

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



**“LA INFLUENCIA DE LAS INFORMACIONES EN LOS LECTORES DE LA  
PRENSA GRÁFICA, EL DIARIO DE HOY Y DIARIO EL MUNDO, DURANTE  
LOS PERÍODOS VACACIONALES MÁS IMPORTANTES DE 2007 EN LA  
BÚSQUEDA DE UN TURISMO SOSTENIBLE EN EL SALVADOR”**

**TESINA PRESENTADA POR  
SUANN AVELIN ALVARADO DIMAS  
XENIA VERÓNICA ESCOBAR SALGADO**

16 DE FEBRERO  
DE 1841

HACIA LA  
LIBERTAD

POR LA  
CULTURA

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

CIUDAD UNIVERSITARIA, JUNIO DE 2008



**©2004, DERECHOS RESERVADOS**

Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,  
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador

<http://virtual.ues.edu.sv/>

**SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

### **Rector:**

Ingeniero Rufino Antonio Quezada Sánchez

### **Vicerrector Académico:**

Arquitecto Miguel Ángel Pérez Ramos

### **Vicerrector Administrativo:**

Master Oscar Noé Navarrete Romero

### **Secretario General:**

Licenciado Douglas Vladimir Alfaro Chávez

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

### **Decano:**

Licenciado José Raymundo Calderón Morán

### **Vicedecano:**

Doctor Carlos Roberto Paz Manzano

### **Secretario:**

Master Julio César Grande Rivera

## **AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

### **Director:**

Licenciado Roberto Antonio Maza

### **Coordinador General del Proceso de Grado:**

Master Carlos Ernesto Deras

### **Docente Director de Proceso de Grado:**

Licenciado Iván Alexander Hernández

## DEDICATORIA

Al tercer miembro de nuestro grupo: nuestro Señor y creador, quien ha sido el sostén e inspiración de nuestra vida.

Gracias damos a Dios por habernos permitido culminar una meta más y alcanzar con éxito y satisfacción nuestro sueño. Sin Él, la historia hubiera sido distinta, sin embargo su amor y fidelidad fue real cada día.

Es por eso, amado Señor que te entregamos el triunfo como fruto de nuestro trabajo en el que tú fuiste el pilar principal, puesto que nos diste la sabiduría, la inteligencia, la fortaleza y la provisión material.

Agradecemos infinitamente la motivación que Tú pusiste en cada una de las personas que formaron parte de nuestra investigación y en aquellas que se identificaron apoyándonos de manera espiritual y con recursos materiales para el desarrollo de nuestro estudio.

“Gloria sea a Dios que puede hacer las cosas mucho más grandes de las que pedimos y pensamos, gracias a su poder que actúa en nosotros” Ef. 3:20.

¡Gracias Señor por ser nuestra fiel compañía!

*Suann y Verónica.*

## AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A Aquel que me dio la vida, a Aquel que me ha guiado cada día, a Aquel que ha cumplido desde los más pequeños hasta los más grandes anhelos de mi corazón: mi Dios y Señor.

Agradezco infinitamente su bondad, su amor y su compañía, agradezco en gran manera el precioso regalo que me ha dado: El acceso a la educación y preparación profesional, porque cuando todo parecía oscuro: Él me brindó un rayo de luz... ese rayo de luz que marcó mi vida durante mi formación, en el presente y sin duda marcará mi futuro.

A mi querida familia: Quienes supieron comprender lo importante que era para mí la carrera, que aceptaron comprensivamente que muchas veces sacrificara el tiempo asignado para compartir en familia, quienes durante estos años me entendieron y apoyaron emocionalmente en los momentos difíciles: sobretodo en aquellos en que se reflejó el cansancio físico.

A mi madre *Morena Dimas de Alvarado* y a mi padre *Ángel Alvarado*, que en todo momento me mostraron su apoyo incondicional y me animaron a vencer todos los obstáculos que aparecieron en el camino, que se identificaron en los momentos difíciles y me alentaron a disfrutar de esta etapa de mi vida; a mi hermano *Josué A. Alvarado Dimas* y mi hermana *Cesia E. Alvarado Dimas* que me acompañaron y me mostraron su total apoyo.

A mis mentores: Quienes con su experiencia y aportes contribuyeron de manera integral en mi formación profesional, quienes descubrieron y creyeron en mis habilidades para el ejercicio de la profesión, quienes me aconsejaron, animaron y acompañaron durante esta etapa de adquisición y aplicación del conocimiento académico - científico.

A mis apreciados amigos del *Movimiento Universitario Cristiano* y *Misión Cristiana Elim*: Aquellos que me dieron palabras de ánimo, me aconsejaron constantemente y me acompañaron en esta travesía, aquellos que ayudaron para que la carga se hiciera ligera tomando muchas veces algunas de mis responsabilidades como suyas, aquellos que me comprendieron en todo momento y elevaron oraciones por mí, en fin a todas y todos mis amigos que contribuyeron con aportes significativos para que culminara con éxito esta investigación. *A mis compañeros de trabajo*, gracias por sus aportes y apoyo mostrado. ¡A todos... Muchas Gracias!!!

***Suann A. Alvarado D.***

## AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A mi amado **Dios** y **Señor**, quien hizo sendas donde no habían, entregó la victoria en mis manos y con gritos de alegría me ha hecho celebrar mi sueño hecho realidad. Gracias Jesús porque una vez más me muestras que tú eres el Fiel y el Verdadero, y hoy tengo otra razón por la cual agradecerte al llegar al cielo... ¡Te amo y siempre te amaré mucho, pues no hay nada ni nadie como tú, de hermoso!

Luego de Dios en mi vida, es mi familia: *Francisco Rómulo Escobar Bonilla, Alicia Morena Salgado, Griselda Beatriz Escobar Salgado, Francisco Rómulo Escobar Salgado y Duque Antares Escobar Salgado* son los seres que día a día han estado conmigo ayudándome, dándome ánimo y soñando cosas grandes para mi vida, mil gracias por creer en mí. Sin ustedes, las cosas no serían tan hermosas como hoy son...

Gracias papi por creer siempre lo mejor de tu hija y confiar en que voy para cosas grandes, gracias mami porque tu paciencia y amor me dio fuerzas para seguir adelante, y tu sabiduría me ha cubierto. Realmente, ustedes dos han sido y siempre serán mis mejores maestros de la vida, sin títulos universitarios, han sido las personas de quienes más he aprendido lo que sé hasta hoy. ¡Les amo mucho!

Así mismo gracias a mi segunda familia: *Orlando Salgado, Florencia de Salgado, José Luís Salgado y Laura Alejandra Salgado*, por todo el apoyo espiritual y material que me han brindado a lo largo de estos años, su ayuda ha sido un gran soporte para mi carrera.

Agradecimientos especiales a mi futuro cuñado, *Napoleón Beltrán* por ayudarme con herramientas materiales muy importantes para realizar esta investigación. De igual modo, a mis compañeros de *teatro* por ayudarme laboral y económicamente en todos estos años de mi carrera, amigos los quiero mucho.

Mil gracias, a todas esas personas que espiritualmente apoyaron mi carrera, con sus oraciones diarias como lo han hecho mis amigos y hermanos de iglesia COMPAZ e iglesia Elim, especialmente *Elsy de Pino, Maira de Aguilar, Josy Siguenza, Concepción Roque, Joseline Guevara, Alan España* y mis pastores, *Vladimir y Esmeralda de Rivas*.

Finalmente, gracias a mi compañera de tesis *Suann Alvarado*, amiga: ¡lo logramos! A todos mis *amigos de la universidad*, por toda la ayuda que me brindaron a lo largo de la carrera, por su amistad y todos los buenos ratos que hemos pasado juntos, amigos: sin ustedes la universidad no sería la misma... ¡qué viva la ruta del sabor!

*Verónica Escobar S.*

## ÍNDICE

Introducción	viii
Capítulo I - Determinación del objeto de estudio	10
1.1 Objetivos	11
1.2 Preguntas guías	12
1.3 Justificación	13
1.4 Limitaciones y alcances del estudio	15
Capítulo II- Marco Teórico	17
2.1 Relación entre conceptos. Problema de Investigación	18
2.2 Antecedentes del objeto de estudio	21
2.3 Sistema de conceptos	31
Capítulo III- Metodología	34
3.1 Definición y justificación de la muestra	35
3.2 Definición de la técnica	38
3.3 Tipo de estudio	41
3.4 Procedimiento	43
Capítulo IV- Exposición de resultados	45
4.1 Promoción y fomento del turismo sostenible en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo	46
4.2 Fomento del turismo sostenible a través del texto e imágenes presentados en los periódicos en estudio	49
4.3 Interpretación de los mensajes periodísticos presentados por los periódicos en estudio	53
4.4 Los periódicos como recurso para la promoción y fomento del Turismo Sostenible	55
4.5 Géneros periodísticos más idóneos para abordar el Turismo Sostenible	56

Capítulo V- Conclusiones y Recomendaciones	58
5.1 Conclusiones	59
5.2 Recomendaciones	61
Fuentes de Consulta	63
Anexos	67

# INTRODUCCIÓN

La presente investigación muestra un estudio basado en el análisis de la influencia que tienen los medios de comunicación escritos en sus lectores para motivarlos a la realización de un turismo sostenible.

La importancia de esta temática radica en que la industria turística ha tenido un despunte significativo en el desarrollo social y económico de El Salvador durante los últimos años, ya que todos los salvadoreños buscan en cierto momento el acceso a la recreación y el sano esparcimiento. En este sentido, esta investigación identifica si los medios de comunicación a través de sus informaciones están fomentando en la población la necesidad de un desarrollo sostenible en el turismo.

Cabe destacar, que visitar un lugar turístico no sólo implica saber cómo llegar, qué opciones gastronómicas se ofrecen, sino también tener en cuenta la mejora de las condiciones medioambientales de estos sitios, el fomento al respeto del patrimonio cultural, el estímulo al consumo de los productos locales y sobre todo el rescate y divulgación de los valores culturales, contribuyendo de esta manera al desarrollo social de las comunidades aledañas a los lugares turísticos.

Encontrar un equilibrio en el respeto a la ecología, el entorno social de los pueblos con el impulso del turismo a través de la generación de empleos, es una tarea en donde los medios de comunicación tienen un papel importante a la hora de orientar a sus audiencias todo esto con el objetivo de conservar la naturaleza, impulsar la protección del patrimonio cultural y, por ende, motivarlos a promover el desarrollo sostenible del sector turístico.

Esta investigación consolida un análisis del consumo mediático y recepción de los mensajes, partiendo de la producción informativa de los medios impresos más representativos y con mayor circulación en el país, de tal forma que se determina con ella si éstos contribuyen a la promoción y fomento del turismo sostenible.



Este informe consta de cinco capítulos, en su primera parte se detalla la determinación del objeto de estudio, en la cual se plantea el problema, se dan a conocer los objetivos de la investigación, las preguntas que guiaron el desarrollo de la misma, la justificación de la investigación, como también las limitaciones y alcances del estudio.

Posteriormente, se enmarca toda la base teórica que rige y guía la realización de la investigación, abordando los antecedentes del objeto de estudio, definiéndose términos especializados en el área comunicativa y turística y a la vez, la perspectiva y teoría de la comunicación que le sustenta.

Como una determinación de la metodología, se define y justifica la muestra y la técnica de grupos focales utilizada, el tipo y carácter del trabajo como cualitativo y además, el procedimiento seguido a lo largo de la investigación.

Consecuentemente, en el cuarto y quinto capítulo se exponen los resultados obtenidos luego de las tres pruebas de laboratorio, la corroboración de la teoría, como también las conclusiones a las que dieron paso y las recomendaciones necesarias a los medios comunicación y a futuros investigadores.

Finalmente, se presentan las fuentes documentales imprescindibles para la realización de la investigación y los anexos que resultaron en el desarrollo de la misma.

# **CAPÍTULO I**

## **DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

# CAPÍTULO I

## DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

### 1.1 OBJETIVOS

#### **Objetivo general**

Determinar la influencia de las informaciones publicadas en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo para motivar a sus lectores a realizar un turismo sostenible en El Salvador.

#### **Objetivos específicos**

Determinar cómo los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo interpretan los mensajes de las informaciones turísticas enmarcadas en el desarrollo del turismo sostenible.

Especificar qué medio de comunicación impreso, entre La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo motiva más a sus lectores a realizar turismo sostenible.

Determinar en qué período vacacional de 2007 se promovió más el turismo sostenible, a través de las informaciones turísticas publicadas en La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo.

Especificar qué género periodístico, utilizado por La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo, influye más para la realización de turismo sostenible en el país.

## 1.2 PREGUNTAS GUÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

### **Pregunta general**

¿Cómo influyen las informaciones turísticas en los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, durante los períodos vacacionales más importantes de 2007 para motivarles a realizar un turismo sostenible en El Salvador?

### **Preguntas específicas**

¿Cómo los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo interpretan los mensajes de las informaciones turísticas enmarcadas en el desarrollo del turismo sostenible?

¿Cuál de los medios de comunicación impresos, entre ellos La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo, motivan más a sus lectores a realizar turismo sostenible?

¿En qué período vacacional de 2007 se promovió más el turismo sostenible, a través de las informaciones turísticas publicadas en La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo?

¿Qué género periodístico, utilizado por La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo, influye más a sus lectores a realizar turismo sostenible?

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación realizada posee gran relevancia, puesto que de acuerdo a los antecedentes explorados sobre el objeto de estudio, se detectó que no hay trabajos previos que aborden el fomento del turismo sostenible a través de la perspectiva del consumo de las audiencias.

Es por ello que se considera que esta investigación contribuye significativamente a identificar la influencia que tienen las informaciones turísticas en los lectores de los medios escritos, tomando en cuenta los resultados de forma que se identifiquen, si hay vacíos o no, sobre la necesidad de promover un desarrollo sostenible en el turismo.

Sabiendo que este rubro tiene uno de los principales lugares de la economía nacional y un carácter que indudablemente lo identifica con los diversos sectores de la sociedad porque les hace accesible la recreación y el sano esparcimiento permitiendo el logro de buena salud física como mental, es de gran aporte conocer cómo influyen los medios de comunicación en sus receptores para motivarlos a que participen activamente en:

- La mejora de las condiciones medioambientales de los sitios turísticos.
- El fomento al respeto del patrimonio cultural.
- El estímulo al consumo de lo que el país produce.
- El rescate y divulgación de los valores culturales.

Asimismo, la investigación trae consigo implicaciones académicas, pues servirá de referencia a los estudiantes de las carreras de Comunicaciones, Periodismo o Relaciones Públicas, de las distintas universidades y específicamente, a los compañeros del Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador, ya que se podrá usar como reseña para las cátedras de Teoría de la Comunicación, Semiótica del Texto, Periodismo de Investigación, Opinión Pública, Ética Periodística, y por supuesto, Seminario Taller de Producción Periodística.

De similar forma, en la investigación hay distintas implicaciones extraacadémicas, encaminadas a beneficiar a todos los sectores relacionados con el turismo como son: instituciones públicas, entre ellas el ministerio de Turismo (MITUR) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), y empresas privadas como son: los distintos empresarios del rubro (Tour operadores) y los Medios de Comunicación Social.

Al tomar en cuenta la contribución investigativa del presente estudio, se detectan implicaciones prácticas para aumentar la calidad de las informaciones turísticas a través de los medios impresos, identificando cuál de ellos se dirige acertadamente a la promoción del fomento del turismo sostenible en sus lectores, así como también el llamado directo a los periodistas y editores a tomar conciencia del papel de ellos en la sociedad, es decir, formadores y orientadores de una información que conlleve el estímulo al desarrollo comunal y medioambiental de los sitios turísticos.

No basta encontrar reportajes que informen a la sociedad de los lugares que tiene el país para poder recrearse y relajarse de la vida cotidiana. Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en cimentar el turismo con una fuerza dinamizadora y un vector de diálogo entre los pueblos, si hacen una gestión eficaz comunicando los beneficios de desarrollar una sostenibilidad turística en sus audiencias.

## **1.4 LIMITACIONES Y ALCANCES DEL ESTUDIO**

### **Limitaciones**

Dentro de las limitaciones o dificultades que conllevó la realización de esta investigación se puede mencionar:

El poco acceso a fuentes autorizadas y recursos bibliográficos del ente gubernamental encargado del turismo.

La escasa información proporcionada por las instituciones u organizaciones no gubernamentales que velan por el turismo en El Salvador.

La falta de antecedentes del fenómeno “turismo sostenible” en el país, constituyó un estudio con pocas bases informativas para explorar o ahondar desde el punto de vista mediático.

Encontrar muestras vivas que cumplieran con el perfil establecido para la participación en cada grupo focal.

### **Alcances**

Entre los logros o alcances obtenidos con el desarrollo de la investigación, se señalan:

En estudios académicos, sentar precedente en el país con una investigación que aborda el turismo sostenible bajo una perspectiva de análisis de las audiencias de los medios de comunicación.

Mostrar las reacciones o efectos que se producen en los lectores de las noticias turísticas publicadas en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo.

Presentar a los periodistas de los medios impresos en estudio una investigación exploratoria sobre la reacción de los lectores ante los mensajes que ellos emiten en sus notas.

Proporcionar a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales un estudio que sirva para conocer la opinión de los lectores sobre el fomento y desarrollo del turismo sostenible en el país.

Proveer a los estudiantes y docentes de las carreras de Comunicaciones, Periodismo o Relaciones Públicas, de las distintas universidades un estudio que podrá usarse como insumo o material de apoyo para algunas cátedras o futuras investigaciones experimentales.



# **CAPÍTULO II**

## **MARCO TEÓRICO**

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### **2.1 RELACIÓN ENTRE CONCEPTOS. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La temática a estudiar se enfocará bajo la Perspectiva Interpretativa, en la cual diversos estudios se han guiado para teorizar el poder que tienen los medios masivos de comunicación para influir en los pensamientos y decisiones de sus receptores.<sup>1</sup>

Cabe destacar que esta perspectiva se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social: creencias, intenciones, motivaciones y otras características no observables directamente, ni susceptibles de experimentación.<sup>2</sup>

Además promueve el interés de conocer hasta que punto los contenidos de los medios de comunicación contribuyen a las percepciones individuales de la realidad social, en este sentido favorece los estudios micro sociales y psicológicos de las personas, de acuerdo a Adoni y Mane, quienes presentan a los medios de comunicación como constructores de la realidad social.<sup>3</sup>

En la perspectiva interpretativa, al receptor se le observa como un sujeto capaz de integrar a su contexto y a su situación los elementos relevantes, percibidos en los mensajes de los medios de comunicación, pues descodifica los significados presentados y puede adquirir los más relevantes en su propia matriz cultural.

Será entonces que bajo la guía de las anteriores consideraciones del paradigma interpretativo, se fundamentará la base teórica-conceptual de la investigación, pues con esos argumentos es posible estudiar como descodifican los mensajes los lectores de notas turísticas de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo y que símbolos o signos influyen en ellos para motivarles a hacer turismo sostenible.

---

<sup>1</sup> Montero Sánchez, María Dolores: *La Información periodística y su Influencia Social*, Editorial La Labor, Barcelona, 1993, pág.14.

<sup>2</sup> Ver Paradigmas de la investigación en <http://html.rincondelvago.com/paradigmas-de-la-investigacion.html>

<sup>3</sup> Adoni, Hanna –Mane, Sherril: *Media and the Social Construction of Reality*, 1984, pág.43

Es importante señalar, que basándose en la perspectiva interpretativa se logra abordar el objeto de estudio desde el carácter cualitativo, en el cual se desvirtúan los enfoques cuantitativos y por el contrario se profundizará en la racionalidad sustantiva a través del involucramiento con los lectores de los medios impresos seleccionados.

Además como complemento de la base teórica de la investigación se incluirán los Estudios de Recepción de Medios (ERM), cuyos orígenes pueden ubicarse a finales de los años sesentas, cuando la mirada de los investigadores de la comunicación, se volcó intencionalmente hacia el componente del proceso comunicativo menos abordado y conocido: el sujeto receptor.<sup>4</sup>

A grandes rasgos, las dos preguntas que han inspirado los ERM de América Latina son: ¿quiénes son las audiencias? y, sobre todo, ¿qué más son las audiencias, antes durante y después de sus interacciones mediáticas?

