



TÍTULO

**EL DOCUMENTAL EN LA PROMOCIÓN DE LOS VALORES
TURÍSTICOS Y CULTURALES DE VENEZUELA**

AUTORA

Erika Sabrina Gutiérrez Parra

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2013

Director Cuauhtémoc Esquivel García
Curso Maestría en Comunicación y Producción de Televisión: Géneros,
Tecnología, Mercados y Procesos

ISBN 978-84-7993-866-6

© Erika Sabrina Gutiérrez Parra
© Universidad Internacional de Andalucía (para esta edición)



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
 - **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
 - **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
-
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
 - *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
 - *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
SEDE IBEROAMERICANA DE SANTA MARÍA DE LA RÁBIDA**

**VIII MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN, PRODUCCIÓN DE
TELEVISION: GÉNEROS, TECNOLOGÍA, MERCADOS Y
PROCESOS**

**EL DOCUMENTAL EN LA PROMOCIÓN DE LOS
VALORES TURÍSTICOS Y CULTURALES DE
VENEZUELA**

GUTIERREZ PARRA, Erika Sabrina (AUTORA)

CUAUHTÉMOC ESQUIVEL GARCÍA (TUTOR)

Palos de la Frontera, Huelva, España, 2010

DEDICATORIA

A mis padres que con gran esfuerzo hicieron crecer como hombres y mujeres de bien, cuatro hijos en un país donde la disciplina y la constancia dejaron de ser valores fundamentales para convertirse en cualidades casi extintas.

A mis hermanos que han sido pilares sólidos en mis momentos de debilidad y confusión.

A mi esposo, hombre de gran entereza que en poco tiempo se ha convertido en la energía y la luz que motiva cada uno de mis días y que en gran medida colaboró en la conclusión de este proyecto.

A ellos dedico este trabajo de grado, que aunque sencillo requirió de sacrificios para ser culminado.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por la oportunidad.

A la Universidad Internacional de Andalucía por permitirme ingresar como estudiante y a cada uno de los profesores y personal de La Rábida por las palabras de aliento, solidaridad y afecto en los momentos oportunos.

A mis compañeros y a los amigos ganados durante la realización de esta maestría.

Y en especial agradezco al Dr. Cuauhtémoc Esquivel por la paciencia y dedicación ofrecida para que esta investigación concluyera.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Capítulo 1. La contextualización geográfica, política, económica y social de Venezuela.

- 1.1. Venezuela y su situación geopolítica, topográfica y climática.
- 1.2. La economía venezolana: Dependencia petrolera y posibilidades de diversificación.
- 1.3. El turismo: Su potencialidad como industria y la realidad venezolana.

1.3.1. Condiciones naturales y potencialidad turística de Venezuela.

1.3.2. Análisis del sector turístico interno y externo en Venezuela.

1.3.3. El turismo sostenible como industria cultural en Venezuela.

Capítulo 2. El Documental como herramienta de difusión de valores turísticos y culturales de un país.

- 2.1. Breve historia del documental.
- 2.2. Aproximación al documental turístico.
- 2.3. Ventajas y desventajas del documental turístico.
- 2.4. Técnicas de realización y producción del documental turístico.

2.5. Estilo del documental para motivar el turismo interno venezolano.

- Modalidades.
- Técnicas.
- Estilos de realización

2.6. Tecnología a emplear en la producción del documental para motivar el turismo interno venezolano (Recursos técnicos).

2.7. ¿Por qué el documental en la promoción turística?

2.8. Análisis de la utilización del documental como género televisivo en Venezuela.

Capítulo 3. La propuesta: posibilidades de estímulo del turismo interno venezolano a través del documental televisivo.

3.1. Conformación del equipo de producción de documentales turísticos.

3.2. Diseño del proyecto:

- *Sinopsis.*-
- *Género.*-
- *Mercadeo.*-

Capítulo 4. Conclusiones.

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Venezuela es un país caracterizado por su riqueza natural y paisajística; la fauna y la flora lo convierten en una de las naciones con mayor biodiversidad del planeta. Muchos de sus paisajes son únicos en su estilo, como por ejemplo el Salto Ángel, que es la cascada natural más alta del mundo, los Auyantepuis, que son las formaciones rocosas más altas y antiguas del planeta, playas cristalinas en el mar Caribe y el océano atlántico; de hecho, los Roques es considerado un paraíso natural con una de las barreras coralinas más diversas y maravillosas del planeta.

El Pico Bolívar, que es el punto más alto de la geografía venezolana, es por demás el único lugar del Caribe que conoce la nieve.

Además existen zonas semidesérticas como los Médanos de Coro, pequeño desierto ubicado en la zona occidental, vecino a importantes ciudades puertos. El lago de Maracaibo, es la fuente de riqueza petrolera más importante del país, que se caracteriza por ser el más rico en materia energética del hemisferio occidental. Es el reservorio de agua dulce más grande de Latinoamérica.

Aún así, siendo Venezuela un país petrolero, los recursos paisajísticos no han sido aprovechados para potenciar una industria turística, que permita diversificar la economía.

Al desfavorable factor económico actual se le suman las medidas restrictivas de libre adquisición de divisas aplicadas por el gobierno socialista que rige en el país

desde 1998 y que establece una cuota máxima de 3.000 dólares anuales para viajes al exterior, que sólo pueden ser adquiridos por personas adultas, ya que su uso se realiza a través de tarjetas de crédito.

Este panorama motiva, o más bien obliga, a los venezolanos a cambiar los destinos internacionales por los nacionales, muchos de ellos desconocidos aún por la mayoría.

Esto, sumado a la crisis económica mundial, que afecta de manera directa y significativa a Venezuela y a sus habitantes por ser un país dependiente de la producción petrolera, hace necesario y pertinente iniciar procesos sostenidos de desarrollo y potenciación del turismo sostenible.

La crisis económica se ha sentido en Venezuela incluso antes que en el resto del mundo, a pesar de los altos precios en los que se situaba el petróleo, debido a la alta carga burocrática que caracteriza al país, así como los programas de inversión en otras naciones que restan la posibilidad de mejorar la calidad de vida del venezolano y sus posibilidades de viajar al exterior.

De allí que consideremos que el turismo es una industria potencialmente explotable y rentable, basado además en la diversidad de los paisajes venezolanos y aunado a las facilidades de comunicación aérea, marítima y terrestre existentes, obras de infraestructuras ejecutadas hasta la década de los ochenta durante la bonanza petrolera.

Pero se hace necesario dar a conocer a través de los medios de comunicación, los atractivos turísticos y culturales de Venezuela, con la intención de motivar la movilización interna de los turistas hacia determinados destinos.

Este proyecto busca promover el mercado turístico interno venezolano, sus costumbres, tradiciones y manifestaciones culturales de interés colectivo, mediante una campaña de difusión y concienciación, desarrollada a través de la televisión pública nacional, con el uso del género televisivo documental.

Se trata de un Proyecto de Promoción Turística y Cultural, en el mercado interno venezolano, entre los meses de septiembre de 2010 y julio de 2011. El proyecto será denominado: *El Documental en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela* y tiene por objetivos:

- Promover el turismo interno venezolano.
- Desarrollar en los venezolanos el sentido de pertenencia e identidad cultural para con sus costumbres, espacios y tradiciones.
- Diversificar a mediano plazo la economía venezolana que se sustenta de manera casi exclusiva en la explotación y exportación petrolera.
- Durante la ejecución del proyecto, buscar el formato y estilo documental más adecuado para la difusión de los valores turísticos y culturales de Venezuela.

Creemos que este proyecto es realizable a través del género del documental turístico para televisión, usando técnicas de producción realista minimalista, con rodaje a una y dos cámaras en los diversos escenarios de interés turístico, histórico y cultural de Venezuela. Como ejemplo se citará el tratamiento audiovisual que se ha de desempeñar en la población de Yare, (estado Miranda), durante la celebración de los “Diablos de Yare”, manifestación pagana religiosa de origen indígena y en el Parque Nacional Mochima, conformado por hermosas playas cristalinas, en el estado Sucre al nororiente de la geografía nacional. Entre un amplísimo número de manifestaciones de interés turístico y cultural presentes en Venezuela.

Capítulo 1. La Contextualización geográfica, política, económica y social de Venezuela.

1.1. Venezuela y su situación geopolítica, topográfica y climática.

Venezuela, en términos de naturaleza, es uno de los países más ricos de Latinoamérica y el mundo, su riqueza no consiste únicamente en su condición de país petrolero, sino también en los incalculables recursos naturales, que van desde paisajes únicos, hasta la vastísima fauna y flora que le caracterizan y le convierten en una de las naciones con mayor diversidad biológica del planeta.

Este desconocido rincón del orbe se encuentra en la parte norte de Sudamérica y cuenta con una superficie de 916.445 kilómetros cuadrados.

“Por su extensión geográfica ocupa el sexto lugar entre los Estados del referido subcontinente americano”. (1)

En su característica y estratégica ubicación:

“Venezuela, limita al norte con el mar Caribe, al sur con Brasil, al este con el océano Atlántico y Guyana, y al oeste con Colombia”. (2)

Debido a la diversidad geográfica, paisajística y climática, el territorio venezolano es dividido en seis regiones notablemente diferenciadas una de la otra:

1. “El litoral caribeño: Es una vasta zona que se extiende desde el Lago de Maracaibo, hasta la Península de Paria y es conformada por una línea costera de 2.800 kilómetros, más 3.500 de costas insulares”. (3)

2. “Los Andes: Región donde se encuentran el majestuoso Pico Bolívar (5.002 m.) y otras cumbres principales del país”. (4)

3. “La depresión del Lago de Maracaibo: Es una región húmeda y extremadamente cálida, que se caracteriza por sus enormes depósitos de petróleo”. (5)

4. “Los Llanos: Es la región ganadera situada entre las montañas de los Andes, la Costa y Guayana, que ocupan un tercio del país y llegan hasta el delta del Orinoco”. (6)

5. “La Gran Sabana: Está ubicada al sudeste, donde las formas escarpadas de las mesetas rocosas originan bellas cascadas como el Salto Ángel, (la más alta del mundo)”. (7)

6. “Y por último, la productiva zona agrícola entre la Costa y los Llanos”. (8)

Además, el arco que caracteriza la zona insular venezolana abarca más de 300 islas e islotes en el mar Caribe, entre las cuales vale destacar la isla de Margarita, conocida internacionalmente como la perla del Caribe.

Justamente la gran variedad que caracteriza la geografía venezolana hace que en el país se presenten:

“Condiciones climáticas muy diversas, que van desde las variantes del clima tropical hasta el glacial de altura”. (9)

De hecho, Venezuela es el único país del Caribe que conoce la nieve, pasando por el clima templado. En un país tropical como Venezuela la vegetación representa uno de los rasgos más sobresalientes de la naturaleza.

Su gran diversidad hace que el país sea considerado entre los más ricos y variados en términos botánicos.

Con el fin de garantizar y resguardar la naturaleza y su sano disfrute, el Estado venezolano, a partir de 1937, inició el proceso de creación de zonas ecológicas protegidas, otorgándole diferentes categorías, entre ellas las de Parques Nacionales y Monumentos Naturales, que hoy en día cubren una superficie aproximada de 51 millones de hectáreas.

Considerando únicamente los 43 Parques Nacionales y 36 Monumentos Naturales existentes, según el Instituto Nacional de Parques (INPARQUES):

“Estos ocupan un área total de 14.000.695 hectáreas, es decir, el 16.04% del territorio nacional”. (10)

Otro atractivo que ofrece Venezuela, es la presencia de una variada cantidad de etnias aborígenas:

“El censo indígena de 1992 demostró la existencia de 38 grupos étnicos autóctonos que alcanzaban un total de 314.772 individuos, y constituían el 1,5% de población del país.

La mayoría de estas etnias se han adaptado parcialmente a la convivencia con la población criolla y mantienen su identidad étnica, el idioma, los valores culturales ancestrales y extensiones variables de tierras originales”. (11)

1.2. La economía Venezolana: Dependencia petrolera y posibilidades de diversificación.

Hasta los años 30 del siglo pasado la economía venezolana tenía su base en la actividad agrícola que era bien diversificada, propiciada por el clima y la variada topografía. Después se inició el tránsito a una economía principalmente basada en la industria del petróleo y, hasta comienzos de la década de 1980, según evidencian las cifras del INE:

“Venezuela disfrutó de una alta renta petrolera de origen externo, que permitía al Estado elevar constantemente el gasto público sin aumentar la tributación interna, lo que a su vez consentía a la población disfrutar de un alto nivel de vida, con notable expansión en los servicios de salud y educación”. (12)

Durante esa época se logró:

“La industrialización interna, sustituyendo notablemente las importaciones; se hizo posible la construcción de una importante infraestructura viaria, de regadío e hidroelectricidad y la formación de grandes empresas públicas”. (13)

Muchas de estas se encuentran aún activas y otras han sufrido distinta suerte por decisiones del actual gobierno que las ha forzado a cesar en sus operaciones. Tal es el caso de Venalum y Sidor, empresas del estado, antiguamente conocidas por la extracción, procesamiento y exportación de aluminio y hierro respectivamente.

Es así como, por casi cuatro décadas, la economía venezolana ha estado basada fundamentalmente en la exportación del petróleo y sus derivados, favorecida por su conveniente situación geográfica que combina la proximidad a los mercados latinoamericanos y del Caribe y su relativa corta distancia de Norteamérica y Europa.

“Durante los últimos años, la evolución de la economía venezolana ha estado sujeta a importantes variaciones debidas, en gran parte, a su dependencia del petróleo. A pesar de los esfuerzos por diversificar la economía, el peso del sector hidrocarburos se incrementó en el período 1996 – 2001(Organización de Países Exportadores de Petróleo - OPEP), mientras que el peso relativo de sectores como la industria manufacturera declinó. Así, el sector petrolero representa más de un cuarto del Producto Interno Bruto (PIB) del país, más del 80% de las exportaciones de mercancías y alrededor de un tercio de los ingresos fiscales”.
(14)

Por otra parte, más recientemente, la crisis económica mundial afecta de manera directa y significativa a Venezuela. A finales de 2008 el precio del barril OPEP descendió de 150 dólares a 32 experimentando a inicios de 2009 una muy ligera variación positiva que aún en 2010, tiende a mantenerse con ligeras fluctuaciones, en los 50 dólares por barril.

Sumado a las permanentes modificaciones aplicadas al sistema económico venezolano, cuyo gobierno en su intento de diseñar un modelo socialista adaptable al país, hacen que los mermados ingresos petroleros no sean suficiente para mantener los compromisos políticos/económicos internacionales, el elevado staff de empleados públicos existentes no permite mejorar la calidad de vida del venezolano, que ve afectado su presupuesto por la alta inflación, que en 2008 fue la más alta de Latinoamérica y una de las más elevadas del mundo, según el informe del Banco Mundial.

