts*, es una fuente estilo sans serif en color blanco, lo que le otorga pureza y legibilidad al texto.

**4.9.3. Paleta de colores:** Los colores deben ir con la personalidad y temática del programa. En el caso de Enmochílate, estos se encontraran en el paquete gráfico, es decir, en el *insert*, logo y coletilla.

Los colores usados para la identificación del programa son los siguientes:

- Naranja (coral): de acuerdo a la psicología del color, el naranja denota entusiasmo y exaltación. Este color suscita sentimientos de fuerza, energía, determinación, alegría y triunfo. Para Enmochílate, representa el dinamismo y la aventura, dos características principales del turismo de mochila.
- Café o marrón: color clásico que infunde respeto y equilibrio. Para Enmochílate, el café se utilizó para compensar la vivacidad que el fondo anaranjado (coral) le aportaba al resto del logo.
- Violeta opaco: de acuerdo a la psicología del color, el morado o violeta expresa, entre otras cosas, la independencia y el cambio, dos puntos importantes que resaltan al hablar de viajes.

## **4.10. Programa piloto**

### **4.10.1. Tiempos de ejecución**

La realización del programa piloto de Enmochílate, filmado en la comunidad de Chuao, Estado Aragua, cumplió con las tres etapas conocidas de cualquier proyecto audiovisual: pre-producción, producción y post producción. A continuación, se desglosarán y explicarán los componentes que formaron parte de cada una de ellas en el caso particular de Enmochílate.

#### **4.10.1.1. Pre-producción**

Para efectos de esta primera fase del programa piloto de Enmochílate, la pre-producción se tomó en cuenta desde que se inició el proceso de investigación de la

locación, en este caso Chuao. Se concretó el equipo humano que acompañaría al equipo de producción (camarógrafo y asistente) y su equipo técnico (cámara y micrófono), se consiguió el material necesario para acampar en la localidad, se definió el transporte que trasladaría al equipo (humano y técnico) de Caracas hasta el terminal de Maracay, se especificó las personas que se entrevistarían estando en el pueblo y se realizó la investigación documental.

Esta etapa se ejecutó durante las tres semanas que van desde el 25 de octubre hasta el 14 de noviembre de 2014.

#### **4.10.1.1.1. Pre-gira:**

Si bien es cierto todo programa de televisión debe tener una preparación previa, en el caso de los programas de turismo las pre-giras son importantes para definir, en líneas generales, las tomas que se pretenden filmar en el momento de la producción o proceso de grabación.

En el caso de Enmochílate, por reducción de costos y basados en la opinión de la profesora de televisión Erika Osteriz en entrevista realizada para la investigación de este trabajo, parte de la pre-gira se realizó mediante imágenes obtenidas en la web que permitieron hacer un bosquejo de los lugares que se visitarían en el programa y, la otra parte, se realizó temprano el mismo día de la grabación pues la opción de estar *in situ* permitía obtener datos más fieles de la realidad y trabajar de acuerdo a ellos.

#### **4.10.1.1.2. Locación: Chuao como destino piloto**

Cuando se pensó en el destino propicio para la grabación del programa piloto de Enmochílate se acordó en que debía ser un lugar que tuviese significación, atractivo, y que además, por costos de producción, resultara económico para los productores del programa.

En la búsqueda se presentaron varios lugares que podrían servir para este proyecto, tanto porque sus realizadores provienen de estas zonas o porque entre amigos y conocidos ofrecían el apoyo.

Se requería de un lugar que ofreciera algo diferente para mostrar, que tuviese aspectos interesantes para revelar, contara con hermosos paisajes, y que su gente nos permitiera adentrarnos en su cultura, lo cual es característico en el turismo de mochila.

Después de analizar lo que se buscaba, el Estado Aragua fue la mejor opción y Chuao era el camino a seguir. Este pueblo brindaba tradición, manifestaciones culturales, hermosos parajes naturales y gente cordial dispuesta a colaborar con el programa. Además de esto, los costos de producción en esta localidad se ajustaban al presupuesto disponible.

#### **4.10.1.1.3. Maquillaje**

El maquillaje usado para grabar Enmochílate fue simple, sólo se requería minimizar, en la medida de lo posible, los focos de brillo en la cara del presentador, que restasen significativamente la estética en pantalla. Este maquillaje se utilizó, particularmente, en aquellas tomas donde el moderador saliese hablando directamente a la cámara.

#### **4.10.1.1.4. Vestuario**

El vestuario de los actores dentro de Enmochílate debía ser cómodo (franelas o camisas de algodón, zapatos tipo tenis, pantalones, bermudas o shorts sueltos) y, en este caso, un tanto playero, ya que el destino lo ameritaba.

#### **4.10.1.1.5. *Time table***

Para su mejor presentación y lectura, en la siguiente hoja se expone el cronograma general del proceso de elaboración del programa piloto.

<b>CRONOGRAMA GENERAL</b>								
Mes/Día	Lun.	Mar.	Miérc.	Jue.	Vie.	Sáb.	Dom.	
OCT.						25	26	
	27	28	29	30	31	1	2	
	PRE PRODUCCIÓN							
NOV.	3	4	5	6	7	8	9	
	PRE PRODUCCIÓN							
	10	11	12	13	14	15	16	
						GRABA		
	17	18	19	20	21	22	23	
	CIÓN							
	24	25	26	27	28	29	30	
DIC.	1	2	3	4	5	6	7	
	8	9	10	11	12	13	14	
	15	16	17	18	19	20	21	
	RECESO NAVIDEÑO							
	22	23	24	25	26	27	28	
	RECESO NAVIDEÑO							
	29	30	31	1	2	3	4	
ENE.	5	6	7	8	9	10	11	
					EDICIÓN Y			
	12	13	14	15	16	17	18	
POST PRODUCCIÓN								

#### 4.10.1.1.6. Ficha técnica

Título: Enmochílate	Fecha: Enero, 2015
Autores: Alirio Díaz y Verónica Asuf	
<b>Director</b>	Alirio Díaz
<b>Productor</b>	Verónica Asuf
<b>Asistente de producción</b>	Gustavo Román
<b>Camarógrafo</b>	Fabrizio Gaviria
<b>Post productor</b>	Antonio Arroyo
<b>Diseñador</b>	Guillermo Ramírez
<b>Presentador</b>	Alirio Díaz
<b>Guionista</b>	Alirio Díaz y Verónica Asuf

#### 4.10.1.1.7. Permisología

Para efectos de este piloto no se necesitó solicitar permisos ante las autoridades oficiales ya que se trataba de un ejercicio académico. Sin embargo, para la posible transmisión comercial de este programa, el equipo de producción ha de verificar que se cuente con los permisos requeridos para la grabación en Parques Nacionales (como el Henri Pittier).

En esta oportunidad, el único permiso que el equipo necesitaba obtener para filmar en Chuao era el de los pobladores del lugar, la autorización para mostrar su imagen en cámara. La amabilidad de su gente hizo que este aspecto no representase ningún problema para la consecución del programa.

#### 4.10.1.1.8 Transporte

Para el traslado de Caracas hasta Maracay, estado Aragua, contamos con el apoyo del señor Farid Asuf, padre de nuestra compañera Verónica Asuf, quien colaboró para llevar en su camioneta el equipo técnico y de *camping* necesario para

los tres días de grabación. Este fue el único trayecto donde el medio de transporte fue previamente hablado.

Desde el terminal de Maracay, donde comienza el episodio cero de Enmochílate, se tomó el autobús que dejaría al equipo en el terminal de Choroní. Una vez en el pueblo, se caminó hasta el malecón desde donde se embarcaría una lancha que nos llevase hasta la playa de Chuao.

#### **4.10.1.1.9. Cámara**

La cámara utilizada para la filmación de este programa fue una videocámara Sony Z10 en formato 720 progresivo (720p), con un tamaño de cuadro en píxeles de 1280 x 720 y una proporción de fotogramas (frame aspect ratio) de 16:9.

#### **4.10.1.1.10. Audio**

El audio ambiente del programa se recogió con el micrófono incorporado de la videocámara, ya que el traslado y manejo de un *boom* iba a resultar tedioso y complicado para el *staff*. El audio de las entrevistas y apariciones en cámara del presentador sí se recogieron con el uso de un micrófono tipo balita, ya que no se podían perder los testimonios de los pobladores de la comunidad que enriquecían el programa.

#### **4.10.1.2. Producción:**

La grabación del programa piloto de Enmochílate se realizó desde el sábado 15 de noviembre, hasta el lunes 17 de noviembre. Durante tres días se logró documentar la ruta de llegada hasta la localidad de Chuao, entrevistar a pobladores y regresar a Caracas.

#### **4.10.1.3. Post-producción:**

En esta fase se llevó a cabo todo el proceso creativo de edición del programa. Esta etapa se realizó durante la semana del 9 al 17 de enero de 2015.

#### **4.10.1.3.1. Musicalización**

La elección de la música que acompaña este programa piloto se llevó a cabo bajo dos criterios:

1. La música de presentación del programa no debe llevar al espectador a pensar en un solo ambiente (playa/montaña, calor/frío, naturaleza/urbe) ya que Enmochílate enseñará la heterogeneidad de Venezuela.
2. Cuando se requiera, la musicalización de Enmochílate incluirá melodías relacionadas con la comunidad que se muestre; de tal manera, la localidad quedará representada musicalmente.

#### **4.10.1.3.2. Locución**

La locución del programa estuvo a cargo de Verónica Asuf y Alirio Díaz, que además ejercen como autores de este proyecto de grado.

Se utilizaron dos voces, una masculina y otra femenina, para que las particularidades de cada tono diferenciaran los dos estilos de narración usados en el programa.

### **4.10.2. Gastos de producción**

#### **4.10.2.1. Equipo y presupuesto**

Para la producción de este trabajo audiovisual se requirió de los servicios de una serie de profesionales en la materia para un resultado óptimo. A continuación, se desglosan los participantes del proceso de producción y los costos de trabajo que, a la fecha (noviembre, 2014), se encontraban en el mercado.