Y enfocándonos en el papel que puede jugar las audiencias en el proceso de recepción de mensajes, resalta la importancia que tiene las aportaciones del teórico español Jesús Martín Barbero en obras tales como “De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía” (1987), donde ve a la recepción conformada por las resistencias y las variadas formas de apropiación de los contenidos de los medios.

Es interesante partir de esta teoría, debido a que los mensajes periodísticos de turismo que se plasman en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo llegan a una buen número de salvadoreños, pues son considerados los rotativos de mayor circulación nacional, y a través de esta investigación es posible conocer cómo los mensajes encuentran resistencias e interpretaciones distintas o subjetivas.

La comunicación, según Martín Barbero, se hace cuestión de cultura, que exige revisar toda la vorágine de la mass media con el objetivo de leer adecuadamente- y de manera crítica- las imágenes que se imponen sobre el texto o lo acompañan.

---

<sup>4</sup> Orozco Gómez, Guillermo: *Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina*. 2001.

Es por eso que, cada persona tiene una interpretación distinta de una misma nota periodística, aunque todos los lectores sean salvadoreños no obstante, el conjunto de conocimientos, experiencias y emociones no son las mismas para todos.

Barbero recalca diferencias entre lo masivo y lo popular, dando paso a nuevas lecturas, de ahí se desprende una renovada crítica a la función de las élites en el aspecto cultural y una convicción que niega la posibilidad de estudiar y entender la comunicación fuera de la creación cultural, ni la cultura fuera de la comunicación y los medios.

La cultura popular es entonces, autónoma e independiente de la cultura de masas, hegemónica, y actúa como una frontera simbólica que confirma el valor y poder de las identidades culturales latinoamericanas. Asimismo Barbero muestra que la recepción hacia los medios depende de la cultura de cada individuo.

El turismo en El Salvador es una opción para todos sus habitantes, mas no todos tienen las mismas posibilidades de acceder a todas las ofertas turísticas que en los periódicos se ofrecen, ni tampoco poder realizar todas las actividades propuestas, por lo tanto las apreciaciones, valoraciones o críticas que hacen los lectores de cada nota son distintas entre sí.

La recepción, entonces, adquiere un interés primordial como ámbito de investigación que permite explorar la cultura y la comunicación de manera conjunta, sin que esta convicción haya significado siempre una adecuada incorporación de ambos campos.



## 2.2 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Actualmente el turismo en El Salvador se ha vuelto una de las principales apuestas para el desarrollo económico y social del país, debido a ello la promoción y difusión a través de los medios de comunicación son imprescindibles. Es en este contexto que se observa la necesidad de investigar cómo los medios inciden en la promoción de los sitios turísticos del país, de tal forma que la población se interese en visitarlos.

Entre las instituciones que se han dedicado al turismo, se encuentra, desde diciembre de 1961, el Instituto Salvadoreño de Turismo, el cual desde esa fecha, estuvo administrando los centros recreativos del país. Luego, en julio de 1996, se crea por decreto ejecutivo No. 779, la Corporación Salvadoreña de Turismo, entidad autónoma que tiene como finalidad principal el desarrollo del sector turístico salvadoreño<sup>5</sup>.

El primero de junio de 2004, bajo el mandato presidencial de Antonio Saca, nace el ministerio de Turismo, el cual surge con la implementación del Plan Nacional de Turismo 2014, el cual busca que la actividad turística en El Salvador se consolide como un instrumento para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de la economía y el empleo en el país.

La política gubernamental busca convertir al país en un destino turístico competitivo y referente en Centroamérica, aunado al lanzamiento de la "marca país" el primero de marzo del presente año, con la cual se orienta a posicionar al país en el turismo de negocios y encuentros, lo que descuida la importancia de fomentar el desarrollo sostenible del rubro.

Con el objetivo de conocer los antecedentes del objeto de estudio se clasificaran en dos grandes tipos, como son: **Antecedentes investigativos**, los cuales incluyen las distintas investigaciones académicas realizadas en los centros de estudio superior de todo el país, y Antecedentes del fenómeno, que comprenden las informaciones turísticas publicadas en La Prensa Gráfica, Diario de Hoy y Diario El Mundo.

---

<sup>5</sup> *Memoria de Labores*, Ministerio de Turismo, Julio 2007, pág.29-31.

Es así como, para conocer de primera mano los antecedentes investigativos de la temática, se han visitado diez universidades de todo el territorio nacional, las cuales son: Universidad de El Salvador (UES), Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Universidad Doctor José Matías Delgado (UJMD), Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), Universidad Francisco Gavidia (UFG), Universidad Don Bosco (UDB), Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera, Universidad de Oriente (UNIVO), Universidad Autónoma de Santa Ana (UNASA), Universidad Católica de Occidente (UNICO).

De estas universidades se destacan los siguientes títulos de investigación relacionados al objeto de estudio:

- En primer lugar se identificaron tesis que presentan únicamente estudios o investigaciones sobre el turismo, tales como: *“El turismo interno y sus posibilidades en el desarrollo económico y social de El Salvador”*<sup>6</sup>, *“El papel del cluster de turismo en el desarrollo de una nueva alternativa económica basada en la industria turística de El Salvador”*<sup>7</sup>, *“Herramientas de promoción para la comercialización de servicios hoteleros de playa”*<sup>8</sup>.

- En segundo lugar se descubrieron Estrategias Comunicativas: planes, diseños y propuestas. Entre los planes se mencionan: *“Plan de promoción para el desarrollo del ecoturismo en las rutas turísticas para caminatas en la zona de San Ignacio y La Palma”*<sup>9</sup>, *“Plan de promoción dirigido a la industria turística del oriente de El Salvador, caso específico municipio de Conchagua, La Unión”*<sup>10</sup>. Como diseños se encontraron: *“Video informativo que contribuya al turismo del municipio de Concepción de Ataco, Departamento de Ahuachapán”*<sup>11</sup>, *“Diseño de estrategias de comunicación integral como una herramienta efectiva para promocionar el ecoturismo en la Bahía de Jiquilisco”*<sup>12</sup>, *“Campaña de publicidad para el desarrollo del turismo eco-cultural del municipio de*

---

<sup>6</sup> López Batista, Ricardo, Licenciatura en Economía, UCA, 1999

<sup>7</sup> Calderón Vides, Ana Lisette, Licenciatura en Relaciones Internacionales, UES, 2000

<sup>8</sup> Cabezas Bendeck, Carlos Alfredo, Licenciatura en Administración de Empresas, UCA, 2004

<sup>9</sup> Gámez Soriano, Edwin Eduardo, Licenciatura en Administración de Empresas, UCA, 2004

<sup>10</sup> Amaya López, Helen Lisette, Licenciatura en Administración de Empresas, UNIVO, 2004

<sup>11</sup> Canjura Crespín, Claudia Patricia, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UDB, 2006

<sup>12</sup> Olmedo Reyes, Nora Elizabeth, Licenciatura en Mercadotecnia, UTEC, 2003

*Suchitoto*”<sup>13</sup>, “*Diseño de un modelo de relaciones públicas Lobbying, para mejorar la comunicación externa de las empresas del sector turismo con las instituciones gubernamentales ubicadas en el plan maestro del municipio de San Salvador*”<sup>14</sup>,

Entre las propuestas están: “*Propuesta de un plan de comunicación integral de mercadeo para la industria hotelera de la ciudad de San Miguel*”<sup>15</sup> y “*Propuesta de campaña publicitaria para promover el turismo de la ciudad de Nejapa*”<sup>16</sup>.

- En tercer lugar se encontraron dos investigaciones que giran en torno a la percepción que las audiencias tienen con respecto al turismo salvadoreño, las que se relacionan más con la temática a estudiar. “*Incidencia de los medios de comunicación impresos y televisivos en la afluencia de turismo interno en El Salvador*”<sup>17</sup>, investigación que muestra que los medios mencionados motivan a la gente a interesarse por visitar lugares turísticos que ofrece El Salvador y “*Posicionamiento de la imagen turística del Departamento de Santa Ana en la población de la zona occidental*”<sup>18</sup>, proyecto creativo que analiza desde la perspectiva del consumo de las audiencias y/o recepción de medios de comunicación la proyección turística del occidente del país.

En lo que respecta a la metodología utilizada en los distintos trabajos de grado, ésta se ha fundamentado en el método científico, porque parten de la observación del objeto de estudio pues plantean supuestos e hipótesis, realizando investigaciones amplias y llegando a una verificación de los supuestos. Además las investigaciones se han auxiliado de la metodología experimental y han elaborado sus ideas de forma hipotética deductiva o a través de la prueba de hipótesis.

Asimismo, utilizan estudios bibliográficos, transversal, de campo, descriptivo, explicativo – predictivo, a través de las técnicas de encuestas, cuestionarios, entrevistas observación directa e

---

<sup>13</sup> Valle Lemus, Norma Elizabeth, Licenciatura en Mercadeo, UJMD, 2003

<sup>14</sup> Barahona Jandres, Morena Isabel, Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones, UFG, 2004

<sup>15</sup> Galeano Varela, Nora Lilibeth, Licenciatura en Administración de Empresas, UNIVO, 2003

<sup>16</sup> Alas Romero, Sonia Elena, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UDB, 2005

<sup>17</sup> Cañada Benítez, Patricia Guadalupe, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UJMD, 1997

<sup>18</sup> Chávez Turcios, José Luis, Licenciatura en Comunicaciones, UNASA, 2005

indirecta; sin embargo, no todas las investigaciones exponen de una manera clara y explícita la metodología que fue ocupada.

Al haber visitado diferentes universidades del país que imparten la carrera de Licenciatura en Comunicaciones y otras afines, se pudo constatar que la mayoría de investigaciones sobre turismo enmarcan los términos históricos del mismo, por lo que se considera servirán como un aporte sustancial. Sin embargo, las limitantes para desarrollar el objeto de estudio son varias. Entre ellas se destaca que en la actualidad es un tema estudiado únicamente desde el punto de vista administrativo, mercadológico y publicitario, pero no como una apuesta al Desarrollo Sostenible; es decir un turismo responsable que fomente el bienestar ambiental, económico y social del país.

De esta manera se encontró una limitante puesto que no hay muchos antecedentes del fenómeno, es decir, información o base sobre el turismo sostenible, ni en los entes encargados de velar por el turismo, ni en el tratamiento informativo de los medios de comunicación, por lo que se considera un parámetro corto para explorar o abordar desde el punto de vista mediático como promotor del turismo nacional.

Dentro de los **antecedentes del fenómeno**, se puede destacar el devenir histórico de los medios de comunicación impresos, de los cuales partirá la investigación. En este sentido, La Prensa Gráfica fue fundada el 10 de mayo de 1915 por la familia Dutriz.<sup>19</sup> Desde entonces se ha caracterizado por publicar noticias de interés nacional e internacional. Actualmente circula todos los días, y las secciones o espacios que dedica para el turismo se remontan a 1995, donde aparece “Tiempo Libre”, espacio dedicado totalmente al turismo interno. Luego aparece la sección “ECO”, donde se publicaban algunas notas turísticas.

Desde 2006, se crean dos páginas denominadas ESTILO, las cuales han evolucionado hoy en día con el nombre de TURISMO. Sin embargo, a criterio de la Coordinadora de esta sección, Licda. Carolina Meléndez, una página publicada los jueves y viernes es muy poco para motivar a los salvadoreños a que realicen turismo interno.

---

<sup>19</sup> López Vallecillos, Ítalo: *El Periodismo en El Salvador*, UCA Editores, San Salvador, 1987, pág.10.



Asimismo, El Diario de Hoy fue fundado el 2 de mayo de 1936 en San Salvador bajo la dirección de don Napoleón Viera Altamirano<sup>20</sup>. Su primera edición fue de 2,100 ejemplares impresos en una maquina Duplex plana y con textos levantados en linotipos, marcando innovaciones en el periodismo salvadoreño con el nuevo formato tabloide. Dentro del primer grupo de redactores se contaban poetas salvadoreños como Hugo Lindo, Barba Salinas, Ramón Hernández Quintanilla y Sanabria.

La revolución tecnológica de la computación y del offset fue impulsada con el nuevo director, Ing. Enrique Altamirano Madriz, quien para 1991 cambia el sistema de diseño por el sistema Macintosh que procesa informaciones, arma páginas, hace insertos de gráficas, fotos y separa colores. Además en noviembre de 1995 El Diario de Hoy se convierte en el primer medio de comunicación de El Salvador en Internet. Dentro de las secciones que informan sobre el turismo se encuentran actualmente VIDA y algunas notas de la revista dominical D7.

Además, Diario El Mundo, considerado el tercer periódico más importante del país, fue fundado por el Dr. Juan José Borja Nathan en noviembre de 1966 como un informativo vespertino, bajo el lema “Las noticias de hoy, hoy mismo”, circulando por primera vez el 6 de febrero de 1967<sup>21</sup>. Sin embargo, la Dirección Ejecutiva decide el 2 de junio de 2004, que Diario El Mundo se convertiría en un periódico matutino buscando así mantener la visión de consolidarse e implementar un periodismo profesional, visionario, moderno y dinámico.

A sus 40 años de existencia Diario El Mundo ha tenido importantes avances tecnológicos y de contenido informativo, de los cuales se destacan los temas turísticos de la sección PASEOS; aunando al esfuerzo de convertirse en GRUPO MUNDO MULTIMEDIA, de las cuales son parte las empresas de comunicaciones El Mundo Tu Diario, DMRadio, AUTOGUÍA, DEVACACIONES, Línea de Impresos, MUNDO.NET y otros.

---

<sup>20</sup> Ver ¿quiénes somos? en [http:// www.elsalvador.com/historiadelsalvador/](http://www.elsalvador.com/historiadelsalvador/)

<sup>21</sup> Ver sitio web elmundo.com en [http:// www.elmundo.com.sv/](http://www.elmundo.com.sv/)

De lo anterior, se rescata el proyecto DEVACACIONES, revista publicada a partir de 2007 con el propósito de promover El Salvador entre los familiares en el extranjero y los turistas que visitan el país, está especializada en brindar una guía turística integral y es distribuida gratuitamente a lectores con poder adquisitivo durante Semana Santa, verano y navidad, hasta la fecha 50,000 ejemplares han sido entregados antes y durante cada período vacacional mencionado.<sup>22</sup>

Con base en los antecedentes investigativos de los estudios de grado no se consideran insumos o puntos de partida para la investigación que hoy nos compete, pues no ahondan en el desarrollo del turismo sostenible.

Lo anterior viene también a convertirse en una ventaja, primeramente porque el objeto de estudio no ha sido abordado desde la producción, distribución o consumo de la información periodística (por ende no se especializan en la parte informativa de los Medios de Comunicación); en segundo lugar porque tampoco se ha enfatizado un turismo que fomente el desarrollo sostenible; y en tercero porque no hay estudios de turismo bajo la perspectiva del consumo de las audiencias y/o recepción de medios de comunicación.

Esto hace de la investigación algo novedoso e interesante considerando que el turismo es la nueva apuesta que tiene el país para lograr un desarrollo económico a corto y largo plazo.

---

<sup>22</sup> DEVACACIONES, Grupo Mundo Multimedia, editorial Bavaria, 2007.

### 2.2.1 ANTECEDENTES DEL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE

La sostenibilidad del turismo es un tema que ha sido tratado a nivel internacional desde hace un par de décadas.

En junio de 1972 se realizó la **Conferencia de Estocolmo de Naciones Unidas**. En esa reunión se hizo eco de los efectos ambientales negativos asociados al modelo occidental de desarrollo. La **Declaración de Estocolmo** recogió los principios para evitar estas consecuencias negativas sobre el Medio Ambiente y la calidad de vida, y propuso un plan de acción. Aunque ese plan de acción nunca fue puesto en marcha, lo más destacable para la creación del concepto de sostenibilidad fue el hecho de expresar por primera vez en una reunión internacional que los temas de contaminación eran de suficiente magnitud como para llegar a frenar el crecimiento.

En 1980 la **ONU** aprueba la **Carta de la Naturaleza**, en la que se incluye de nuevo la reflexión sobre las cuestiones de la naturaleza y los recursos naturales en relación con el crecimiento y desarrollo.

En 1989 Naciones Unidas convocó la **Conferencia de Naciones Unidas para Medio Ambiente y Desarrollo**, a celebrarse en 1992. Aquella Conferencia celebrada en Río de Janeiro en 1992, y conocida también como **Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río**, marcó un hito en lo que a reuniones internacionales se refiere.

Se reunieron cerca de doscientas delegaciones gubernamentales, además de representantes de Organizaciones No Gubernamentales de todo el mundo, para debatir los problemas en relación con el medio ambiente y el desarrollo. El documento más importante aprobado en la Cumbre de Río fue la **Agenda 21**, un programa para el siglo XXI que puede considerarse como el primer plan de acción con un elevado nivel de consenso internacional para promover el desarrollo sostenible. La implantación de la **Agenda 21** debe considerarse un factor esencial para la gestión sostenible de los espacios turísticos, y de los territorios en general.

La **Agenda 21**, que presenta veintisiete principios, promueve la concertación de todos los agentes implicados en los procesos de desarrollo, con la finalidad de contribuir con el esfuerzo común al objetivo de la sostenibilidad. Un esfuerzo que en el caso del turismo se plasmaría en

«la formulación de programas de desarrollo turístico ecológicamente racionales y culturalmente sensibles». <sup>23</sup>

Posterior a ello, en Abril de 1995, durante la denominada: **Conferencia Mundial del Turismo Sostenible**, realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, se establecieron recomendaciones a los gobiernos estatales y regionales para formular, de manera urgente, planes de acción para un desarrollo sostenible aplicado al turismo, en consonancia con los principios enunciados en esta carta.

Dichos principios refieren que el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente a su desarrollo, el turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, el reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo y poner en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional.

A la vez, en esta conferencia se acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas, así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a la Asamblea General de Naciones Unidas.

De esta forma se crea un primer esbozo del concepto de turismo sostenible que a continuación se define.

---

<sup>23</sup> Ver *Programa 21, Declaración de Río* en:  
<http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/riodeclaration.htm>

## 2.2.2 CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE

En las últimas dos décadas aproximadamente se han comenzado a iniciar nuevas vías de desarrollo en el turismo como consecuencia del conocimiento de los efectos de la degradación ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado a numerosas áreas del mundo.

Este cambio en la concepción del turismo contemporáneo se inscribe en un contexto más amplio: la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales, conservación de los valores e identidad cultural y el incremento de la equidad y de la justicia social.

El concepto de **Turismo Sostenible** parte de un concepto más amplio como lo es el de Desarrollo Sostenible. Factor esencial para la gestión sostenible de los espacios turísticos es la implantación de la ya mencionada **Agenda 21**.

Pero, ¿qué es el turismo sostenible y cómo se logra?. El concepto de turismo sostenible se debe entender sobre la base de tres pilares diferentes pero, al mismo tiempo, interrelacionados entre sí. En primer lugar se encuentra la conservación y protección del medio ambiente y sus recursos naturales, en la que los turistas y lugareños deben generar la preservación, desarrollo y sostenibilidad ambiental.

En segundo lugar, es necesario que el turismo posibilite el desarrollo local del lugar donde se produce, con lo cual parte de la generación de los ingresos debe repercutir directamente sobre las empresas y/o las familias de dichos lugares. De esta manera, serán los propios lugareños los que tendrán un interés especial en que no se pierdan los turistas y, de esta manera, conviertan este sector productivo en algo propio suyo. De aquí, surgiría la necesidad que tienen las empresas turísticas de contratar a personal que habite en dichos lugares y, salvo algunas necesidades, no depender de recursos humanos procedentes de otras zonas geográficas alejadas de este punto.

En tercer lugar, el sector turístico debe, reconocer que existen diferentes creencias, costumbres y valores culturales en las comunidades anfitrionas, que estos deben seguir

prevaleciendo entre los lugareños y deben ser respetados por el turista al contribuir a la tolerancia intercultural y el fomento del patrimonio cultural.