Las últimas cifras, del Instituto Nacional de Estadística (INE), ubican la inflación en 32%, con una tasa de desocupación del 6,1% y el 43,7% de la población se encuentra en la economía informal, lo que indica que casi la mitad de los venezolanos en edad de trabajo, se ubican fuera del sistema de seguridad social y no gozan de beneficios contractuales como vacaciones y jubilaciones.

Sin embargo, según las mismas estadísticas, la población activa en Venezuela está constituida por 12.041.709 de personas (2008), lo que representa que a pesar de la profunda y prolongada crisis económica del país, el porcentaje de la población activa, ha venido experimentando una leve pero constante subida, justificada quizás en la cada vez mayor incorporación de la mujer y la juventud al mercado de trabajo.

Estas cifras evidencian la necesidad de diversificar la economía venezolana y no resulta descabellado pensar en la inversión turística para conseguirlo pues, la variedad paisajística y natural debería de favorecer también el desarrollo de una potente industria en este sector.

La infraestructura vial terrestre y aérea es óptima, habría que mejorar la infraestructura hotelera, sobre todo la destinada a las clases sociales B y C de la población.

“La bonanza económica que vivió Venezuela hasta la década de 1980, gracias al desarrollo de la industria petrolera, propició una notable expansión de los servicios públicos; la inversión en infraestructuras que transformaron al país, permitió un considerable incremento del nivel de vida de la población, que se situó, para entonces, entre los más elevados de Latinoamérica, aunque con una alta desigualdad social”. (15)

Además del mermado presupuesto del venezolano, producto de la inflación, el gobierno imposibilita la salida del país a sus conciudadanos, en calidad de turistas, debido a las medidas restrictivas de libre adquisición de divisas aplicadas desde 1998 y que establece una cuota máxima de 3.000 dólares anuales. Lo que fuerza a los venezolanos a decidirse a la hora de vacacionar por destinos nacionales, muchos de ellos desconocidos aún por un alto porcentaje de la población.

Esto, nos permite considerar que el turismo es una industria potencialmente explotable y rentable en Venezuela, sumado a la variedad de paisajes y a las facilidades de comunicación aérea, marítima y terrestre, existentes en el país.

Pero se hace necesario dar a conocer a través de los medios de comunicación, los atractivos turísticos y culturales de Venezuela, con la intención de motivar la movilización interna de los turistas hacia determinados destinos que, a su vez, deben ser protegidos desde el punto de vista ambiental, fiscal y económico en general. Estamos hablando de practicar el desarrollo turístico sostenible.

1.3. El turismo: Su potencialidad como industria y la realidad venezolana.

El hecho de que Venezuela cuente con un 63% de su territorio como zonas protegidas, de gran atractivo turístico, debido a lo maravilloso de sus paisajes, ejemplo: el Salto Ángel, los Auyantepuis, sus costas azules y cristalinas, la sierra nevada, los médanos y dunas de Coro y la Guajira venezolana, nos permite inferir que los temas a tratar dentro de una campaña de promoción de los valores turísticos y culturales en Venezuela están garantizados, podría decirse incluso que son innumerables, dado que el país cuenta con una amplia diversidad de fauna y

flora, con cuantiosos Parques Nacionales y Monumentos Naturales y con una rica tradición cultural, artística, religiosa e histórica.

Con base en esta realidad, decimos que existe una potencial industria turística aún por explotar. Necesidad de diversificación de la economía, variedad de paisajes, riqueza natural y disponibilidad de infraestructura básica se unen para hacer posible la hipótesis de que el turismo pudiera convertirse en un factor de crecimiento económico, social y cultural en Venezuela. Esta presunción será fundamentada abordando aspectos potencialmente turísticos

1.3.1. Condiciones Naturales y potencialidad turística de Venezuela.

Venezuela, es la nación del mundo con mayor cantidad de áreas protegidas (63% de su territorio), a través de su sistema de Parques Nacionales y Monumentos Naturales, según el *Population Reference Bureau (PRB)*, en su informe de octubre 2006. La PRB es una agencia de investigación sin fines de lucro de Estados Unidos. Estas cifras demuestran que el potencial natural que tiene Venezuela es inacabable y desconocido incluso por los venezolanos.

Los Parques Nacionales de Venezuela son extensas dimensiones de tierras que:

“Albergan ecosistemas protegidos de la alteración, explotación y ocupación humana”. (16)

Requieren cumplir prácticas particulares para ser visitados; pero ser áreas protegidas no quiere decir que no puedan ser utilizadas para el disfrute turístico, de hecho, la mayor parte de los Parques Naturales en Venezuela se encuentran perfectamente equipados con espacios para acampar, cocinar, realizar actividades deportivas y recreativas como cazar, pescar, etc., estas condiciones varían según el parque que se visite.

En total hay 43 Parques Nacionales, entre los que destacan Parque Nacional Canaima, donde se encuentra El Salto Ángel, y el Parque Nacional Sierra Nevada, único punto del Caribe que conoce la nieve, y por demás de manera perpetua.

Por su parte, los Monumentos Naturales de Venezuela:

“Son áreas geográficas con una superficie más limitada, que, por sus rarezas naturales, continentales o marinas, merecen protección y perpetuidad en su estado original”. (17)

Existen un total de 36 Monumentos Naturales dispersos a lo largo de la geografía venezolana. Todos y cada uno de ellos, están bajo el resguardo del Instituto Nacional de Parques (INPARQUES).

Con todo lo expuesto resulta insólito, aunque sea una realidad, que al menos un 40% de los venezolanos no conozcan su país y los hermosísimos espacios naturales de los que dispone. De hecho, de los 28 millones de personas que habitan en Venezuela, se estima, que cerca de la mitad no realiza turismo interno, aunque las cifras en los últimos años han ido en ascenso, según lo informa el Ministerio de Turismo (Mintur).

Sin embargo, las mismas cifras de Mintur demuestran que más de un millón doscientos mil venezolanos viajaron en 2007 al exterior, siendo el destino principal de sus viajes, los Estados Unidos de Norteamérica, seguido de lejos por Colombia, España e Italia.

El motivo principal de la movilización de viajeros venezolanos al exterior, según los reportes del Ministerio de Turismo, es la visita a familiares y amigos, seguido muy de cerca por la opción de recreo, ocio y vacaciones; y no tan lejos de las dos primeras se ubica la necesidad de realizar negocios y trabajos.

En su intención de impulsar la diversidad económica y frenar la fuga de capitales, se siguen aplicando medidas restrictivas de viajes al extranjero y programas de promoción del turismo interno, por lo que junto a la convulsionada situación económica, social y política que vive el país, cada vez será más común, para quienes deseen tomar días de descanso, recurrir al mercado interno. Promover las opciones con las que cuenta la población, como destinos turísticos en Venezuela, se vuelve aún más necesario.

La mejor manera para lograr esta promoción del turismo, son los medios de comunicación por lo que pretendemos usar el de mayor aceptación en Venezuela, la televisión, a través del documental. La pertinencia del uso de este género en formato televisivo se esclarecerá mediante la presente investigación.

1.3.2. Análisis del Sector Turístico en Venezuela.

En los últimos años, el sector turismo en Venezuela ha dado pasos hacia adelante. En un intento por encontrar una salida a la crisis y con la voluntad de diversificar la economía, el gobierno ha empezado a considerar el turismo como un sector económico de importancia.

“Ello se ha concretado por el momento en la creación de un Ministerio de Turismo (MINTUR), la promulgación de la Ley Orgánica de Turismo, la apertura del Instituto Autónomo Nacional para la Promoción y Capacitación Turística (INATUR) y la implementación de un plan que incluye siete zonas como proyectos turísticos a desarrollar. Estos son: Isla Margarita, Península Paraguaná, Isla La Tortuga, Mérida y Sierra Nevada, Bahía Caribaba, Playa Norte-Chichiriviche y Gran Sabana”. (18)

“Durante décadas Venezuela ha orientado su desarrollo turístico hacia las áreas costeras, “pero como es de notarse, en la actualidad, sin abandonar el turismo de sol y playa, se está reorientando dicha estrategia hacia el desarrollo sostenible en lo económico, lo social y lo ambiental, mediante la potenciación del agroturismo y el turismo ecológico. Se le otorga también importancia al sector de los deportes náuticos, el turismo de juego (casinos) y el turismo de congresos”. El turismo representa el 5,5% del producto interno bruto venezolano”. (19)

El INE reporta variaciones positivas en las cifras que dan cuenta del turismo emisor, el receptor y el interno.

En lo que se refiere al turismo emisor, los venezolanos siguen prefiriendo los meses de diciembre, agosto y septiembre para viajar al exterior, es de entenderse dado que el periodo de vacaciones escolares en Venezuela se extiende desde mediados de julio a final de septiembre y luego en diciembre hasta principios de enero.

Las cifras oficiales del INE señalan que en diciembre de 2007, 183.227 venezolanos viajaron fuera del territorio nacional, mientras que en agosto del mismo año el éxodo de venezolanos se ubicó en 151.982, para el mes de septiembre la cifra se situó en 135.073 viajeros. El total de viajantes en 2007 fue de 1.226.635 que comparados con los 751.456 que viajaron en 1998, año desde el cual se ha evidenciado el ascenso, representa una variación significativamente positiva y permanente. De hecho, entre 2006 y 2007 la variación a favor es de 12,01%.

De esas 1.226.635 personas que viajaron en 2007 al extranjero, 485.599 lo hicieron para visitar amigos y familiares, 469.067 por vacaciones, ocio y entretenimiento, y 364.587 por motivos profesionales y de negocios. Siendo los destinos preferidos: Estados Unidos con 395.972, Colombia con 164.211 y España en tercer lugar con 121.641.

Este incremento de las cifras de viajeros al exterior puede tal vez explicarse en parte por la sobrevaloración del bolívar debido a la política cambiaria de fijación de bandas, que beneficiaban a los venezolanos en el cambio con las monedas de los países visitados.

Entre tanto, para el mismo periodo Venezuela recibió 770.567 turistas internacionales. El mayor número de viajeros suele recibirse en los meses de julio, diciembre y enero. También en el turismo receptivo los números han ido en creciente, aunque de manera modesta. En 1998, 685.429 extranjeros llegaron a Venezuela, año desde el cual las cifras variaron negativamente, para comenzar a recuperarse en 2005, año en el que arribaron 706.103 visitantes al país caribeño.

De los 770.567 viajeros recibidos en Venezuela en 2007, 290.889 vinieron para visitar familiares y amigos, cifra que comparada al 2006 descendió en un 4,88%. 231.277 viajaron para disfrutar de vacaciones y 211.685 lo hicieron por motivos de negocio o trabajo. Las cifras fueron significativamente positivas en los viajes realizados a Venezuela para realizar deportes y estudios, ocio y entretenimiento.

Al revisar las estadísticas, nos damos cuenta que:

“El mercado norteamericano, a pesar de representar la mayor parte de los turistas que acuden a Venezuela, es proporcionalmente el que más ha descendido después de Sudamérica. La zona que recibe un mayor número de turistas es Isla de Margarita, que acoge casi la mitad del turismo del país”. (20)

La balanza de pagos turística de Venezuela arroja tradicionalmente un saldo negativo, al ser mayor el turismo emitido que el recibido.

El turismo interno refleja números muchos más sostenidos hacia el alza, en 2007 por ejemplo, se registraron 39.914.987 movilizaciones internas, mientras que en 2006 se contabilizaron 37.601.491 lo que representa una variación positiva del 6,15%, siendo los destinos mayormente visitados Zulia y el Distrito Capital. El motivo principal de dichas movilizaciones fue la visita a familiares y amigos, seguido del ocio, recreo y vacaciones, pero al hablar de gastos por viaje la mayor parte la invierten quienes se movilizan por motivos profesionales y de negocio.

Los venezolanos, en su mayoría, viajan en transporte público terrestre (54,88% en 2007), seguido de los que viajan en vehículos propios (30,53%), esto seguramente debido a los altos costos de los boletos aéreos y a la buena red de

carreteras de las que dispone el país y el bajísimo costo del combustible para automóviles.

Por otra parte, el 99,55% de los venezolanos viajan de manera independiente y sin contratar paquetes turísticos, quienes escogen esta última alternativa, según muestran las estadísticas deben gastar mucho más.

A pesar de la alta movilización de viajeros reportada por el INE el hecho de confirmar que los destinos mayormente visitados son las dos más grandes ciudades del país (Maracaibo y Distrito Capital) y las cuales son frecuentadas fundamentalmente para visitar familiares y amigos, y por motivos profesionales y de trabajo, nos permite presumir que el vasto territorio venezolano no es conocido por sus habitantes, quienes viajan principalmente durante puentes festivos y vacaciones escolares, pero que, según lo demuestran las estadísticas no recorren los atractivos turísticos del país.

Por otra parte, el INE señala que el número de establecimientos de alojamiento turístico no ha dejado de aumentar desde 1993, aunque desde 2001 se observa un ligero estancamiento. En 2002 se encontraban registrados 2.499 establecimientos, con un total de 80.022 habitaciones y 174.447 plazas.

“Ha de destacarse también el crecimiento tan importante que están sufriendo los alojamientos de multipropiedad y tiempo compartido, erigiéndose Venezuela como el primer país de América del Sur como destino para este tipo de alojamientos”. (20)

“Los principales medios de comunicación en donde los participantes recuerdan haber visto u oído publicidad para viajar a algún país son: televisión, periódicos, revistas, internet, y por último, agencias de viajes. Efectivamente, la publicidad

sobre viajes incide en los venezolanos, principalmente a través de la televisión (55%). En segundo lugar, (25%), dice haber visto publicidad para viajar en los diarios, mientras que un 17% lo hizo en las revistas y un 12% en internet. Sólo el 10% fue impactado por publicidad turística directamente en las agencias de viajes, reflejo de la poca utilización que los venezolanos hacen de las mismas". (21)

"Las opiniones están divididas en cuanto a si la publicidad los ha motivado a viajar, 53% contestaron afirmativamente. Sin embargo, el nivel de motivación creado por la publicidad aumenta con la edad y afecta mayormente a las mujeres". (22)

Los principales medios de comunicación donde los venezolanos prefieren enterarse de las noticias son la televisión, el periódico y a través de internet. Lo que evidencia la pertinencia de la utilización de la televisión en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela con una estrategia multimedia sostenible

Entre tanto, el gobierno sigue empeñado en la promoción integral del producto turístico Venezuela y la formación del recurso humano, con la participación y esfuerzo de todos los sectores que convergen en la actividad, públicos y privados, nacionales e internacionales, con miras a alcanzar el posicionamiento de Venezuela como producto turístico altamente competitivo a nivel internacional y también para promover el turismo interno.