### Equipo de trabajo

Cargo	Cantidad
Productor	1
Director	1
Asistente de producción	1
Camarógrafo	1
Post productor	1
Diseñador	1
Presentador	1

### Presupuesto

Elemento	Costo (Bs. F)
Camarógrafo	6.000
Postproductor	10.000
Diseñador y graficador	22.000
Transporte (ida y vuelta)	1.920
Comida	1.939,87
Equipos	4.000
<b>Total.....</b>	<b>45.859,87</b>

#### 4.11. Factibilidad del programa

Enmochílate es un proyecto factible que puede desarrollarse en cualquier canal de televisión por la importancia de sus características principales. El turismo es una actividad económica que ha de ganar relevancia para y este programa pretende resaltar una modalidad de turismo atractiva y aventurera que poco se ha explotado en Venezuela por parte del ciudadano común.

## **4.12. Sustentabilidad del programa**

### **4.12.1. Publicidad**

Para el sustento financiero que permita el desarrollo a futuro de Enmochílate, los autores decidieron utilizar la publicidad por emplazamiento o *product placement*.

Las marcas de productos que se inserten dentro de la producción del programa y que se muestren en pantalla serán de aquellas categorías que se relacionen con la práctica del turismo de mochila, tales como: zapatos deportivos, ropa impermeable, bolsos de litro, comida no perecedera, entre otros. Otras marcas de productos no relacionados con el turismo alternativo pero sí con el formato en el cual se transmite el programa, es decir, el televisivo, pueden tener cabida dentro de la pantalla.

### **4.12.2. Financiamiento del Estado**

A través de un sondeo se determinó que por vía del Fondo de Responsabilidad Social del departamento de Producción Nacional Independiente (PNI) de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Minci), Enmochílate califica para ser financiada ya que cumple con los ocho elementos que la ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (Resorteme), en su artículo 13, exige como requisitos para catalogarse como una Producción Nacional:

1. Capital venezolano
2. Locaciones venezolanas
3. Guiones venezolanos
4. Autores o autoras venezolanos
5. Directores o directoras venezolanos
6. Personal artístico venezolano
7. Personal técnico venezolano
8. Valores de la cultura venezolana

#### **4.13. Guiones**

Para una mejor lectura, cada guión (literario y técnico) se presentará al inicio de una página nueva.

#### **4.13.1. Guión Literario**

##### **Entrada al programa/Primer Negro**

###### **Locutor en Off**

Tomar lo necesario, cuando poco significa mucho y mucho significa vestirse de locos y atreverse a ver las cotidianidades de otras latitudes como algo extraordinario; esa es la aventura que endulza nuestros viajes, donde los días se convierten en momentos, las conversaciones en enseñanzas y los compañeros en amigos; mientras nuestra mochila se va llenando de cultura, tradiciones y gentilicios para luego desbordarse de experiencias.

Con Venezuela de fondo y sus infinitas posibilidades, semana a semana nos acompañarás a un nuevo destino. Así que, ¿qué esperas? ¡Enmochílate!

###### **Locutor en off**

Más de cuatrocientos años de historia cacaotera convierten a este pueblo en un destino obligado para los que, como nosotros, disfrutan de las deliciosas tradiciones de este país

###### **Locutor en off**

Cien bolívares fuertes es el costo del pasaje de los autobuses que desde temprano salen desde la ciudad de Maracay para llevarlos por una travesía dentro del Parque Nacional Henri Pittier en la cual podrán disfrutar, además del paisaje, de la selva nublada. Pero no se encariñen, la dejarán atrás a medida que se acerquen al terminal de Choroní.

###### **Locutor en Off**

Una pequeña caminata los espera, pero tranquilos que el río, casas coloridas, posadas coloniales y una gran variedad de comercios les decoran el camino.

### **Presentador en Cámara/ Alirio Díaz**

Enmochílate se vino a la Cordillera de la Costa venezolana, a tan solo dos horas del terminal de Maracay en el Estado Aragua. En este momento estamos en Choroní, en las faldas del Parque Nacional Henri Pittier. Acompáñanos a descubrir lo que se esconde detrás de ese pueblo que se mueve con el aroma del cacao, esto es ¡Enmochílate Chuao!

### **Locutor en Off**

En el malecón de Choroní, por cien bolívares, las lanchas nos llevan hasta Chuao, ese pueblito incomunicado que visitaremos, y es que para llegar a él las dos únicas vías son por mar o atravesando las montañas. Disfrutarán de quince minutos de viaje donde observarán las formaciones rocosas y la infinidad del mar. Nos dirigimos hacia Chuao.

### **Locutor en Off**

Al llegar a Chuao nos encontramos con casi un kilómetro de playa, punto de llegada para los pescadores que representan la segunda actividad económica de importancia después del cacao. Recorremos la playa en la búsqueda del lugar perfecto para acampar.

### **Entrada al programa/ Segundo bloque**

### **Locutor en Off**

Nos levantamos bien temprano y desayunamos unas arepas que nos preparó el pana Manzanita. Por cierto, cuando vengán a Chuao les recomendamos visitarlo porque les presta una atención excepcional a los turistas, y más si son mochileros. Eso sí, el pana le tiene un pánico a las cámaras, así que ni fotos de recuerdo pudimos tomarnos con él. Luego del desayuno nos vamos al pueblo de Chuao, recuerden que estamos en la playa y para ir al pueblo debemos agarrar la carretera.

### **Presentador en Cámara**

Como pueden ver se nos incluyó otro mochilero porque así somos nosotros, el que se nos quiera unir que se anime. ¡Vamos, muchachos!

### **Presentador en Cámara**

Pana, ¿cuánto falta desde aquí hasta el pueblo? ¿Cuarenta minutos caminando?

### **Presentador en Cámara**

Decidimos venirnos a pie desde la playa hasta el pueblo de Chuao porque nos gusta tener contacto con la naturaleza, sin embargo, si usted lo desea puede agarrar una camioneta que lo va a llevar hasta el pueblo por tan solo diez bolívares. Sólo viniéndose de esta forma usted va a tener contacto con todas las plantaciones cacaoteras que se encuentran desde la orilla de la playa hasta el pueblo, y acá lo pueden observar perfectamente.

### **Presentador en Cámara**

Después de cuarenta y cinco minutos de haber caminado desde la orilla de la playa hasta aquí, llegamos a este pueblo, pintoresco, ustedes ni se lo imaginan, todas las casas tienen un color, son coloniales. Ahora para encontrarnos con la plaza principal.

### **Presentador en Cámara**

Entonces, Alondra, ¿te gusta que te carguen? Está bien, te estoy cargando y tú nos vas a llevar a conocer la Casa de Alto... Estamos llegando a la Casa de Alto, es un lugar donde se encuentran documentos, fotografías y materiales que son característicos y que cuentan la historia de este pueblo, así que vamos a ver todo lo que se esconde en estas paredes.

### **Presentador en Cámara**

Acá en la Casa de Alto nos encontramos con dos personajes que son reconocidos en todo el pueblo, ellos son Eni y Jonathan Liendo, quienes pertenecen a la cofradía de los Diablos Danzantes de Chuao. ¿Cómo están, muchachos? Bienvenidos a Enmochílate.

### **Locutor en Off**

Vivir aislados de todo es lo que hace especial a Chuao, es lo que hace que su gente reciba con tanto cariño a los turistas, y –como dice Chipilín- ese cariño es lo que hace a su cacao el mejor.

Nos vamos queriendo quedarnos, es que no fuimos inmunes al llamado “Efecto Chuao” del que tanto nos hablaba Manzanita: de Chuao se sabe cuándo se llega, pero no cuándo se va.

Guardamos en nuestra mochila las sonrisas y las impresiones de los niños que juegan en las calles y de un pueblo que se mueve con las bendiciones de la naturaleza.

¡Gracias, Chuao!

#### 4.13.2. Guión técnico

Nombre del programa: Enmochílate Autores: Alirio Díaz y Verónica Asuf		Fecha: 6 de enero de 2015
<b>PRIMER BLOQUE</b>		
	VIDEO	AUDIO
Clip 1 Inicio: 0'28" Fin: 0'33" Duración: 5 segundos	Terminal Maracay con movimiento dinámico de cámara más zoom in & out.	Musicalización primer plano. Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira
Clip 2 VOZ OFF 1 Verónica Asuf  Inicio: 0'33" Fin: 0'39" Duración: 6 segundos	Terminal Maracay. Toma over-shoulder de Alirio, el presentador. Travelling.	Locución primer plano “Tomar lo necesario...”.  Musicalización segundo plano. Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira
Clip 3 SIGUE VOZ OFF 1 Verónica Asuf  Inicio: 0'39" Fin: 00'41" Duración: 2 segundos	Terminal Maracay. Toma de Alirio, el presentador, al ras del suelo.	Locución primer plano “... atreverse a ver las cotidianidades...”  Musicalización segundo plano. Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira
Clip 4 SIGUE VOZ OFF 1	Terminal de Maracay. Toma frontal de Alirio,	Locución primer plano “... de otras latitudes

<p>Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 00'41"</p> <p>Fin: 00'53"</p> <p>Duración: 12 segundos</p> <p>Desvanecimiento</p>	<p>el presentador, caminando hasta encontrarse con Verónica, mochilera.</p>	<p>como algo..."</p> <p>Musicalización segundo plano.</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 5</p> <p>SIGUE VOZ OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 00'53"</p> <p>Fin: 00'59"</p> <p>Duración: 6 segundos</p>	<p>Terminal de Maracay. Mochileros subiendo al autobús que los llevará a Choroní. Still.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"... y los compañeros, en amigos..."</p> <p>Musicalización segundo plano.</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 6</p> <p>SIGUE VOZ OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 00'59"</p> <p>Fin: 01'03"</p> <p>Duración: 4 segundos</p>	<p>Camino Maracay – Montaña. Still.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"tradiciones y gentilicios..."</p> <p>Musicalización segundo plano.</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 7</p> <p>SIGUE VOZ OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p>	<p>Henri Pittier. Still.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"... de experiencias. Con Venezuela..."</p>

<p>Inicio: 01'03"  Fin: 01'06"  Duración: 3 segundos</p>		<p>Musicalización segundo plano.  Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p>
<p>Clip 10  SIGUE VOZ OFF 1  Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 01'06"  Fin: 01'17"  Duración: 11 segundos</p>	<p>Vista del camino desde la ventana del autobús + corneta.</p>	<p>Locución primer plano  “... y sus infinitas posibilidades ...”</p> <p>Musicalización segundo plano.  Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p> <p>Locución primer plano  “... ¿qué esperas?  Enmochílate”</p> <p>Musicalización primer plano  Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p>
<p>Clip 11</p> <p>Inicio: 01'17"  Fin: 01'24"  Duración: 7 segundos</p>	<p>Autobús. Ambiente dentro del autobús. Still.</p>	<p>Musicalización primer plano  Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p>