Una vez sentados los pilares del turismo sostenible, es importante señalar que esta clase de turismo se basa sobre tres ejes fundamentales:

- El turismo sostenible debe ser económicamente viable. El desarrollo de un determinado lugar implica la creación de empresas tanto públicas como privadas y, por tanto, este sector productivo debe producir suficientes recursos para desarrollar dichas empresas.
- El turismo sostenible debe ser respetuoso con la preservación y el desarrollo medioambiental.
- El turismo sostenible debe ser responsable para con la sociedad y los valores culturales de los lugares donde se asienta.

A la vez, el concepto de Turismo Sostenible engloba ciertas responsabilidades que se deben cumplir:

1. Hacer un uso óptimo de los recursos medioambientales que constituyen un elemento principal en el desarrollo del turismo, respetando los diferentes procesos ecológicos y ayudando a conservar la herencia y biodiversidad naturales.
2. Respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio cultural; así como sus valores tradicionales, y contribuyendo a la comprensión y a la tolerancia intercultural.
3. Contribuir a que las diferentes operaciones económicas sean viables a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todos aquellos actores que contribuyan a una distribución equitativa, incluyendo la creación de empleo estable, generando oportunidades de ingresos y servicios sociales para las comunidades de destino, contribuyendo de esta forma a la erradicación de la pobreza.

De esta manera se estima la conceptualización de turismo sostenible a nivel nacional e internacional, la cual constituye la base del análisis en su relación con los medios de comunicación impresos de El Salvador, la que se detallará en los siguientes subcapítulos.

## 2.3 SISTEMA DE CONCEPTOS

Los **Medios de Comunicación** son un conjunto de empresas dedicadas a la divulgación pública de información. Tradicionalmente el término se refiere a la radio, la televisión, la prensa y el cine. Se considera que son, en la actualidad, los más poderosos instrumentos para impulsar o modificar la cultura. Una de sus principales actuaciones es la **Influencia Mediática** o acción que ejercen los medios de comunicación en la opinión pública. Entendiéndose como **Opinión Pública** a la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia los hechos sociales que le reporten interés.

Es necesario aclarar que a esta sociedad se le designa también como **Audiencia**, pues es un conjunto de personas que reciben mensajes a través de los medios de comunicación o también se le designa como **Receptores** o personas que adoptan un mensaje informativo a través de un medio de comunicación.

En muchas ocasiones, quien formula los mensajes informativos son los **Periodistas**, quienes son profesionales dedicados a informar y orientar a la sociedad civil, a través de mensajes periodísticos emitidos en los medios comunicativos. Dentro de los cuales sobresale la **Prensa Escrita**, denominada así por las publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas principalmente a difundir información o noticias, en especial sobre la actualidad, pero también para entretenimiento, que se emiten.

Es importante que a las publicaciones impresas y exactamente a los **Periódicos**, que se entienden como un medio editado normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias, se le realice un **Análisis** o estudio exhaustivo, a través del cual se investigan diferentes puntos de interés por medio de una metodología específica y una técnica determinada para conocer la **Motivación** o acción que permite ejecutar ciertas actitudes conforme a parámetros psicológicos, que los lectores reciben.

Una posible forma de análisis son las **Técnicas de Grupos de Discusión**, cuyo principal objetivo es generar dinámicas dentro de un grupo humano mediante las cuales surjan propuestas de interés para diferentes objetivos o aplicaciones. Su finalidad es identificar las conductas de las personas cuando se encuentran dentro de un grupo.

La técnica anterior sirve para conocer cómo se encuentra en El Salvador la **Afluencia del Turismo Interno** que se entiende como la gran cantidad de personas que acuden a los **Centros Turísticos**, es decir, a los centros de recreo, cultura y diversión, que están dentro del territorio nacional, abarcando a los turicentros o centros de diversión y recreo a nivel nacional administrados por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), parques nacionales, restaurantes, hoteles, clubes, vestigios arqueológicos, etc., que brindan sano esparcimiento y algunos hasta educación; motivados algunas veces por los medios de comunicación y/o un gusto particular.

Entonces, el **Turismo** se puede caracterizar por ser un fenómeno social que tiene un impacto económico favorable para las comunidades receptoras, y que consiste en el desplazamiento de personas por diversos motivos, desde su punto de residencia fija a otros lugares en donde se constituye en la población flotante de ese lugar, sin participar en los mercados de trabajo y por más de 24 horas pero menos de seis meses.

Los principales tipos de turismo son los siguientes:

**Turismo de Convenciones**, que se entiende como el desplazamiento y visita de un destino turístico específico en función de las actividades laborales y profesionales que se desarrollan, además de realizar actividades basadas en el negocio (trabajo), por lo cual se viaja. El turismo de convenciones o negocios, atiende diferentes variantes; tales como Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones y Viajes de incentivo. Este tipo de turismo precisa de mejores infraestructuras y equipos, y se cataloga como generador de mayores ingresos económicos al lugar.



**Turismo Recreativo**, definido como las actividades turísticas encaminadas únicamente al esparcimiento, descanso o entretenimiento realizadas en un lugar distinto al habitual y que no precisan de mayores compromisos de aprendizaje por parte del turista, con respecto al patrimonio del sitio visitado.

**Turismo Sostenible**, quien busca el equilibrio entre la creación de productos turísticos de calidad que integren componentes de bienes y servicios, desarrollo económico local, la integración de zonas económicas marginadas, la reducción de la pobreza, el aprovechamiento de capacidades de producción de bienes y servicios actuales y conservar los ecosistemas del medio ambiente dándole sostenibilidad ambiental y social a la identidad cultural de la zona.

Y el **Ecoturismo**, el cual es una actividad que combina la diversión y el placer con la educación, para la protección del medio ambiente.

Todo lo anterior, es necesario realizarlo con mucho respeto al **Patrimonio Cultural**, es decir al conjunto de bienes y tradiciones heredadas de los antepasados y que reflejan las raíces y costumbres de la nación, al **Patrimonio Nacional** o conjunto de bienes que pertenecen a El Salvador y al **Patrimonio Natural**, que está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental.

De cumplirse ese respeto el país puede alcanzar un **Desarrollo Sostenible**, que puede ser definido como "un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades". Esta definición fue empleada por primera vez en 1987 en la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU, creada en 1983.

# **CAPÍTULO III**

## **METODOLOGÍA**

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1 DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA**

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó la denominada *Muestra Viva*, que comprende un total de quince personas, elegidas aleatoriamente de una población que cumple el siguiente perfil:

- Jóvenes – adultos entre las edades de 20 a 35 años
- Estudiantes universitarios o profesionales graduados
- Lectores habituales de los medios de comunicación a analizar
- Que demuestran un gusto particular por el turismo interno

La selección de la muestra viva, se hizo tomando en consideración que las personas que oscilan entre las edades de 20 a 35 años, poseen mayor determinación en cuanto a gustos personales al hacer turismo, además se tomó en consideración el nivel académico universitario por el conocimiento sobre el tema “Turismo Sostenible”, el hábito de lectura de los medios impresos en estudio y por considerar que tanto en el caso de los profesionales como de los estudiantes universitarios seleccionados poseen un ingreso económico que les permite tener acceso al turismo.

A partir de la selección realizada con base al perfil anterior, se dio paso a la elección de 3 grupos de 5 personas distintas, que conformaron los grupos focales de la siguiente manera:

<b>Grupo focal</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad</b>	<b>Profesión</b>	<b>Lugar de trabajo o estudio</b>
<b>1</b>	Cristian Reyes	24	Periodista	Periódico El Faro
	Amilcar Miranda	20	Estudiante de Lic. en Idioma Inglés	UTEC
	José Reyes Alvarado	30	Ingeniero en Sistemas Informáticos	Misión Cristiana Elim
	Galileo Durán	23	Editor no lineal	Programa televisivo de turismo
	Carlos Cortéz	25	Ingeniero en Sistemas Informáticos	INSAFORP
<b>2</b>	Elmer Villalobos	29	Foto periodista	Diario El Mundo
	Eliberto Juárez	33	Economista	MUC – ONG
	Cecilia Delgado	23	Estudiante lic. en idioma inglés	UTEC
	Carolina Álvarez	27	Lic. en Administración de Empresas	SALAZAR ROMERO
	Marcela Moreno	20	Estudiante de Veterinaria	USAM
<b>3</b>	Boris Iraheta	27	Mercadólogo	La Prensa Gráfica
	Edilmar Avalos	28	Ingeniero Civil	Instituto Salvadoreño del Cemento y Concreto
	Héctor Murcia	25	Estudiante de Periodismo	UES
	Evelyn Meléndez	23	Estudiante de Lenguas Modernas	UES
	Yeny Reyes	23	Estudiante de Periodismo	UES

En cada grupo se implementó un laboratorio distinto bajo la técnica *grupos de discusión*. Ahí se desarrolló el estudio tomando como muestra de apoyo para el análisis de los grupos focales o grupos de discusión las noticias, reportajes y suplementos sobre turismo publicados en los tres medios de comunicación: La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo durante los períodos vacacionales más importantes de 2007.

En lo que respecta a las mencionadas *Muestras de Apoyo* para el análisis de los grupos focales, se puede citar un total de veintisiete publicaciones entre noticias, reportajes y suplementos de contenido turístico publicados en tres periódicos de circulación nacional.

Estas muestras de apoyo para el análisis que sustenta la investigación se dividen en 11 notas de El Diario de Hoy, 9 notas de La Prensa Gráfica y 7 notas de Diario El Mundo, publicadas antes y durante la vacación de Semana Santa, Fiestas Agostinas y Fin de Año, por considerar que es el período en que los matutinos emiten mayor cantidad de publicaciones y dedican una cobertura más extensa en lo que se refiere a turismo nacional.

<b>PERÍODOS</b>	<b>CANTIDAD TOTAL DE PUBLICACIONES</b>	<b>FECHA</b>
• Período vacacional de Semana Santa	8	19/03/2007 al 08/04/2007
• Período vacacional de Fiestas Agostinas	11	22/07/2007 al 08/08/2007
• Período vacacional de Fin de Año	8	17/12/2007 al 31/12/2007

### 3.2 DEFINICIÓN DE LA TÉCNICA

Parte de las características que tiene la investigación cualitativa consiste en el desafío de implementar metodología creativa, pues cada objeto de estudio es un caso distinto y como elemento único precisa de métodos tan particulares en su combinación, tiempo de aplicación y duración. Por tanto, para este trabajo se ha determinado, por parte de las investigadoras, como la técnica más idónea la siguiente:

- *Grupo de discusión:* el cual consiste en una entrevista múltiple donde importa captar tanto los aportes individuales como los consensos que se logran tras el debate de posiciones divergentes, pero valiosas.<sup>24</sup>

Según la licda. en Psicología Clotilde Nogareda Cuixart, se le puede denominar también reunión de grupo porque “se basa en el grupo como unidad representativa (célula social) que expresa unas determinadas ideas: valores, opiniones, actitudes... dominantes en un determinado estrato social”. Y los participantes seleccionados cumplen con un común denominador que los relaciona con el objeto de la discusión.<sup>25</sup>

Merece la pena destacar que un grupo de discusión no es un grupo de trabajo y por tanto su objetivo no es producir, sino intercambiar opiniones de manera que se obtenga una información acerca de las percepciones, actitudes o motivaciones de un colectivo determinado.

Por lo tanto, el conjunto de impresiones, opiniones, divergencias y consensos del grupo reflejan la motivación que reciben los lectores habituales de las noticias, reportajes y suplementos turísticos de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo para realizar turismo sostenible.

---

<sup>24</sup> Orozco Gómez, Guillermo: *La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa*,. Argentina, 1996, pág.158.

<sup>25</sup> Ver *Estudios e Investigación, grupos de discusión* en [http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp\\_296.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_296.htm)

La naturaleza de la homogeneidad de los miembros de un grupo de trabajo es muy variable pudiendo ser más o menos amplia según la finalidad del estudio<sup>26</sup>. En este caso, el grupo estuvo conformado por 5 personas desconocidas entre sí.

Los 3 grupos de discusión se realizaron con personas preseleccionadas, que comparten la característica de ser lectores habituales de los medios escritos antes mencionados, y que a la vez gustan de visitar lugares turísticos.

El animador o moderador jugó un rol de coordinación y de facilitación, controló el desarrollo de la discusión e hizo progresar al grupo hacia el objetivo propuesto. Su papel principal fue compartir las preguntas con los miembros del grupo focal, es decir conducir la discusión, veló para que se cumplieran los objetivos, facilitó el intercambio de ideas, hizo respetar el método y establecer síntesis.

Además se contó con un secretario para tomar anotaciones de aspectos meramente cualitativos que sucedieron en la reunión. Se puede destacar en esta parte: los gestos, las reacciones ante las preguntas, emotividad de las personas, desinterés, indiferencia, entre otros; como también sus opiniones, sugerencias, aportes y conclusiones a las que se llegaron en el desarrollo de la misma.

Cabe destacar que la técnica se llevó a cabo en tres sesiones con una duración de dos horas en las cuales los sujetos trabajaron con el material informativo de cada período vacacional, leído dos días previo, y bajo una guía de preguntas o instrumento que el moderador desarrolló. Dicho instrumento o guía de trabajo sacó a luz las similitudes y divergencias en las interpretaciones de los participantes.

La misma dinámica de los grupos focales, permitió que en cada sección se analizara una guía de preguntas distintas, de acuerdo a las necesidades y variaciones que tiene cada período vacacional del año.

---

<sup>26</sup> Ver Investigación social participativa, pequeños grupos de discusión en:  
<http://www.monografias.com/trabajos25/grupos-de-discusion/grupos-de-discusion.shtml#proposit>

La recolección de datos para la investigación se dio a través de fuentes vivas. La técnica viva se refirió a la interrogación y la observación, desarrollada en los grupos focales, que a su vez utilizaron, como muestras de apoyo para el análisis, otros documentos escritos.

De acuerdo a esta forma de recolección de datos, la investigación tuvo como instrumento principal de recolección, la técnica viva: la grupal.

Y puesto que de las reuniones de discusión se obtuvieron datos cualitativos a cerca de las impresiones y emociones desembocadas, como también información en profundidad, esto fue un referente para analizar y determinar cómo se ven influenciados los lectores de la prensa escrita para realizar turismo sostenible, razón por la que se afirma que esta técnica fue la más idónea para la investigación.



### 3.3 TIPO DE ESTUDIO

La investigación a realizarse es de carácter cualitativo, pues lo que se explorará será un objeto de estudio construido a través de una relación de distintos elementos que plasman una particularidad o diferencia con el conjunto al que pertenece. La investigación se desarrollará como un proceso de indagación y exploración del objeto mediante interpretaciones sucesivas hasta obtenerse la más integral y profunda posible<sup>27</sup>.

Además, se precisa que el investigador se vaya adentrando en el espacio o relaciones que el mismo ha formulado, para que guiado bajo teorías preestablecidas, pueda explicar lo que ha verificado y darle un sentido al fenómeno estudiado.

Y según el Dr. Lamberto Vera Vélez la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios materiales o instrumentos en una determinada situación o problema; analizando exhaustivamente un asunto o actividad en particular, junto con el proceso en el que se lleva a cabo.<sup>28</sup>

Puesto que esta investigación gira en torno a la influencia que realizan en los lectores las notas de turismo publicadas por La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo para motivarles a realizar un turismo sostenible, es necesario buscar signos en las notas turísticas y analizar significaciones en los lectores. Por lo tanto, el trabajo se realizará como un proceso, en el que los investigadores irán sucesivamente interpretando las significaciones que realizan los lectores.

Las implicaciones que conlleva tal abordaje se cristalizan en la obtención de un insumo para futuros trabajos de análisis de contenido y también, en un parámetro para que instituciones gubernamentales y medios de comunicación tomen en cuenta los procesos mentales que personas interesadas en el turismo realizan al momento de observar notas turísticas y puedan comprender qué motivación sienten sus audiencias para realizar turismo sostenible.

---

<sup>27</sup> Chow, Napoleón: *Técnicas de Investigación*, Educa, San José de Costa Rica, 1982, pág.400.

<sup>28</sup> Ver Investigación Cualitativa. <http://www.Ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/>

Ahora bien, la investigación como tal, de acuerdo a su finalidad es de tipo social aplicada o denominada también activa o dinámica, la cual busca mejorar a la sociedad y resolver sus problemas, pues a partir de una muestra o porción de la sociedad se buscó conocer y explicar un fenómeno para luego prever o predecir su posible rumbo y respuestas, con el objetivo de ayudar a la sociedad, conforme lo indica el investigador J. Best.<sup>29</sup>

Conforme al tiempo de realización, la investigación fue de tipo diacrónica o también llamada longitudinal o transversal, pues para estudiar la evolución del fenómeno se realizó comparaciones entre tres períodos distintos de tiempo, los cuales se ubicarán previo y durante los períodos vacacionales del año 2007. Además fue retrospectiva, pues se estudiaron momentos del año anterior.

También la investigación por su profundidad fue del tipo exploratorio descriptivo, porque se creó una aproximación para conocer qué tipo de motivación reciben los lectores de las notas turísticas de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo para realizar turismo sostenible, describir cómo es dicha motivación y qué resultados presenta.

Y por su alcance, la investigación fue de tipo microsocioal o microsociológica, ya que el estudio se realizó con un grupo reducido o muestra, la cual se seleccionó de forma bien precisa y restringida en primera instancia a únicamente lectores habituales de los medios impresos antes mencionados, y que a la vez, realizan turismo en el interior del país.

---

<sup>29</sup> J. W. Best. *Cómo investigar en educación*. Madrid, España. 1970.

### 3.4 PROCEDIMIENTO

La investigación planteada en este informe se desarrolló de acuerdo a cuatro fases por las que pasa una investigación científica, estas son:

#### FASE I:

En este apartado se desarrollaron las mediciones y escalas del muestreo, como también la codificación de los datos, es decir se elaboraron los instrumentos de aplicación de la técnica y selección de las muestras (Participantes de los grupos focales y el material para análisis) y se prepararon las sesiones de laboratorio.

#### FASE II:

Esta fase comprendió la captación de datos, junto al análisis detallado y la interpretación de los resultados obtenidos en las respuestas de laboratorio generados en los grupos de discusión, lo que permitió descubrir la influencia que generan las informaciones turísticas en este grupo de lectores seleccionados previamente.

#### FASE III:

En esta etapa, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones del trabajo, el cual es el penúltimo peldaño para finalizar la investigación. Con base a todo el análisis cualitativo y la metodología utilizada, se llegó a concluir que los lectores seleccionados en el grupo de discusión no son del todo motivados por las notas informativas turísticas para el desarrollo sostenible del sector; de acuerdo a los resultados también se elaboraron las sugerencias para que el fomento del turismo sostenible sea considerado en los mensajes informativos difundidos o publicados a través de los medios de comunicación.

#### FASE IV:

En esta etapa se preparó el informe y se contempló la ética de los investigadores, en la cual las conclusiones inducidas por la investigación fueron plasmadas y expuestas responsablemente en aras de contribuir al fomento del turismo sostenible a través de los mensajes emitidos por los medios de comunicación impresos.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Chow, Napoleón: *Técnicas de Investigación*, Educa, San José de Costa Rica, 1982, pág. 400.

## **CAPÍTULO IV**

# **EXPOSICIÓN DE RESULTADOS**

## CAPÍTULO IV

### EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

#### **4.1 PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA PRENSA GRÁFICA, EL DIARIO DE HOY Y DIARIO EL MUNDO**

Con base al análisis realizado bajo la técnica de Grupos Focales se pueden destacar en este apartado las opiniones de las quince personas, que representan el total de la muestra de la investigación, sobre los mensajes emitidos en los periódicos nacionales en estudio y su papel en el fomento y promoción del turismo sostenible.

Con detalle se expone la percepción de los lectores respecto a los mensajes en las notas publicadas durante los períodos vacacionales más importantes de 2007, la crítica y la discusión generada respecto al interés actual de los medios de comunicación impresos en promover y fomentar el turismo sostenible entre la población salvadoreña.

De igual manera, se presentan las declaraciones oficiales del ente gubernamental encargado del Turismo respecto al papel de los periódicos en la promoción y fomento del turismo sostenible.