1.3.3. El turismo sostenible como industria cultural en Venezuela.

El marketing de destinos turísticos tradicionalmente ha tenido como finalidad el incremento del número de visitas a un lugar determinado; pero la toma de

conciencia del hombre por preservar su entorno ha hecho entender que el marketing turístico no puede ser aceptado sólo como la promoción de un destino, sino que debe satisfacer las necesidades del turista y la comunidad local que se visita. Así pues, si el Estado venezolano quiere satisfacer la demanda de los turistas y la de los residentes de los diversos destinos existentes en la geografía nacional:

“Debe adoptar una orientación de marketing social, que incluya el control sistemático de los niveles de satisfacción del visitante; controlar de forma continua el comportamiento de los residentes hacia los turistas, pues es un aspecto importante en la calidad de la experiencia turística”. (23)

Por otro lado, debemos:

“Ser conscientes que el desarrollo de infraestructuras en el destino turístico tiene implicaciones para los tipos de turistas que trae, en los recursos medioambientales y en la población residente, condicionando el bienestar e intereses de turistas y residentes a largo plazo”. (24)

Probablemente, lo más difícil de alcanzar sea “asegurar el uso racional de los bienes públicos”, como los Parques Nacionales y Monumentos Naturales entre otros, “en beneficio de los interesados y, al mismo tiempo, preservar los recursos naturales para las generaciones futuras”. (25)

“La campaña de preservación debe ser permanente y sistemática, a medida que los consumidores valoren más los recursos del entorno, estos se convierten en un activo central para los destinos y proveedores turísticos, y su sostenibilidad como un elemento central del marketing turístico”. (26)

La meta debe ser fijada en crear prosperidad en cada comunidad local, aumentando la rentabilidad de las empresas; deleitar a los visitantes maximizando su satisfacción pero sin perder de vista el respeto al ecosistema, asegurando un

equilibrio sostenible entre los beneficios económicos y el coste sociocultural y medioambiental; porque, la actividad turística debería generar ingresos en función de los recursos utilizados para la producción y desarrollo de los propios productos turísticos, así como la regeneración de estos recursos. Los valores culturales, artísticos y patrimoniales de los destinos también deben utilizarse coherentemente.

En definitiva la explotación turística en Venezuela deberá realizarse respetando el *Código de ética mundial para el turismo*, aprobado en 1999 por las Naciones Unidas y adaptarse a los estándares internacionales establecidos, así como al perfil emergente en la demanda turística que se muestra cada vez más exigente en el respeto y conservación del medio ambiente.

En este sentido, Venezuela se encuentra bien encaminada, ya que el *Código de ética mundial para el turismo* establece limitaciones a las actividades turísticas cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables. Precisamente, para proteger esos espacios vulnerables, se han creado, en el país sudamericano, un gran número de áreas protegidas catalogadas como Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Forestales, según sea el nivel de protección pertinente, con el propósito de hacer un uso del territorio, compatible con la conservación de sus recursos naturales.

No obstante, las características a considerar para alcanzar la sostenibilidad son específicas de cada destino y deberán ser reguladas por el Estado y contar con la planificación de la autoridad local. En Venezuela, las condiciones naturales, artísticas, culturales e incluso legales, están dadas para iniciar un proceso de desarrollo de turismo sostenible que por demás se convierta en una industria cultural.

Industria cultural que permita, no sólo, la obtención de recursos económicos, sino también la difusión de bienes culturales, artísticos e históricos. Promover la identificación cultural de los pueblos con su entorno y el país en general, pero esto, no puede ser logrado sino a través de una campaña de sensibilización de masas que permita transformar la conciencia social del venezolano.

La intervención de los organismos públicos y privados ligados a los sectores cultura y turismo, es necesaria, con la consecución de los medios de comunicación social, herramientas fundamentales en el logro de objetivos de motivación, concienciación y en general cambios de actitudes y conductas de un pueblo.

Venezuela aún cuenta con recursos económicos, humanos, técnicos y naturales que permitirían desarrollar una campaña de impulso del turismo como industria cultural.

Por lo que con el presente trabajo, se busca no solo promover el mercado turístico interno de Venezuela, sino también sus costumbres, tradiciones y manifestaciones culturales de interés colectivo mediante una campaña de difusión y concienciación, desarrollada a través de la televisión pública nacional, con el uso del género televisivo del documental.

Se trata de un Proyecto de Promoción Turística y Cultural, en el mercado interno venezolano, entre los meses septiembre 2010 y julio 2011. El proyecto será denominado: "El Documental en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela".

En definitiva, la promoción de los valores turísticos y culturales en Venezuela, que se pretende alcanzar a través de la presente investigación, es pertinente y necesaria, por diversos factores, entre los cuales destacan los siguientes objetivos:

- Promover el turismo interno venezolano.
- Desarrollar en los venezolanos el sentido de pertenencia e identidad cultural para sus costumbres, espacios y tradiciones.
- Diversificar a mediano plazo la economía venezolana que se sustenta de manera casi exclusiva en la explotación y exportación petrolera.
- Buscar, durante la ejecución del proyecto, el formato y estilo documental más adecuado para la difusión de los valores turísticos y culturales de Venezuela.

NOTAS

1. MARCO ARCE, Beatriz. Estudio de Mercados Turísticos Emisores. Caso: Venezuela. Oficina Española de Turismo en Miami. Miami, 2003. Pág. 8.
2. Ibídem
3. Ibídem
4. Ibídem
5. Ibídem
6. Ibídem
7. Ibídem
8. Ibídem
9. Ibíd. pag. 9.
10. Ibíd. pag. 12.
11. Ibíd. pag. . 15.
12. Ibídem
13. Ibídem
14. Ibídem
15. http://es.wikipedia.org/wiki/Parques_Nacionales_de_Venezuela
16. http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Monumentos_Naturales_de_Venezuela
17. MARCO ARCE, Beatriz. Op. Cit. pag. 23.
18. Ibíd. pag. 30
19. Ibíd. pag. 24.
20. Ibíd. pag. 27, 46, 47.
21. Ibídem
22. Ibídem
23. BIGNÉ ALCAÑIZ, Enrique; FONT AULET, Xavier; ANDREU SIMÓ, Luisa. Marketing de Destinos Turísticos, análisis y estrategia de su desarrollo. Esic Editorial. Madrid, 2000. pags. 32, 33
24. Ibídem
25. Ibídem
26. Ibídem

Capítulo 2. El Documental como herramienta de difusión de valores turísticos y culturales de un país.

2.1. Breve Historia del Documental.

Hablar de la historia del Documental es remontarse a los orígenes del cine. Luego de la invención del cinematógrafo, en 1894, por parte de los hermanos Louis y Auguste Lumière; en 1895 proyectaron ante círculos sociales y culturales franceses lo que puede llamarse el primer documental de la historia, titulado “Salida de los obreros de la fábrica Lumière en Lyon Monplaisir”.

En París, se procedió a explotar comercialmente el recién patentado invento de los hermanos Lumière, con la proyección de la cinta mencionada y algunas otras como: “Llegada de un tren a la estación de la Ciotat” y “El desayuno del bebé”, así pues el cine nace de manera documental y muestra la vida cotidiana. Sin embargo, este tipo de filmación, era denominado en la época como “película de actualidad” y que algunos especialistas contemporáneos lo llaman cine documento.

“El cine, en poco tiempo se convirtió en una forma de expresión del propio pensamiento crítico, social y artístico del autor”. (1)

De esta manera, a inicios de los años 20 del siglo pasado, el documental surgió como género, de la mano del canadiense Robert Flaherty, con su obra, “*Nanouk el esquimal*”, que alcanzó un éxito comparable al que lograron algunas célebres películas de ficción; y también del ruso, Dziga Vertov, con el “*Kino – Eye*”, según reseña Michel Rabiger (1989). (2)

Sin embargo, el mismo autor nos confirma que el término “documental” no fue acuñado sino hasta 1926 por John Grierson:

“Mientras hacía una revisión del “Moana” de Flaherty”. (3),

En esa época en la que el cine afianzaba sus bases en la figura del *star system*.

“Simultáneamente, el gran documental era relegado a un segundo plano de interés. Pero, al mismo tiempo que la pantalla se afianzaba como gran ventana al mundo y se creaban historias de todo género, surgía además, el género documental de información, vinculado a la actualidad inmediata, un tipo de revista cinematográfica donde se alternaban las noticias más recientes con algún tipo de breve reportaje sobre contenidos más intemporales” (4).

“Los documentales europeos de las décadas de 1920 y 1930 que provenían de sociedades que ni eran de reciente constitución, como Norteamérica, ni habían sufrido los trastornos de una revolución, como Rusia, tendían más a reflejar la aparición de problemas urbanos”. Pero, fueron los Nazis, quienes “se dieron cuenta del potencial ilimitado que tenían las películas en una generación adicta a la cinematografía”. (5).

Así pues, con la llegada de la segunda guerra mundial los noticiarios cinematográficos se vieron enriquecidos de información y se convirtieron en vehículo de propaganda ideológica. Los grandes documentales y el cine de ficción fueron utilizados con igual fin. De hecho, la guerra, fue un periodo de portentosa filmación de actualidad. La mayoría de los documentales fueron patrocinados por los gobiernos y se centraron en las consecuencias de una guerra masiva.

“En el campo alternativo, paradójicamente, el cine documental no cesó de dar frutos, siempre adaptados, comprometidos y en sintonía con su tiempo. En los años 30 la escuela documentalista británica surge tras la huellas de John Grierson y Paul Rotha. En los años 50 - 60, el cinema verité, en Francia, y el free cinema, en Inglaterra fundan sus experiencias en el género documental. “Esto a consecuencia de los adelantos tecnológicos, como la cámara Eclair, que hizo posible mayor flexibilidad en la filmación sincronizada y la posibilidad de rodar sin la necesidad de unir la grabadora a la cámara mediante cables que restringían los movimientos”. (6)

“En la década de 1960, a la mayor movilidad de la cámara se unió una mejora en la sensibilidad de la película en color. El rodaje en color elevó el coste de las producciones y el presupuesto asignado a la adquisición de la película fue un importante impedimento en la filmación de documentales. Para entonces la televisión ya estaba menguando los ingresos de las taquillas cinematográficas”. (7)

El documental había emigrado del cine a la televisión, el noticiario cinematográfico ya había desaparecido, víctima de la información viva, cotidiana y directa, que el nuevo *mass media* (televisión) introdujo.

El documental, que hasta aquel momento había estado en manos de los hombres de cine, pasa a las de los periodistas, que impusieron nuevos criterios, filosofías y métodos de trabajo distintos. El documental pierde valor como pieza artística y se refuerza como arma de información.

Hoy día se presenta la misma situación, el problema del documental televisivo es que producirlos con calidad, tiene un coste elevado. Sin embargo, la proliferación de la televisión por cable (t.v. de pago) ofrece la posibilidad de algunos interesantes cambios, porque ha dado paso a una mayor diversificación. Además la industria de la televisión, en todo el mundo, se amolda a elevar los niveles en cuanto a nitidez de la imagen y fidelidad de sonido.

Poco a poco ha ido apareciendo una nueva generación de cámaras de video muy ligeras, con las cuales los enormes costes de filmación en video quedaron en el pasado. Todos estos son factores que condicionan la actitud de la sociedad en lo referente a este medio de esparcimiento, incluido el género documental, que así deja de estar secuestrado por las grandes cadenas televisivas. Por supuesto que existe la necesidad de nuevos productos, creativos y responsables autores, así como también de nuevas formas de enfocar los temas.

2.2. Aproximación al Documental turístico.

Mucho y poco se ha dicho acerca del Documental. Teóricos de la comunicación social, profesores universitarios, productores y directores de cine y televisión han intentado definir este género televisivo; es allí, cuando vemos que abundan las palabras y escasean las definiciones. No obstante, el origen de la palabra, documental, y la historia de este género cinematográfico, posteriormente llevado a la televisión, puede acercarnos a una definición estrictamente académica, pues en la práctica, éste adquiere matices propios de manos de cada realizador, director o productor.

Llorenc Soler, profesor universitario y realizador de cine y televisión, en su libro, *La realización de documentales y reportajes para televisión* (1998), intenta aproximarnos al concepto de documental.

“Documento, es cualquier cosa que sirve para ilustrar o comprobar algo.

Documentar. Probar, justificar la verdad de una cosa con documentos. Documentado. Dícese de la persona que posee noticias o pruebas acerca de un asunto. Documental. Que se funda en documentos o se refiere a ellos". (8)

Todo lo dicho parece hacernos entender que el documental turístico como género televisivo trata de mostrar la verdad de los acontecimientos, comportamientos y situaciones, de una región o un país determinado, la mayoría de las veces, basándose en documentos audiovisuales filmados en el propio lugar de los hechos.

El documental debe mostrar la verdad de un hecho, situación, lugar o acontecimiento y es precisamente eso lo que se quiere. Demostrar por qué Venezuela es uno de los países con mayor variedad de maravillas y atractivos naturales. Convencer a sus habitantes que en estas hermosas tierras pueden encontrar paraísos insospechados que les permitirán disfrutar de placenteras y relajantes vacaciones, o lugares inhóspitos y majestuosos para desarrollar turismo de aventura, deportes extremos o ecoturismo.

Pero la composición del discurso audiovisual, es una interrogante que persigue al documentalista comprometido con la sociedad y su profesión. Cuando se abordan fenómenos sociales, históricos, culturales o económicos de los que depende la construcción o el quebrantamiento, (para bien o para mal), de paradigmas sociales, conviene reflexionar detenidamente sobre qué vale más, una profunda aproximación a la verdad o el discurso narrativo. Mucho más cuando sabemos que el documental como género ha sido heredado por la televisión, compañera fiel de la familia contemporánea.

Al respecto, Jaime Barroso García, asegura que el documental es:

“Una narración sobre la realidad sobre hombres y lugares contemporáneos, el documental nos ofrecerá una interpretación creativa de la realidad; es decir, la realidad nos será dada a conocer a través de los ojos de un autor, y para ello – si fuera necesario – se recurrirá a cualquier intervención sobre los hechos y los sujetos que contribuya a una optimización narrativa”. (9)

Sin embargo, en el desarrollo de este proyecto, tratándose de una forma de promover los atractivos culturales y el turismo interno del país, intentaremos reconocer un formato que permita mostrar la realidad de los acontecimientos y situaciones sin perder la estética narrativa.

Ante esta dialéctica entre el discurso visual y el contenido narrado, Michael Rabiger (1989), escapa de precisiones y se limita a decir que:

“El documental refleja una fascinación y un respeto por la actualidad. Es lo completamente opuesto al cine de esparcimiento y evasión, ya que se concentra en la riqueza y ambigüedad de la vida, tal como es realmente”. (10)

Pero, Llorenc Soler, se opone a esta afirmación diciendo:

“Es necesario rebatir la idea de que los films de ficción encarnan la evasión, la poesía, el entretenimiento, la ensoñación, frente a la idea comúnmente aceptada de que el documental es pura información sobre la realidad cotidiana, generalmente pura y abrupta”. (11)

De hecho, el documental turístico también representa un género de esparcimiento y evasión; nos permite viajar desde nuestro hogar, con el comando a distancia, hacia los más insospechados rincones del planeta, vivir nuevas y divertidas experiencias, fantasear con nuestras próximas vacaciones, planificar

para el futuro, por lo que debe no sólo contar una verdad situacional, sino hacerla atractiva y placentera al espectador.