<p>Clip 12</p> <p>Inicio: 01'24"</p> <p>Fin: 01'32"</p> <p>Duración: 8 segundos</p>	<p>Guagua con guagua.</p>	<p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 13</p> <p>Inicio: 01'32"</p> <p>Fin: 01'41"</p> <p>Duración: 9 segundos</p>	<p>Autobús. Alirio y Verónica hablando a contraluz sobre el camino. Still.</p>	<p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 14</p> <p>VOZ OFF 2</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 01'41"</p> <p>Fin: 01'46"</p> <p>Duración: 5 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Bienvenidos a Choróní (cartel). Cámara saliente de la ventana grabando el camino.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"Más de cuatrocientos años..."</p> <p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>
<p>Clip 15</p> <p>SIGUE VOZ OFF 2</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 01'46"</p> <p>Fin: 02'04"</p> <p>Duración: 18 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Choróní. Recorrido por calle con casas coloridas hasta llegar a plaza con celebración.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"... en un destino obligado..."</p> <p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: "Nunca me acuerdo de olvidarte" – Shakira</p>

		<p>“... deliciosas tradiciones de este país”</p> <p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p>
<p>Clip 16</p> <p>Inicio: 02’04”</p> <p>Fin: 02’08”</p> <p>Duración: 4 segundos</p>	<p>Choroní. Autobús doblando a la derecha</p>	<p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: “Nunca me acuerdo de olvidarte” – Shakira</p>
<p>Clip 17</p> <p>VOZ OFF 3</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 02’08”</p> <p>Fin: 02’22”</p> <p>Duración: 14 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Choroní. Mochileros bajando del autobús.</p> <p>Still.</p>	<p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: “Perfidia” - Rabanes</p>
<p>Clip 18</p> <p>Inicio: 02’22”</p> <p>Fin: 02’33”</p> <p>Duración: 8 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Choron. Mochileros reunidos definiendo ruta e iniciando el camino.</p> <p>Traveling</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>“Cien bolívares fuertes es el costo...”</p> <p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: “Perfidia” –</p>

		Rabanes
<p>Clip 19</p> <p>Inicio: 02'33"</p> <p>Fin: 02'44"</p> <p>Duración: 11 segundos</p>	<p>Choroní. Toma contrapicado del presentador, Alirio, y su acompañante mochilero, caminando hasta salir de cuadro.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>“... en la que podrán disfrutar de...”</p> <p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: “Perfidia” – Rabanes.</p> <p>“... se acerquen al terminal de Choroní”</p> <p>Musicalización primer plano</p> <p>Tema: “Perfidia” – Rabanes</p>
<p>Clip 20</p> <p>Inicio: 02'44"</p> <p>Fin: 02'50"</p> <p>Duración: 6 segundos</p>	<p>Choroní. Traveling al ras del suelo de los mochileros caminando hacia el pueblo.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>“Una pequeña caminata los espera...”</p> <p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: “Perfidia” – Rabanes</p>
<p>Clip 21</p> <p>Inicio: 02'50"</p> <p>Fin: 02'55"</p>	<p>Choroní. Mochileros caminando de frente a la cámara hasta salir del cuadro.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>“... que el río, las casas coloridas...”</p>

Duración: 5 segundos		Musicalización segundo plano Tema: “Perfidia” – Rabanes
Clip 22  Inicio: 02’55” Fin: 03’03” Duración: 8 segundos	Choroní. Toma de los mochileros caminando uno detrás de otro vía al Malecón de Choroní hasta salir de cuadro.	Locución en primer plano “...les van decorando el camino”  Musicalización primer plano Tema: “Perfidia” – Rabanes
Clip 23  Inicio: 03’03” Fin: 03’07” Duración: 4 segundos	Choroní. Toma de espalda de los mochileros mientras caminan. Traveling.	Musicalización primer plano Tema: “Perfidia” – Rabanes
Clip 24  Inicio: 03’07” Fin: 03’12” Duración: 5 segundos	Choroní. Toma al ras del suelo de los pasos de los mochileros. Still	Musicalización primer plano Tema: “Perfidia” – Rabanes
Clip 25  Inicio: 03’12” Fin: 03’17” Duración: 5 segundos	Choroní. Toma de los mochileros entrando al área de comercio del pueblo. Traveling.	Musicalización primer plano Tema: “Perfidia” – Rabanes
Clip 26	Choroní. Toma over-shoulder de Alirio, el	Musicalización primer plano

<p>Inicio: 03'17"  Fin: 03'19"  Duración: 2 segundos</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>	<p>presentador, caminando en el pueblo. Traveling.</p>	<p>Tema: "Perfidia" – Rabanes</p>
<p>Clip 27</p> <p>Inicio: 03'19"  Fin: 03'25"  Duración: 6 segundos</p> <p>Efecto fast motion</p> <p>PRESENTACION EN VIVO  LOC. CAM.</p> <p>Inicio: 03'25"  Fin: 03'44"  Duración: 19 segundos</p> <p>Insert: "Alirio Díaz.  @alirio_diaz"</p>	<p>Choroní. Toma de los mochileros embarcando peñero. Still.</p> <p>Alirio Díaz presentado el programa. Still.</p>	<p>Musicalización primer plano  Tema: "Perfidia" – Rabanes</p> <p>Música en segundo plano</p> <p>Locución primer plano  "Enmochílate se vino a la cordillera de la costa..."</p> <p>"... ¡Enmochílate Chuao!"</p>
<p>Clip 28</p> <p>Inicio: 03'44"  Fin: 03'52"  Duración: 8 segundos</p>	<p>Choroní. Paneo a la derecha, gente saludando.</p>	<p>Musicalización primer plano  Tema: "Perfidia" –</p>

		Rabanes
COLETILLA DEL PROGRAMA  Inicio: 03'52" Fin: 04'05" Duración: 13 segundos		
Clip 29 VOZ OFF 4 Alirio Díaz  Inicio: 04'05" Fin: 04'08" Duración: 3 segundos	Choroní-Chuao. Toma de los mochileros en la lancha. Still.	Locución primer plano “En el malecón de Choroní, por cien...”  Sin musicalización. Con sonido ambiente.
Clip 30 SIGUE VOZ OFF 4 Alirio Díaz  Inicio: 04'08" Fin: 04'11" Duración: 3 segundos	Choroní-Chuao. Toma de persona pescando sobre una roca.	Locución primer plano “... ese pueblito incomunicado...”  Sin musicalización. Con sonido ambiente.
Clip 31 SIGUE VOZ OFF 4 Alirio Díaz  Inicio: 04'11" Fin: 04'14" Duración: 3 segundos	Choroní-Chuao. Toma de la punta de la lancha. Still.	Locución primer plano “... es que para llegar a él...”  Sin musicalización. Con sonido ambiente.
Clip 32	Choroní-Chuao. Toma	Locución primer plano

<p>SIGUE VOZ OFF 4 Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 04'14" Fin: 04'18" Duración: 4 segundos</p> <p>Insert: "Gustavo Román. @roman_gustavo"</p>	<p>de los mochileros en la lancha hablando sobre las características de las rocas. Still.</p>	<p>"... por mar o atravesando las..."</p> <p>Sin musicalización. Con sonido ambiente.</p>
<p>Clip 33 SIGUE VOZ OFF 4 Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 04'18" Fin: 04'23" Duración: 5 segundos</p>	<p>Choroní-Chuao. Toma de las montañas desde la lancha. Still.</p>	<p>Locución primer plano "... disfrutaremos de aproximadamente..."</p> <p>Sin musicalización. Con sonido ambiente.</p>
<p>Clip 34 SIGUE VOZ OFF 4 Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 04'23" Fin: 04'28" Duración: 5 segundos</p>	<p>Choroní-Chuao. Toma desde la lancha hacia adelante.</p>	<p>Locución primer plano "... y la infinidad del mar..."</p> <p>"... nos dirigimos hacia Chuao"</p> <p>Sin musicalización. Con sonido ambiente.</p>
<p>Clip 35 Inicio: 04'28" Fin: 04'33" Duración: 5 segundos</p>	<p>Chuao. Toma al ras del suelo de los pasos de los mochileros en la arena al llegar a la playa de</p>	<p>Musicalización primer plano Tema: "Perfidia" - Rabanes</p>

Efecto de desvanecimiento	Chuao.	
Clip 36  Inicio: 04'33" Fin: 04'38" Duración: 5 segundos  Efecto de desvanecimiento	Chuao. Toma frontal de los mochileros caminando en la arena. Still.	Musicalización primer plano Tema: "Perfidia" – Rabanes
Clip 37  Inicio: 04'38" Fin: 04'46" Duración: 8 segundos  Efecto de desvanecimiento  VOZ OFF 5 Alirio Díaz  Inicio: 04'42"	Chuao. Toma de las huellas de los mochileros en la arena. Traveling + tilt up.	Musicalización primer plano Tema: "Perfidia" - Rabanes  Música a segundo plano  Locución primer plano  "Al llegar nos encontramos con..."
Clip 38 SIGUE VOZ OFF 5 Alirio Díaz  Inicio: 04'46"	Chuao. Toma lateral de los mochileros, al fondo el mar.	Locución primer plano  "... pescadores, que representan..."