La respuesta que sustenta este apartado de la investigación, responde a la interrogante generada en los tres grupos de discusión, esta reza: ¿Con base a su experiencia como lector habitual considera que los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible?

Ante la pregunta, se aprecian diversos factores considerados por la audiencia, en este caso los lectores habituales de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, al poner en discusión el interés de dichos periódicos en promover este tipo de turismo.

Como punto de partida, se destaca que en el **primer grupo focal** se generó discusión en torno a la superficialidad con la que se presentan las notas de turismo. Aquí los participantes

coincidieron en que las noticias, reportajes o suplementos están centrados en promover sólo el lugar y su parte comercial, además se mencionó que el turismo presentado en las notas publicadas por dichos medios y que fueron análisis para la discusión está dirigido a la clase media – alta. (*Ver Anexo N°13*).

Algunas coincidencias se presentaron en el **segundo grupo focal**, con la diferencia que en este los participantes opinaron que en dichos periódicos sí se está promoviendo el turismo sostenible, pero no en su totalidad; por lo que consideran no están contribuyendo al desarrollo de este turismo porque no es su prioridad.

Además, durante esta misma sesión se generaron opiniones que apoyaron la anterior premisa, pero otras en las que se mencionó que los periódicos no están cumpliendo su papel, ya que principalmente se encargan de promover grandes proyectos turísticos que en nada benefician a las comunidades, ni permiten la sostenibilidad.

Otro punto de interés puesto en discusión por este grupo recae en la periodicidad con que estos tres medios impresos publican notas sobre turismo. Aquí mencionaron los participantes, se observa que solo en los períodos vacacionales tratan de darle enfoque, en muy pocos casos, al turismo sostenible y que no existe el interés por darle continuidad y publicar en cualquier momento que se considere prudente sobre la temática. (*Ver Anexo N°33*).

Por otra parte, cabe destacar las opiniones vertidas en el **tercer grupo focal**, en el que se concluye en primer lugar que los periódicos no tienen el suficiente material o interés en promover el turismo sostenible, pues no existen políticas bien definidas en los medios para darle tratamiento informativo.

En detalle los participantes coinciden en que no existe un interés en la promoción del turismo sostenible, porque no hay atención por parte de los medios en los lectores que no poseen suficientes recursos económicos, no ven en las notas un “turismo para todos”, porque las notas son exclusivistas; ya que la promoción del turismo va dirigida a la población que conforma la clase media – alta, que son los que tienen cierto poder adquisitivo.

Además mencionan que las opciones que presentan no generan la motivación suficiente para hacer turismo sostenible, pues se limitan solo a presentar los lugares o sitios turísticos, restando detalles importantes que podrían contribuir para la promoción y fomento del turismo sostenible. (Ver Anexo N°52).

A las anteriores opiniones vertidas en los grupos focales se suman también las declaraciones oficiales respecto al interés de los medios impresos por promover y fomentar el turismo sostenible.

Ante la pregunta, ¿Están los Medios de Comunicación Impresos influyendo en sus lectores para que hagan Turismo Sostenible? , el Lic. Luis Guevara, Asesor técnico del despacho del Ministro de Turismo, manifestó: “Pues la verdad es que así como tal no, más bien nosotros deseamos que así como parte de una sociedad, como parte de un país, se involucraran un poco más en crear conciencia.

Los medios de comunicación impresos, al igual que los radiales y los televisivos, por la cantidad de audiencia que captan cada uno de ellos son muy idóneos para que nos apoyen. Realmente el Ministerio de Turismo tiene una limitante presupuestaria que nos inhibe ir más allá, pero los medios de comunicación podrían perfectamente apoyarnos y sumarse a este esfuerzo generando conciencia desde sus posiciones, desde sus medios hacia la población para crear un turismo sostenible bajo la importancia que tiene, sobre todo ahora que hablamos de un calentamiento global, de una declaración de medio ambiente; entonces sería deseable que nos apoyaran un poco más”.

De esta manera se exponen los resultados de la interrogante que sustenta este apartado de la investigación, la cual deja plasmada las necesidades de las audiencias en torno al interés y tipo de mensajes que presentan La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo respecto al turismo sostenible.

## 4.2 FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TEXTO E IMÁGENES PRESENTADOS EN LOS PERIÓDICOS EN ESTUDIO

Para conocer con detalle la interpretación que hacen los lectores, participantes de los tres grupos focales, del texto y de las imágenes presentadas en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo se realizó como punto de partida la pregunta: ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible?

Ante lo cual, se presentan diversas opiniones basadas en las notas que se analizaron en cada sesión de grupo focal. En el **primer grupo focal**, de acuerdo a las informaciones de las vacaciones de agosto de 2007 presentadas como muestra documental para el análisis, tres de cinco personas coincidieron en que El Diario de Hoy (EDH) es el periódico que más se esfuerza en fomentar el turismo sostenible a través de dichos recursos. (*Ver Anexo N° 13*).

Lo cual, según criterio expuesto por los lectores, le atribuyen a las siguientes notas: *Desde la mística Cacaopera, Desde la antigua Tazumal, En la misteriosa Casa Blanca y Ciudad festeja sus 50 años, todas publicadas en EDH*. En las que coinciden que a través de las fotos y la redacción se hace un llamado a cuidar el patrimonio cultural y una de ellas se enfoca en los tres pilares (económico, social-cultural, medio ambiental) del turismo sostenible. (*Ver Anexo N° 14*).

Mientras, las otras dos, de cinco personas expresaron que Diario El Mundo (DEM), a su consideración es el periódico que se esforzó más en cuanto al fomento del turismo sostenible a través del texto y las imágenes. La nota a la que atribuyen su posición es: *Belleza en medio del bosque, publicada en DEM*. Ambos criterios son basados en que la nota anima y hace un llamado de atención a cuidar el medio ambiente, pilar que forma parte del turismo sostenible. (*Ver Anexo N° 13*).



En el **segundo grupo focal**, al responder la misma pregunta se pudo observar que los cinco lectores, que conformaron la muestra viva de la investigación para el análisis de las notas presentadas en el período vacacional de Semana Santa de 2007, coincidieron que El Diario de Hoy es el periódico que más se acercó al fomento del turismo sostenible.

Las notas en las que basan su opinión son: *Islas, artesanías y pupusas de arroz; Algo más que playas y La magia de las montañas, todas publicadas en EDH*. Se concluye que estas notas son las que mayormente muestran la realidad de la cultura y de los lugares, como la conservación del medio ambiente, de las cuales los lectores expresan, son presentadas de manera sencilla y humana. (Ver Anexo N° 35).

En cuanto al **tercer grupo focal**, de igual manera que el anterior, los cinco lectores que participaron en la discusión coincidieron en que El Diario de Hoy, es el periódico que más fomenta el desarrollo del turismo sostenible, de acuerdo a las notas publicadas por dicho medio en el período vacacional de fin de año de 2007.

Dicha aseveración se basa en el tipo de temáticas, fotografías, titulares, recuadros, diseño y el texto o tratamiento informativo que, según manifiestan los lectores, involucra las problemáticas que viven algunas comunidades. (Ver Anexo N° 53).

Por otra parte, la siguiente pregunta que obedece a la interpretación de los lectores en este apartado es: *¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas?* Ante la cual, el **primer grupo focal**, manifestó que no todas atraen, son engañosas en muchos casos, pues la imagen dista de la realidad; sin embargo, también afirmaron que notas como: *Belleza en medio del bosque y Café en la cima de la montaña, de DEM y EDH* respectivamente evocan ir a relajarse y disfrutar del ambiente. (Ver Anexo N° 15).

El **segundo grupo focal**, aseveró de manera general que las imágenes presentadas en las notas les evocan: Ecología, medio ambiente, naturaleza, tradiciones y poca cultura. (Ver Anexo N° 37).

En el caso del **tercer grupo focal**, los lectores expresaron que las imágenes presentadas en las notas les evocan: Engaño y confusión porque los lugares se ven bonitos, pero en el caso de quienes conocen saben que no es así; de igual manera expresan tristeza y frustración, en algunos casos específicamente en la nota: *La Pirraya: Olvido y ecología, publicada en La Prensa Gráfica (LPG)*, en la que se puede observar la explotación de los recursos naturales que se traduce como un daño al ecosistema. (Ver Anexo N° 55)

Una tercera pregunta que abona a la exposición de resultados en cuanto al fomento del turismo sostenible a través del texto y las imágenes presentadas en los periódicos en estudio es: ¿Los textos de las informaciones transportan al sitio turístico presentado y le animan a visitarlo?

Cabe mencionar que la discusión en torno a esta interrogante se generó únicamente en el **segundo grupo focal y tercer grupo focal**.

En lo que respecta al **segundo grupo focal**, las opiniones de los lectores convergen en que algunas de las notas que componen la muestra documental de la información, sí son llamativas porque describen las cosas que existen, por ejemplo: el tipo de clima, entre otros detalles o descripciones en la lectura que animan a conocer el lugar; sin embargo, dentro de las opiniones vertidas se menciona que depende de la forma en que los periódicos presenten el sitio turístico es como llamará la atención y animará al lector para que lo visite, por ejemplo: se mencionó que sino hay precios, ni direcciones, ni formas de llegar el texto no transporta, no llama la atención y por ende no anima. (Ver Anexo N° 35).

En el **tercer grupo focal**, se delimitó la pregunta al período vacacional correspondiente: vacaciones de fin de año, 2007. Aquí los lectores opinaron que el texto de la nota: Las montañas chalatecas, un lugar para visitar, publicada en LPG, es el que más invita o motiva a visitar el lugar; sin embargo, uno de los lectores contradujo que dicha nota llame la atención del visitante porque refleja gastar mucho dinero. De igual manera cabe destacar, según los lectores, que también el período vacacional es un factor que incide en la toma de decisiones al sentirse motivado o animado por el texto que se presenta en las notas. (Ver Anexo N° 54).

Finalmente, en este apartado se retoma una cuarta pregunta que responde al criterio formado por los lectores al analizar las notas y participar en los grupos focales: ¿La información tal como la presentan los periódicos es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible?

Para el caso en el **primer grupo focal**, los participantes hacen notorios algunos detalles que expresan que la forma en que los periódicos en estudio presentan el turismo sostenible no es suficiente para su promoción y fomento. Entre los detalles, se pueden destacar: el poco uso de la fotografía en algunas notas, imágenes que no atraen a los lectores, las imágenes que se presentan no son suficientes; entre otros. (*Ver Anexo N°15*).

Similar situación es observable en las opiniones vertidas por los miembros del **segundo grupo focal**: en este caso los lectores coinciden en que hay un aporte de los periódicos, pero que este no es suficiente, pues en el caso del turismo sostenible se necesita más información que abone e incentive a los visitantes a hacer turismo en base a la sostenibilidad del lugar, se hace referencia a la falta de promoción del desarrollo económico local. (*Ver Anexo N° 37*).

El **tercer grupo focal**, de igual forma que el resto de lectores que formaron parte de la investigación, expresa que la información tal como la presentan los tres periódicos nacionales en estudio no es suficiente, pues no posee el enfoque correcto si se publica sobre turismo sostenible. A lo que agregan que para la construcción y presentación de las notas no se explotan todos los recursos documentales, gráficos y otros que ayuden a contribuir en la motivación de las personas. (*Ver Anexo N° 55*).

Al tomar como punto de partida las opiniones expuestas en este apartado, se puede determinar cual es la incidencia en la promoción y fomento del turismo sostenible que poseen los medios de comunicación impresos en sus lectores por el uso y/o funciones del texto y las imágenes que presentan.

### 4.3 INTERPRETACIÓN DE LOS MENSAJES PERIODÍSTICOS PRESENTADOS POR LOS PERIÓDICOS EN ESTUDIO

La interpretación a las notas periodísticas publicadas en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo en los principales períodos vacacionales de 2007 varía entre los distintos participantes de los tres grupos focales, pues si bien es cierto algunas opiniones coinciden, otras por el contrario, no entretienen nada común y se muestran muy particulares.

Así por ejemplo, en el **primer grupo focal** los cinco participantes coincidieron en que la nota que más se acerca a fomentar el turismo sostenible es *Vacaciones divertidas* (ver Anexo N°13), ya que en las otras notas no se encuentran suficientes factores que promuevan o fomenten este tipo de turismo, sino solo promoción al factor comercial de los lugares turísticos.

Y las notas que menos promocionan y fomentan el turismo sostenible son las notas arqueológicas de la revista ‘día siete’ de El Diario de Hoy (Ver Anexo N°9), puesto que la función educadora y promotora de nuestro patrimonio cultural que conlleva la nota se pierde, con la falta de atracción que tiene su infografía, el mal uso de la fotografía y la pesadez del texto, entre otros factores.

No obstante, en el **segundo grupo focal** no hubo ninguna nota que por unanimidad se presentara como la más promotora o fomentadora del turismo sostenible, sino que la más votada, por 4 de los 5 participantes, fue “Apulo trata de renacer” (Ver Anexo N° 27), a razón de que se le consideró como una nota que habla del trabajo en equipo que realiza la comunidad, el esfuerzo por conservar el turismo y la alerta que proveen a sus visitantes. Se concluyó que esta nota no tiene todos los aspectos del turismo sostenible, pues su enfoque principal es el arreglo del lugar, para que después lo visiten. (Ver Anexo N° 34)

Luego en el **tercer grupo focal** sí hubo una nota coincidente entre los 5 participantes, como la más promotora del turismo sostenible y fue *Tamanique le coquetea al turismo*(Ver Anexo 45), debido a lo novedoso del concepto hostel-clínica que se piensa introducir en el lugar, y secundada por *Turismo apunta su mira a las rutas de oriente* (con 4 votos) y *Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica* (con 3 votos) (Ver Anexos N° 41 y 46), pues en ellas se observa las intenciones que se tienen para aumentar el turismo en comunidades pobres.

Aún cuando la nota de *La Pirraya: olvido y ecología* despertó interés en 3 participantes, (Ver Anexo N°42) detectándose factores de sostenibilidad, al final se concluyó que la denuncia presentada en la nota le resta interés a los lectores para visitar el lugar y por ende, posibilidad para que allí se haga turismo sostenible.

Interesante es destacar que todos los participantes también coincidieron en que la nota *¡A gozar del 25!* no era de turismo sostenible, lo que evidencia que la definición quedó clara en los participantes, pues intencionalmente se incluyó esta nota, que no reflejaba sostenibilidad en el turismo, en el dossier a analizar. (Ver Anexo N° 43)

#### **4.4 LOS PERIÓDICOS COMO RECURSO PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE**

A los participantes de los grupos focales se les consultó si habían realizado turismo sostenible en el período vacacional que estaban analizando y se les pidió que contasen brevemente cómo fue su experiencia, con la intención de confirmar la comprensión del concepto, la realización del mismo y la importancia y/o utilidad que le brindaban a la lectura habitual de las notas turísticas.

Todos los participantes del **primer grupo focal** realizaron turismo sostenible en el período vacacional evaluado (agosto), aunque no por estímulo de lo que habían leído en los periódicos en estudio, pues consumen otros medios de comunicación como el internet y uno de los participantes trabajan en la industria turística televisiva. (*Ver Anexo N°37*)

Y al consultarles **¿Alguna vez ha compartido la información de los periódicos con otras personas como un recurso que permita promover el turismo sostenible?** los únicos tres participantes declararon que sí lo hacen manifestaron ser muy selectivos a la hora de elegir qué nota compartir, pues afirman que depende de varios factores tales como el interés que les despierte la nota en la redacción y en la fotografía, y si es de algún lugar que, al conocerlo les parece bueno para compartir. (*Ver Anexo N° 38*)

Diferente fue el caso del **tercer grupo focal**, donde ninguno había realizado turismo sostenible en el período vacacional evaluado, es decir navidad, y aún así la mayoría sí utiliza las notas de los periódicos para compartirlas con otras personas.

Los tres participantes que comparten las notas turísticas afirmaron que cuando se encuentran con alguna nota que les parece interesante y agradable la guardan para comentarla con sus amigos y familiares. Sin embargo el resto que declaró no compartir las notas se justificó en que, los lugares deben visitarse por la recomendación de alguien que ya los conoce. (*Ver Anexo 56*).

## 4.5 GÉNEROS PERIODÍSTICOS MÁS IDÓNEOS PARA ABORDAR EL TURISMO SOSTENIBLE

Puesto que para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó una *Muestra Documental* de veintisiete publicaciones tomadas de El Diario de Hoy, La Prensa Gráfica y Diario El Mundo, publicadas en los tres periódicos vacacionales más importantes de 2007, se consideró importante analizar cuál es el género periodístico que mejor permite promover y fomentar el turismo sostenible.

Ante todo, se aclara que *Género Periodístico* se refiere a la forma de presentar la información, es decir al conjunto de elementos y reglas que exige la redacción de determinado estilo periodístico, es así como se puede nombrar entre ellos a la noticia, la crónica, la entrevista, el reportaje y sus variantes.

Entonces, para determinar cuál es la mejor forma en que los medios de comunicación impresos pueden presentar la información, con la intención de presentar, promover y fomentar el turismo sostenible se les indicó lo siguiente: **Dentro de las formas de presentar la información: Noticias, Reportajes y/o suplementos ¿Cuál considera que ha sido la más idónea para abordar el turismo sostenible?**

En el **tercer grupo focal**, único en el que se evaluó la interrogante, 4 participantes coincidieron que la mejor forma de presentar la información es el Reportaje, por las siguientes razones: hay más indicaciones, da más 'tips' y consejos, es más descriptivo, amplio e informativo. (*Ver Anexo N° 53*)

Y únicamente una participante afirmó que, si bien es cierto el reportaje es una buena forma de presentar la información, la crónica se presenta como una opción también ideal para promover y fomentar el turismo sostenible, pues el periodista puede contar de primera mano lo que experimenta en el lugar y transmitir más fácilmente sus emociones.

Es también interesante considerar que la mayoría de notas turísticas que publicaron los periódicos en estudio eran reportajes en secciones fijas preestablecidas o en especiales, debido a ello, la muestra documental quedó registrada con 10 reportajes en El Diario de Hoy, 8 en La Prensa Gráfica y 5 en Diario El Mundo.

La mediación cultural de Jesús Martín Barbero considera que la recepción de lo que emiten los medios de comunicación, no es pasiva, es decir, el individuo no acepta lo que le imponen; primero reconoce los elementos que le significan y se los apropia a través de mediaciones, que pueden ser personales, colectivas, institucionales. Es así como lo que importa no es el mensaje, sino lo que el público recibió, reflexionó, interpretó y se apropió.

Es en este sentido que, puede afirmarse que los lectores interpretan los mensajes que le transmiten los periódicos, no se cree todo lo que le dicen sino que, a partir de previas experiencias personales o colectivas compara y elige lo mejor para creer. Pues si bien es cierto, a los participantes se les entregó notas de distintos géneros periodísticos, ellos decidieron que el reportaje es el más idóneo para promover el Turismo Sostenible.



# **CAPÍTULO V**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

# CAPÍTULO V

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 CONCLUSIONES

- 5.1.1 La mayoría de los participantes de los tres grupos focales coincidieron en que las notas presentadas por los periódicos en estudio no se enfocan en promover el turismo sostenible, sino que se basan en la promoción de grandes proyectos turísticos que no permiten la sostenibilidad desde ninguno de los tres pilares.
- 5.1.2 Con base al análisis de las notas publicadas en los períodos vacacionales de 2007, los lectores manifiestan que únicamente en las temporadas de vacaciones los periódicos tratan de darle enfoque, en muy pocos casos, al turismo sostenible y que no existe el interés por darle continuidad y publicar cuando se considere sobre la temática.
- 5.1.3 Los periódicos no tienen el suficiente material o interés en promover el turismo sostenible, pues no existen políticas bien definidas en los medios para darle tratamiento informativo.
- 5.1.4 Los lectores coinciden que no es suficiente el aporte de los periódicos para fomentar el turismo sostenible, sino que se necesita más información que abone e incentive a los visitantes a hacer turismo orientado a la sostenibilidad del lugar.
- 5.1.5 Los lectores son muy selectivos a la hora de compartir una nota publicada en un periódico, pues solo si ellos consideran que está muy bien elaborado el texto y es de su agrado factores visuales como la fotografía y recuadros, la comparten.