Rabiger. (1989), nos da una idea más clara, al afirmar:

“El documental es un escrutinio de la organización de la vida humana y tiene como objetivo la promoción de los valores individuales y humanos”. (12)

Valores humanos e individuales mostrados a través del documental turístico.

Tratándose de documentales turísticos para televisión y estando conscientes de que las corporaciones televisivas, por razones de su propia naturaleza, tienen que actuar sobre la base de los niveles de audiencia y los beneficios, deberá ejecutarse una propuesta llamativa y dinámica que permita llegar a través de la televisión pública venezolana sin sacrificar el público y el contenido de la producción.

Podríamos definir entonces el documental turístico como un género que, basándose en manifestaciones, lugares y atractivos reales y haciendo uso del lenguaje cinematográfico, intenta aproximarnos a una experiencia o a un espacio, para construir valores humanos.

2.3. Ventajas y desventajas del documental turístico.

Recorrer la historia del documental nos hace pensar, en los altos y bajos propios de una montaña rusa, que no son otra cosa, sino la yuxtaposición de ventajas y desventajas que en las distintas épocas han empujado a los documentalistas a cesar operaciones, o bien, enriquecerlas.

El avance de la tecnología cinematográfica y televisiva ha favorecido considerablemente la producción de documentales, incluidos los dedicados al turismo, incluso existen con éxito, en toda Latinoamérica canales de televisión orientados parcial o exclusivamente a este sector (Discovery Travel and Living Latinoamérica, Sun Chanel, People and Arts, A and E Mundo) y pensamos que este panorama no cambiará, pero, como no queremos ser excesivamente optimistas, abordaremos también algunas de las desventajas que caracterizan a este género televisivo.

Suele decirse que, desde el punto de vista global, los documentales sólo tienen interés para una minoría. El documental turístico no puede verse encasillado en los estándares de los largos y tediosos documentales de carácter científico,

El documental durante años ha tenido un bajo nivel de aceptación, desde el punto de vista del ejecutivo de televisión, que aspira a tener programas con grandes audiencias, se puede prescindir de ellos.

Pero el éxito de canales como Nat Geo, A and E Mundo, o la cadena Discovery, ha provocado un cambio de mentalidad a ese respecto. Incluso en Venezuela

existen canales de televisión regional y local que han suscrito acuerdos con estas cadenas televisivas para retransmitir, en señal abierta, algunos de sus espacios, dado el éxito y los índices de aceptación alcanzados en nuestro país. En Maracaibo, estado Zulia lo han hecho por ejemplo, *Telecolor canal 44* y *Televisa del Zulia, Canal 7*.

Cuando se dice que la inclusión de documentales en un programa de esparcimiento presenta algunas dificultades, debido a que su extensión y contenido resultan poco adecuados, corresponde reflexionar nuevamente sobre el caso del documental turístico y la realización de esta investigación. La intención de nuestro proyecto es darle vida y espacio propio a dicho documental en la televisión pública nacional, con formatos de poca duración y con propuestas de actualidad, orientada a la población joven que en Venezuela significa cerca del 65% (personas en edades comprendidas entre 15 y 64 años) según el censo de 2004.

El documental, ha encontrado en Venezuela un aliado en la expansión que ha sufrido la televisión “de pago” y los primeros pasos que ha dado en materia de televisión digital, lo que ha significado la diversificación y democratización del espectro televisivo.

Además, un trabajo bien realizado siempre será aceptado, así que el documental turístico puede tener un carácter tan intimista como el que pueda ofrecer cualquier ficción cinematográfica o televisiva. Las posibilidades temáticas del género son casi ilimitadas; se puede contar todo con el esquema narrativo propio del documental.

Sin embargo estamos claros que para producir con calidad, al igual que cualquier otro género de televisión, el documental turístico, tiene elevados costes, que se incrementan considerablemente, en la medida que se quieran innovar, el tiempo y los medios de producción.

Los costes, que sin duda seguirán bajando gracias a las nuevas generaciones de cámaras de vídeo y en general de los equipos de televisión, que ofrecen cada día mayor calidad de imagen y sonido, convierten esta nueva tecnología en perfecta competidora del mundo tradicional de rodajes cinematográficos.

Por otra parte, el equipo de producción de documentales turísticos de corta duración, es pequeño, lo que supone una reducción de costes al compararse con otros géneros televisivos. Por ello se trabajará compaginando una estructura previamente acordada con la espontaneidad existente.

2.4. Técnicas de Realización y Producción del Documental Turístico.

El proceso de producción de documentales, en cualquier formato y contenido, responde a una secuencia de etapas o fases, que dependiendo de las características del tema, de los medios de producción (si es cinematográfica o televisiva) se ajustará, con ligeras variantes, al siguiente esquema, planteado por Jaime Barroso (1996) y que retomamos con ligeras variaciones en esta investigación:

Idea y Sinopsis.

Toma de Contacto y Documentación.

Localización.

Formación del Equipo Humano.

Preparación y Planificación del Material.

Escaleta y Plan de Rodaje.

Rodaje.

Visionado y Desglose.

Primer Montaje.

Redacción del Guión y Grabación de la Locución.

Montaje Definitivo.

Sonorización y Mezclas.

Títulos.

Nos basaremos, por demás, en una producción en soporte videográfico, ya que será éste el tipo de soporte el que se utilizará más adelante, cuando desarrollemos el capítulo referido a la propuesta. Respecto al cinematográfico, difiere sólo, el modo de proceder en el montaje, pues el visionado y desglose de la película es reemplazado por la edición *offline* y el premontaje, o primer armado, lo será por la confección de un EDL (*edit decisión list*).

Idea y Sinopsis.

El primer paso a seguir será “trasladar la imaginación al papel” y presentar ideas que manifiesten los elementos trascendentes para poder elaborar un

proyecto de producción que anticipe las exigencias de medios y recursos y, de ser posible, permita un estudio de viabilidad. Será necesario considerar factores no menos relevantes como; medios de transportes para llegar al lugar, condiciones mínimas de ubicación, etc.

“El proyecto deberá reflejar el número de capítulos o episodios, el título de cada uno de ellos y una breve sinopsis argumental. En el caso de documentales de viajes, se tendrán en cuenta los diferentes lugares que se mostrarán, los personajes que intervendrán dirigiéndose a la cámara o ejerciendo su oficio u ocupación, las circunstancias paisajísticas o naturales que resulten significativas para la recreación de la realidad”. (13)

Además, se dará la información oportuna sobre las circunstancias más favorables para su rodaje: época, lugares, recorridos, apoyos técnicos locales previstos, etc.

Toma de Contacto y Documentación.

Es la etapa en la que se decide la viabilidad y el grado de dificultad.

“A partir de la sinopsis se investigará el tema y todas sus posibles derivaciones tanto de contenido como geográficas”. (14)

Es una etapa crucial en la preparación, no sólo por cuanto supone una puesta al día sobre el tema, sino porque, además, el resultado de esta etapa dará la clave para continuar con el tema o abandonarlo.

Es una fase de la que deben surgir ideas, perspectivas inéditas, soluciones narrativas. Es un proceso de recopilación de datos, reconocimiento de pistas, personajes y situaciones, por lo que deberá laborarse con documentos escritos, sonoros y visuales de ser necesario.

De este proceso de documentación y contacto surgirá además, el material de archivo a utilizar en el montaje, y los posibles expertos o especialistas que puedan aportar a la historia una interpretación autorizada. Los contactos previos permitirán además, evaluar el atractivo del personaje, de cara a su participación dentro de la historia, ya sea por la información de que dispone o por lo que está dispuesto a facilitar, por sus capacidades de comunicación. También servirán para prescindir de aquellos personajes, que no van a aportar mayor interés ni atractivo a la historia.

Localización.

“Una vez realizado el primer contacto con la idea del proyecto, el siguiente paso consiste en realizar un viaje a los lugares donde han de efectuarse los rodajes para verificar, entre otras cosas, la existencia y accesibilidad de todo lo previsto en la sinopsis, establecer una logística de asistencia técnica, permisos, estimar condiciones de rodaje, etc.” (15).

Por ejemplo, si la intención es rodar en La Cueva del Guácharo, estado Monagas, esta fase de la producción permitirá verificar *in situ* el tipo de luz que debemos emplear, las posibilidades de grabar en su interior y tramitar los permisos especiales respectivos. Al tratarse de un Parque Nacional, conformado por un conjunto de galerías o cavernas de 10,2 kilómetros de largo, con altísima

humedad, y cuyo interior es caracterizado por un sinfín de estalactitas y estalagmitas, y en donde cohabitan un gran número de especies de invertebrados y las aves que dan nombre al parque (Guácharo), especies naturales sensibles a la luz. Se deberá conocer con precisión las posibilidades de grabación en su interior, contar con un guía experto y verificar los equipos que por las características de espacio será posible emplear. Probablemente la única posibilidad será rodar cámara en hombro, micrófono en mano con secuencias de acciones en continuidad.

Si se decidiese grabar en el Parque Nacional Médanos de Coro, ubicado en el estado Falcón, las condiciones serían distintas pero no por ello más favorables. Se trata de un pequeño desierto de 91.280 hectáreas, con arenas en constante desplazamiento debido a la acción del viento y altas temperaturas, no se requiere permiso para entrar, pero las características del terreno, seguramente, impedirían la utilización de grandes equipos de grabación. Aspectos como iluminación, debido al fortísimo sol, y audio debido a los fuertes vientos tendrían que ser estrictamente estudiados antes de ejecutar el plan de rodaje.

Para rodar, por ejemplo en el Monumento Natural, María Lionza, a las dificultades del terreno, (por ser una zona montañosa), habría que sumarle, las particularidades de la mayoría de sus visitantes. Este monumento es el templo de la reina María Lionza, que es una divinidad, hija de una princesa india y de un conquistador español, justa y generosa, cuyo mito ha sobrevivido por años entre los santeros y a quien se rinde culto con elementos esotéricos de origen indígena, africano y cristiano. De hecho, esta no es una zona recomendable para el picnic, el excursionismo, ni curiosos. Los seguidores de la diosa guardan con mucha pasión su fervor por el culto, pero bien vale la pena mostrar esta manifestación cultural.

El análisis de las condiciones y posibilidades de rodaje, son aspectos que implican a diversos miembros del equipo de producción, tales como: productor, que se encargará de la logística de viajes, estancias y autorizaciones; director de fotografía, que analizará las condiciones lumínicas de los lugares y momentos idóneos del día para el rodaje; guionista director, que determinará la necesidad de realizar posibles modificaciones a la sinopsis inicial.

Es conveniente no proceder al viaje de localización en tanto no esté determinada al menos la contratación de estos cuatro responsables.

Formación del Equipo Humano

“La sinopsis y el viaje de localización han aportado todos los datos necesarios para anticipar los requerimientos, humanos y materiales, que deberán trasladarse al lugar del rodaje y aquellos que puedan ser obtenidos en la propia localización”.
(17)

De hecho el productor, a este punto, debe haber desarrollado la escaleta, por lo que sólo resta proceder a la contratación de todo el equipo, para pasar a la etapa de rodaje.

Conviene contratar el personal con suficiente tiempo de antelación, como para que cada cual pueda preparar sus requerimientos a partir del informe de localización. Desde el momento en que se dispone de un plan de rodaje se aconseja reunir a todos los involucrados para intercambiar opiniones sobre la organización de la producción del mismo.

Preparación y Planificación del Material.

Esta etapa se desarrolla en yuxtaposición a la formación del equipo humano, basándose en los datos recogidos en la localización. Atendiendo a las circunstancias climatológicas, de eventos en fechas fijas, o de compromisos adquiridos, se confecciona un primer plan de trabajo, enunciando planes de ejecución y medios requeridos.

A la hora de formar el equipo humano conviene, no sólo por razones de costes, sino también para preservar la naturalidad de los ambientes, reducir al máximo el número de personas. Lo ideal sería que estuviesen presentes en el lugar y momento del rodaje: realizador, operador de cámara y sonidista para documentales de poca envergadura, obviamente un equipo más amplio laborará detrás. Ciertos rodajes puede que demanden la presencia de equipos más complejos, que los tres responsables ya mencionados.

Escaleta y Plan de Rodaje.

“Es el resultado de la estimación realizada sobre las posibilidades audiovisuales del tema. Es el primer armazón de cada historia que presenta estructura de relato, y será el resultado de seleccionar los acontecimientos, situaciones y personajes esenciales”. (16)

Partiendo de este documento estaremos en condiciones de preparar el rodaje ya que se incluirán el primer boceto de fechas de viajes y recorridos condicionados por las diversas circunstancias.

El realizador elaborará la escaleta, a partir de lo que el productor desarrolle en un plan de trabajo, valorando los viajes, trayectos de un escenario a otro, jornadas de descanso y duración de cada rodaje en función de la dificultad o incertidumbre de cada escena. El realizador especifica el plan de rodaje a modo de diario en el que se contempla el trabajo de cada día, destacando dónde y qué se rodará

Rodaje

Es el encuentro con la realidad.

“La confrontación con todos los planes y previsiones. Es necesario estar preparado a cualquier alteración de los planes, modificación, suspensión o incorporación no prevista”. (17)

El rodaje de cualquier tipo de documental, incluido el turístico, exigirá seguir dos premisas aparentemente contradictorias: dar continuidad al plan de rodaje con la máxima fidelidad, y estar dispuesto a rectificar e incorporar nuevas ideas conforme van surgiendo.

Se recomienda siempre mantener el control del material rodado. Además del parte de cámara que:

“Debe ir haciendo toma a toma el ayudante para facilitar el trabajo de edición, el realizador debe llevar un cuaderno de anotaciones en el que consigne cada toma efectuada, el tipo de sonido y la descripción de la acción y del encuadre, nombres de las personas que aparecen, así como cuantas observaciones parezcan convenientes”. (19)

La anotación de cada toma se hará con los códigos de tiempo de entrada y salida.

Visionado y Desglose.

Si el rodaje se ha realizado en soporte de vídeo:

“El realizador recibe una copia de todo el material en soporte subestándar o doméstico, con el código de tiempos en pantalla y procede a visionarlo, cuantas veces sea necesario, hasta tener una idea clara de las tomas útiles; el resultado del desglose será un listado con códigos de entrada y de salida (EDL) que permite la identificación de cada toma seleccionada en la cinta en que se encuentra y el minuto horario exacto”. (20)

Primer Montaje.

Podría considerarse como un ensayo de edición sobre el cual se puede rectificar una y otra vez. Es el primer armado de la obra.

“Tras el visionado y siguiendo el guión preliminar, se procede a unir toma tras toma según el orden del relato. El resultado final será un primer montaje o boceto de lo que deberá ser la versión final, y del que ya puede apreciarse el ritmo narrativo”. (21)

Las secuencias que requerirán de música, la necesidad de enriquecer ambientes, etc.

Redacción del Guión y Grabación de la Locución.