<p>Fin: 04'52"</p> <p>Duración: 6 segundos</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>		<p>Musicalización segundo plano</p> <p>Tema: "Perfidia" - Rabanes</p>
<p>Clip 39</p> <p>Inicio: 04'54"</p> <p>Fin: 05'08"</p> <p>Duración: 14 segundos</p> <p>LOC.CAM</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>	<p>Chua. Toma de mata más enfoque de los mochileros acercándose al lugar de acampada.</p> <p>Alirio, el presentador, con sus compañeros llegando al lugar de acampada.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"... recorremos la playa en búsqueda del lugar perfecto para acampar"</p> <p>Musicalización primer plano.</p> <p>Tema: "Perfidia" - Rabanes</p> <p>"...aquí armamos la carpa"</p>
<p>Clip 40</p> <p>Inicio: 05'09"</p> <p>Fin: 05'29"</p> <p>Duración: 20 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Chua. Toma de los mochileros armando la carpa a contraluz.</p>	<p>Musicalización en primer plano</p> <p>Tema: "Perfidia" - Rabanes</p>
<p>Clip 41</p> <p>Inicio: 05'30"</p> <p>Fin: 05'40"</p> <p>Duración: 10 segundos</p>	<p>Chua. Anochecer.</p>	<p>Sonido ambiente</p>

Efecto fast-motion		
COLETILLA DEL PROGRAMA  Inicio: 05'40" Fin: 05'53" Duración: 13 segundos		
PRIMER CORTE		

Nombre del programa: Enmochílate Autores: Alirio Díaz y Verónica Asuf		Fecha: 9 de enero de 2015
<b>SEGUNDO BLOQUE</b>		
	VIDEO	AUDIO
COLETILLA DEL PROGRAMA  Inicio: 06'25" Fin: 06'38" Duración: 13 segundos		
Clip 1  Inicio: 06'39" Fin: 06'42" Duración: 3 segundos	Chuao. Toma de la playa amaneciendo.	Musicalización primer plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 2 VOZ OFF 1 Alirio Díaz  Inicio: 06'42" Fin: 06'55" Duración: 13 segundos	Chuao. Traveling hacia los mochileros en la mesa.	Locución primer plano "Nos levantamos bien temprano y..."  Musicalización segundo plano. Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 3 SIGUE OFF 1 Alirio Díaz  Inicio: 06'56" Fin: 07'02"	Chuao. Toma de los mochileros desayunando con el mar de fondo. Still.	"... eso sí, el pana le tiene pánico a las..."  Musicalización segundo plano. Tema: "Could you be

Duración: 6 segundos		loved” – Bob Marley
Clip 4 SIGUE OFF 1 Alirio Díaz  Inicio: 07’02” Fin: 07’08” Duración: 6 segundos	Chua. Toma close up del desayuno + tilt up hasta close up del rostro de Alirio Díaz, el presentador.	“... sacarnos con él. Luego del desayuno...”  Musicalización segundo plano. Tema: “Could you be loved” – Bob Marley
Clip 5 SIGUE OFF 1 Alirio Díaz  Inicio: 07’08” Fin: 07’12” Duración: 4 segundos  Insert: “Verónica. @veroasuf”	Chua. Toma de Verónica y Alirio desayunando. Paneo.	“... para llegar al pueblo debemos agarrar...”  Musicalización segundo plano. Tema: “Could you be loved” – Bob Marley
Clip 6  Inicio: 07’12” Fin: 07’15” Duración 3 segundos	Chua. Toma al ras del suelo de los mochileros caminando hacia el pueblo.	Musicalización primer plano. Tema: “Could you be loved” – Bob Marley
Clip 7  Inicio: 07’16” Fin: 07’19”	Chua. Toma contrapicado de los árboles y el sol.	Musicalización primer plano. Tema: “Could you be loved” – Bob Marley

Duración: 3 segundos		Segundo plano sonido ambiente.
Clip 8  Inicio: 07'19" Fin: 07'25" Duración: 6 segundos	Chua. Toma de los mochileros camino al puente hasta salir de cuadro. Still.	Musicalización primer plano.  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 9 LOC. CAM. Alirio Díaz  Inicio: 07'25" Fin: 07'34" Duración: 9 segundos	Chua. Toma de Alirio, el presentador, y los mochileros llegando al puente. Still.	"Bueno, ya descansamos y desayunamos..."  Musicalización segundo plano.  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 10  Inicio: 07'34" Fin: 07'38" Duración: 4 segundos	Chua. Toma de los pasos de los mochileros al ras del suelo mientras cruzan el puente. Still.	Musicalización primer plano.  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 11  Inicio: 07'39" Fin: 07'43" Duración: 4 segundos	Chua. Toma de los mochileros bajando el puente. Traveling.	Musicalización primer plano.  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 12  Inicio: 07'44" Fin: 07'47"	Chua. Toma del riachuelo del camino. Still.	Musicalización primer plano.  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley

Duración: 3 segundos		
Clip 13 Inicio: 07'47" Fin: 07'50" Duración: 3 segundos	Chuao. Toma desde atrás de los mochileros llegando a la carretera de concreto.	Musicalización primer plano. Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 14 Inicio: 07'51" Fin: 07'54" Duración: 3 segundos	Chuao. Toma contrapicado de las matas.	Musicalización primer plano. Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 15 LOC. CAM. Alirio Díaz Inicio: 07'54" Fin: 08'03" Duración: 9 segundos	Chuao. Toma de Alirio conversando con un habitante del pueblo. Traveling.	"... pana, ¿cuánto falta desde aquí hasta el pueblo?..." Musicalización segundo plano. Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 16 Inicio: 08'03" Fin: 08' 06" Duración: 3 segundos	Chuao. Toma de señor en bicicleta por la carretera.	Musicalización primer plano. Tema: "Could you be loved" – Bob Marley
Clip 17 LOC. CAM. Alirio Díaz Inicio: 08'07"	Chuao. Toma de Alirio sentado sobre una rama presentando el cacao. Still.	Locución primer plano "Decidimos venimos a pie desde la playa..." Musicalización segundo

<p>Fin: 08'15"</p> <p>Duración: 8 segundos</p>		<p>plano.</p> <p>Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 18</p> <p>Inicio: 08'15"</p> <p>Fin: 08'19"</p> <p>Duración: 4 segundos</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>	<p>Chua. Toma del camión pasando full de gente hacia el pueblo. Paneo.</p>	<p>Continuar con audio del clip anterior.</p> <p>Locución primer plano</p> <p>"...puede agarrar una camioneta que lo va a..."</p> <p>Musicalización segundo plano.</p> <p>Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 19</p> <p>LOC. CAM.</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 08'20"</p> <p>Fin: 08'27"</p> <p>Duración: 7 segundos</p>	<p>Chua. Toma de Alirio sentado sobre una rama presentando el cacao.</p> <p>Still.</p>	<p>Locución primer plano</p> <p>"... sólo viniéndose de esta forma..."</p> <p>"... y acá lo pueden observar perfectamente."</p>
<p>Clip 20</p> <p>Inicio: 08'28"</p> <p>Fin: 08'33"</p> <p>Duración: 5 segundos</p> <p>Efecto de fast-motion</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>	<p>Chua. Toma del camino al pueblo por la carretera de concreto.</p>	<p>Musicalización primer plano.</p> <p>Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>

<p>Clip 21 LOC. CAM. Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 08'33" Fin: 08'49" Duración: 16 segundos</p> <p>Insert: Alirio Díaz. @alirio_91"</p>	<p>Pueblo. Alirio y los mochileros llegando al pueblo de Chuao.</p>	<p>Locución primer plano “Después de cuarenta y cinco minutos ...”</p> <p>“... para encontrarnos con la plaza principal.”</p> <p>Sin musicalización</p>
<p>Clip 22</p> <p>Inicio: 08'50" Fin: 08'55" Duración: 5 segundos</p>	<p>Pueblo. Traveling hacia la Plaza Bolívar de Chuao.</p>	<p>Musicalización primer plano. Tema: “Hit me with music” – Bob Marley</p>
<p>Clip 23</p> <p>Inicio: 08'56" Fin: 09'01" Duración: 5 segundos</p> <p>Insert: Plaza Bolívar. Chuao.</p>	<p>Pueblo. Traveling + contrapicado del busto de Simón Bolívar</p>	<p>Musicalización primer plano. Tema: “Hit me with music” – Bob Marley</p>
<p>Clip 24 LOC. CAM. Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 09'02" Fin: 09'30"</p>	<p>Pueblo. Toma en picado desde la Casa de Alto hacia los mochileros + paneo + traveling.</p>	<p>Música a segundo plano</p> <p>Locución en primer plano “Está bien, te estoy cargando y tu...”</p>

<p>Duración: 28 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p> <p>Insert: “Casa de Alto. Chuao”</p>	<p>Mochileros llegando al primer piso de la Casa de Alto.</p>	<p>Musicalización primer plano.</p> <p>Tema: “Hit me with music” – Bob Marley</p> <p>Música a segundo plano</p> <p>Locución en primer plano “Estamos llegando a la Casa de Alto...”</p> <p>Música a primer plano</p>
<p>Clip 25</p> <p>Inicio: 09’31”</p> <p>Fin: 09’35”</p> <p>Duración: 4 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma close up de las fotos de los diablos.</p>	<p>Musicalización segundo plano.</p> <p>Tema: “Hit me with music” – Bob Marley</p> <p>Locución primer plano “Bienvenidos a Enmochílate...”</p>
<p>Clip 26</p> <p>LOC. CAM.</p> <p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 09’36”</p> <p>Fin: 09’39”</p> <p>Duración: 3 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma de Alirio presentando a los entrevistados con fondo tapiz de los diablos danzantes de Chuao.</p>	<p>Locución primer plano “...unas cuantas cositas que tal vez la gente...”</p> <p>Sin musicalización</p>
<p>Clip 21</p> <p>LOC. CAM.</p>	<p>Casa de Alto. Toma de Eni Liendo y Alirio Díaz.</p>	<p>Locución primer plano “¿En qué fecha se</p>

<p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 09'39"</p> <p>Fin: 09'55"</p> <p>Duración: 16 segundos</p> <p>Insert: "Eni Liendo. Poblador de Chuao."</p>		<p>celebra esta..."</p> <p>"...sesenta y dos días, exactamente, y..."</p>
<p>Clip 22</p> <p>Inicio: 09'55"</p> <p>Fin: 10'00"</p> <p>Duración: 5 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma del afiche de la Virgen María. Tilt up.</p>	<p>Seguir con el audio del clip anterior.</p>
<p>Clip 23</p> <p>Inicio: 10'00"</p> <p>Fin: 10'03"</p> <p>Duración: 3 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma general de la pared con fotografías de los diablos. Still</p>	<p>"...cultural, religiosa..."</p>
<p>Clip 24</p> <p>Inicio: 10'03"</p> <p>Fin: 10'11"</p> <p>Duración: 8 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma close up de las fotografías de los diablos. Paneo.</p>	<p>"... cien por ciento católica..."</p>
<p>Clip 25</p> <p>Inicio: 10'11"</p> <p>Fin: 10'16"</p> <p>Duración: 5 segundos</p>	<p>Casa de Alto. Toma de Eni y Jonathan Liendo. Plano medio.</p>	<p>"...nosotros, a veces..."</p> <p>"...y adoran al Santísimo..."</p>
<p>Clip 26</p>	<p>Casa de Alto. Toma</p>	<p>"... eso sucedió en..."</p>