- 5.1.6 El Diario de Hoy es considerado, por los participantes de los grupos focales, como el periódico que promueve en mayor medida el fomento del turismo sostenible a través de sus notas publicadas durante los períodos vacacionales más importantes de 2007, pues consideran que muestra la realidad de la cultura y de los lugares, como también la conservación del medio ambiente.
- 5.1.7 Con base al análisis que los participantes de los grupos focales hicieron sobre las notas publicadas en los periódicos en estudio, se concluye que no existe un período vacacional definido en el que se promueva y fomenta, de forma explícita, al turismo sostenible.
- 5.1.8 Las notas de turismo son presentadas a través de distintos géneros periodísticos, como son notas frías y ampliadas, crónicas y reportajes, siendo estos últimos los más observados en La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, y los más preferidos entre los lectores, debido a la amplitud que permiten para transmitir información útil para los interesados en los lugares turísticos.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- 5.2.1 Que los periodistas conozcan el concepto de turismo sostenible y que plasmen en sus notas el fomento de este tipo de turismo.
- 5.2.2 Que los periodistas diversifiquen las fuentes que utilicen para la construcción de sus notas, tomando en cuenta la opinión de los visitantes, de las comunidades anfitrionas en los que se encuentran los sitios turísticos y las fuentes institucionales relacionadas con el rubro, además de las opiniones de los dueños o administradores de los sitios turísticos.
- 5.2.3 Que los periódicos sean medios informativos, orientadores y de denuncia ante las diferentes problemáticas que van en contra del turismo sostenible, con el objetivo de generar conciencia y valor por los recursos que componen este tipo de turismo.
- 5.2.4 Que los periódicos en estudio hagan un mejor y mayor uso del recurso documental, fotográfico e infográfico para explotar el interés y motivación de los lectores e incentivarlos a la realización de un turismo sostenible.
- 5.2.5 Que los periódicos aprovechen los recursos infográficos disponibles para resaltar la información de carácter importante, tales como: recomendaciones a los lectores sobre el buen uso y protección de los recursos naturales y el patrimonio cultural, entre otros.
- 5.2.6 Que los medios de comunicación impresos emisores de las notas analizadas en esta investigación consideren la opinión de sus lectores para evaluar el trabajo periodístico que actualmente realizan y que a la vez consideren las demandas que se les hacen respecto a la formulación de sus mensajes.

- 5.2.7 Que futuros investigadores tomen como punto de partida el presente estudio para la realización de propuestas concretas enfocadas en la mejora del tratamiento informativo del turismo hacia los medios de comunicación, los periodistas y las instituciones relacionadas con el rubro turístico.
- 5.2.8 Que se realice una investigación enfocada a la producción de los mensajes para conocer el cumplimiento de las políticas gubernamentales y el compromiso de los medios de comunicación impresos, radiales y televisivos para fomentar el turismo sostenible en El Salvador.
- 5.2.9 Que Instituciones No Gubernamentales se interesen y centren sus esfuerzos en estudiar, promover y fomentar el turismo sostenible en todos los sectores de la sociedad como una apuesta viable para el desarrollo económico, social y cultural a nivel local.

## **FUENTES DE CONSULTA**

### **Libros, documentos y periódicos**

1. Adoni, Hanna –Mane, Sherril. Media and the Social Construction of Reality. Julio, 1984. Pág.43.
2. Barbero, Jesús Martín. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía”. 7. Editorial Gustavo Gilli. México, 1987. Pág.
3. Barbero, Jesús Martín, Investigación de los públicos en Colombia. Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación.
4. Chow, Napoleón, Técnicas de Investigación, San José de Costa Rica, Educa 1982. Pág. 400.
5. Diario El Mundo, Archivo Grupo Mundo Multimedia, proyecto editorial DEVACACIONES, 2007.
6. La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, Ediciones diarias de los períodos vacacionales de Semana Santa, fiestas agostinas y de fin de año, 2007.
7. Lindlof, “Las comunidades interpretativas”, 1988. Pág. 7.
8. López Guzmán, Tomás J. Turismo Sostenible y Desarrollo Rural: Una aplicación metodológica, Universidad de Córdoba, España, 2000
9. López Vallecillos, Ítalo. El Periodismo en El Salvador. San Salvador, UCA Editores, 1987. Pág. 10.
10. Ministerio de Turismo, Memoria de Labores. Julio 2007. Pág. 29-31.
11. Ministerio de Turismo, Plan Nacional de Turismo 2014, febrero 2006. Pág. 58.
12. Montero Sánchez, María Dolores. “La información periodística y su influencia social”. Barcelona, Editorial La Labor, 1993. Pág. 14.
13. Orozco Gómez, Guillermo. La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa, Argentina. 1996- Pág.158.
14. Orozco Gómez, Guillermo. Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina, Bs. As. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Editorial Norma. 2001. Pág. 62.
15. Sistema de Integración Centroamericana (SICA), Manual de Cultura Turística Regional, julio 2007. Pág. 5-8.

## Tesis

1. Alas Romero, Sonia Elena, “Propuesta de campaña publicitaria para promover el turismo de la ciudad de Nejapa”, Tesis de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UDB, 2005
2. Amaya López, Helen Lissette, “Plan de promoción dirigido a la industria turística del oriente de El Salvador, caso específico municipio de Conchagua, La Unión”, Tesis de la Licenciatura en Administración de Empresas. UNIVO, 2004.
3. Barahona Jandres, Morena Isabel, “Diseño de un modelo de relaciones públicas Lobbying, para mejorar la comunicación externa de las empresas del sector turismo con las instituciones gubernamentales ubicadas en el plan maestro del municipio de San Salvador”, Tesis de la Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones. UFG, 2004.
4. Cabezas Bendeck, Carlos Alfredo, “Herramientas de promoción para la comercialización de servicios hoteleros de playa”, Tesis de la Licenciatura en Administración de Empresas. UCA, 2004.
5. Calderón Vides, Ana Lissette, “El papel del cluster de turismo en el desarrollo de una nueva alternativa económica basada en la industria turística de El Salvador”, Tesis de la Licenciatura en Relaciones Internacionales. UES, 2000.
6. Canjura Crespín, Claudia Patricia, “Video informativo que contribuya al turismo del municipio de Concepción de Ataco, Departamento de Ahuachapán”, Tesis de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UDB, 2006.
7. Cañada Benítez, Patricia Guadalupe, “Incidencia de los medios de comunicación impresos y televisivos en la afluencia de turismo interno en El Salvador”, Tesis de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. UJMD, 1997.
8. Chávez Turcios, José Luis, “Posicionamiento de la imagen turística del Departamento de Santa Ana en la población de la zona occidental”, Tesis de la Licenciatura en Comunicaciones, UNASA, 2005.
9. Galeano Varela, Nora Lilibeth, “Propuesta de un plan de comunicación integral de mercadeo para la industria hotelera de la ciudad de San Miguel”, Tesis de la Licenciatura en Administración de Empresas. UNIVO, 2003.
10. Gámez Soriano, Edwin Eduardo, “Plan de promoción para el desarrollo del ecoturismo en las rutas turísticas para caminatas en la zona de San Ignacio y La Palma”, Tesis de la Licenciatura en Administración de Empresas. UCA, 2004.
11. López Batista, Ricardo, “El turismo interno y sus posibilidades en el desarrollo económico y social de El Salvador”, Tesis de la Licenciatura en Economía. UCA, 1999.

12. Olmedo Reyes, Nora Elizabeth, “Diseño de estrategias de comunicación integral como una herramienta efectiva para promocionar el ecoturismo en la Bahía de Jiquilisco”, Tesis de la Licenciatura en Mercadotecnia. UTEC, 2003.
13. Valle Lemus, Norma Elizabeth, “Campaña de publicidad para el desarrollo del turismo eco-cultural del municipio de Suchitoto”, Tesis de la Licenciatura en Mercadeo. UJMD, 2003.

## Páginas Web

1. Diario El Mundo, Historia del periódico – nuestra empresa, Sitio Web [www.elmundo.com](http://www.elmundo.com), Consultada el 09/octubre/2007. URL:[www.elmundo.com/sv/mambo/nuestra\\_empresa/sobrenosotros](http://www.elmundo.com/sv/mambo/nuestra_empresa/sobrenosotros)
2. El Diario de Hoy, ¿Quiénes somos? Sitio Web: [www.elsalvador.com](http://www.elsalvador.com), Consultada el 09/octubre/2007. URL:[www.elsalvador.com/historiadelsalvador/](http://www.elsalvador.com/historiadelsalvador/)
3. Fuentes Aldana, Mylvia. PARADIGMAS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Fundamentos Epistemológicos, Ontológicos, Metodológicos y Axiológicos. Marzo 2002. Consultada el 12/octubre/2007. URL: [http://www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/hemeroteca/r\\_1/nr\\_19/a\\_261/261.htm](http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_19/a_261/261.htm)
4. Herrera Euclides, Investigación social participativa, pequeños grupos de discusión, Julio 2005. Consultada el 29/octubre/2007. URL:<http://www.monografias.com/trabajos25/grupos-dediscusion/grupos-de-discusion.shtml#proposit>
5. Investigación Cualitativa. Consultada el 27/septiembre/2007. URL: <http://www.ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/>
6. Naciones Unidas, División de Desarrollo Sostenible. Programa 21, Declaración de Río. Consultada el 28 de mayo de 2008. URL: <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/spanish/riodeclaration.htm>
7. Nogareda, Clotilde. Ministerio de Trabajo y asuntos sociales de España, Estudios e Investigación, grupos de discusión. Consultada el 29/octubre/2007. URL:[http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp\\_296.htm](http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_296.htm)
8. Ortiz, José Ramón, Instituto de Investigaciones Educativas UNA. El Triángulo Paradigmático (PARADIGMAS DE LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA). Consultada el 11/octubre/2007. URL: <http://www.geocities.com/Athens/4081/tri.html>
9. Paradigmas de la investigación. Consultada el 11/octubre/2007. URL:<http://html.rincondelvago.com/paradigmas-de-la-investigacion.html>



10. Revista Latina de Comunicación Social La Laguna, Una propuesta curricular para la recepción crítica de los medios (Tenerife) – marzo 2002 - año 5º - número 48. Consultada 27/septiembre/2007. URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina49abril/4904medina02.htm>
11. Teorías de la Comunicación, sitio Web: Wikipedia Consultada el 2/octubre/2007. URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n)
12. Turismo sostenible y las agendas 21, recursos de investigación del portal de antropología en español. Consultada el 28 de mayo de 2008. URL: [http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/marco\\_oliveira.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/marco_oliveira.htm)
13. Vilches, A; Gil Pérez, D; Toscazo, JC y Macías, O. Turismo Sostenible, Década por una educación para la sostenibilidad. 2007. Consultada el 28 de mayo de 2008. URL: <http://www.oei.es/decada/accion09.htm>

## **Fuente Viva**

1. Guevara, Luis. Asesor técnico del despacho del Ministro de Turismo. Entrevista: Fomento del Turismo Sostenible en El Salvador. Ministerio de Turismo de El Salvador, Abril de 2008.

# **ANEXOS**

## NOTAS PERIODÍSTICAS ANALIZADAS EN LOS GRUPOS FOCALES

### GRUPO FOCAL 1:

1. Belleza en medio del bosque	21/07/07	Diario El Mundo
2. Café en la cima del volcán	22/07/07	El Diario de Hoy
3. Vacaciones divertidas	31/07/07	Diario El Mundo
4. Una costa para descansar	01/08/07	Diario El Mundo
5. Laguna de Apastepeque es una opción agosto	03/08/07	La Prensa Gráfica
6. Ciudad festeja sus 50 años	06/08/07	El Diario de Hoy
7. Albaclara, caballos, campo y ciudad	17/08/07	La Prensa Gráfica
8. En la misteriosa Casa Blanca	Julio	Día Siete (EDH)

LPG= 2, EDH= 3, DEM= 3

### GRUPO FOCAL 2:

1. Baños termales en Juayua	16/03/07	La Prensa Gráfica
2. Casa Blanca un viaje en el tiempo	16/03/07	Diario El Mundo
3. Algo más que playas	18/03/07	El Diario de Hoy
4. Islas, artesanías y pupusas de arroz	18/03/07	El Diario de Hoy
5. La magia de las montañas	24/03/07	El Diario de Hoy
6. Un chapuzón en las pozas	30/03/07	El Diario de Hoy
7. De vacaciones sin salir del gran San Salvador	01/04/07	Diario El Mundo
8. Apulo trata de renacer	04/04/07	La Prensa Gráfica
9. Playas unionenses, un encanto para disfrutar	04/04/07	La Prensa Gráfica
10. Ciudades de fe y tradiciones	04/04/07	El Diario de Hoy
11. Guija, un lago para visitar en vacaciones	05/04/07	La Prensa Gráfica

LPG= 4, EDH= 5, DEM= 2

### GRUPO FOCAL 3:

1. Turismo apunta su mira a las rutas de Oriente	12/12/07	Diario El Mundo
2. La Pirraya: olvido y ecología	15/12/07	La Prensa Gráfica
3. ¡ A gozar del 25 ¡	20/12/07	La Prensa Gráfica
4. Voluntad contra el OLVIDO	20/12/07	El Diario de Hoy
5. Tamanique le coquetea al turismo	21/12/07	El Diario de Hoy
6. Francia apoyará hostales rurales de Centro	24/12/07	El Diario de Hoy
7. Los turistas extranjeros no hacen turismo de montaña	29/12/07	Diario El Mundo
8. Las montañas chalatecas, un lugar para visitar	31/12/07	La Prensa Gráfica

LPG= 3, EDH= 3, DEM= 2

TOTALES: LPG= 9, EDH= 11, DEM= 7 ==>>> 27 Notas en total utilizadas

# Notas periodísticas de apoyo en el análisis del primer grupo focal



# Belleza en medio del bosque

# B

EL TURISMO ECOLÓGICO es una opción sana y novedosa para disfrutar los fines de semana. La playa y la naturaleza no siempre es una combinación explotada por los turistas, pero puede ser una experiencia divertida.

Uno de los lugares para efectuar una caminata turística es el parque "Walter Thilo Deininger", ubicado sobre la costa del Pacífico en el Departamento de La Libertad, a 35 kilómetros de San Salvador, en la orilla de la carretera del litoral CA-2.

Caracterizado por poseer diferentes tipos de bosque, es una de las reservas naturales protegidas, su extensión es de 1,047 manzanas y está a una altura entre los ocho y los 280 metros sobre el nivel del mar.

Tiene dos tipos de bosque, uno es

el llamado bosque de galería o perennifolio, en el que los árboles se mantienen con hojas todo el año; y el otro es el bosque caducifolio, en el que los árboles botan sus hojas entre los meses de noviembre a mayo. Y posee vegetación secundaria (matorrales, pastos y arbustos).

El parque está abierto al público todos los días de 8:00 de la mañana a 4:00 de la tarde, la entrada es de 0.80 centavos de dólar. Niños menores de ocho años y tercera edad entran gratis.

Para comprender y conocer la diversidad de vida que habita en el Thilo Deininger, el parque está habilitado con un centro de interpretación, donde los guardaparques están capacitados para dar la información sobre el lugar.

Según los estudios botánicos, existen 144 especies diferentes de árboles, entre ellos el "rey del bosque" conacaste, asimismo, como 470 plantas de uso medicinal. En esta área natural subsisten 25 especies de mamíferos como tepezcuintles, cotuzas, venados de cola blanca y ardillas; 27 especies de reptiles y 115 especies de aves nativas y migratorias.

#### Paraje natural

El parque Walter Thilo Deininger tie-

El parque ecológico Walter Thilo Deininger es una reserva natural donde se puede realizar una buena caminata y respirar aire puro

#### WALTER THILO DEININGER

Nació en Sololá, Guatemala, el 11 de septiembre de 1891. Cuando tenía 20 años vino a El Salvador luego de estudiar en Alemania. Construyó diferentes centros educativos e instituciones de servicio. En el área ecológica dejó una amplia reserva forestal en la zona de San Diego, que se transformó en un parque que lleva su nombre y es administrado por el Instituto Salvadoreño de Turismo desde 1970.



ne bellos lugares que apreciar durante la caminata como: La Cueva de Encanto, hogar de miles de murciélagos frugívoros; El Mirador, el sendero de Chamseñora, río Amayo, la poza El Salto y más. Y luego de la caminata por el parque puede broncearse y refrescarse en la playa San Diego, que está a diez minutos en vehículo desde el

parque. Ahí puede aprovechar para almorzar en los diferentes restaurantes de la zona.

#### CONSEJOS PRÁCTICOS

Cuando salga de paseo tome en cuenta estos consejos:

• No tire basura en el piso, métala en una bolsa y la depositela en el basurero.

• No de comida ni agreda a los animales silvestres.

• Si cocina en el campo, no encienda fuego cerca de los matorrales.

• Lleve consigo abundante agua para consumo.

**EL BOQUERÓN** La construcción de una calle de cemento ha llevado desarrollo económico a las faldas del volcán. El turismo local empieza a crecer a partir de un cultivo centenario: el café

# Café en la cima del volcán

LORENA BAIREZ

TRES OPCIONES PARA ELEGIR EN FAMILIA

Mientras el volcán de la capital reposa en un aparente sueño, los empresarios del turismo se aprovechan para escudriñar sus entrañas y concentrar turistas en un hermoso faro hacia la urbe de El Salvador. Su arteria principal es una calle de cemento que va desde Ciudad Merliot, en Santa Tecla, hasta llegar a Quezaltepeque en La Libertad y que se puede atravesar fácilmente en 100 minutos.

La construcción de esta moderna vía ha facilitado la instalación de espacios para diversión familiar que han manejado un concepto muy tradicional y colonial, respetando los paisajes naturales.

Uno de ellos es el Café San Fernando, en el kilómetro 23. Se trata de una vieja finca cafetalera donde se han conservado intactas las viviendas principales que datan de principios de siglo.

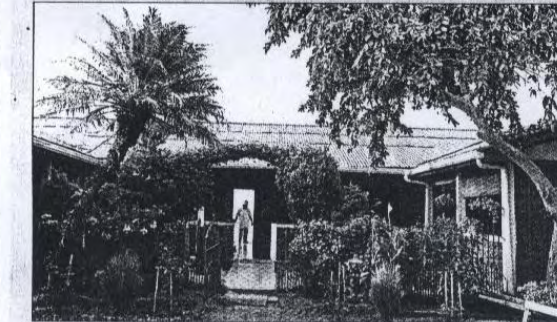
Juan Ramón Munéz es el propietario del negocio y asegura que la facilidad para llegar y el ambiente del sitio han dejado maravillados a los turistas extranjeros.

"Nosotros tratamos de conservar las estructuras de las casas. Las mesas se han instalado en medio de las plantaciones de naranja y la gente aprecia estar bebiendo café en ese espacio y frente a una vista panorámica impresionante", dice.

San Fernando también cultiva y procesa el café que sirve a sus clientes. Parte de la plantación es exportada a los Estados Unidos para la cadena 'Starbucks'.

El mismo atractivo, pero dos kilómetros arriba, tiene el Café Miranda. Otra de las antiguas haciendas que aún preserva las construcciones originales de sus primeros propietarios.

Entre las viejas casas descansan preciosos jardines que enmarcan las mesas donde los clientes degustan de una variedad de platillos típicos internacionales, que van desde mariscos hasta aves y carne de res.



• **CAFÉ SAN FERNANDO**

**UBICACIÓN:** Kilómetro 23 de la calle al Volcán.

**TELÉFONO:** Le atienden en el 2243-7477.

**HORARIO:** Los viernes de 12:00 md a 7:00 p.m. Sábado y domingo, de 9:00 a.m. a 7:00 p.m.

**ESTRUCTURA:** Se trata de una finca de café y naranja. Le atienden entre los frutales.



**Plantaciones**

Los frutos de café que se producen en esta finca se exportan a Estados Unidos.