“Del primer montaje se realiza una copia de trabajo para las labores de redacción del guión definitivo y de ajustes de ambientes y músicas”. (22)

Una vez redactado el guión se procede a su grabación. El locutor leerá el texto con el visionado de las imágenes de modo que ajuste la duración de los textos al tiempo previsto.

Montaje Definitivo.

“Consiste en incorporar el texto leído y en proceder para ajustar la duración de cada secuencia al tiempo que se había previsto, pero, sobre todo al ritmo general de la historia”. (23)

Seguramente habrá que reducir eliminando planos o extender añadiendo planos no utilizados en el primer montaje, etc. Una vez llegado al final, cuando el documental tiene exactamente la duración prevista, queda listo para proceder a la ambientación musical y la inserción de títulos.

Sonorización y Mezclas.

“Una vez finalizado el montaje será el compositor o ambientador musical quien habrá de trabajar sobre las duraciones finales de cada una de las secuencias para detectar las necesidades de sonidos ambientes, efectos y músicas. Elaborada una detallada evaluación de las necesidades, se procede a su grabación en pistas diferenciadas para un proceso paulatino de mezclas”. (24)

Títulos.

“Los títulos y la cabecera se incorporan en la última etapa de la copia definitiva”. (25)

Una vez obtenida la copia de emisión, con banda sonora incluida, se incorporan los rótulos previstos.

Repasar todo el proceso de montaje de imágenes y sonidos nos permite recordar que el sistema de producción electrónica conlleva ciertas particularidades con respecto al sistema fílmico o cinematográfico, pero que permiten las mismas posibilidades expresivas; corte con precisión de un cuadro o fotograma, banda sonora multipista resultante de premezclas, rectificación de las decisiones en cualquier punto y en cualquier momento de la edición y posibilidad de afinado del montaje a partir de un primer montaje en bruto.

2.5. Estilo del documental para motivar el turismo interno venezolano.

“El documental definitivamente asentado como género televisivo, marca su estilo sobre tres pilares irrenunciables:

- 1. El testimonio de la realidad, anteponiendo sobre todas las cosas el registro fiel, riguroso y veraz de la realidad.*
- 2. La preparación intensa, profunda y rigurosa, que prolonga los plazos de disponibilidad pero facilita una mayor identificación y comprensión de la realidad.*
- 3. El compromiso social, con el hombre y la naturaleza”. (26)*

A partir de estos dictámenes, se entiende, que los estilos serán definidos por los contenidos y las audiencias a las que se dirigen. No obstante:

“Una buena técnica de realización depende de muchos factores, pero en general, parte del principio de variedad: de tamaño y proporción, de modelos de

composición, de centros de interés y de influencia de los personajes. El entorno de la producción podrá también afectar directamente a lo convincente que resulta la información”. (27)

Una presentación bien realizada debe reunir una combinación cuidadosamente seleccionada de técnicas visuales y sonoras para atraer y convencer, pero se debe estar atento para no recurrir a una utilización injustificada de estos recursos. En el documental turístico, por ejemplo, es más importante el espacio o lugar que se desea promover que el presentador o los efectos visuales y sonoros que se pudieran incluir.

Por otra parte, la forma en que cualquier director organiza la producción varía de acuerdo a su experiencia. Puede ir desde lo espontáneo a lo meticulosamente planificado.

Por la naturaleza de este proyecto, procuraremos realizar Eco documentales, narrados por los propios personajes típicos y característicos de los lugares visitados. La idea es mostrar, cámara en hombro, de una manera espontánea las aventuras que se pueden experimentar recorriendo los Parques Nacionales de Venezuela o acudiendo a alguna manifestación cultural en cualquier punto de la geografía nacional.

Incluiremos cortos segmentos de las distintas posibilidades de alojamiento y pernocta, así como de alimentación, cerca del lugar visitado, desde los más típicos hasta los más elegantes, por lo que será necesario el uso de más de una cámara en la mayoría de los casos. También, será necesario el uso de una pequeña unidad móvil.

La intención es desarrollar producciones televisivas planificadas, sin que ello signifique una estructura rígida de la que no se pueda escapar para recurrir a la espontaneidad de determinadas situaciones. Mucho dependerá también, de los niveles artísticos y de la calidad técnica deseada, así como de la experiencia del equipo operativo.

Vale recordar que la falta total de planificación y preparación es un riesgo. Genera esfuerzos innecesarios, resultados inesperados y gastos superfluos.

En la realización de nuestra propuesta: “El documental en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela” de acuerdo a las necesidades y posibilidades del tema abordado en cada capítulo se recurrirá a técnicas y estilos diversos, pero en general se probará recurrir al siguiente esquema, desarrollado según recomendaciones de Barroso (1996) y Millerson (1991):

Por el contenido o naturaleza genérica.

Se distinguen seis grandes grupos de programas.

“Que a su vez tienen como denominador común la circunstancia de que su producción se desarrolla en el estudio de televisión o en una localización exterior; o bien, con que su producción sea de naturaleza multicámara o monocámara, indiferentemente de que el soporte sea cine o vídeo”. (28)

Los seis grandes grupos de la programación desde las exigencias de producción son: ficción, narrativa o dramáticos; variedades o programas de entretenimiento; documentales; informativos; retransmisiones; de montaje o archivo; animación.

Desarrollaremos en este caso sólo el que corresponde a nuestro proyecto.

Documentales.

“Se incluye en esta categoría el conjunto de los programas basados en la realidad; en su estilo o vinculación más próxima a la tradición documentalista cinematográfica”. (29)

Produciremos Eco documentales, frescos y dinámicos, de poca duración, sin dejar de lado la posibilidad de emplear nuevas tecnologías para insertar animaciones infográficas.

“La imagen digital eliminó cualquier límite de la imaginación y la posibilidad de combinar imágenes convencionales analógicas, de escenarios y personajes “reales”, con diseños o dibujos generados digitalmente, e incluso generó la posibilidad de “retocar” aspectos y zonas de la imagen captada por la cámara y de incorporar cualquier elemento gráfico, aspectos que han convertido a la animación digital infográfica en una herramienta insustituible para la producción de discursos persuasivos y espectaculares”. (30)

Por su lugar de Producción.

“El factor circunstancial del lugar donde se desarrolla el rodaje, no sólo es determinante de las técnicas de realización posibles, sino que incluso es un rasgo característico del género”. (31)

Rodaje en exteriores.

Tratándose de documentales turísticos, producidos bajo el formato de Eco documentales el rodaje se realizará en exteriores. Como es bien sabido, hay grandes diferencias entre producir un programa en exteriores y utilizar un estudio de televisión.

“Diferencias que influyen directamente en las posibilidades y medios técnicos de que pueden disponerse para la producción. El equipo de producción que rueda en exteriores puede verse enfrentado a toda clase de problemas, desde los factores climatológicos al tema del control de multitudes. El equipo de exteriores tiene que ser autosuficiente, y debe ser capaz de hacer una previsión de necesidades mucho más completa y exacta. Aunque el rodaje en exteriores haya sido cuidadosamente organizado, siempre hace falta mucha capacidad de previsión e improvisación”. (32)

“La mayoría de las producciones en exteriores son de dos tipos:

- La unidad que consiste en una o dos cámaras, con un pequeño equipo de producción.
- El equipo con múltiples cámaras que dispone de medios completos de producción, utilizando un control central móvil o convirtiendo la localización en el “estudio” que precisa para la ocasión”. (33)

Por la naturaleza de la imagen.

Se trata de un aspecto diferencial basado en la exigencia o no de la puesta en escena y trabajo con actores. La naturaleza del proyecto “El documental en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela” permite determinar a priori, que será una producción de referente real, que no requerirá de la escenificación o dramatización de hechos y situaciones.

De referente real.

“Se trata de todo discurso cuyas imágenes proceden de un registro actual o pretérito (archivo) de la realidad natural, ya sea de carácter documental o representativo”. Significará “la intervención de diversas técnicas y profesionales específicos que contribuyan a crear el espacio escénico y la construcción de los personajes”, para contar cada una de nuestras historias; así mismo, implicará “la intervención de equipos técnicos de captación y registro, además de los correspondientes medios auxiliares (óptica, iluminación, efectos especiales, etc.)”. (34)

Por el tipo de producción.

El proyecto comprende la realización de una serie de documentales, en los que se aborden al menos la mayor cantidad de destinos turísticos nacionales y manifestaciones culturales, religiosas e históricas de interés turístico.

“Las posibilidades de la realización, estéticas y también técnicas, en el caso de la televisión, están fuertemente condicionadas por la posibilidad de producción seriada y el modo en que ésta se organiza o gestiona”. (35)

Seriada.

“Consiste en toda producción constituida por varios capítulos o emisiones. Desde la perspectiva de la realización y la gestión de la producción, tiene evidentes ventajas y peculiaridades como por ejemplo: mantiene una constancia a lo largo de sus diferentes episodios de los escenarios principales, permite la contratación por períodos extensos de los equipos técnicos y artísticos, favoreciendo la compenetración”. (36).

Según sea su carácter, puede ser de capítulos independientes y autónomos respecto de la emisión o, por el contrario, relacionados por la continuidad cronológica.

Por el estilo de producción.

Nos referimos a la “tipología que se basa en la distinción entre producciones con una fase o etapa de preparación o preproducción significativa, frente a las que no disponen de la misma, pero también, a la diferencia entre un estilo de trabajo de la realización basado en la planificación precisa de la grabación frente a un estilo basado en la improvisación o en la multiplicación de las tomas desde diversos ángulos para su posterior elección en la edición”. (37)

Como se ha dicho en anteriores puntos, la producción de nuestra serie de documentales será planificada para evitar derroche de tiempo y dinero, pero estaremos atentos a la posibilidad de improvisar de acuerdo a las circunstancias específicas que puedan presentarse y para aprovechar la espontaneidad de interés aportadas por determinadas situaciones.

Preparada o planificada.

“Durante décadas fue un procedimiento o actitud prácticamente consustancial a las producciones de ficción y a gran parte de las espectaculares de estudio; en la actualidad el encarecimiento de las contrataciones, tanto de personal artístico como técnico, ha originado una tendencia a la reducción de esa etapa de preparación – reuniones, ensayos con actores, con cámaras, etc. – hasta casi su desaparición. Se confía más en la realización de dobles tomas, grabando simultáneamente más de una señal, y su posterior selección en la edición”. (38)

Improvisada.

“Puede entenderse como una variación de la anterior. Improvisar no siempre implica ausencia de planificación, sino más bien una actitud creativa, libre, flexible. Este es el caso de buena parte de los directores, que sin llegar a plasmar un guión técnico preciso, con sus plantas y emplazamientos de cámaras, llevan perfectamente estudiadas todas las posibilidades de la secuencia para improvisar en el momento de la grabación y tener a la mano la solución más adecuada a la tensión del momento”. (39)

Por los medios de Producción.

“Se hace referencia exclusivamente a los medios de captación, grabación y edición, por ser los que de un modo más evidente generan particularidades de realización”. (40)

El número de cámaras determina las posibilidades mayores o más reducidas para multiplicar los emplazamientos y la posibilidad o no de situar alguna cámara que facilite puntos de vista concretos y complejos por su dificultad de acceso.

“Cuando se desestima el sistema de realización en directo optando por la realización por planos con edición posterior, la disponibilidad de más de una cámara abre la posibilidad de técnicas específicas basadas en las tomas dobles o en las técnicas de rodaje con segundas unidades para secuencias de acción o riego”. (41)

En ocasiones recurriremos al rodaje con una sola cámara y en algunas otras será pertinente usar al menos dos cámaras simultáneamente.

Rodaje con una sola cámara.

Se usará en los casos en los cuales la locación de rodaje sea de difícil acceso, o cuando sólo sea necesario rodar una entrevista, pues resulta más económico y más rápido enviar un equipo de una sola cámara. La mayoría de las unidades dispone de un director/ reportero/ productor sobre el propio terreno que da orientaciones al operador de cámara.

“Hay ocasiones en que se proporcionan al operador de cámara unas breves instrucciones sobre lo que se precisa, y se le deja luego que ruede, por su propia iniciativa, el correspondiente material”. (42)

Para lograr un trabajo de utilidad se requiere de un experto que por demás se encuentre íntimamente vinculado al proyecto que se desarrolla.

Cámara en seguimiento.

La usaremos para rodar una acción continúa “falso directo”.

“La cámara única se trasladará siguiendo a los personajes y el presentador y ajustando el tamaño de los planos según lo requiera la situación. Si se hace bien, el resultado puede ser una interpretación subjetiva de gran fuerza, en la que la cámara representa el ángulo de visión ininterrumpida de la audiencia. No hay transiciones que distraigan la atención. Cuando se necesitan planos más cortos, la cámara lo prevé y se acerca en el momento adecuado”. (42)

Este sistema, sin embargo, tiene sus inconvenientes o limitaciones y no siempre podrá ser usado, pues, se requiere un trabajo de cámara hábil y bien controlado, realizado sobre un soporte que se desplace con suavidad y fluidez y que no siempre puede ser empleado. Las tomas móviles efectuadas a mano sólo pueden mantenerse durante un breve período.

- “Rodaje de una acción incontrolada.

Cuando se está empleando una sola cámara para el rodaje de una amplia acción sobre la que no se ejerce ningún control, se dispone de dos opciones:

- 1) La de permanecer en un emplazamiento fijo o depender del objetivo zoom para obtener una variedad de tomas.
- 2) O la de desplazar la cámara a una serie de puntos desde los cuales podrá ejercerse dominio de la acción, cambiando el punto de vista y tamaño del plano para captar las principales características de lo que está teniendo lugar”. (44)

- “Rodaje de una acción controlada.

Cuando se ruedan situaciones que pueden controlarse (por ejemplo, entrevistas, secuencias dramáticas), donde el contexto es muy distinto. En estos casos puede disponerse la acción, los emplazamientos de las cámaras y, en algunas ocasiones, también la iluminación y la escenografía (fondos, atrezzo, etc.) para adecuarlos a cada una de las tomas”. (45)

Rodaje con múltiples cámaras.

“El equipo de una sola cámara tiene algunas ventajas importantes. Es de una gran movilidad y pueden cambiarse fácilmente de emplazamiento. Ocupa poco sitio y es bastante independiente de su entorno, además de económico”. (46)

Pero hay muchos casos en los que con una sola cámara sólo es posible captar un breve vistazo de los acontecimientos. En estos casos la única solución es el tratamiento con múltiples cámaras, que se usará:

- 1) Cuando la cobertura desde distintos emplazamientos deba ser continua y de gran amplitud.
- 2) Cuando la acción a capturar tenga lugar sobre una extensa superficie, como por ejemplo una competencia de caballos de paso o de carrera.
- 3) En un acontecimiento público, cuando no haya tiempo ni posibilidad de trasladar las cámaras a distintos emplazamientos, tal es el caso de las manifestaciones culturales - populares.
- 4) Cuando el acontecimiento tenga lugar una sola vez.
- 5) Cuando el lugar de la acción cambia continuamente, como las procesiones religiosas.
- 6) Cuando sea esencial efectuar rápidos cortes para el empalme de distintos planos.
- 7) Cuando no se pueda prever con exactitud el lugar en que va a tener lugar la acción.