Inicio: 10'16" Fin: 10'19" Duración: 3 segundos	general del tapiz de los diablos danzantes de Chuao en pared.	
Clip 27  Inicio: 10'19" Fin: 10'24" Duración: 6 segundos	Casa de Alto. Toma close up del tapiz de los diablos danzantes de Chuao en pared.	"... Lieja, Bélgica..."  "... dice la historia que una..."
Clip 28  Inicio: 10'24" Fin: 10'28" Duración: 4 segundos	Casa de Alto. Toma detalle del tapiz de los diablos danzantes de Chuao en pared.	"... religiosa, que se llamaba..."
Clip 29  Inicio: 10'28" Fin: 10'49" Duración: 21 segundos	Casa de Alto. Toma de Eni en plano medio corto con fondo el tapiz de los diablos.	"... María Montes Canelón..."  "...la Iglesia Católica..."
Clip 30  Inicio: 10'49" Fin: 10'51" Duración: 2 segundos	Casa de Alto. Toma detalle de los ojos de Jonathan.	"Jonathan, ¿qué diferencia..."
Clip 31 LOC. CAM. Alirio Díaz  Inicio: 10'51"	Casa de Alto. Toma de Alirio, el presentador, en plano medio. Still.	"... los diablos danzantes de Chuao...?"

Fin: 11'01" Duración: 10 segundos		"...manifestación acá en esta comunidad..."
Clip 32  Inicio: 11'01" Fin: 11'03" Duración: 2 segundos  Efecto de desvanecimiento	Casa de Alto. Toma de Jonathan en plano americano.	"Diferente..."  "...entre los diablos de aquí y los de allá."
Clip 33  Inicio: 11'03" Fin: 11'06" Duración: 3 segundos	Casa de Alto. Toma general del interior de la casa.	"... el vestuario, que nuestro vestuario es..."
Clip 34  Inicio: 11'06" Fin: 11'13" Duración: 7 segundos	Casa de Alto. Toma detalle del vestuario con movimiento de paneo y tilt up.	"... más colorido que el de las otras diabladas..."
Clip 35  Inicio: 11'13" Fin: 11'19" Duración: 6 segundos	Casa de Alto. Toma detalle del vestuario expuesto en las paredes del interior de la casa.  Paneo	"... su instrumento es el cuatro, y nosotros..."  "el de nosotros es un redoblante..."
Clip 36  Inicio: 11'19" Fin: 11'24"	Casa de Alto. Toma close up de Verónica (mochilera) tocando el cuatro.	"... hecho caseramente de doble membrana..."

Duración: 5 segundos		
Efecto de desvanecimiento		“... que nosotros llamamos caja...”
Clip 37 Inicio: 11’25” Fin: 11’29” Duración: 4 segundos	Casa de Alto. Toma de Eni y Jonathan en plano americano	“... son muchas cosas que diferencian mucho...”  “... entre los diablos de aquí con los de allá...”
Clip 37 Inicio 11’29” Fin: 11’34” Duración: 5 segundos	Toma general de la fachada principal de la casa de los Diablos Danzantes de Chuao. Still.	Musicalización en primer plano. Tema: “World music from Africa” - Ethnic Music, Percussion, African Tribal Music
COLETILLA DEL PROGRAMA  Inicio: 11’35” Fin: 11’48” Duración: 13 segundos		
SEGUNDO CORTE		

Nombre del programa: Enmochílate Autores: Alirio Díaz y Verónica Asuf		Fecha: 13 de enero de 2015
<b>TERCER BLOQUE</b>		
	VIDEO	AUDIO
COLETILLA DEL PROGRAMA  Inicio: 12'13" Fin: 12'26" Duración: 13 segundos		
Clip 1  Inicio: 12'27" Fin: 12'33" Duración: 6 segundos	Cruz del perdón. Toma en zoom out de la vela más tilt up en contrapicado hasta la Cruz del perdón.	Musicalización en primer plano. Tema: "World music from Africa" - Ethnic Music, Percussion, African Tribal Music.
Clip 2  Inicio: 12'34" Fin: 12'39" Duración: 5 segundos  Insert: "Jonathan Liendo. Poblador de Chuao"	Casa de Alto. Toma de Jonathan hablando de la Cruz del perdón. Plano medio.	Música a segundo plano  Locución a primer plano "Chuao era una hacienda, y como tal, en las..."  "...que posiblemente es la Iglesia..."
Clip 3  Inicio: 12'39" Fin: 12'57" Duración: 18 segundos	Cruz del perdón. Traveling hasta la Cruz del perdón más toma en contrapicado con movimiento giratorio.	"... y la Cruz del perdón, ellos edifican esa Cruz y..."  "...cuando un esclavo

Efecto de fast-motion		cometiera alguna falta...”
Clip 4 Inicio: 12’58” Fin: 13’06” Duración: 8 segundos	Casa de Alto. Toma de Jonathan Liendo. Plano medio.	“... ellos corrían y se abrazaran a la Cruz...”  “... su castigo se le levantaría...”
Clip 5 Inicio: 13’07” Fin: 13’09” Duración: 2 segundos	Casa de Alto. Toma detalle de la gorra de Jonathan Liendo	“... su primer esposo de Doña Catalina...”
Clip 6 Inicio: 13’09” Fin: 13’20” Duración: 11 segundos  Efecto de desvanecimiento	Casa de Alto. Toma de Jonathan Liendo. Plano medio.	“... llamado Pedro Liendo...”  “...a la Cruz le pusieron Cruz del perdón...”
Clip 7 Inicio: 13’21” Fin: 13’28” Duración: 7 segundos	Cruz del perdón. Toma de la Cruz con zoom in y en fuera de foco.	Musicalización en primer plano. Tema: “World music from Africa” - Ethnic Music, Percussion, African Tribal Music.
Clip 8 LOC. CAM. Alirio Díaz	Plaza del secado. Toma de los mochileros tomándose una foto más movimiento	Música a segundo plano  Locución primer plano

<p>Inicio: 13'29"  Fin: 13'50"  Duración: 21 segundos</p> <p>Insert: "Alirio Díaz.  @alirio91"</p>	<p>de cámara y traveling  hasta Alirio, el  presentador.</p>	<p>"En cada uno de los  pueblos de Venezuela..."</p> <p>"... para ser secado con la  luz del Sol. Maravilloso..."</p>
<p>Clip 9</p> <p>Inicio: 13'51"  Fin: 13'55"  Duración: 4 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma  de Chipilín. Plano medio.  Still.</p>	<p>"Vamos a conversar ahora  con Chipilín..."</p> <p>"... dentro de la cultura de  Chuao..."</p>
<p>Clip 10</p> <p>LOC. CAM.  Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 13'55"  Fin: 14'00"  Duración: 5 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma  de Alirio presentando al  entrevistado. Plano medio.  Still.</p>	<p>"... conocido por todos sus  habitantes y en este..."</p> <p>"...la actividad económica  del cacao acá."</p>
<p>Clip 11</p> <p>Inicio: 14'00"  Fin: 14'46"  Duración: 46 segundos</p> <p>Insert: "Octavio Chávez.  Poblador y cultor de  Chuao"</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma  de Chipilín hablando del  cacao. Plano medio. Still</p>	<p>"En la actualidad, Chuao  está catalogado como el..."</p> <p>"...por una máquina que  fue traída en el..."</p>
<p>Clip 12</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma  de la máquina procesadora</p>	<p>"... año 1870 cuando  Antonio Guzmán..."</p>

<p>Inicio: 14'47"  Fin: 14'58"  Duración: 11 segundos</p>	<p>de cacao antigua.  Traveling.</p>	<p>“... y luego de allí va a la exportación...”</p>
<p>Clip 13  LOC. CAM.  Alirio Díaz    Inicio: 14'58"  Fin: 15'19"  Duración: 21 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma de Alirio, el presentador. Plano medio. Paneo hasta Chipilín. Plano medio. Still.</p>	<p>“Chipilín, cuéntanos, ¿qué diferencia al cacao...”    “...es diferente a las otras localidades es por ese...”</p>
<p>Clip 14    Inicio: 15'20"  Fin: 15'25"  Duración: 5 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma del cacao. Close up. Still.</p>	<p>“... es por ese amor, ese cariño que le ponen...”</p>
<p>Clip 15    Inicio: 15'25"  Fin: 15'36"  Duración: 11 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Plano general de sembradío de cacao. Zoom in hasta cacao en mata. Zoom out y paneo.</p>	<p>“... fermentan en la vialidad, o sea, en la vía...”</p>
<p>Clip 16    Inicio: 15'36"  Fin: 15'44"  Duración: 8 segundos    Insert: “Octavio Chávez. Poblador y cultor de Chuao”</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma del entrevistado. Plano medio. Still.</p>	<p>“... en la calle, en patios que no están acordes...”    “... merece o necesita el cacao como tal...”</p>

<p>Clip 17 LOC. CAM. Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 15'44" Fin: 16'13" Duración: 29 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma de Alirio, el presentador. Plano medio. Paneo hasta Chipilín. Still</p>	<p>“Chipilín, cuéntanos, aparte de la exportación del cacao...”</p> <p>“Bueno, mira, el cacao tiene mucha magia...”</p> <p>“... esta bebida es manjar de Dioses...”</p>
<p>Clip 18</p> <p>Inicio: 16'13" Fin: 17'34" Duración: 1 minuto con 21 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma del Licor de Cacao. Paneo más tilt up hasta Chipilín de nuevo. Traveling hacia atrás hasta plano medio del entrevistado. Traveling hasta el vaso de Licor de Cacao.</p>	<p>“...esto es una bebida espiritual o espirituosa...”</p> <p>“... hoy por hoy, todavía, yo, mi persona, la conservo”</p>
<p>Clip 19</p> <p>Inicio: 17'33" Fin: 17'34" Duración: 1 segundo</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma de Alirio observando a Chipilín. Plano conjunto.</p>	<p>Sonido ambiente</p>
<p>Clip 20</p> <p>Inicio: 17'34" Fin: 17'37" Duración: 3 segundos</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma del entrevistado tomando Licor de Caco del vaso y ofreciéndole a Alirio, el presentador. Still.</p>	<p>Sonido ambiente</p>
<p>Clip 21 LOC.CAM.</p>	<p>Entrevista Chipilín. Toma de Alirio recibiendo el</p>	<p>“Si usted viene a Chuao no puede olvidar probar...”</p>