**CAFÉ MIRANDA**

**UBICACIÓN:** Kilómetro 25 de la calle hacia el Volcán.

**TELÉFONO:** Atienden en el 7886-9705 a toda hora.

**HORARIO:** Desde las 11:30 a.m. hasta las 7:00 p.m. De miércoles a domingo.

**ESTRUCTURA:** Las mesas están ubicadas en un mirador hacia la capital.

**ATENCIÓN:** Podrá comer platillos típicos internacionales y nacionales.



**CAFÉ DEL VOLCÁN**

**UBICACIÓN:** Kilómetro 20 de la calle hacia el Volcán.

**TELÉFONO:** Han habilitado el 2305-2001 para atender.

**HORARIO:** Desde las 9:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. De martes a domingo.

**ESTRUCTURA:** El café está ambientado en una casa colonial con amplios jardines.

**ATENCIÓN:** Sirven de tido tipo de comida típica salvadoreña. Además ofrecen aves, carnes y mariscos.



**Infinito**

Este mesero se dispone a cruzar el umbral hacia las urbes.

La administradora es Nancy Rodríguez y comenta que los mil 600 metros de altura a los que se encuentra, recrean ambientes tan parecidos a los que se puede disfrutar en las montañas de Chalatenango.

Incluso, en época lluviosa y de noche se pueden percibir temperaturas de hasta 10 grados centígrados.

Esta frescura tan cerca del ajeteo capitalino es lo que llamó la atención de la familia Martínez, quienes una vez por semana se alejan del ruido.

"Este año decidimos venir a conocer, pero después que vimos que la calle es muy buena y que los precios son accesibles, venimos más", dice Julia de Martínez.

Su esposo Marlon Martínez también ha quedado encantado con el lugar, no sólo porque se trata de diversión sino porque aprende un poco de la cultura cafetalera.

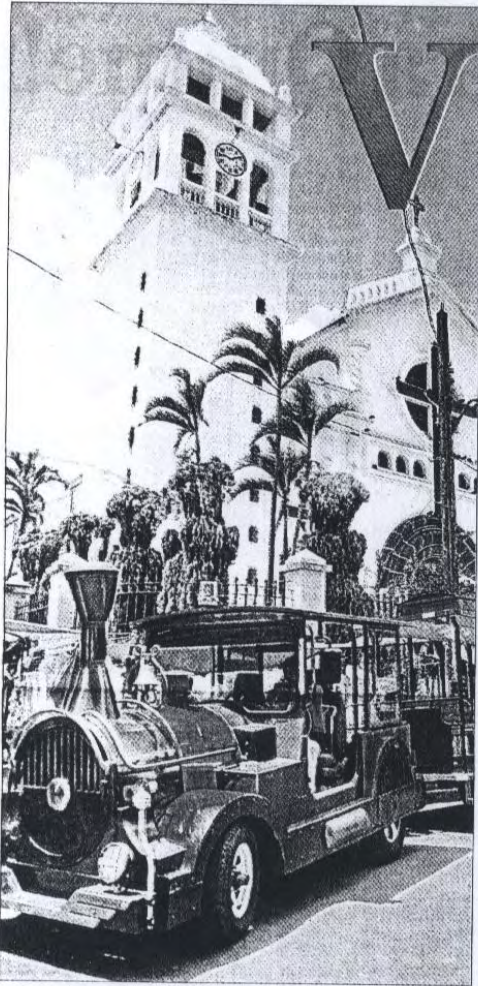
"Aquí he encontrado personas que me cuentan sobre la forma de vida que antes se tenía en las faldas del volcán y eso me gusta mucho", relata Martínez.

Por último se encuentra el Café del Volcán, un lugar lleno del color natural que le han pintado las distintas flores sembradas.

La estructura de la casa principal es de construcción moderna pero con estilo antiguo. Sus amplios ventanales le imprimen una luz cálida a las mesas de degustaciones.

Por las tardes, grupos de personas se reúnen en los jardines para practicar meditación, yoga, o simplemente para descansar.

El administrador, Walter Díaz, explicó que los clientes buscan un ambiente natural, donde se escuche el trinar de las aves y el movimiento de los árboles en el viento.



En Juayúa puede dar un paseo en el colorido tren /OEH

# Vacaciones divertidas

Los parques acuáticos y naturales son los lugares favoritos para la familia en estas vacaciones agostinas

# L

mentar el descenso en rappel a un costo de dos dólares, también podrán hacer bicimontaña en senderos con diferentes dificultades desde espacios libres, irregulares y escabrosos. Por supuesto, apreciar la belleza del parque desde los diferentes miradores.

Pero si quiere divertirse a lo grande con esta experiencia, puede irse de campamento en dicho parque y disfrutar con fogatas, historietas, música y dinámicas. Recuerde que si se va a campamento debe llevar su bolsa de dormir, agua y alimentos.

LA DIVERSIÓN AL AIRE LIBRE con la familia es parte del menú para estas fiestas agostinas. Los turicentros son de los lugares más visitados y por eso el Instituto Salvadoreño del Turismo (ISTU) pone a disposición una amplia cartelería de actividades en los parques que administra, y espera superar el número de visitantes que tuvo el año pasado, mencionó Arturo Hirlemann, presidente del ISTU.

Y para hacer de las vacaciones más seguras, afirmó que habrá vigilancia por parte de la PNC en todos los parques.

Así la diversión inició el fin de semana con actividades de deportes extremos en el parque Walter Thilo Deininger. En dicho lugar los turistas nacionales y extranjeros pueden experi-

### Música y más

Si prefiere otra alternativa para disfrutar de las actividades festivas, los parques acuáticos nacionales son una excelente opción. En La Toma de Quezaltepeque las actividades iniciarán el 3 de agosto con música en vivo; el 4 y 5 de agosto en Amapulapa, Cerro Verde, Costa del Sol e Ichamnichén, donde habrá un concurso de "Comedor de pupusa". La animación infantil con payasos estará en Atecozol y Altos de la cueva. Del 3 al 5 de agosto habrá un festival gastronómico en el parque Balboa. Y el 5 de agosto habrá un festival de bikini open en Agua Fria.

La entrada a todos los parques del ISTU es de \$0.80, niños menores de 10 años y adultos mayores de 60, entran gratis.

### CONSEJOS PRÁCTICOS

Las fiestas agostinas también contarán con la salida de los Buses Alegres del ISTU a diferentes lugares del país. A partir del Jueves 2 de agosto saldrán de la Plaza General Gerardo Barrios a las 6:30 de la mañana.

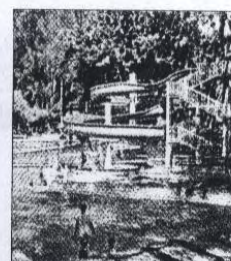
Las rutas del 2 de agosto serán al parque acuático Altos de la cueva por \$4, parque acuático Agua Fria por \$3, y Costa del Sol por \$3.

El viernes los destinos serán Suchitotó y Apulo por \$4 y Si huat chuacán o Costa del Sol por \$3 cada uno.

El sábado podrá visitar el Cerro Verde, Laguna de Abastepeque o Costa del Sol, siempre por \$3, cada uno. Para finalizar, el domingo 5 de agosto las rutas de paseo serán parque acuático Amapulapa, Costa del Sol por \$3 y la Ruta de las Flores por \$5.



La Puerta del Diablo en Los Planes de Renderos /OEH



Ichamnichén tiene fresca aguas /OEH

### ATRATIVOS TURÍSTICOS

La localidad cuenta con reservas ecológicas, entre las que sobresale el Parque Nacional Walter Thilo Delinger, ubicado a 35 kilómetros de San Salvador en la carretera CA-2 (Vía del Litoral). Además posee seis playas donde se puede practicar el surf y otros deportes acuáticos.

## 1957 agosto

El 9 de este mes, la Asamblea Legislativa le otorgó el título de ciudad. Lo oficializó el 23 del mismo mes al publicarlo en el Diario Oficial.



El gremio de empresarios ha crecido con la construcción de 22 hostales, así como 75 restaurantes

CARLOS MOLINA  
Alcalde municipal

### CURIOSIDADES

El Puerto de La Libertad fue la primera población de El Salvador en gozar del servicio de línea telefónica, el 27 de abril de 1970, fecha en la que se celebra el Día del Telegrafista a nivel nacional.

## 6 mil

Habitantes tiene en la actualidad la ciudad. El dato podría aumentar debido a los turistas radicados en la zona para practicar el surf.



LOS PESCADORES DE LA ZONA en plena tarea al retirar las espinas y órganos de los peces antes de venderlos.

EL DELFIN es el pez que simboliza la profundidad del mar en las costas del Puerto de La Libertad, el cual está inmortalizado en este monumento del parque.



FOTOS EDH / CARLOS TORRES

La Libertad El Puerto se encamina al progreso

# Ciudad festeja sus 50 años

» Del 1 al 9 de agosto, el municipio costeño se viste de gala por su aniversario

Carlos Torres

Hace medio siglo que el Puerto de La Libertad recibió el título de ciudad. Para conmemorar las Bodas de Oro, la alcaldía, en coordinación con la empresa privada y otras instituciones locales, organiza desde el pasado miércoles diversas actividades.

Eventos deportivos y artístico-culturales son el plato fuerte durante la celebración de los 50 años, lo cual se extenderá hasta el próximo jueves, según el alcalde Carlos Molina.

Para el edil, el municipio, a orillas del Océano Pacífico y sur del departamento del mismo

nombre, ha tenido un empuje comercial y mejora de la infraestructura turística.

Hoy día, el visitante puede alojarse en modernos hoteles. Además, "el gremio de empresarios ha crecido con la edificación de 22 hostales y 75 restaurantes que ofrecen platillos internacionales (sobre todo mariscos) a turistas nacionales y extranjeros", resaltó Molina.

### CON MUCHOS ATRATIVOS

A estas facilidades se suman la belleza de las playas de esa zona costera, un paraíso para los turistas locales e internacionales que llegan a disfrutar sus vacaciones. "Pedimos a los visitantes que se unan a los festejos y a hacer del Puerto un pedacito de cielo donde vivir y pasar junto a la familia", añadió Molina.

Esta ciudad cuenta con una flota de más de 60 buses de la Ruta 102, la cual lo lleva desde San Salvador tras recorrer unos 30 kilómetros

por una carretera que próximamente tendrá cuatro carriles, según se anunció hace poco.

Si viaja por el Litoral desde otra zona, la Ruta 187 lo trasladan desde el Aeropuerto Internacional, en Comalapa, La Paz, además del transporte urbano, administrado por las rutas 80A y 80B, que lo llevan a las playas de San Diego, El Majahual y El Sunzal, cerca de ahí.

La religiosidad popular de su gente no se queda atrás, pues han heredado las costumbres y valores de sus antepasados. Se mantiene la celebración del Día del Pescador en honor a San Rafael Arcángel, del 21 y 24 de octubre y las fiestas en honor a la Inmaculada Concepción de María, del 1 al 8 de diciembre.

El municipio se divide en 10 cantones y 83 comunidades o caseríos, como Cangrejera, El Cimarrón, El Majahual, Melara, San Alfredo, San Diego, San Rafael, Santa Cruz, Tepeagua y Toluca. Predomina la religión católica, pero también crecen otros cultos cristianos.

## Alboradas y otras actividades

Carlos Torres

Durante nueve días el comité de festejos del Puerto de La Libertad ha programado diversas actividades. Destaca una una alborada, a partir de las 4:00 de la madrugada. Habrá también diversos actos litúrgicos.

Además, los jóvenes participarán en torneos de voleibol y fútbol de playa, programados para las 9:00 a.m. de cada día, entre el 1 y el 9 de agosto.

También hay una exposición de fotografías con estampas del costeño municipio, en el parque central. Estarán expuestas hasta las 4:00 p.m. de hoy hasta el miércoles, detallaron los organizadores.

Además, desde esta fecha hasta el día 8, a partir de las 6:00 p.m., se desarrollará un campeonato de ba-

loncesto en las instalaciones del Polideportivo, ubicado en el centro de la urbe.

El jueves, cuando se conmemoran las Bodas de Oro del título de ciudad, habrá diversos actos. Para los niños habrá una quiebra de piñatas en el parque, a las 8:00 de la mañana.

Posteriormente, a las 9:00 a.m., una misa en la Iglesia Inmaculada Concepción a las 9:00. A las 12:00 del mediodía, los visitantes y lugareños podrán disfrutar del desfile de carrozas, bandas de paz, entre otros atractivos y, a las 2:00 de la tarde, la comuna entregará reconocimientos a las personalidades e instituciones destacadas y quema de pólvora a las 7:00 p.m. Se cerrará con el carnaval, a partir de las 9:00 de la noche en las calles principales.



LAS MODERNAS INSTALACIONES del complejo turístico. Estas servirán de anfiteatro para las presentaciones artísticas que se harán contiguo al muelle de la localidad.

FOTO EDH / CARLOS TORRES



**ESTÁS INVITADO A UNA AVENTURA CULTURAL.** Puede ser un paseo de un par de horas o un viaje de todo un día. Todo depende de cuánto quieras conocer. Desde Sanzonate hasta Morazán, lo más seguro es que con este recorrido tendrás una mejor comprensión del desarrollo salvadoreño. Si te apuntas... ¡Vamos!

En cada una de las galerías de exhibición de los museos salvadoreños se encuentra una parte de la rica historia de este país. Antropología, arqueología, el conflicto armado de 1980 a 1991 y etnografía, entre otros temas, son los que podremos encontrar en cada uno.

Hay salas nacionales, como el Regional de San-

ta Ana y el Regional de San Miguel, también hay institutos municipales, como el de Nahuilingo o el de Santa Tecla, y también están los que han surgido por el deseo de particular de una o varias personas, como el de la Revolución en Perquín, o el Museo Winakirika, en Cacaopera, ambos en Morazán.

Cada uno de estos lugares tiene su propia personalidad, su propio carácter y, tomando en cuenta también su situación económica, algunos son sencillos, humildes y otros son grandes y con una muestra muy rica. Pero eso no importa, lo más interesante es que cada uno de estos museos refleja una parte de vida del pueblo salvadoreño y guardan un acervo cultural que demuestra lo interesante que es este país.

## DESDE LA ANTIGUA TAZUMAL

El museo Stanley Boggs fue inaugurado el 16 de abril de 1952. Su nombre original era Museo de las ruinas de Tazumal, pero fue cambiado al del arqueólogo estadounidense Stanley Boggs, como un reconocimiento por su labor investigativa y por ser el pionero de la arqueología científica en El Salvador.

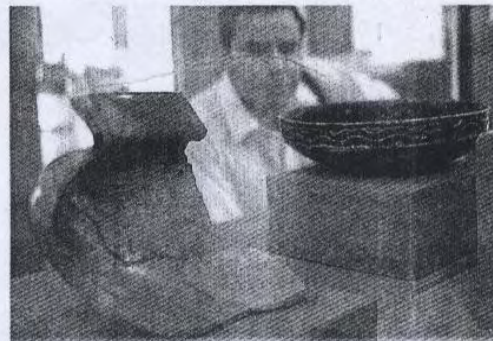
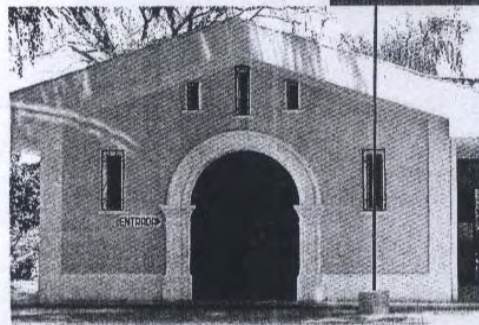
Además, gracias a él fue establecido el museo, para mostrar lo que estaba enterrado desde hacía más de dos mil años en la zona de Tazumal.

Este sitio está formado por dos salas de exhibición en las que describe la secuencia habitacional de las culturas prehispánicas de los períodos preclásico, clásico y posclásico (entre los años 500 antes de Cristo hasta el 1,200 después de Cristo). Presenta los diferentes Sitios que forman el área arqueológica de Chalchuapa, como son: El Trapiche, Laguna Cuscachapa, Las Victorias, Casa Blanca y Laguna Seca.

El visitante puede encontrar una rica muestra en cerámica, piedra y jade, así como piezas que nunca antes se habían mostrado al público. Aquí también se imparten charlas a instituciones educativas, públicas y privadas, y servicio de guía gratuito.



**LA FICHA**  
**UBICACIÓN:** Sitio arqueológico Tazumal, Diagonal 5ª y Calle Oriente, Calle al Cuje, Chalchuapa, Santa Ana.  
**HORARIO:** De martes a domingo, de 9 a. m. a 5 p. m.  
**ENTRADA:** nacionales \$ 0.69, extranjeros \$2.86. Niños menores de 8 años y ancianos gratis. Escuelas Públicas: día miércoles no pagan.  
**INFORMACIÓN:** 2444-0010



## EN LA MISTERIOSA CASA BLANCA

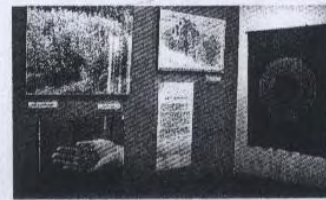
Este museo está ubicado en uno de los sitios arqueológicos más antiguos del país. De hecho, se considera como uno de los primeros asentamientos humanos en El Salvador, datado en el año 1500 antes de Cristo.

El museo fue inaugurado el 22 de agosto de 2002 con una temática enfocada a los procesos históricos culturales de la vida de los pobladores durante la época prehispánica. Por ello se recurre a cuatro bloques temáticos: ubicación geográfica, investigaciones realizadas, periodos culturales y entorno natural del sitio.

Así se puede ver variedad de artefactos entre los que se encuentran cuatro piedras talladas de más de un metro de altura, así como cerámica y restos óseos.

Además, en este Museo se presenta la temática del añil como complemento de la Escuela-Taller de Añil existente en el parque, en el que el visitante puede participar creando su propio modelo de estampado.

Entre los servicios que presta este museo están: servicio de guías gratuitos en el museo y en el parque, talleres de añil básico y avanzado, y venta de producto de añil.



**LA FICHA**  
**DIRECCIÓN:** Kilómetro 78 sobre la carretera que conduce de Santa Ana a Chalchuapa, Santa Ana.  
**HORARIO:** De martes a domingo, de 8:30 a. m. a 4:30 p. m.  
**ENTRADA:** nacionales \$ 0.69/ Extranjeros \$ 2.86. Niños menores de 8 años y ancianos gratis. Escuelas Públicas: el día miércoles no pagan.  
**INFORMACIÓN:** 2444-0010

## SABÍAS QUE...

A nivel nacional se cuenta con 23 museos, entre grandes y pequeños, aunque en esta ocasión nos concentramos en los que están fuera de San Salvador.

El 18 de mayo es celebrado como el día Internacional de los museos, fecha organizada en 1951 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y el Consejo Internacional de Museos (ICOM) con el propósito de crear conciencia del relevante papel que corresponde a los museos en la sociedad. Se celebró por primera vez en 1977, según una resolución tomada en la XII Asamblea General del ICOM en Moscú, actual Rusia.

En El Salvador, su creación data de 1983 cuando se fundó el primer Museo Nacional, ahora Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán (Muniz), el cual contenía diversas colecciones entre las que destacaban: mineralogía, industria botánica, artesanía y arqueología.

Es a partir de la década de los 90, y principalmente después de la firma de los Acuerdos de Paz, que se vive un resurgimiento de los museos, mejorando la infraestructura y colecciones de los que ya existían y creándose nuevas salas.

Según la Red Camus, los museos de El Salvador se tipifican en cuatro principales grupos: Museos de dependencia estatal, museos de iniciativa privada -que incluye universidades-, museos comunitarios y museos...