Por su procedimiento de producción – transmisión.

“En la relación entre producción y transmisión se producen una serie de entrecruzamientos que en mayor o menor grado afectan a las características de la realización y a las posibilidades expresivas del discurso”. (47)

Tratándose de una serie de documentales apelaremos a la modalidad de las producciones televisivas grabadas.

Grabado.

Es el procedimiento o modalidad más habitual y presente en las emisiones televisivas y en particular en el género documental.

“Un porcentaje cada vez más alto de la producción propia recurre a los procedimientos de postproducción para completar la elaboración narrativa, signo de un empeño de aproximar el estilo televisivo cada vez más a la cinematografía. Los sistemas de edición electrónica ofrecen cada vez más posibilidades expresivas a la par que han abaratado el proceso”. (48)

Por su soporte de producción.

“En cuanto a las modalidades de realización en función de su soporte de producción, hay que considerar las peculiaridades introducidas en virtud de la naturaleza o características del sistema de transmisión o captación / conservación de la señal”. (49)

Pero, en nuestro caso recurriremos al soporte videográfico, por ser más económico y porque brinda una altísima calidad para la producción.

Videográfico.

Esta modalidad “además de facilitar un montaje reflexivo y de aproximación y tanteo, abre la posibilidad de aplicar a la etapa de grabación (rodaje), las técnicas y procedimientos propios del sistema fílmico; es decir, el rodaje por planos o plano a plano, el trabajo con una sola cámara, la organización del orden de rodaje por conveniencias económicas, la posibilidad de repetir tomas e incluso de conservar la grabación de varias de éstas para decidir posteriormente en el montaje”. (50)

Esta modalidad de la realización posibilita dar a la edición el protagonismo al grado de ocupar en esta etapa casi tanto tiempo, como el de la etapa de grabación.

2.6. Tecnología a emplear en la producción del documental para motivar el turismo interno venezolano.

El inminente arribo de las tecnologías digitales, ha supuesto una serie de cambios en la producción audiovisual, como por ejemplo, poder producir a menor costo y mayor calidad de imagen y sonido. Sin embargo, en países como Venezuela, donde las tecnologías digitales no han terminado de asentarse, se requiere la convivencia de tecnología análoga y tecnología digital; aunque estas últimas han provocado un proceso de cambio sobre los equipamientos y técnicas analógicas de realización.

Son muchas las ventajas que traen consigo la migración a las tecnologías digitales de televisión. Los realizadores contemporáneos han encontrado en ella un aliado perfecto, pues, trae consigo eficiencia en la producción, mayor posibilidad de opciones creativas y distribución.

Además, permite rodar con equipos de menor tamaño, lo que facilita el desplazamiento del equipo humano. En el área de posproducción, los sistemas de edición digitales permiten realizar cortes a fotogramas perfectos, como si se tratase de la película cinematográfica, y añadir efectos sonoros y visuales sin límites, más que los estéticos y propios de la realización de una adecuada producción televisiva.

“Por otra parte, las grabaciones digitales son más duraderas y menos susceptibles de sufrir pérdida de calidad, cuando se copia de una generación a otra, respecto a la analógica”. (51)

En resumen, las tecnologías digitales incrementan la velocidad, eficiencia y flexibilidad en la producción de cine y televisión, por lo que usaremos para la ejecución de este proyecto, equipos de cámara, sonido / audio, edición y soportes de almacenamiento digitales.

Nos basaremos en las conceptualizaciones hechas por Gorham Kindem y Robert Musburger, en su libro *Manual de Producción de Audiovisual Digital Ediciones Omega. Barcelona (2007)*; para definir cada uno de los equipos de producción de contenidos audiovisuales que emplearemos en el desarrollo de este proyecto.

2.6.1. Equipos de cámara.

“La diferenciación más básica entre los equipos de cámaras solía ser entre las de blanco y negro y las de color. Pero, con la estandarización para la mayoría de las producciones en video, actualmente las distinciones más importantes son entre las cámaras de definición estándar (SD) y la de alta definición (HD)”. (52)

Las cámaras digitales de alta definición (HD) capturan imágenes con una relación de aspecto y resolución que se aproxima mucho más a los formatos panorámicos de cine que a los tradicionales de televisión.

“Existe una consideración adicional entre las cámaras de estudio y las cámaras convertibles, que pueden utilizarse tanto en interiores como en exteriores”. (53)

Por supuesto, también existe en cada categoría una diversidad en cuanto a calidad de imagen, pero en general, el incremento de resolución y de relación de contraste, les han llevado a convertirse de herramientas de producción con equipos mínimos, a herramientas creativas de alta calidad.

“El equipo de cámara está conformado por cinco partes bien diferenciadas:

- Una cámara.
- Una fuente de alimentación.
- Un generador de sincronismo.
- Una unidad de control de cámara.
- Un codificador, que combina los canales de luminancia y crominancia en una sola señal”. (54)

Son también necesarias, baterías, cargadores de baterías, trípodes, cables, lentes de distintos alcances, filtros y mascarar de lentes.

2.6.2. Equipos de audio y sonido.

La calidad del sonido es de importancia vital en la producción audiovisual. Una producción puede ganar o perder según la calidad del audio; es decir, que imágenes impactantes y de mucha calidad pueden quedar devastadas al ser acompañadas de una pobre sonorización. El sonido además puede incidir directamente en las emociones del espectador. Finalmente es la voz y el paisaje sonoro de la realización.

Micrófonos: La capacidad de aumentar la calidad del audio en cine y video, depende de la ubicación y selección adecuadas de los micrófonos.

Existe diversidad de micrófonos, que pueden clasificarse, según el elemento transductor que utilizan, de acuerdo a su sensibilidad direccional y según su independencia.

Sin pretender ser rigurosos, consideramos necesario para este proyecto usar micrófonos unidireccionales *de mano y tipo lavalier* (tipo de micro que se cuelga alrededor del cuello) inalámbricos, que permiten mayor movilidad de los personajes y un punto de vista más limpio y estético. Los micros *lavalier* pueden esconderse detrás de la ropa del personaje e incluso en algunos puntos del escenario.

De ser necesario, también se recurrirá al micro tipo caña para recoger audios ambientes o conversaciones entre varios personajes que no estén caracterizadas como entrevistas o narraciones directas en cámara. La caña y el micro incorporado suelen ser bastante ligeros para desplazarse de un lado a otro por un tiempo relativamente largo sin cansar al operador.

“Control de audio y sonido: Un factor categórico en la calidad de audio y sonido es la relación señal/ruido, es decir, sonidos deseados respecto al ruido del sistema indeseado. Existen dos tipos básicos de medidores profesionales de intensidad sonora, el sistema americano, que emplearemos en nuestro proyecto, o medidores de unidad sonora de volumen (VU) y el sistema europeo o medidores de pico de programa (PPMs). El VU es un tipo especial de medidor eléctrico de voltios, que lee los cambios de voltaje en la corriente eléctrica a medida que cambia la intensidad sonora”. (55)

Mezcladores: Para combinar audios provenientes de distintas fuentes sonoras, los equipos varían desde:

“Una sofisticada consola de estudio de sonido hasta un simple mezclador con múltiples entradas, que permite controlar el volumen de cada entrada por separado”. (56)

Las entradas pueden alimentarse de audios de micrófonos, mesas de sonido, grabadores de audio, reproductores de audio y video. Cada dispositivo o *fader* permite un control individual de ecualización para aumentar o disminuir graves y agudos.

Por lo portátil que pueden significar algunas mesas de audio para trabajar en campo y que permiten una óptima calidad sonora, acudiremos a esta alternativa en nuestra producción.

Montaje de audio: Es una etapa de mucha importancia en la posproducción. Los sonidos pueden editarse antes, durante y después de las imágenes y son determinantes para dar vida, emoción, poder y realismo a la imagen.

Emplearemos equipos de montaje sonoro digitales no lineal, ya que ofrecen diversas ventajas frente al sonido análogo. Al igual que en el video, la calidad del audio no disminuye considerablemente al pasar de una generación a otra. Además, pueden editarse múltiples pistas independientes o conjuntamente.

La edición de sonido no lineal, permite tener:

“Una referencia visual de la pista y verificar las fluctuaciones de los niveles de audio, las posibles saturaciones lo que permite a la persona encargada del montaje, marcar con precisión los puntos de edición, lo que significa ahorro potencial de tiempo y dinero”. (57)

2.6.3. Equipos de edición y montaje:

Usaremos el sistema de edición digital no lineal, basado en el uso de hardware y software que permite editar de manera independiente audios y video. Este sistema muestra señales eléctricas durante la reproducción de video, que posibilita hacer cortes precisos a fotogramas, aporta mayor gama creativa y flexibilidad por lo que se puede ahorrar tiempo y dinero.

2.6.4. Iluminación.

“Puede utilizarse para enfatizar y dramatizar un tema mediante objetos que le den relieve o contraste, o también para suavizar y crear armonía”. (58)

Pero, partiendo del principio de producción de este proyecto, que será rodado primordialmente en exteriores, se emplearan sólo fuentes de iluminación portátiles que permitan dotar de naturalidad la escena mediante el uso de luces artificiales, como por ejemplo, minimizar sombras.

Tratándose de una producción en exteriores tenemos que:

“La luz solar contiene aproximadamente la misma proporción de todas las longitudes de onda de color en el espectro visible. A menos que se difumine a través de las nubes, la luz solar directa produce una luz intensa y contrastada. Para lo que las pantallas difusoras y los reflectores portátiles pueden usarse en la localización para reducir la intensidad y el contraste de la luz solar directa y crear luz suave. Por su parte, las áreas iluminadas con luz solar indirecta contienen una mayor proporción de luz ultravioleta (UV) lo que produce un tono azulado en las imágenes, para reducir este tono azulado, puede colocarse un filtro ultravioleta o polarizador en la lente de la cámara”. (59)

En resumen, se requerirá de lámparas, difusores, protectores, reflectores, pantallas, todos portátiles, así como sus respectivos cables de alimentación eléctrica.

2.6.5. Soportes y almacenamiento.

Miguel Sainz en su publicación *Manual Básico de Producción en Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española, Madrid 1994*, comenta que la ausencia de una norma internacional, en términos de sistemas de captación y soportes de almacenamiento de imágenes y sonidos, ha permitido la coexistencia de múltiples formatos profesionales, incompatibles entre sí.

“Lo que ha complicado los procesos de producción de televisión, por lo que el tránsito de información audiovisual, desde su registro a la incorporación en el

soporte definitivo de emisión, resulta un proceso delicado y laborioso del cual depende el resultado y el coste del producto”. (60)

Emplearemos en este caso, soportes ópticos, que brindan gran capacidad de almacenamiento, por lo que tiene amplia aceptación entre las empresas productoras y los difusores de televisión, así como entre los consumidores. Son discos grabados con tecnología laser que se dividen según su fabricación en:

“Discos Regrabables: También denominados magneto – ópticos, permiten regrabar los datos e incluso modificarlos cuando se desee. Ofrecen gran fiabilidad y calidad y tienen una capacidad de entre 128 Mb y 650 Mb.

Discos de solo lectura: Permiten una sola grabación, una vez grabados los datos no pueden modificarse. Su principal ventaja reside en su utilización como copia de seguridad de informaciones que no van a ser alteradas o modificadas”. (61)

2.7. ¿Por qué el documental en la promoción turística?

La televisión, es el medio de comunicación por excelencia del venezolano, a través de ella se informa y entretiene, por lo que la publicidad audiovisual es determinante en el marketing del país. De allí, que consideremos pertinente que la promoción de los valores turísticos y culturales deba realizarse fundamentalmente a través de este medio y con el uso del género documental, ya que la intención no es solo promover los destinos turísticos, sino fomentar entre los venezolanos el sentido de pertenencia e identidad con sus pueblos, costumbres, tradiciones y

cultura. Jaime Barroso García, (1996) evoca la primera utilización del término (documentary) realizada por López Clemente en 1960:

“Los documentales son películas de viajes, y por extensión aquellas películas que ofrecían un testimonio de hechos reales, de cosas ciertas, sobre países y ciudades”. (62)

De esta manera, nos permitimos asegurar que el documental es el género más apto para mostrar tal y como se desarrollan las riquezas artísticas, culturales, naturales e históricas de un país o ciudad.

Lo inferimos además al comparar las cualidades de la televisión frente a otros medios publicitarios. Éste, es el único medio que permite alcanzar prácticamente al total de la población venezolana (96%), por lo que posibilita una fácil cobertura de todos los targets (clase media, clase media alta, clase media baja y clase alta; hombres, mujeres, jóvenes y adultos). Lo que significa, que pese a los elevados costes de producción, las altas audiencias, establecen un bajo coste por contacto en relación con otros medios.

“La televisión, tiene la capacidad de generar mayor notoriedad de los productos o servicios que en ella son reseñados, aspecto posiblemente relacionado también con los mayores niveles de audiencia y popularidad que posee alto nivel de credibilidad ; llega además, de manera simultánea a los integrantes de un mismo hogar”. (63)

“Se trata de un medio imprescindible en las campañas multimedia y el más importante en las campañas realizadas en un solo medio de comunicación”. (64)

Según la unidad de Tecnología Educativa del Instituto Superior Universitario de Mercadotecnia de Caracas, el venezolano ve 30 horas por semana de televisión. Sin duda alguna, desde hace más de cuatro décadas, la televisión, representa en nuestro país la actividad recreativa preferida.

Un estudio de medición de la agencia AGB (2008) revela que más del 90% de los hogares venezolanos se expone a la pantalla chica durante un promedio de 259 minutos diarios por habitante, esto ubica a Venezuela por encima de Brasil, Estados Unidos y Colombia, que ocupan el segundo, tercero y cuarto lugar respectivamente. No resulta exagerado decir que es el medio publicitario masivo por excelencia.

Por otra parte, en relación a la realización de una serie de documentales televisivos, este concepto se identifica con la misma noción aplicada a la ficción, es decir, a la presentación de un conjunto de documentales, relacionados entre sí y que se suceden unos a otros, por que la intención es mostrar, en la mayor proporción posible, las maravillas naturales, históricas y culturales de Venezuela, a través de una secuencia de programas que permitan orientar el público objetivo a determinados destinos, promoviendo a su vez la riqueza cultural e histórica del país.

2.8. Análisis de la utilización del Documental como género televisivo en Venezuela.

Una de las principales dificultades enfrentadas durante la realización de este proyecto, tiene que ver con la ausencia de documentación bibliográfica de autoría

venezolana relacionada al género televisivo documental, quizás porque éste es un género poco explotado, y podría decirse hasta desconocido. En Venezuela, de hecho conseguir algún productor o realizador especializado en documentales de tipo turístico es casi imposible.

Y es que, el documental nunca ha estado entre los géneros preferidos por las televisoras venezolanas, que históricamente se han orientado a la producción de series dramáticas, especialmente telenovelas; programas de entretenimientos, como concursos y magazine; e informativos.