<p>Alirio Díaz</p> <p>Inicio: 17'38"</p> <p>Fin: 18'02"</p> <p>Duración: 24 segundos</p>	<p>vaso de Licor de Cacao y probándolo. Still.</p>	<p>“...no puede dejar de probar esta bebida cuando venga”</p> <p>Musicalización en primer plano: Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 22</p> <p>Inicio: 18'02"</p> <p>Fin: 18'09"</p> <p>Duración: 7 segundos</p>	<p>Despedida. Toma del cacao en la mata. Still.</p>	<p>Locucion en primer plano “El mejor cacao del mundo está aquí en mi tierra, en Chuao”</p> <p>Musicalización a segundo plano Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 23</p> <p>Inicio: 18'10"</p> <p>Fin: 18'18"</p> <p>Duración: 8 segundos</p> <p>Efecto de desvanecimiento</p>	<p>Despedida. Toma de los niños comiendo helado y mostrando a cámara dónde venden el helado de cacao. Paneo hasta la fachada del lugar.</p>	<p>Locución en segundo plano “...cacao y ellos los hacen...”</p> <p>“... hacen chocolate de cacao”</p> <p>Musicalización en primer plano Tema: “Could you be</p>

		loved” – Bob Marley
<p>Clip 24</p> <p>Inicio: 18’18”</p> <p>Fin: 18’22”</p> <p>Duración: 6 segundos</p> <p>VOZ OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p>	<p>Despedida. Toma en contrapicado de los árboles desde el camión de regreso. Still.</p>	<p>Musicalización a primer plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p> <p>Música a segundo plano</p> <p>Locución a primer plano</p> <p>“Vivir aislados de todo es lo que hace especial...”</p>
<p>Clip 25</p> <p>SIGUE OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 18’22”</p> <p>Fin: 18’26”</p> <p>Duración: 4 segundos</p>	<p>Despedida. Toma de niños despidiéndose desde motocicleta en movimiento. Still.</p>	<p>“... a Chuao, es lo que hace que su gente reciba con tanto cariño...”</p> <p>Musicalización a segundo plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 26</p> <p>SIGUE OFF 1</p> <p>Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 18’27”</p> <p>Fin: 18’31”</p> <p>Duración: 4 segundos</p> <p>Efecto slow-motion</p>	<p>Despedida. Toma de Chipilín tomando del vaso el Licor de Cacao.</p>	<p>“... a los turistas; y, como dice Chipilín, ese cariño es lo que hace...”</p> <p>Musicalización a segundo plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 27</p>	<p>Despedida. Toma general</p>	<p>Locución en primer plano</p>

<p>SIGUE OFF 1 Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 18'31" Fin: 18'35" Duración: 4 segundos</p>	<p>de Verónica (mochilera) bailando con Alondra (niña) al son del cuatro que toca Eni Liendo. Traveling hacia atrás.</p>	<p>“... a su cacao el mejor. Nos vamos queriendo...”</p> <p>Musicalización a segundo plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 28 SIGUE OFF 1 Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 18'35" Fin: 18'41" Duración: 6 segundos</p> <p>Efecto fast-motion</p>	<p>Despedida. Toma de bebida en medio de la calle del pueblo observando la cámara. Traveling más still.</p>	<p>Locución en primer plano</p> <p>“... es que no fuimos inmunes del llamado...”</p> <p>Musicalización a segundo plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 29 SIGUE OFF 1 Verónica Asuf</p> <p>Inicio: 18'41" Fin: 18'45" Duración: 4 segundos</p>	<p>Despedida. Toma del cangrejo en la playa desapareciendo fuera de cuadro. Still.</p>	<p>Locución en primer plano</p> <p>“... de Chuao se sabe cuándo se llega, pero no cuándo se va”</p> <p>Musicalización a segundo plano</p> <p>Tema: “Could you be loved” – Bob Marley</p>
<p>Clip 30 SIGUE OFF 1 Verónica Asuf</p>	<p>Despedida. Toma de los niños del pueblo saludando a la cámara.</p>	<p>Locución en primer plano</p> <p>“Guardamos en nuestra mochila las sonrisas...”</p>

<p>Inicio: 18'45"  Fin: 18'49"  Duración: 4 segundos</p>		<p>Musicalización a segundo plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 31  SIGUE OFF 1  Verónica Asuf    Inicio: 18'49"  Fin: 18'54"  Duración: 5 segundos    Efecto fast-motion</p>	<p>Despedida. Toma de niño sentando en la calle jugando con un carrito y siguiendo a la cámara con la vista. Traveling.</p>	<p>Locución en primer plano  "... y de un pueblo que se mueve con las bendiciones de la naturaleza"    Musicalización a segundo plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 32    Inicio: 18'54"  Fin: 18'56"  Duración: 2 segundos</p>	<p>Despedida. Toma general de señor barriendo en la playa</p>	<p>Musicalización a primer plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 33    Inicio: 18'56"  Fin: 18'58"  Duración: 2 segundos</p>	<p>Despedida. Toma del señor barriendo en la playa. Plano medio.</p>	<p>Musicalización a primer plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>
<p>Clip 34    Inicio: 18'58"  Fin: 19'15"  Duración: 17 segundos</p>	<p>Despedida. Toma del cartel "Gracias Chuao". Still. Paneo de la playa.</p>	<p>Locución en primer plano  "Gracias, Chuao"  Musicalización a primer plano  Tema: "Could you be loved" – Bob Marley</p>

#### 4.14. Proyección a futuro del programa: próximos episodios

Es indudable que las opciones para practicar el turismo de mochila son innumerables dentro del territorio nacional. En el cuadro que se mostrará a continuación sólo se esbozarán los primeros 5 episodios (sin contar el episodio cero) que Enmochílate presentará como parte de un posible seriado audiovisual.

<b>Episodio n°</b>	<b>Destino</b>	<b>Comentarios</b>
1	Enmochílate: San Felipe (Estado Yaracuy)	En este episodio, los mochileros recorrerán la tierra donde se practica el camino de Sorte (Chivacoa) para descubrir lo que se esconde en este lugar que venera a la Reina de las Cuarenta Legiones, María Lionza. Posteriormente se pasará por el Parque Nacional Yurubí, al norte de la ciudad de San Felipe.
2	Enmochílate: Morrocoy (Estado Falcón)	En este episodio, los mochileros regresarán al clima tropical/playero, esta vez ofrecido por los cayos del Parque Nacional Morrocoy, donde podrán, entre otras cosas, sumergirse en sus cristalinas aguas y visitar la Cueva de la Santísima Virgen.
3	Enmochílate: Lara (Estado Lara)	Enmochílate pasará del azul turquesa de Morrocoy al verdor del Parque Nacional Dinira para conocer y embriagarse con la belleza de la Cascada del Vino.
4	Enmochílate: Trujillo (Estado Trujillo)	Los mochileros se pondrán sus abrigos y recorrerán este estado andino para mirar a través de los ojos de la Virgen de la Paz,

		que con sus 46,72 metros, es el monumento más alto de América.
5	Enmochílate: Mérida (Estado Mérida)	En este episodio, los mochileros llegarán a uno de los estados más turísticos del país. Aquí, comerán en la heladería Coromoto, visitarán el mercado municipal y, de estar habilitado el nuevo teleférico, visitarán los picos de la ciudad.

Los dos hilos conductores de los cuales se desliga la elección de la mayoría de estos destinos son: a) conocer los parques nacionales del noroccidente venezolano, ya que comenzamos nuestro programa piloto con el primer parque nacional del país, el Henri Pittier; y, luego, b) conocer las riquezas de los estados andinos.

La mezcla de climas y ambientes será manifestación fiel de la heterogeneidad natural que Venezuela brinda y del compromiso de Enmochílate y de sus creadores en presentarla.

## CONCLUSIONES

Visitar un pequeño rincón de una localidad y extraer todo de él es parte de la esencia del turismo de mochila. Muchos caminos y lugares, llenos de infinitas posibilidades, tiene Venezuela para ofrecer a esta alternativa de viaje. En cada uno de sus aspectos, pero sobre todo en el turismo, es una fuente inagotable de existencia. Tradiciones y manifestaciones que esperan latentes a ser visualizadas, estilos y modos de vida que convergen en un país con mucho por descubrir.

Venezuela fue, sin duda, la protagonista de este proyecto. No solo demostró que aún tiene mucho que mostrar; sino que además probó que existen diversas formas para hacerlo, y este proyecto audiovisual fue prueba de ello. La realización de este trabajo evidenció que los medios de comunicación social son una herramienta importante para la difusión de los atractivos venezolanos, y que un programa de televisión es propicio para impulsar las prácticas turísticas en el país.

En este viaje por la comunidad de Chuao se pudo comprobar lo valioso que resulta el turismo alternativo y las ventajas que puede tener para todas aquellas personas que se motiven a aventurarse en él, además de comprobar que permaneciendo con las comunidades, lo cual es una regla de esta modalidad, se puede aprender de las culturas y manifestaciones de estas.

Para la realización de este proyecto se documentó la información recolectada sobre el turismo de mochila para así determinar sus características generales y las que se adaptaran a su realización en la geografía venezolana. También se conceptualizó el turismo mochilero dentro de los conceptos reconocidos por los autores que han investigado sobre el tema, dando como resultado final el reconocimiento de éste como una modalidad que incluye varios aspectos de los que se practican en el turismo alternativo. Estos dos puntos permitieron el cumplimiento de los objetivos específicos de este trabajo de investigación.

Con la información derivada de la investigación documental, se concluyó uno

de los objetivos específicos más importantes: se establecieron las pautas necesarias para la producción de un programa de televisión, enfocado a impulsar el turismo en Venezuela a través del turismo alternativo. Este objetivo se logró con la ayuda de entrevistas realizadas a mochileros que permitieron dar una visión más cercana de lo que debía contener un programa de televisión de este tipo.