## Listado de participantes

### Grupo Focal No. 1

Nombre	Edad	Profesión	Lugar de trabajo o estudio
Christian Reyes	24	Periodista	El Faro
Amilcar Miranda	20	Estudiante de lic. en idioma inglés	UTEC
José Reyes Alvarado	30	Ingeniero en Sistemas Informáticos	Misión Cristiana Elim
Galileo Durán	23	Editor no lineal	Programa televisivo
Carlos Cortéz	25	Ingeniero en sistemas I.	INSAFORP

## GUÍA DE PREGUNTAS GRUPO FOCAL N. 1

### USO INFORMATIVO

1. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).
2. Con base a su experiencia como lector habitual ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?
3. ¿Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible?
4. ¿Cuál periódico considera que fomenta más el cuidado y protección del medio ambiente?
5. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?
6. De acuerdo a las notas presentadas en los periódicos ¿Considera que la labor del ente gubernamental encargado del turismo cumple su función de orientar y promover el desarrollo del turismo sostenible?
7. Al realizar turismo sostenible, ¿adquiere productos o servicios que le brindan en la zona? ¿Por qué?
8. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

### REACCIONES

9. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas?
10. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique.
11. ¿Qué período vacacional del año, usted aprovecha para realizar turismo sostenible? ¿A qué se debe?
12. Describa brevemente su experiencia al realizar turismo sostenible, de todos los aspectos mencionados o descritos ¿qué es lo que más le gratifica o satisface?
13. ¿Alguna vez ha compartido la información de los periódicos con otras personas como un recurso que le permita promover el turismo sostenible? ¿Por qué? Comente.

# RESUMEN DE OPINIONES VERTIDAS EN EL 1º GRUPO FOCAL

Sábado 01 de marzo de 2008

*La influencia de las informaciones en los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, durante los períodos vacacionales más importantes de 2007 en la búsqueda de un turismo sostenible en El Salvador.*

Período vacacional evaluado: Agosto 2007

## USO INFORMATIVO

1. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).

Respuestas:

- **Amilcar:** Es el turismo que se pueda mantener por sí solo o que se pueda mantener por sí mismo.
- **Christian:** Es el turismo en el que las comunidades recogen una ganancia, y otra parte se vuelve a invertir.
- **Galileo:** se utiliza para pago de promoción, ayuda a comunidades. Hay un término definido, pero en el país tiene que ver con un plan de gobierno. Se explotan unos elementos y se dejan otros como las “notas choterías”.
- **Reyes:** el gobierno se desliga de su responsabilidad, porque entran inversionistas extranjeros.

Consenso: Como concepto, turismo está ligado al gobierno, pero en la práctica está más ligado al mercado o a la empresa privada.

«Concepto formal y explicación del material entregado »

- **Christian:** el gobierno le está apostando al turismo y por sobre todo a la atracción de extranjeros.

2. Con base a su experiencia como lector habitual, ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Galileo:** las notas están centradas en promocionar un lugar privado y precios (comercio). Por ejemplo, al hablar de playas de El Salvador es hablar de las playas más hermosas en el mundo, por su ambiente cálido y su clima tropical, y ése es uno de los aspectos que no se están explotando.
- **Amilcar:** el lugar se describe poco, luego se pasa a lo comercial.
- **Reyes:** el turismo de las notas es para clase media-alta.

3. Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible? Cite ejemplos

- **Amilcar:** la nota de Juayua transporta y motiva.
- **Carlos:** hay una nota que no te motiva en nada, como la de las ruinas arqueológicas, pues algunos de nosotros fuimos, porque nos obligaban a ir en la escuela.
- **Galileo:** para mí esa nota (Ruinas Arqueológicas) me parece más relleno, porque el texto es pesado...

4. ¿Cuál periódico considera que fomenta más el cuidado y protección del medio ambiente? Utilice ejemplos.

- **Reyes:** Diario El Mundo
- **Amilcar:** Diario El Mundo
- **Galileo:** Diario El Mundo
- **Carlos:** Diario El Mundo
- **Christian:** La Prensa Gráfica

5. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?/ Cite ejemplos.

- **Galileo:** EDH, D7 Cacaopera, porque a través de las fotos y la redacción nos llama a cuidar el patrimonio cultural.
- **Amilcar:** EDH, D7 las notas de cultura que muestran sitios arqueológicos.

- **Carlos:** EDH, Ciudad festeja sus 50 años y Cacaopera, porque los tres pilares (económico, social-cultural, medio ambiental)
- **Christian:** DEM, Walter Thilo Deininger por las fotos y el texto porque anima a cuidar el medio ambiente.
- **Reyes:** DEM, Walter Thilo Deininger. Coincido con lo anterior el cuidado de los recursos, ahí se ven las recomendaciones (redacción de la nota).

6. De acuerdo a las notas presentadas en los periódicos ¿Considera que la labor del ente gubernamental encargado del turismo cumple su función de orientar y promover el desarrollo del turismo sostenible?

- **Carlos:** las fuentes gubernamentales no se ven.
- **Galileo:** No. Porque ellos algunas actividades las catalogan como turismo sostenible, cuando en realidad no lo es.
- **Reyes:** La propuesta de gobierno no es la correcta, no cumple con lo que con todas las exigencias del turismo sostenible, por lo tanto no promueve.
- **Amilcar:** No, porque el gobierno se está enfocando más en promover el turismo de playa y deja de lado al turismo que se podría hacer en zonas pobres y rurales, que al final viene cumpliendo con lo que verdad es turismo sostenible.
- **Christian:** No, porque el gobierno cree que con promover pueblos se hace turismo sostenible.

7. Al realizar turismo sostenible, ¿adquiere productos o servicios que le brindan en la zona? ¿Por qué?

- **Christian:** sí adquiero artesanías, aunque no me hospedo en hoteles. La última vez que hice turismo compré allí la comida, proveniente de unas señoras, que las llaman 'las comaleras'.
- **Galileo:** hay pérdida de identidad cultural, el gobierno y la municipalidad colaboran en la transculturización.
- **Carlos:** se está fortaleciendo la economía, más no la cultura. En el caso de las artesanías de Chalatenango, la mano de obra es de ahí, pero no así la materia prima.

- **Galileo:** la madera la traen de Chile, de hecho han contratado a un ente exterior que ha llegado a capacitar en los diseños, hay una gran pérdida de identidad cultural, y pese a que el gobierno local tiene mucho que ver en estas capacitaciones, si trae un desarrollo económico pero a costa de pérdida de identidad cultural.

8. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

- **Christian:** yo considero que promocionar turismo sostenible en el periodismo es algo utópico, se necesita de otra forma de periodismo para hacerlo, como el Periodismo Alternativo.
- **Reyes:** la libertad de expresión de los propios anfitriones se está irrespetando, porque predomina la voz del medio.
- **Christian:** lo que se puede rescatar en estas notas es la sostenibilidad económica.
- **Galileo:** se deben presentar mensajitos acerca de: no botar basura en las calles, no ensuciar las playas y otros en algún recuadro o entre líneas.
- **Reyes:** es necesario presentar mensajes subliminales acerca de las necesidades de los lugares o sugerir respuestas o actitudes que deben tomar los lectores y los visitantes.
- **Carlos:** se debería incluir un apartado con recomendaciones para los visitantes.

## REACCIONES

9. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas? Cite ejemplos

- **Amílcar:** no todas atraen. Pero para mí me evocan ir a relajarme y disfrutar.
- **Galileo:** son engañosas, la imagen dista de la realidad.
- **Christian:** la que realmente me llamó la atención fue la de 'Café en la cima del volcán' quizás porque a mí me gustan los lugares tranquilos, donde te podas tomar un café, las demás solamente me recuerdan los lugares que ya conocía.
- **Reyes:** me llamó más la atención la nota del Walter Thilo Deininger.
- **Carlos:** a mí también la del Walter Thilo Deininger.

10. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique

- **Carlos:** falta más fotografía, específicamente en nota de parque Deininger.
- **Reyes:** la imagen es la que vende más, si no me atrae la foto no leo la nota. Las imágenes no son suficientes.
- **Amílcar:** En lo personal, en las notas como en la del Deininger creo que sí es suficiente.
- **Christian:** Si hablamos de la nota del Café en la cima del volcán, sí porque las fotos atraen y el lugar me parece interesante.

11. ¿Qué período vacacional del año, usted aprovecha para realizar turismo sostenible? ¿A qué se debe?

- **Christian:** En el caso familiar es cuando los niños ya están de vacaciones ósea, noviembre-diciembre, y porque los compañeros y amigos de la u ya están fuera de clases y pueden ir.
- **Amílcar:** agosto, en estas vacaciones se puede llevar a la familia, en semana santa no salimos porque somos católicos y participamos de la conmemoración.
- **Galileo:** después de semana santa.
- **Carlos:** no hay fecha específica, basta el día de pago. En los períodos vacacionales los lugares están llenos y los costos, elevados.
- **Reyes:** cuando sea oportuno, solo cuando haya tiempo libre.

12. Describa brevemente su experiencia al realizar turismo sostenible, de todos los aspectos mencionados o descritos ¿qué es lo que más le gratifica o satisface?

- **Galileo:** mayormente platico y entrevistado a los artesanos.
- **Christian:** cuando he hecho turismo sostenible hago contacto con las personas, me gusta de hablar con ancianos. “El periodista debe de serlo en todo lugar y siempre”
- **Carlos:** cuidado del medio ambiente, no tiro basura en lugares indebidos y no corto la vegetación.
- **Amílcar:** busco conocer las tradiciones, la iglesia, es más lo social.
- **Reyes:** colaboro en lo económico de la localidad.



13. ¿Alguna vez ha compartido la información de los periódicos con otras personas como un recurso que le permita promover el turismo sostenible? ¿Sí o no y por qué? Comente

- **Christian:** se traen los brochures de los lugares para compartir y promocionar el lugar.
- **Carlos:** comparto lo que leo, no el periódico, sino lo de internet.
- **Amilcar:** la nota despierta mi inquietud, pero depende todo de la visita, si me gusta, lo comparto.
- **Reyes:** si es de algún lugar que me parezca interesante, sí lo hago, depende de la nota.

## GUIA DE EXPRESIONES NO VERBALES

### GRUPO FOCAL No. 1

#### USO INFORMATIVO

Nº de Pregunta	Actitudes
1	Participativa, hay interés, leen y discuten las posturas.
2	Interés grande por dar la primera respuesta, espontaneidad, risas y críticas a los medios de comunicación y discusión sobre el rol del periodista.
3	Hay entusiasmo, uso constante de las notas.
4	Remisión a las notas y establecimiento de un rápido consenso.
5	Opinión ordena con base a las notas y apreciación de sus opiniones por un gusto particular a la fotografía.
6	Entusiasmo, seguridad y crítica en cada opinión.
7	Hay divergencias en el consumo o compra de lo nuestro.
8	Divergencias entre la responsabilidad de la noticia (Christian, Reyes y Amilcar), Cansancio por parte de Carlos. Tono bajo de la discusión.
9	Entusiasmo por contestar, bromas, hay divergencias entre la imagen presentada si es real o no.

#### REACCIONES

Nº de Pregunta	Actitudes
10	Divergencias entre las fotos, buen uso del material por todos.
11	Cansancio o indiferencia de Reyes y Carlos. Divergencia entre Amilcar y Carlos, tono alegre.
12	Tono bajo por parte de Amilcar... No hubo discusión
13	Hay cansancio, tono bajo, no hay intervenciones entre sí,



# Notas periodísticas de apoyo en el análisis del segundo grupo focal

## ESTRENAN PARQUE

La empresa geotérmica LaGeo y la alcaldía abrieron, ayer, un área recreativa en colonia Las Victorias. Con ello favorecen a 2,500 niños

AHUACHAPAN



# Algo más que playas

LA LIBERTAD. Además de sus costas, este departamento, cercano a la capital, tiene otros atractivos, como viveros, parques y clima fresco

## TERCERA ENTREGA

• Carlos Torres / L.A.

En La Libertad no sólo hay playas, también existen otros atractivos como la Laguna de Channmico, en San Juan Opico, entrando por el Ingenio Channmico, sobre la carretera nueva hacia la ciudad de Santa Ana.

El afluente mide 78 kilómetros cuadrados, sus aguas son azufradas y están pobladas por tilapias.

En la zona hay ardillas, águilas regidoras y otra diversidad de aves; además el clima es bastante fresco.

Dos kilómetros al Poniente, sobre la misma carretera, se ubican varios restaurantes cuya especialidad son platillos nacionales cocinados con leña y servidos en loza de barro.

Si quiere ir a refrescarse una alternativa es el balneario la Toma de Quezaltepeque, situado en la ciudad del mismo nombre, a 25 kilóme-

tros de la capital, la entrada por persona cuesta \$0.50 centavos. Los vecinos del sitio dicen que sus aguas son medicinales y por eso las llaman "bichi".

Otro de los atractivos de la región y que es poco conocido es "La piedra del muñeco", en la Villa Tepecoyo.

Para llegar a la formación rocosa se debe tomar la calle que conduce al cementerio, hasta el sitio conocido como las cruces, después seguir por la calle vecinal al

## TOME NOTA

## Significado

En lengua nahuatl el nombre La Toma de Quezaltepeque significa: Lugar Hermoso, Ciudad Preciosa o Cerro Montaña de Quezales.

## Instalaciones

El turicentro tiene a su disposición piscinas, cabañas familiares, merenderos, área de picnic, estanques con peces de colores, estacionamiento, canchas y seguridad, entre otros.

## Informes

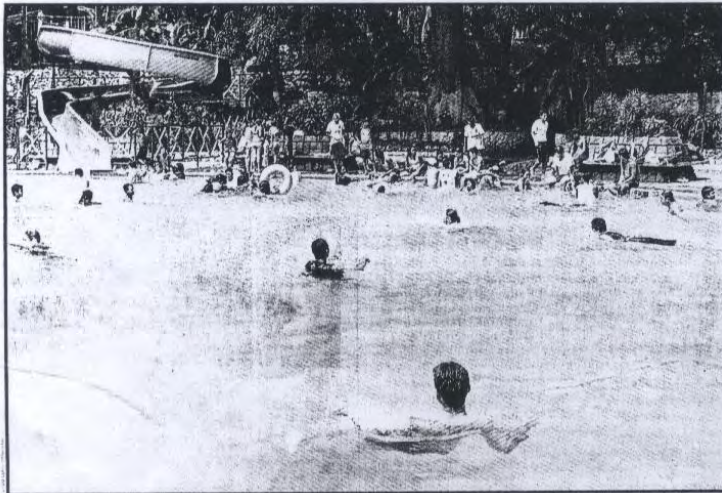
Si tiene alguna duda puede consultar al personal del Instituto Salvadoreño de Turismo, ISTU, al número 2222-8000, extensión 150 o vía electrónica al correo informacion@istutgob.sv



Laguna de Channmico ▲ El clima es bastante agradable.



Delicia ▲ Donde vaya encontrará un buen plato de pescado.



Toma de Quezaltepeque ▲ No pierda la oportunidad de disfrutar de un día alegre con su familia y amigos en este turicentro.



Tepecoyo ▲ Diga usted si la piedra tiene forma de muñeco.



Costa del Sol ▲ Un paseo en lancha al atardecer por el estero de Jaltepeque es una experiencia inolvidable. Visitar la isla Tasajera es uno de los principales atractivos, donde hay manglares.

# Islas, artesanías y pupusas de arroz

LA PAZ es otro de los departamentos que debe visitar y en donde encontrará muchas actividades para departir con sus seres queridos

JESÚS CORVERA /L.A.

Como su nombre lo indica, aquí los turistas encuentran la paz que necesitan para olvidarse del estrés cotidiano, practicando deportes acuáticos, disfrutando de un excelente plato de mariscos o del atol de semilla de marañón, propio del departamento.

Esta zona costera cuenta con parajes naturales que valen la pena que conozca, entre ellos El Estero de Jaltepeque.

Aquí los amantes de los cocteles de conchas y de los cascos de burro pueden saborearlos a cambio de módicos precios, mientras disfruta de la vista panorámica del estero.

Otra de las actividades que debe realizar para hacer de su paseo algo inolvidable,



Ichanmichen ▲ Sus aguas invitan a darse un buen chapuzón.

es un recorrido en lancha escuchando música popular.

Por ejemplo, en la Puntila puede abordar una embarcación hasta la isla de Tasajera o la de Los Pájaros. Mientras que del muelle de Jaltepeque hacia la bocana del Lempa. Los precios por viaje varían.

En La Paz también puede disfrutar de las instalaciones del Parque Acuático Ichanmichen, a un kilómetro de la cabecera departamental, Zacatecoluca, y 52 al oriente de San Salvador.

En el lugar hay varias piscinas, tres estanques de nacimientos naturales, meren-

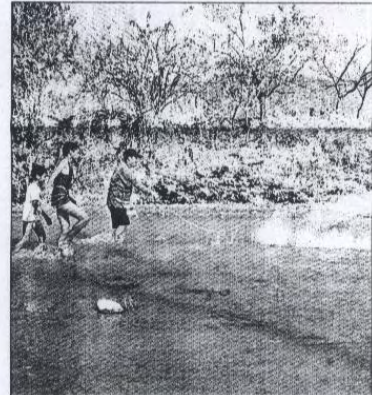
## TRANSPORTE

**Vía Terminal del Sur**  
Las unidades de buses que lo llevan hasta Zacatecoluca son las de la 133. Mientras que desde San Vicente lo lleva la Ruta 177.

**A la Costa del Sol**  
La Ruta 193 lo conducen hasta este balneario. Debe ser abordada en Zacatecoluca.

deros, zona para picnic y bañías entre otros servicios. Zacatecoluca es el único lugar del país donde se practica la técnica de la filigrana en oro y plata. Con el fino hilo de metal crean rosas, jarrones, orquídeas, pulseras, aretes y anillos. Además se trabajan otras artesanías.

En San Antonio Masahuat producen sombreros de palma, comales, candelabros y ollas, y en Olocuilta figuras de vidrio, canastos, hamacas y pupusas.



Jilboa ▲ Pescar es uno de los principales atractivos en este río.



Olocuilta ▲ Allí puede saborear las pupusas de arroz.

# La magia de las montañas

**MORAZÁN.** Ubicado a 162 kilómetros de San Salvador, posee una variedad de sitios para disfrutar de un baño en aguas cristalinas y actividades al aire libre

VERÓNICA FERRUFFINO/LA

**C**ascadas, pozas y ríos cristalinos, artesanías, museos de historia, una gran vegetación y una buena cantidad de hostales y hoteles de montaña son parte de los atractivos de un viaje hacia el norte del departamento.

Ahí, el sitio por excelencia es Perquín, a media hora de San Francisco Gotera por la carretera pavimentada, con muchas curvas y paisajes encantadores.

En el camino, una de las paradas obligatorias es el municipio de Guatajagua, donde un grupo de mujeres se dedica a elaborar artesanías de barro negro.

Además de comprarlas a un buen precio, podrá ser testigo del proceso de elaboración de estas obras de arte, que son muy cotizadas dentro y fuera del país.

Al norte de ahí se encuentra Corinto, cuya población de origen lenca y trato amigable hacen que se sienta como en casa. En esa localidad encontrará una de las maravillas arqueológicas del país: La Cueva del Espíritu Santo.

## Perkin

Pero si lo que anda buscando son opciones para disfrutar de un refrescante baño, cabañas donde hospedarse, áreas para acampar o explorar, en Perquín y sus alrededores las opciones diversas.

Los hoteles Perkin Lenca y El Ocotal cuentan con ca-



**Artesanías** ▲ En Guatajagua tiene un color característico.



**Corinto** ▲ El arte rupestre se aprecia en la superficie rocosa.

bañas, habitaciones, restaurante y, el último, también ofrece piscinas.

Mientras que en Cacaopera encontrará una riqueza del folklore salvadoreño. Su nombre en lengua ulúa, uno de los tres grupos indígenas que existieron en la región, significa "huerta de cacao".

Arambala es un pueblo rico en recursos para practicar el ecoturismo. Posee un clima fresco y su flora está constituida por pinos, robles y chaparros.

Asimismo, la localidad de Joateca limítrofe con Honduras posee una iglesia colonial.

## OTROS SITIOS

### Río Cañaverales

Está a tres kilómetros de San Fernando. Vehículos pequeños y buses se dejan en el desvío y se contratan pick up, que cobran \$15 el día por ida y vuelta.

### Camping El Pinal

Ubicado a tres kilómetros de Perquín, en la carretera a San Fernando, que es pavimentada. Tiene sanitarios, hornillas y por acampar un día se cancela \$2 por persona. Hay que llevar tienda de campaña y alimentación.