Por otro lado, en Venezuela la televisión ha reducido la producción de espacios propios, en un principio producto de las crisis sociales y políticas que afectaron la economía desde casi el inicio del gobierno de Hugo Chávez. Crisis conocidas mundialmente como el paro petrolero de 2001, que paralizó la economía venezolana en su totalidad, y en 2002 el golpe de Estado que logró apartar del poder por 72 horas al presidente de la República, pero que significó cerca de tres años de fuerte dificultad económica de la que mucho costo levantarse.

Superada la crisis coyuntural, restablecido el sistema de gobierno y reordenada la estructura de Estado, la televisión no volvió a ser la misma, quedó herida de gravedad con las pérdidas económicas sufridas anteriormente; a lo que se le suma la promulgación en 2005 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, y que establece una serie de restricciones para los radiodifusores y la obligatoriedad de ceder cerca del 30% de sus espacios a los Productores Nacionales Independientes (PNI).

Contrario a lo que se esperaba, en lugar de democratizarse la parrilla de programación de los canales públicos y privados, el resultado ha sido la

monopolización de los espacios por parte de los productores de programas de opinión de interés político, dejándose de lado cada día más, la producción de interés educativo y cultural. Este desequilibrio se evidencia no sólo en la televisión privada sino también en la pública, que se ha convertido en organismo de defensa del actual gobierno, basta revisar la programación de los distintos canales para percibirlo de manera inmediata. (Consultas de páginas web) (65 - 69)

Actualmente existen en Venezuela cuatro canales públicos y cinco privados, revirtiéndose las cifras que durante cincuenta años habían caracterizado al país, en el que la televisión era dominada por la empresa privada. De los cuatro canales del Estado, tres son de corte generalista (TVES, VTV y VIVE TV) y uno especializado en la transmisión de las sesiones de la Asamblea Nacional (ANTV) como se denomina al Congreso en Venezuela.

De los privados, dos son especializados, uno en Deportes (Meridiano televisión), otro en informativos (Canal I) y tres son de corte generalista (Venevisión, Televen, y La Tele). Globovisión (especializado en informativos) y la multiestatal Telesur sólo pueden ser vistos a través de la televisión por cable o de pago, sistema al que tiene acceso sólo el 30% de la población (Cámara Venezolana de Operadores de Tv por cable).

Lo cierto es que tanto en canales públicos como privados la difusión de documentales es prácticamente nula.

Venevisión y Televen canales privados que dominan cómodamente los niveles de aceptación del público no incluyen en su programación ningún espacio del género documental. Se dedican exclusivamente al entretenimiento (concursos, talk show, cámaras ocultas, magazines) y a los noticiarios.

VTV y Vive tv dedican en su programación algunas pocas horas a este género. Vive tv, por ejemplo, transmite de lunes a jueves a las 9:00 de la noche una serie de documentales llamada “La vida desde el Sur”, que aborda episodios de las dictaduras de derecha acontecidas en Latinoamérica y el mundo.

En Venezolana de Televisión (VTV) se transmite de lunes a viernes, de 2:30 a 3:00 de la tarde, una serie documentales de arte, música, cultura, educación y otros temas de interés social, mientras que los sábados se transmite la misma serie, de 6:00 a 6:30 de la tarde. Los días domingos, de 2:00 a 3:00, el espacio es reservado al género documental, sin que se refiera a una serie específica. Pueden abordarse temas científicos, artísticos y de naturaleza, y los mismo no son de producción nacional, en su mayoría son de producción cubana, argentina y chilena.

De esta manera podemos decir, que según el interés social, esta serie de documentales de promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela, debe difundirse a través de la señal del Estado, preferiblemente la de Venezolana de Televisión, que entre las públicas es la que cuenta con mayores niveles de audiencia (cerca del 3% según la encuestadora AGB).

NOTAS

1. SOLER, Llorenc. La Realización de Documentales y Reportajes para Televisión. Comunicación Global. Barcelona, 1998. pag. 36
2. RABIGER, Michael. Dirección de Documentales. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1989. pag. 11, 12.
3. SOLER, Llorenc. Op. Cit. pag. 12.
4. Ibid. pag. 46.
5. RABIGER, Michael. Op. Cit. pag. 15,16,19.
6. SOLER; Llorenc. Op. Cit. pag. 48.
7. Ibid. pag. 23.
8. Ibid. pag. 25, 26.
9. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994. pag. 87.
10. RABIGER, Michael. Op. Cit. pag. 4
11. SOLER; Llorenc. Op. Cit. pag. 38.
12. RABIGER, Michael. Op. Cit. pag. 5.
13. BARROSO GARCÍA, Jaime. Realización de Géneros Televisivos. Editorial Síntesis. Madrid, 1996. pag. 507.
14. Ibídem
15. Ibídem
16. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 97.
17. BARROSO GARCÍA, Jaime. Realización de Géneros Televisivos. Op. Cit. pag. 510.
18. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 100.
19. BARROSO GARCÍA, Jaime. Realización de Géneros Televisivos. Op. Cit. pag. 511.
20. Ibid. pag. 517.

21. Ibid. pag. 517, 518.
22. Ibid. pag. 518.
23. Ibídem.
24. Ibídem.
25. Ibid. pag. 519.
26. Ibídem.
27. MILLERSON, Gerald. Técnicas de Realización y Producción de TV. Traducido del Ingles por: HERNANDEZ, Eduardo. Centro de Formación de RTVE. Madrid, 1991. pag. 416, 417.
28. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 50.
29. Ibid. pag. 52
30. Ibid. pag. 55, 56.
31. Ibid. pag. 44
32. MILLERSON, Gerald. Op. Cit. pag. 565.
33. Ibídem
34. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 47.
35. Ibid. pag. 48.
36. Ibídem.
37. Ibid. pag. 49.
38. Ibídem.
39. Ibídem.
40. Ibid. pag. 46.
41. Ibídem.
42. MILLERSON, Gerald. Op. Cit. pag. 566.
43. Ibid. pag. 421.
44. Ibid. pag. 424.
45. Ibidem
46. Ibid. pag. 573.

47. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 40.
48. Ibid. pag. 41.
49. Ibid. pag. 42.
50. Ibid. Pág. 43.
51. GORHAM, Kindem; MUSBURGER, Robert B. Traducido del Inglés por: VALERO, Pedro. Manual de Producción Audiovisual Digital. Ediciones Omega. Barcelona, 2007. pag. 4.
52. Ibid. pag. 157.
53. Ibídem.
54. Ibid. pag. 156.
55. Ibid. pag. 115.
56. Ibídem.
57. Ibid. pag. 225.
58. Ibid. pag. 124.
59. Ibid. pag. 125, 126.
60. SAINZ, Miguel. Manual Básico de Producción de Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994. pag. 45,101.
61. Ibid. pag. 105
62. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Op. Cit. pag. 87.
63. REINARES LARA, Eva María; REINARES LARA, Pedro J. Fundamentos Básicos de la Gestión Publicitaria en Televisión. Esic Editorial. Madrid, 2003. pag. 77
64. Ibídem
65. <http://www.venevision.net/>
66. <http://www.televen.com/Televen/home.aspx>
67. <http://www.canal-i.com/system/index.php>
68. <http://www.vtv.gov.ve/>

69. <http://www.vive.gob.ve/>

Capítulo 3. La Propuesta: Posibilidades de estímulo del turismo interno venezolano a través del Documental Televisivo.

3.1. Conformación del Equipo de Producción de Documentales Turísticos (según Michael Rabiger, 1989).

Para Michael Rabiger, *Dirección de Documentales. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1989*, “al momento de conformar el equipo humano que producirá, realizará, rodará y en definitiva laborará con el género documental, es necesaria, no sólo la experiencia profesional, sino también la capacidad de trabajar en equipo, de comunicarse con facilidad y brevedad”. (1)

El equipo de “documentalistas turísticos” es pequeño.

“Está conformado de tres a seis personas generalmente, que se entiendan entre sí, pues un buen equipo proporciona un gran respaldo, no sólo al proyecto, sino también a quienes se sitúan frente a la cámara” como colaboradores, historiadores e invitados que tienen algo que contar. Para que un equipo funcione bien es necesario que se hayan comprendido claramente las funciones y responsabilidades de cada uno de sus miembros y que se haya establecido una cadena de mando que tenga en cuenta las diferentes situaciones que se pueden producir, tal como la ausencia de uno de sus miembros (...) una elección de compañeros cuidadosa hace que todo resulte posible.” (2)

3.1.1. El Equipo de Producción.

Por su parte, Miguel Sainz en su libro: *Manual Básico de Producción en Televisión (1994)*, refiere que el equipo de producción como:

“La semilla de un proyecto audiovisual. Es el primero en incorporarse y el último en abandonar el barco.” (3)

Así pues describiremos todo el equipo, sin que ello signifique que el personal aquí mencionado deba ser empleado en su totalidad en la producción de documentales turísticos. Cada equipo variará de acuerdo a las exigencias del trabajo y del presupuesto del que se disponga:

3.1.1.1. Productor Ejecutivo:

Se encarga de proponer y desarrollar ideas de posibles programas, gestiona los recursos humanos, técnicos y de financiación. Controla la calidad del programa de acuerdo a las metas previstas.

“Comercializa tanto la publicidad como el posible patrocinio de los programas que produce, también puede comercializar otros subproductos como logotipos, sonidos, etc.”. (4)

Sainz, define a los productores ejecutivos como las personas que:

“Tienen que conocer con exactitud el ‘campo de batalla’. Deben tener iniciativa y originalidad además de apostar en ocasiones de manera arriesgada por determinados proyectos; (...) están implicados en sus productos y saben tomar decisiones económicas y artísticas. Tienen un conocimiento exacto del mercado audiovisual en el área en la que están especializados, saben por tanto producir calidad sin renunciar a los beneficios.” (5)

3.1.1.2. El Director:

Es el responsable de la calidad y significado que el programa debe tener ya terminado; por lo que:

“Debe dirigir o supervisar la investigación, reunir el equipo de trabajo, decidir los contenidos, programar el rodaje, dirigir el equipo y los participantes durante el rodaje, así como supervisar el proceso de montaje o edición y la finalización del proyecto”. (6)

Debe ser una persona metódica y organizada, pero al mismo tiempo capaz de reinventar la investigación si descubre que sus hipótesis no tienen validez. Debe saber expresarse en forma clara y precisa, con capacidad de liderazgo para hacer respetar lo que desea mostrar, sin recurrir a actitudes dictatoriales con el equipo de trabajo.

“Debe saber lo suficiente de cada oficio para poder hablar con respetuosa igualdad con los miembros del equipo, siendo así capaz de comprender sus problemas y coordinar sus esfuerzos para el logro de sus objetivos”. (7)

3.1.1.3. El Productor:

Realiza tareas de coordinación y planificación, presupuesto, grabación y postproducción para la elaboración de un programa o serie de ellos.

“El productor, el director del programa, el realizador y el guionista son las primeras personas que se incorporan al proyecto audiovisual”. (8)

Es el encargado de establecer el calendario de producción, donde se fijan las fechas y periodos que abarcan los tres principales bloques de trabajo: preproducción, producción y postproducción.

Sin embargo:

“En un equipo mínimo, un productor es probablemente un lujo, pero hay muchas personas cuya experiencia comercial les capacita para hacer este trabajo muy bien. El productor se ocupa de tomar todas las disposiciones que son necesarias para el rodaje. Seguirá el proceso de los acontecimientos y lo tendrá todo dispuesto por anticipado”. (9)

El productor debe ser una persona organizada, socialmente adaptable, con mentalidad comercial, capaz de correlacionar diversas actividades, tomar decisiones, distinguir prioridades y adoptar decisiones que signifiquen tiempo, esfuerzo y dinero.

3.1.1.4. El Ayudante de Producción:

“Se encarga de la logística de la producción, desarrolla actividades administrativas y obtiene informaciones de diversa índole”. (10)

Solicita permisos de rodaje, alquila equipos de grabación y rodaje, gestiona materiales de archivo, prepara desplazamientos y horarios, liquida gastos de producción y en general asiste al productor en casi todas sus actividades.

3.1.2. El Equipo de Realización.

“Es el arma artística de los proyectos de producción de programas. Tiene que estar cohesionado y será preferible su especialización en un área concreta de programas. La especialización permite aumentar la calidad y ritmo de producción de los programas”. (11)

3.1.2.1. El Realizador:

Elabora y planifica el guión de trabajo, coordina y ejecuta ensayos, puestas en escenas, rodajes o grabaciones, montajes o ediciones y sonorización.

“El realizador asistido por su equipo de trabajo comprueba los desgloses del guión concretando todas y cada una de las necesidades técnicas y artísticas (...) Durante el rodaje decide el tipo de iluminación, objetivos, emplazamientos de la cámara, movimientos, angulación, caracterización, ambientación, etc.”. (12)

3.1.2.2. El Ayudante de Realización:

Colabora en la preparación, grabación, edición, sonorización y emisión de los programas. Establece los sistemas de coordinación con el equipo de producción.

3.1.3. El Equipo de Cámara.

“En un equipo mínimo, el operador de cámara es el responsable de solicitar los equipos de cámara y grabadora de vídeo, de comprobar y ajustar dichos equipos cuando sea necesario. También debe conocer perfectamente los principios sobre los que se basa su funcionamiento. El operador de cámara es también el responsable de las instalaciones de iluminación, de visitar los lugares de rodaje para comprobar las fuentes de energía y de supervisar la colocación de los dispositivos de iluminación”; así como, del manejo de la cámara, por lo que debe trabajar en estrecha comunión con el director. En el trabajo de cámara para documentales, que algunas veces supone estar “a la caza de tomas”, muchas veces el operador de cámara tiene que decidir, en cada momento, las tomas que deben hacerse. (...) el director ha de confiar mucho en la capacidad de discriminación del operador”. (13)

Todo el equipo de cámara en sí, tiene la responsabilidad del mantenimiento operativo, limpieza y conservación preventiva de los equipos que tienen asignados.

3.1.3.1. El Operador de Cámara de Vídeo Ligero:

“También llamado operador de unidad de periodismo electrónico ligero, tiene como responsabilidad la captación de imágenes mediante la operación de cualquier tipo de telecámara montada sobre trípode, pedestal o cualquier otro medio mecánico auxiliar: grúa, dolly, etc”. (14)

Su trabajo lo desarrolla en todo tipo de escenarios ya sean naturales o realizados, en estudio o en localizaciones tanto interiores como exteriores. Desarrolla tareas de realización, iluminación captación y registro de imagen y sonido.