Al conversar con los mochileros entrevistados se dio pie al cumplimiento de uno de los objetivos específicos: diseñar un guión que se acercara con la realidad del turismo alternativo y de las realidades y ventajas del mochilero como turista. La entrevista permitió conocer como dialogan, se tratan entre ellos, como conviven y cuál es el lenguaje que utilizan. Esto facilitó acercarnos a la creación de un discurso televisivo que reflejara con gran éxito como es, y en que se basa, esta manera de viajar.

Ir trazando todo estos objetivos específicos, y a su vez generar estrategias que nos permitieran su cumplimiento nos permitió avanzar hasta alcanzar el objetivo general de este proyecto: crear y producir un programa de televisión que promueva el turismo de mochila dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela. Para lograr este objetivo se llevaron a cabo los procesos de pre-producción, producción y post-producción, dentro de los cuales se incluye una visita de tres días a la comunidad de Chuao, en el Estado Aragua, donde se realizó el rodaje del programa final de este proyecto.

## RECOMENDACIONES

Mirando en retrospectiva, desde que culminó la elaboración de esta investigación, y la producción de la pieza audiovisual que la acompaña, se pueden rescatar algunas recomendaciones genéricas citadas a continuación:

- Enmochílate es un programa que, debido a la escasa programación nacional venezolana dedicada al turismo en la actualidad, puede salir al aire en desde el momento de culminación de producción de al menos cinco programas.
- Cada programa a futuro de Enmochílate se debe realizar tomando en cuenta los procesos de pre-producción, producción y post-producción, estudiados en este proyecto y que dieron como resultado la creación de su programa piloto
- Las locaciones visitadas en cada programa a futuro de Enmochílate quedan a discreción de su equipo de producción y realizadores, este proceso dependerá de la facilidad de la logística y costos de producción.
- Se recomienda mantener los formatos, estructura, lenguaje televisivo y oral que se logró en el programa piloto.
- Una de las características principales del turismo de mochila es su flexibilidad, cada viaje significa infinitas posibilidades que pueden ocasionar cambios en las rutas o destinos.
- Enmochílate, por ser un programa de turismo de mochila, no tiene un guión que seguir de manera estricta; en su lugar tiene un esquema que se puede modificar en el proceso de producción, pero siempre con la idea de proyectar las manifestaciones culturales de la locaciones que se visitan.

- Se recomienda, durante la producción de los programas futuros de Enmochílate, destinar un día de la realización a una pequeña pre-gira que permita tener una visión más clara de lo que se desea proyectar de la locación.
- Se recomienda producir al menos cinco programas de Enmochílate antes de la transmisión comercial de su primer episodio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albert, P., y Tudesq, A.J. (2001) *Historia de la radio y la televisión*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Arias, F. (1999) *El proyecto de investigación: Guía para su elaboración*. (3ª. ed.) Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente (2000) *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas: Editorial Buchivacoa.
- Balestrini, M. (2006) *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Servicio Editorial BL Consultores Asociados.
- Barrera, M. (2008) *Cómo elaborar proyectos urgentes*. (2ª. ed.) Caracas: Quirón S.A. y Sypal.
- Bernal, C. (2010) *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Prentice Hall
- Bisbal, M. (2005) *Televisión: pan nuestro de cada día* Caracas: Editorial ALFA
- Da Costa, J. (1993) *Diccionario de turismo y hotelería*. Caracas: Editorial Panapo.
- D'Victorica, R. (2010) *Producción en Televisión. Procesos y elementos que integran la producción en televisión*. México: Trillas.

- De la Torre, Oscar (1980) *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica
- Díaz, K., y Hernández, V. (2011) *Atajos.com. Propuesta gráfica y de contenidos para una revista digital interactiva de turismo alternativo en parques nacionales*. Tesis de licenciatura no publicada, UCV, Caracas, Venezuela.
- Gonzáles, C. (1984) *Principios básicos de comunicación* México: Trillas
- Hidalgo, D. (2011) *Los caminos de mi pueblo: las rutas turísticas en el estado Miranda. Diseño de un programa televisivo turístico para difundir los valores tradicionales de la cultura del estado Miranda*. Tesis de licenciatura no publicada, UCV, Caracas, Venezuela.
- Martín-Barbero, J., y Rey, G. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, España: Editorial Gedisa
- Mujica, J y Rodríguez, K (2012) *SPOT TV, el paso a paso del comercial televisivo. Programa audiovisual dirigido a estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela*. Tesis de licenciatura publicada, UCV, Caracas, Venezuela.
- Novo Valencia, G. (1977) *Diccionario general de Turismo*. México: Editorial Diana.
- Osorio, M. (2010) *Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna* México: Universidad Autónoma del Estado de México
- Pellegrino, F., Cañizales A., Aguirre, J.M. (1999) *Los medios de comunicación social en Venezuela*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.

- Quijada, M.A. (1986) *La televisión: Análisis y práctica de la producción de programas* México: Trillas
- Richards, G. y Wilson, J. (2004) *The Global Nomad. Backpacker travel in theory and practice*. Inglaterra: Cannel View Publications
- Velásquez, Elymar (2011) *Guía Turística: Parques Nacionales de Venezuela- El Ávila (Warairarepano). Diseño de un modelo de guía turística ecológica impresa de los Parques Nacionales de Venezuela. Caso: “Parque Nacional Warairarepano”, en El Ávila, Caracas*. Tesis de licenciatura no publicada, UCV, Caracas, Venezuela.
- Zamorano, F. (2007) *Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*. (2ª. ed.) México: Trillas

### Electrónicas

- EfeVerde (2014) *Noruega, ejemplo de turismo sostenible*. Recuperado de: <http://www.efeverde.com/blog/noticias/noruega-ejemplo-de-turismo-sostenible/>
- Expreso, diario de viajes y turismo (2014) *El desarrollo turístico sostenible será política de Estado en Guatemala*. Recuperado de: <http://www.expreso.info/noticias/internacional/26903-el-desarrollo-turistico-sostenible-sera-politica-de-estado-en-guatemala>
- Fundacite Aragua (2000) *Inclusión de la Hacienda Chuao (Estado Aragua) como Nueva Propiedad en la Lista Tentativa del Patrimonio Mundial*. Recuperado de: <http://www.fundacite-aragua.gob.ve/pdf/chuao.pdf>

- Gasteaukera (2013) *Turismo mochilero*. Recuperado de: [https://www.euskadi.net/r58-5072/es/contenidos/informacion/viajes\\_mochileros/es\\_16121/viajes\\_mochileros.html](https://www.euskadi.net/r58-5072/es/contenidos/informacion/viajes_mochileros/es_16121/viajes_mochileros.html)
- GestioPolis (2014) *Tipos de estudio*. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/canales5/eco/tiposestu.htm>
- Guzmán L., y García, G. (2010) *Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad*. Recuperado de: [www.eumed.net/libros/2010f/854/](http://www.eumed.net/libros/2010f/854/)
- Ibáñez, R y Rodríguez, I. (s.f) *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Recuperado de: <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Kelly, Sarah (2013) *Top 10 Benefits To Backpacking*. Recuperado de: <http://www.exploremyworldtravel.com/benefits-backpacking>
- Martínez, A. (2008) *El ecoturismo y su conceptualización*. Recuperado de: [http://www.geografia.cucsh.udg.mx/Publicaciones/Geocalli/pdf/geocalli\\_17/1-160.pdf](http://www.geografia.cucsh.udg.mx/Publicaciones/Geocalli/pdf/geocalli_17/1-160.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2014) *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Recuperado de: [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)
- Moniz, M. (2012) *La contracultura de los sesenta*. Recuperado de: [http://prof.usb.ve/emendoza/emilioweb/usb/Psicodelia\\_Moniz\\_Martha\\_Contexto.pdf](http://prof.usb.ve/emendoza/emilioweb/usb/Psicodelia_Moniz_Martha_Contexto.pdf)

- Navas, María Elena (2013) *El beneficio de las vacaciones dura poco*  
Recuperado  
de: [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/08/110802\\_efecto\\_salud\\_vacaciones\\_men.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/08/110802_efecto_salud_vacaciones_men.shtml)
- Rengifo M., Pedro (2013) *Tenemos todo, pero parece poco*. Recuperado  
de: <http://venezuelamochilera.wordpress.com/>
- Salgado G., Edgar (2014) *Guía para elaborar citas y referencias en formato APA*. Recuperado  
de: [http://www.magisteriolalinea.com/home/carpeta/pdf/MANUAL\\_APA\\_ULACIT\\_actualizado\\_2012.pdf](http://www.magisteriolalinea.com/home/carpeta/pdf/MANUAL_APA_ULACIT_actualizado_2012.pdf)

# **ANEXOS**

## ANEXO 1. Cuestionario de la entrevista

### UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

### ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

#### **“ENMOCHÍLATE” Programa de televisión para la promoción del turismo alternativo en Venezuela: turismo de mochila en el siglo XXI**

#### **Cuestionario para entrevistas**

El objetivo de la aplicación de este cuestionario responde a la necesidad de recoger información que aporte datos valiosos para el mejor entendimiento del viajero mochilero de tal forma que los entrevistadores, posteriormente, puedan aplicarlos al diseño y elaboración de un programa de televisión que promueva el turismo de mochila en Venezuela.

#### DEFINICIÓN

1. ¿Cuál es tu definición del turismo de mochila?
2. ¿Cuál sería para ti la clave del turismo de mochila?

#### MOTIVACIONES

3. ¿Qué aspectos son los que más buscas y disfrutas de la práctica del turismo de mochila?
4. ¿Qué enseñanza te ha dejado el turismo de mochila?

#### EXPERIENCIA

5. ¿Qué lugares has visitado haciendo turismo de mochila?
6. ¿Tienes alguna regla de oro para practicar turismo de mochila?

7. ¿Puedes mencionar algunos *tips* básicos que faciliten hacer turismo de mochila?

#### PERCEPCIONES

8. ¿Cuáles son las percepciones que consideras que existen alrededor del turismo de mochila?

#### PROS Y CONTRAS

9. ¿Cuáles son, para ti, las ventajas de practicar turismo de mochila?
10. ¿Cuáles son, para ti, las desventajas de practicar turismo de mochila? Y, ¿cómo las minimizas?