3.1.3.2. El Ayudante de Cámara de Vídeo Ligero:

“Tiene a su cargo el registro de sonido, pudiendo en algunos casos operar la cámara para la toma de imágenes complementarias. Cuida en especial la duración de las cintas y el estado de las baterías, redacta el parte de grabación, instala micrófonos adicionales, controla y ayuda en la instalación de la iluminación, además de colaborar en las tareas de carga y descarga de materiales”. (15)

3.1.3.3. El Cámara de Estudio:

“Le corresponde las tareas de la toma de imágenes. Sigue las instrucciones artísticas y de planificación marcadas por el realizador. Sus conocimientos versan sobre colorimetría, óptica, operación y elementos de la cámara, tipos de configuraciones de ligera de vídeo, cámaras de televisión, realización, etc”. (16)

3.1.3.4. El Operador de Cámara con Soporte Flotante:

“Es un puesto de trabajo especializado, se requiere de un operador que posea gran fuerza y resistencia, dado el peso del soporte. Con frecuencia este equipo se compone de dos personas que en situaciones prolongadas de trabajo se alternan en la operación, además se ayudan en la puesta en funcionamiento del sistema así como del montaje del arnés sobre uno de los operadores. El manejo de este material requiere gran destreza pues la toma de imagen se efectúa siempre en movimiento. El operador puede ir corriendo, subir o bajar escaleras, hacer girar la cámara para tomas invertidas, en definitiva la operación tiene una gran flexibilidad de producción y el personal deberá estar cualificado”. (17)

3.1.4. El Equipo de Sonido.

“El equipo de sonido cobra cada vez más fuerza en televisión. La incorporación del sonido estéreo a las emisiones ha dotado a este equipo de una nueva dimensión en la captación, tratamiento y registro del sonido”. (18)

3.1.4.1. El Encargado del Sonido:

Este técnico, junto con el operador de cámara, realiza de manera conjunta la captación y registro audiovisual. Planifica los planos sonoros, instala los equipos necesarios para la captación y registro, determina los movimientos de jirafa, crea y diseña efectos de sonido, edita planos de sonido, recupera material sonoro de archivo, etc.

El encargado del sonido, debe tener la capacidad de escuchar, no las palabras, sino la calidad del sonido. Es aconsejable contar con alguien que tenga conocimientos musicales, que pueda escuchar una pista de sonido de forma analítica y oír los zumbidos, retumbos e irregularidades que son ignorados inconscientemente por el principiante.

3.1.4.2. El Ayudante de Sonido:

“Asiste al encargado del sonido, en las tareas de instalación de todo tipo de equipos: micrófonos, mesas, pantallas acústicas, etc., además de su correspondiente cableado y alimentación. En producciones complejas ayuda en la operación de la mesa de mezclas”. (19)

3.2. Diseño del Proyecto:

El Documental en la promoción de los valores turísticos y culturales de Venezuela.

Espacio seriado producido con el propósito de difundir los valores turísticos y culturales de Venezuela, con transmisión semanal de 30 minutos en la televisión pública nacional, cuya primera entrega se denomina La Costa Azzurra del Caribe: Península de Paria.

Sinopsis.

La Costa Azzurra del Caribe: Península de Paria, muestra las atractivas playas cristalinas de la zona nororiental de Venezuela, espacios paradisíacos, únicos en el mundo mostrados a los venezolanos a través de Rafael Salazar, joven pescador que cada mañana cultiva su sueño de empresario hotelero mientras brega con la difícil tarea de la pesca artesanal, actividad que comparte con la de regente de albergue para familias.

Rafael Salazar representa al venezolano promedio de los pueblos costeros. Evidencia vitalidad, simpatía y sentido del humor, pero su principal característica es la de ser un excelente anfitrión. En su posada, Salazar ofrece habitaciones limpias, confortables y media pensión, atractivo principal de su producto. Sirve cada noche los más frescos frutos marinos, extraídos por él mismo cada mañana de las azules aguas del Caribe.

La jornada diaria de Salazar nos permite recorrer los principales atractivos del pequeño pueblo de Rio Caribe, estado Sucre, lugar poco explorado por los venezolanos. Nuestro anfitrión se pasea por el mercado municipal, donde vende lo obtenido durante su jornada diaria de pesca. De regreso a casa hace una parada

obligatoria en la plaza Bolívar, ubicada en el centro del pueblo, para saludar amigos y conocidos que se reúnen diariamente para comentar los más recientes acontecimientos. El paseo nos permite mostrar las hermosas casas coloniales y edificios históricos, algunos con más de dos siglos en pie.

Salazar vuelve a su bodega ubicada a orillas de la playa y protegida por una palmera para recoger los mejores pescados, anteriormente seleccionados y guardados para los clientes de su posada llamada “*El Caracolito*”. El esfuerzo de mantener en pie un albergue que gran parte del año no recibe huéspedes se ve compensado cada verano.

La satisfacción de recibir fieles clientes le permite no sucumbir ante el cansancio de ejercer dos oficios rápidamente Salazar orienta sobre las opciones que les ofrece a quienes llegan a su hostel mientras está ocupado a tope. Otras 15 posadas ofrecen sus servicios en Rio Caribe, pueblo colonial que te invita a conocer la verdadera costa azzurra, ubicada en Venezuela.

Género.

Documental turístico televisivo, seriado, de referente real, grabado fundamentalmente en exteriores, cámara en hombro pretendiendo ser riguroso de la realidad, narrada voz en off a través de la historia de los más reconocidos pobladores de los sitios visitados, sin descartar la posibilidad de producir otros formatos que por su aceptación y costes sean multimediáticamente sostenibles.

Mercadeo.

El público natural de esta serie de documentales es el venezolano clase media, clase media alta que cuenta con los recursos necesarios para sostener un viaje solo o acompañado dentro del territorio venezolano.

El principal propósito es el marketing social. Vender valores, cultura, tradiciones, amor por lo propio, sentido de pertenencia, etc. No obstante, el patrocinio se requerirá a los organismos venezolanos encargados de promover el turismo interno; así como, a líneas aéreas, agencias de viajes, hoteles, posadas, rutas de transporte privado / extraurbano, entidades bancarias y financieras, entre otros.

NOTAS

1. RABIGER, Michael. Dirección de Documentales. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1989. pag. 47, 48.
2. Ibídem
3. SAINZ, Miguel. Manual Básico de Producción de Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994. pag. 45.
4. Ibíd. pag. 46.
5. Ibíd. pag. 48.
6. SAINZ, M. Op. Cit. pag. 49.
7. Ibídem
8. Ibíd. pag. 48.
9. RABIGER, M. Op. Cit. pag. 53
10. SAINZ, M. Op. Cit. pag. 49.
11. Ibíd. pag. 51.
12. Ibíd. pag. 53.
13. RABIGER, M. Op. Cit. pag. 50
14. SAINZ, M. Op. Cit. pag. 63.
15. Ibídem
16. Ibíd. pag.64.
17. Ibídem
18. Ibíd. pag.65.
19. Ibídem

Capítulo 4. Conclusiones.

Venezuela presenta las condiciones naturales, sociales, económicas, jurídicas y de infraestructura para iniciar programas de promoción del turismo interno. De hecho, el gobierno ha dado algunos pasos en esta materia creando el Ministerio de Turismo, promoviendo la redacción y posterior aprobación de la Ley Orgánica de Turismo y también desarrollando y aplicando algunos planes de incentivo a la actividad turística nacional.

El país posee espacios y recursos suficientes para ser explotados turísticamente, leyes para regular esta actividad, organismos para administrarlos y un buen sistema de vías terrestres, marítimas y aéreas de comunicación

Por otra parte, ver televisión es la actividad recreativa preferida del venezolano, al analizar el tiempo de exposición frente al televisor por el número de habitantes, resulta que en Venezuela se ve más televisión que en Brasil, Estados Unidos y Colombia.

Los horarios de mayor encendido siguen siendo los fines de semana y de lunes a viernes después de las siete de la tarde, hora en la que regresan a sus hogares los venezolanos luego de haber cumplido con su jornada de trabajo.

Por eso, nos permitimos afirmar que en Venezuela el mejor canal de difusión de espacios turísticos, promoción de valores culturales y generación de sentido de pertenencia en la población es la televisión, por ser el medio de comunicación más aceptado entre los venezolanos.

La señal abierta de televisión nacional, en horario prime time (de 7 a 11 pm) es la mejor vía, ya que posibilita el acceso al 96% de los hogares venezolanos; es decir, permite llegar a todas las clases sociales del país de manera simultánea.

Proponemos incluir esta serie de documentales, o en su defecto otros formatos televisivos sostenibles en términos de costes y aceptación, en el canal de Estado, Venezolana de Televisión, a las 7 de la tarde, horario de gran encendido televisivo. En ese horario las personas desean evadirse del estrés cotidiano producido por la jornada laboral, este tipo de programación les da la oportunidad de hacerlo mientras son motivados a conocer el país y a sentirse identificados y orgullosos de ser venezolanos.

Consideramos que la estrategia de promoción de valores turísticos y culturales a través de la televisión es efectiva, ya que el 55% de ellos reconoce haber sido influido por la publicidad en televisión a la hora de escoger un destino turístico.

Por ser el género que más nos acerca a la realidad, por su duración, posibilidad de realización de seriadados, bajos costes de producción, entre otras razones de tipo técnico, el documental es el formato apropiado en la televisión nacional para difundir valores turísticos y culturales en Venezuela, sin cerrarse a la posibilidad de producir otros formatos multimediáticamente sostenibles como por ejemplo: reportajes, publi / reportajes o docu / reportajes.

Produciremos documentales de referente real, grabados principalmente en exteriores, seriadados, apoyados en la narración de los personajes característicos de cada lugar visitado, en formatos de poca duración, cuyos temas sean dedicados por ejemplo: a los diferentes climas que presenta Venezuela, a su vegetación, a sus características paisajísticas, en cada Parque Nacional o Monumento Natural.

A las diferentes razas indígenas presentes en su territorio. A sus manifestaciones culturales, artísticas y religiosas por cada región, etc.

Estos documentales estarán dirigidos fundamentalmente a los jóvenes que significan el 65% de la población.

El personal a participar en la producción de esta serie de documentales dependerá de las dificultades de realización y necesidades de cada capítulo.

Emplearemos tecnología digital en la producción y posproducción ya que ofrece calidad cinematográfica a bajo coste; así como facilidad en el desplazamiento de los equipos por ser de menor tamaño y peso.

Por otra parte, la economía venezolana debe ser diversificada y el turismo es un sector aprovechable para lograr esa multiplicidad de ingresos a la nación.

Diversificar la economía venezolana no sólo permitirá obtener mayores ingresos al estado, sino que generará beneficios al colectivo, ya que significará mayores oportunidades de empleos directos e indirectos derivados de las actividades económicas propias del turismo. Por ejemplo: restaurantes, hoteles, albergues, pensiones, bares, discotecas, etc.

Con el propósito de garantizar espacios naturales dignos a las generaciones futuras, la actividad turística a desarrollar en Venezuela debe ser sostenible, donde prevalezca el beneficio social de las localidades frecuentadas y, el respeto y reinversión en los respectivos destinos.

Todo lo expuesto nos permite decir que el proyecto de promoción de los valores turísticos y culturales en Venezuela mediante el uso de documentales televisivos es perfectamente desarrollable. Lo inferimos del interés que tiene el gobierno Venezolano de potenciar el sector turístico; así como, por las cifras de incremento sostenido del turismo interno en Venezuela y porque las condiciones en la televisión nacional están dadas para lograrlo.

En este mismo sentido, es fundamental comprender la importancia de una perspectiva sistémica y sólida en el ámbito turístico. Si no se siembra con talento y coherencia, será imposible cosechar resultados fructíferos, y esto va desde la responsabilidad social corporativa del diseño e implementación del turismo, hasta la producción y difusión audiovisual con carácter sostenible del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

1. BARROSO GARCÍA, Jaime. Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994.
2. BARROSO GARCÍA, Jaime. Realización de Géneros Televisivos. Editorial Síntesis. Madrid, 1996.
3. BIGNÉ ALCAÑIZ, Enrique; FONT AULET, Xavier; ANDREU SIMÓ, Luisa. Marketing de Destinos Turísticos, análisis y estrategia de su desarrollo. Esic Editorial. Madrid, 2000.
4. BUSTAMANTE, Enrique. Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, Mercados y Diversidad en España. Editorial Gedisa. Madrid, 2002.
5. BUSTAMANTE, Enrique. Hacia un Nuevo Sistema Mundial de Comunicaciones. Las Industrial Culturales en la Era Digital. Editorial Gedisa. Madrid, 2003.
6. CAROPRESO P, Luis. Breve Historia del Cine Nacional 1904 -1964. Editorial Cinemateca Nacional. Caracas, 1993.
7. DESMOND, Davis. Gramática de la Producción. Servicios de Formación Televisión Española. Madrid, 1966.
8. ESCUDERO, Nel. Las Claves del Documental. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 2000.

9. FLEMING, Paul; ALBWERDI, María José. Hablemos de Marketing Interactivo. Reflexiones sobre Marketing Digital y Comercio Electrónico. Esic Editorial. Madrid, 2000.
10. GORHAM, Kindem; MUSBURGER, Robert B. Traducido del Inglés por: VALERO, Pedro. Manual de Producción Audiovisual Digital. Ediciones Omega. Barcelona, 2007.
11. MARCO ARCE, Beatriz. Estudio de Mercados Turísticos Emisores. Caso: Venezuela. Oficina Española de Turismo en Miami. Miami, 2003.
12. MILLERSON, Gerald. Técnicas de Realización y Producción de TV. Traducido del Inglés por: HERNANDEZ, Eduardo. Centro de Formación de RTVE. Madrid, 1991.
13. PASQUIALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Avila Editores. Caracas, 1980.
14. RABIGER, Michael. Dirección de Documentales. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1989.
15. REINARES LARA, Eva María; REINARES LARA, Pedro J. Fundamentos Básicos de la Gestión Publicitaria en Televisión. Esic Editorial. Madrid, 2003.
16. SABINO, C. Introducción a la Metodología de la Investigación. El Cid Editores. Caracas, 1976.

17. SAINZ, Miguel. Manual Básico de Producción de Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994.
18. SARMIENTO, Miguel. El Documental en Televisión. Un Ejemplo Práctico: "Indico". Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Madrid, 1994.
19. SOLER, Llorenc. La Realización de Documentales y Reportajes para Televisión. Comunicación Global. Barcelona, 1998.
20. VIDAL, Carmelo. Los Medios de Comunicación Social en Venezuela. Publicaciones Centro Gumilla. Caracas, 1979.

TESIS DOCTORALES

21. PEREZ BIANCO, Wilfredo José. Producción de Comerciales para Televisión en Venezuela. Origen, Proceso actual y Tendencias. Trabajo Especial de Grado. Barcelona, 1998.

SITIOS WEB

22. <http://www.ine.gov.ve/>
23. <http://www.mintur.gob.ve/>
24. www.inparques.gob.ve
25. <http://www.venevision.net/>

26. <http://www.televen.com/Televen/home.aspx>
27. <http://www.canal-i.com/system/index.php>
28. <http://www.vtv.gov.ve/>
29. <http://www.vive.gob.ve/>
30. http://es.wikipedia.org/wiki/Parques_Nacionales_de_Venezuela
31. http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Monumentos_Naturales_de_Venezuela