#### RECURSOS

11. ¿Cuáles son las principales herramientas, equipos y recursos que debe tener todo turista de mochila?

#### SEGURIDAD PERSONAL

12. ¿Cuáles son los aspectos de seguridad personal que recomendarías cuidar al momento de emprender un viaje como mochilero?

#### INVITACIÓN

13. ¿Por qué recomendarías esta modalidad de viaje?

## **ANEXO 2. Resumen de las entrevistas**

A continuación, se presentarán las cuatro preguntas que, según su respuesta, más aportaron a la realización de Enmochílate, programa de televisión para la promoción del turismo de mochila en Venezuela.

Los entrevistados forman parte del Centro de Excursionismo Universitario (CEU) de la Universidad Central de Venezuela y las entrevistas fueron realizadas entre el 1 y 8 de noviembre de 2014.

### **Gabriela Gruner**

6 años practicando turismo de mochila

#### **P: ¿Qué enseñanza te ha dejado el turismo de mochila?**

R: Yo creo que la enseñanza es que con el turismo de mochila aprendes a conocer mucho más al lugar al que vas. Te ves en la necesidad de contactar más a la gente del lugar, a preguntar más, a indagar más, tiendes a hablar más con todo el mundo. Es más abierto a conocer gente. Es mucho más relajado y vas conociendo gente que te pueda colaborar y que también se incluya en tu viaje. No vas al restaurant carísimo sino que tal vez te metes en el mercadito donde venden una empanada que tiene algo que te dijeron, entonces conoces las características bien peculiares del lugar.

#### **P: ¿Cuáles son, para ti, las ventajas de practicar turismo de mochila?**

R: A mí me parece que es súper ventajoso porque tienes mucha comodidad. Puedes llevar tus cosas encima y te mueves cómodamente. Tienes la libertad de tener las manos libres y puedes hacer lo que quieras: te montas en un bus, te montas en un tren. No es lo mismo que andar con una maleta que la tienes que andar arrastrando. Uno por lo general anda buscando indicaciones, anda buscando referencias, estás viendo donde te quedas y no puedes andar arrastrando un perolero. Tienes que llevar tu mochila donde tienes todo guardado y es súper práctico.

**P: ¿Cuáles son las principales herramientas, equipos y recursos que debe tener todo turista de mochila?**

R: Debe tener, aparte de una mochila, una planificación básica de lo que va a hacer. A pesar de que todo el mundo piensa que es un turismo no planificado, tienes que tener, como en cualquier turismo, una planificación. Y sobre todo es una planificación diferente a la del turismo regular porque tienes que indagar sobre si hay lugares donde quedarse o acampar. Tienes que hacer una pequeña averiguación del lugar antes de lanzarte a la aventura. Y con respecto a los materiales debes tener tu mochila y todos los implementos que te permitan compactar muy bien las cosas, tal vez potecitos chiquitos, tal vez compactadores de ropa que son unos compresores que aprietan la ropa y cosas esenciales que puedas necesitar.

**P: ¿Cuáles son los aspectos de seguridad personal que recomendarías cuidar al momento de emprender un viaje como mochilero?**

R: No se debe dejar la mochila en ningún lado a menos que esté segura. Tener los documentos y cosas de valor en un lugar de fácil acceso, lo ideal es que los tengas en un koala; observar bien los lugares donde te vas a quedar y averiguar muy bien si es un lugar que no conoces y nunca has ido.

**Andriuw Flores**

10 años practicando turismo de mochila

**P: ¿Que enseñanza te ha dejado la práctica de turismo de mochila?**

R: Lo mejor que me deja el turismo de mochila cuando viajo es el intercambio cultural, eso es lo más importante, el intercambio entre otras culturas, compartir, conocer y disfrutar de otras sociedades y de sus modos de vida.

**P: ¿Cuáles son, para ti, las ventajas de practicar turismo de mochila?**

R: Es Venezuela y tiene muchos lugares para conocer y son perfectos para hacer turismo de mochila. Además el turismo de mochila sale mucho más económico y te permite aprender más de los lugares que visitas.

**P: ¿Cuáles son las principales herramientas, equipos y recursos que debe tener todo turista de mochila?**

R: Debe tener el conocimiento de la ciudad o lugar que visita. Siempre tener presente donde te puedes quedar, tener una buena organización, una buena planificación y los implementos necesarios para hacer el viaje más cómodo.

**P: ¿Cuáles son los aspectos de seguridad personal que recomendarías cuidar al momento de emprender un viaje como mochilero?**

R: Hay que hacerlo con conciencia porque muchas veces a la gente se le olvida que está en un lugar que no conoce y se deja llevar por la misma adrenalina, la emoción de que estas conociendo un nuevo sitio y comete imprudencias. Entonces nosotros mismos somos, a veces, los causantes de alguna eventualidad que frustre el viaje. Por supuesto que también debe llevar sus implementos de seguridad de acuerdo al viaje, tanto medicinales como otros.

**Jorge Mercado**

7 años practicando turismo de mochila

**P: ¿Qué enseñanza te ha dejado el turismo de mochila?**

R: El turismo de mochila muchas veces es muy improvisado, por lo tanto cada cosa que va sucediendo va siendo una enseñanza y un aprendizaje para ti y también para las personas que tú conoces porque vas sobre la marcha y puedes entrar a una casa que no esperabas y conocer como convive la gente de esa comunidad específica.

**P: ¿Cuáles son, para ti, las ventajas de practicar turismo de mochila?**

R: La ventaja es que todo te sorprende porque no vas preparado a lo que te vas a encontrar. Todo es inesperado. También te encuentras con el factor económico, ya que no debes recurrir a grandes cantidades de dinero porque minimizas gastos y a su vez conoces más.

**P: ¿Cuáles son las principales herramientas, equipos y recursos que debe tener todo turista de mochila?**

R: Lo importante es siempre cargar lo necesario de acuerdo a tu viaje y al destino al que vayas. En el turismo de mochila menos siempre es más, ya que solo debes llevarte lo que en realidad vas a usar. Las cosas más comunes pueden ser medicinas para los casos de emergencia, la ropa necesaria, llevarte la comida para no gastar tanto dinero en el viaje y cualquier otro elemento como binoculares y guías de rutas.

**P: ¿Cuáles son los aspectos de seguridad personal que recomendarías cuidar al momento de emprender un viaje como mochilero?**

R: A veces, si no tienes la posibilidad de quedarte en una posada y vas a acampar, debes hacerlo en lugar seguro que cumpla con todas las condiciones de seguridad. La mejor opción para acampar son los parques nacionales ya que cuentas con guarda parques. Todo mochilero debe cargar siempre su mochila encima porque su mochila es su casa y allí carga todo; dejar la mochila en algún lugar es como salir y dejar la casa sin seguro.

**Laura Niederjaufner**

6 años practicando turismo de mochila

**P: ¿Qué enseñanza te ha dejado el turismo de mochila?**

R: Que he conocido a muchísimas personas de muchas localidades que me han orientado a conocer nuevos lugares e intercambiar culturas con gente que piensa diferente y que no hace lo mismo que tú haces día a día. Aprendes de lo que hacen y de su forma de vida y eso es lo interesante del turismo de mochila, que te lleva automáticamente a que lo vivas y que te lleva a conocer destinos que no consigues en una guía turística.

**P: ¿Cuáles son, para ti, las ventajas de practicar turismo de mochila?**

R: La ventaja principal es la de conocer sitios poco conocidos, poco cotizados, poco promocionados y con un alto valor paisajístico, cultural, de atractivo; inclusive de reservas naturales.

**P: ¿Cuáles son las principales herramientas, equipos y recursos que debe tener todo turista de mochila?**

R: En nuestro bolso cuando vamos a acampar es necesario cargar el sleeping, una carpa, una cocinita, lo necesario para comer, el kit de primeros auxilios. También es bueno, de acuerdo a la intención que tengas, llevarse una guía de aves o animales y plantas para ir conociendo mucho mucho más.

**P: ¿Cuáles son los aspectos de seguridad personal que recomendarías cuidar al momento de emprender un viaje como mochilero?**

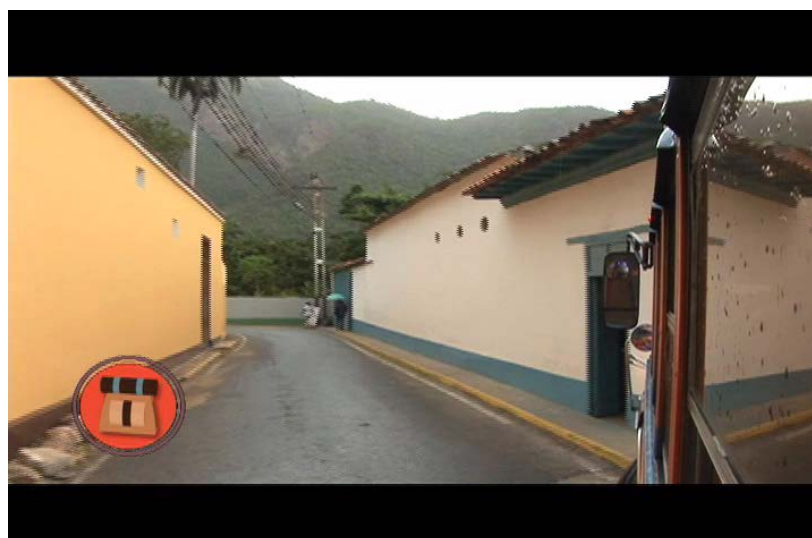
R: Siempre hay que tener presente, cuando se visita una localidad, los horarios. El horario en que salen los autobuses, el horario en que dejan de laborar, a qué hora cierran las posadas y no reciben más gente, a qué hora cierran el lugar donde puedes acampar. Si no se tienen en cuenta esas previsiones se puede pasar por un mal rato. Si se va a acampar, tener en cuenta que sea un buen lugar, no solo seguro, sino también cómodo.

### Anexo 3. Clips de muestras del programa

#### Coletilla



#### Mosquita



Llegada al terminal de Choroni

**Barra informativa o *insert* de identificación**



Presentación inicial en cámara



Vía Chuao

## Clips



Cruz del perdón



Compartiendo con la comunidad



Cacao de Chuao



En la playa de Chuao