### Chorrerón y Sirena

Ambos son lugares que, para llegar, los vehículos deben estacionar en el desvío a San Fernando y contratar pick up. Para mayor información sobre esta ruta, llame al 7939-2678 o al 2680-4083 con Melda Argüeta.



**Refrescante** ▲ Perquín y sus alrededores cuentan con un sinnúmero de cascadas, pozas y ríos.

## Listado de participantes

### Grupo Focal No. 2

Nombre estudio	Edad	Profesión	Lugar de trabajo o estudio
Elmer E. Villalobos	29	Foto periodista	Diario El Mundo
Eliberto Juárez	33	Economista	MUC – ONG.
Cecilia Delgado	23	Estudiante lic. en idioma inglés	UTEC
Carolina Álvarez	27	Lic. en Administración de Empresas	SALAZAR ROMERO
Marcela Moreno	18	Estudiante de Veterinaria	USAM



## GUÍA DE PREGUNTAS GRUPO FOCAL N. 2

### USO INFORMATIVO

1. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).
2. Con base a su experiencia como lector habitual ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?
3. ¿Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible?
4. Específicamente, ¿Qué le parece la nota titulada “Apulo trata de renacer”, fomenta el turismo sostenible, le motiva a usted a realizarlo?
5. ¿Considera que el texto presentado en las informaciones lo transportan al sitio turístico presentado y le animan a visitarlo? ¿Por qué?
6. ¿Cuál de los periódicos, en estudio, considera que mejor aborda el turismo sostenible? ¿Por qué?
7. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?
8. Entendiéndose que las fuentes de información para un periódico pueden ser las personas, instituciones o entidades que suministran información para la elaboración de las notas periodísticas, entonces ¿Qué le parece el tipo de fuentes que utiliza el periódico para sustentar su información?
9. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

### REACCIONES

10. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas?
11. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique.
12. ¿Considera que las informaciones presentadas más que fomentar la recreación invitan a conocer los valores culturales y religiosos que implica la Semana Santa?
13. ¿En el período vacacional pasado, realizó usted turismo sostenible? ¿Por qué?

# RESUMEN DE OPINIONES VERTIDAS EN EL 2º GRUPO FOCAL

Sábado 05 de abril de 2008

*La influencia de las informaciones en los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, durante los períodos vacacionales más importantes de 2007 en la búsqueda de un turismo sostenible en El Salvador.*

Período vacacional evaluado: Semana Santa 2007

## USO INFORMATIVO

1. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).

Respuestas:

- **Carolina:** Sostenibilidad económica del gobierno para hacer turismo ó del lugar y su gente.
- **Eliberto:** Lo sostenible hace referencia a una redención del recurso que se expone como turismo.
- **Cecilia:** Entiendo que son las áreas que por ellas mismas se mantienen.
- **Elmer:** Para mí es lo que pueda mantenerse, sostenerse económicamente y es un turismo que las comunidades promueven a través de las municipalidades. Aquí se destaca el aspecto natural, la conservación, y pienso en las actividades comerciales de la comunidades para sostenerse económicamente a través del turismo, pero porque la gente entiende que es turismo.
- **Eliberto:** Pienso en una mediación de lo turístico y sus implicaciones sostenibles del recurso natural, como una mediación del beneficio económico.
- **Marcela:** Considero que es el devenir del tiempo en que se pueda sostener la actividad turística.

(Lectura del material sobre concepto y pilares que conforman el turismo sostenible) Reacciones:

Todos atentos en la lectura y a la vez pensativos.

2. Con base a su experiencia como lector habitual ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Elmer:** Lo están promoviendo, pero no en su totalidad. No están ayudando al desarrollo de este turismo, no es su prioridad.
- **Carolina:** Sí, promueven con respecto a los pequeños comerciantes, por ejemplo encontramos notas en las que motivan a ir a Los Planes, Parque Balboa y otros.
- **Eliberto:** Los periódicos no están cumpliendo su papel, están promoviendo grandes proyectos turísticos que en nada benefician a las comunidades, ni permite la sostenibilidad.
- **Elmer:** Sí, su propuesta es solo mencionarlo.
- **Cecilia:** Tratan de darle enfoque, pero sólo en la semana de vacaciones. Debe haber continuidad, los medios deben publicarlo siempre.
- **Elmer:** Sólo el placer detallan los medios, es decir información general, el enfoque no es sostenible.
- **Marcela:** Sólo en una nota dan sugerencias de cuidar el lugar.
- **Cecilia:** No promueven. Los medios solo tratan de vender el lugar (restaurante, hotel, otros).

3. ¿Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible?

- **Elmer:** ‘La magia de las montañas’, ‘Algo más que playas’, ‘Chapuzón en las Pozas’ y ‘Apulo trata de renacer’.
- **Carolina:** ‘Islas, artesanías y pupusas de arroz’, ‘Apulo trata de renacer’ y ‘De vacaciones sin salir del gran San Salvador’.
- **Marcela:** ‘Un chapuzón en las pozas’.
- **Cecilia:** ‘Ciudades de fe y tradiciones’.
- **Eliberto:** ‘Ciudades de fe y tradiciones’ y ‘Apulo trata de renacer’.

4. Específicamente, ¿Qué le parece la nota titulada “Apulo trata de renacer”, fomenta el turismo sostenible, le motiva a usted a realizarlo?

- **Marcela:** Se nota el esfuerzo de las personas de la comunidad, Sí me Motiva.
- **Cecilia:** Trabajo en conjunto (limpieza de la comunidad).
- **Elmer:** Porque menciona lo de la seguridad sí, ya está bien el acceso y hay de nuevo comerciantes en el lugar. Por lo del nivel del agua, ya el lugar este mejor.

- **Eliberto:** Pienso que sí porque advierte y eso va por el lado del turismo Sostenible. Otras notas no prevé el peligro, pero me parece que dan a Conocer el peligro para que el turista tenga el cuidado pertinente.
- **Carolina:** Sí iría como turista porque lo están reparando y yo puedo prepararme para ir a visitarlo. Yo siento que sí está fomentando el turismo sostenible.
- **Elmer:** Percibo en la nota que quizás no está promoviendo que la gente vaya, sino cómo es el trabajo que se está haciendo para recibir luego a los turistas, es decirle a la gente lo que se está haciendo, es decir no fomenta ni promueve el turismo sostenible en el enfoque principal de la nota.

5. ¿Considera que el texto presentado en las informaciones lo transportan al sitio turístico presentado y le animan a visitarlo? ¿Por qué?

- **Elmer:** Las notas sí. Para mí el texto sí.
- **Marcela:** Sí porque son llamativas aunque también depende de las formas en que lo presenten. Sino hay precios, ni direcciones, formas de llegar a mi no me llama la atención, no me anima.
- **Carolina:** Sí, porque hay muchos lugares que yo conozco y me dan ganas de ir, llaman la atención en la forma en que los presentan.
- **Cecilia:** Lllaman la atención, a mi en lo personal el título me llama y eso me llama a leer. En algunos porque te describen las cosas que existen, como es el clima, las descripciones y los detalles que te da la lectura, si me animan a conocer el lugar.

6. ¿Cuál de los periódicos, en estudio, considera que mejor aborda el turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Elmer:** El Diario de Hoy, porque sus enfoque es dar a conocer.
- **Cecilia:** Diario El Mundo por la nota de 'Ciudades de fe y tradiciones'.
- **Carolina:** El Diario de Hoy, por que la redacción me parece es más influyente, se presta a la imaginación, pues es detallista.
- **Marcela:** El Diario de Hoy, porque presenta cosas más explícitas (cultura, tradiciones) y por los reportajes de los domingos.

7. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Elmer:** El Diario de Hoy
- **Cecilia:** El Diario de Hoy por las fotos de ‘Islas, artesanías y pupusas de arroz’.
- **Marcela:** El Diario de Hoy por las fotos de ‘La magia de las montañas’.
- **Carolina:** EDH Por la sencillez, la realidad de la cultura y el lugar, en las notas es más humanista: Por Ej.

‘Algo más que playas’, ‘...pupusas de arroz y ‘La magia de las Montañas’.

La Prensa Gráfica es muy astral, es más Light en el tratamiento de Las noticias.

- **Cecilia:** Es algo más de turismo sostenible lo que presenta, en la parte de cultura Por eso creo que EDH.
- **Elmer:** Conservación del Medio Ambiente, en esa área creo que se destaca EDH.

8. Entendiéndose que las fuentes de información para un periódico pueden ser las personas, instituciones o entidades que suministran información para la elaboración de las notas periodísticas, entonces ¿Qué le parece el tipo de fuentes que utiliza el periódico para sustentar su información?

- **Elmer:** Sólo fuentes institucionales (solo usa un tipo de fuentes).  
No van de la mano con el consumo, es decir con lo que piensa el turista.
- **Cecilia:** Se presentan solo a los dueños de los lugares. No da una percepción total  
Sólo promueven sus negocios. Hay datos del ISTU como fuente institucional, Pero la falta la opinión de las personas como turistas.
- **Carolina:** En la nota: ‘Algo más que playas’ han tomado en cuenta la población  
Resaltan los testimonios de la gente, de los lugareños. Pero las notas  
En su mayoría solo hablan de los dueños del lugar.
- **Marcela:** Hacen mal solo en preguntarle a los dueños de los lugares, en las notas de Juayua – Aguas termales se ve eso. Deberían de tomar más en cuenta la Opinión de la gente, convence más lo que dice el turista que lo dice el dueño.
- **Cecilia:** Las declaraciones de la gente no pueden ser solo positivas sino negativas y se debe publicar eso también para advertir a la gente.

9. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

- **Elmer:** Promover sugerencias para cuidar el lugar.
- **Cecilia:** Conocer el concepto de turismo sostenible y plasmarlo en las notas, es decir Mejorar el enfoque.
- **Carolina:** Sugerencias para botar la basura, cuidar el medio ambiente.
- **Elmer:** Acercarse más a los lugares o sitios turísticos comunales y dejar que las  
Grandes empresas paguen publicidad por los sitios que ofrecen.
- **Carolina:** Que los periódicos no sólo se presten a los dueños de hoteles o sitios turísticos.
- **Marcela:** Que se enfoquen más en cuidar el medio ambiente y promover al país como principal fuente de turismo.

## REACCIONES

10. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas?

- **Elmer:** Ecología, Medio Ambiente, Cultura.
- **Marcela:** Naturaleza y tradiciones.
- **Cecilia:** Reservas naturales, Medio Ambiente y poca cultura.
- **Carolina:** Ecología.

11. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique.

- **Cecilia:** Como turismo sostenible, No. Necesitan describir qué cosas hacer, no sólo que me diga cómo llegar y cuánto gastar es muy escasa la información.
- **Carolina:** Abona, pero no es suficiente. Hay muchas cosas implícitas.
- **Elmer:** Hay un aporte, pero los periódicos necesitan mejorar, diría que solo es un 70%
- **Cecilia:** Es suficiente en un 25%.
- **Marcela:** Si lo hacen, pero no lo suficiente, para mí es en un 75%.
- **Cecilia:** Es escaso, no promueven lo económico local.

12. ¿Considera que las informaciones presentadas más que fomentar la recreación invitan a conocer los valores culturales y religiosos que implica la Semana Santa?

- **Cecilia:** En la nota: ‘Ciudades de fe y tradiciones’ de EDH creo que sí. Aunque por lo demás pienso que es más recreación que lo cultural y religioso.
- **Marcela:** No destacan las tradiciones, ya se perdió el valor cultural.
- **Carolina:** No se ocupan las fiestas patronales (No se vende la cultura).
- **Marcela:** No se están enfocando como debe ser. Es más un turismo light.
- **Elmer:** Lo separan: Turismo / Cultura, no se está cumpliendo el turismo sostenible

Como tal, hay una separación por eso no hay turismo sostenible.

La Prensa Gráfica lo ve más en lo empresarial.

- **Carolina:** Visitaría por conocer la cultura, no por ser devota.

13. ¿En el período vacacional pasado, realizó usted turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Marcela:** No. Sufrí un accidente y no pude salir.
- **Carolina:** Sí, compramos la comida en el lugar y aportamos a la conservación de  
Los recursos medioambientales.
- **Cecilia:** No. Porque mis padres estaban ausentes y yo salgo con mi familia.
- **Elmer:** No. Porque tuve serios problemas familiares.

## GUIA DE EXPRESIONES NO VERBALES

### GRUPO FOCAL No. 2

#### USO INFORMATIVO

Nº de Pregunta	Actitudes
1	Participativa, muy atentos todos y pensativos.
2	Muy crítica y reflexiva.
3	Entusiasmo en la búsqueda de notas.
4	Indiferencia por parte de Elmer y entusiasmo por parte de Marcela.
5	Eliberto abandonó la discusión por un inconveniente.
6	Alegría en todos por coincidir en casi todas las opiniones.
7	Entusiasmo colectivo por argullir las justificaciones de sus respuestas, casi se llega al desorden de ideas. Bromas a Elmer, por sus fotografías.
8	Críticas fuertes por parte de Cecy, Caro y Marcela
9	Desahogo generalizado en la crítica, entusiasmo de todos por hablar primero.

#### REACCIONES

Nº de Pregunta	Actitudes
10	Tranquilidad al responder por parte de todos.
11	Mirada juiciosa y despectiva de Cecy ante las notas.
12	Cansancio de Elmer, se acomoda en su silla. Entusiasmo de Marcela.
13	Risas y bromas entre todos.





Notas periodísticas de apoyo en el  
análisis del tercer grupo focal



LA EXPLOTACIÓN. El mangle es talado y eso causa estragos al ecosistema de la isla.



# La Pirraya: olvido y ecología

Menos cangrejos, menos peces, menos conchas, menos mangle. La realidad de a poco abofetea a los pobladores del caserío La Pirraya, en la isla San Sebastián, de la Bahía de Jiquilisco. La zona reúne, según la ONU, las condiciones de sobreexplotación de recursos y pobreza que hacen más peligrosa su vulnerabilidad ante el cambio climático.

## ERICK RIVERA ORELLANA

social@laprensa.com.sv

**A**l que ahora es el caserío La Pirraya, en la isla San Esteban, de la Bahía de Jiquilisco, llegaron en 1982. Le huían a las bombas de la guerra, que le pegaba más fuerte al oriente del país. La isla los acogió, pero entraron sin nada, y sufrieron el inicio de todos los males, desde pestes de zancudos hasta pequeñas inundaciones; desde no tener paredes hasta buscar qué comer en un suelo de arena.

Veinticinco años después su vida es otra y es la misma. Acogen un proyecto ecoturístico apoyado por la cooperación extranjera y Naciones Unidas, pero carecen de agua potable, tren de aseó, unidad de salud y líneas telefónicas. El caserío La Pirraya vive en el olvido. Así de sencillo.

La pesca es el medio de subsistencia por antonomasia, pero ha decaído, y aquí nadie se explica por qué. No lo entienden. No lo saben.

"Quizá sea porque hay mucha gente, porque hay muchos pescadores y los animalitos escasean. Yo hoy fui a buscar cómo pescaba, me prestan una lancha porque no tengo, pero por gusto, bien poco sale", explica Juan Francisco Melara, pescador de 37 años de edad residente en la isla.

Este fenómeno no es el único que preocupa a los habitantes. Mantarrayas salen a la arena por todos lados, hay más población de anguilas que de pescados tradicionales, el calor se vuelve más insoportable... La situación, así, ha empezado a preocupar en demasía. Lo más práctico le ha indicado a la gente que debe buscar otras opciones de subsistencia, pero la situación cada vez es más difícil.

"No hay tren de aseó, no hay tratamiento de aguas negras y la gente hace como puede para tratar los



«El turismo es una cadena que nos involucra a todos. Los empresarios queremos generar más empleos en la zona»

WALTER RIEGER Propietario de Hotel Tekuani Kal

«Desconocía que en Tamanique construirán tres hoteles. El Ministerio de turismo quiere brindarles todo el apoyo»

JOSÉ RUBÉN ROCHI Ministro de Turismo



**MÁS PROMOCIÓN NOCTURNA**

Roberto Rotherham, presidente del Comité Turístico del Puerto de La Libertad, comentó que la zona del Puerto "necesita más vida nocturna pero no tenemos a nadie que nos diseñe un plan estratégico para promocionar los negocios".

Fomentará la generación de empleo

# Tamanique le coquetea al turismo

» Construirán dos hoteles de montaña y un hotel frente a la plaza del pueblo el próximo año

Milady Cruz

El pueblo de Tamanique, en el departamento de La Libertad, busca despertar al turismo. El próximo año se pretende construir dos hoteles de montaña y un hotel frente a la plaza del pueblo, con el objeto de explorar turísticamente sus bellezas naturales.

Walter Rieger, propietario del hotel y restaurante Tekuani

Kal, en playa El Tunco, dijo que se expandirá hacia el cerro La Gloria, Tamanique, donde ya inició la construcción de un hotel de montaña.

El hotel constará de más de seis habitaciones, un restaurante, senderos y miradores, entre otros atractivos. Además, será construido en cuatro manzanas de terreno, según datos de la Alcaldía de dicha localidad.

Los otros dos empresarios que invertirán en el segundo hotel de montaña y uno "urbano" ya están en trámites legales para comenzar la edificación en el primer semestre de 2008.

Con la nueva oferta hotelera se contribuirá al crecimiento de la tasa ocupacional en pequeños hoteles y hostales de playa, además que se busca atraer a más turistas nacionales y extranjeros.

"El Salvador tiene un fuerte potencial turístico. Nosotros queremos ayudarle a la gente de Tamanique a desarrollar el pueblo como un destino que genere impacto en los visitantes y empleos directos en la zona. El turismo es un rubro que permite pagarle bien a la gente", destacó Rieger.

El municipio de Tamanique será pionero en apostar al turismo rural y de aventura en la zona que cubre las playas de El Sunzal, El Tunco y El Palmar.

Según las estimaciones, hasta el momento se han invertido un promedio de 40,000 dólares en el primer hotel de montaña, aunque dicha inversión podría aumentar.

**UN CONCEPTO NOVEDOSO**

Alirio Hernández, jefe de catastro de la Alcaldía de Tamanique, indicó que el segundo proyecto de montaña tendrá un concepto tipo hostel-clínica de medicina natural. "Uno de los empresarios de origen alemán que es doctor, quiere traer al país personas retiradas de Europa para brindarles atención médica con plantas naturales y ofrecer una especie de turismo tipo "florterapia".

Agregó que la idea del inversionista extranjero es construir cabañitas con senderos para que los visitantes tengan un lugar tranquilo y en contacto pleno



EL MUNICIPIO DE TAMANIQUE tiene un aproximado de 15,400 habitantes, según datos estadísticos de la Alcaldía. El pueblo cuenta con siete sitios arqueológicos vírgenes.

# Las montañas chalatecas, un lugar para visitar

Un paseo a El Pital puede convertirse en una aventura a disfrutar durante la temporada de vacaciones de diciembre, cuando el frío en la zona es mayor.

NOIVIA CRUZ  
departamentos@laprensa.com.sv

**E**l turismo de montaña puede ser una opción durante esta temporada vacacional en la zona alta de Chalatenango.

Algunos turistas han viajado al norte del país para disfrutar del clima fresco, la vegetación y la aventura en

el cerro El Pital.

La montaña más alta del país ha recibido a muchos turistas en esta temporada que se han deleitado en los parajes naturales.

Para los amantes del deporte, El Pital ofrece caminatas por calles y veredas en las que se puede disfrutar de la temperatura, que en ocasiones llega a 11 grados centígrados.

Para los más osados el cerro El Pital ofrece cruzar a través de un árbol la famosa

Piedra Rajada y el área para acampar. Asimismo, los turistas pueden disfrutar de ricos platos de comida.

El Pital se encuentra ubicado en el municipio de San Ignacio, en el departamento de Chalatenango. Con una altura de 2,730 metros sobre el nivel del mar, está en la zona más alta del país.

Durante el viaje los turistas pueden disfrutar y conocer el municipio de La Palma y San Ignacio, ahondar en la artesanía, los ríos y



*Este lugar es el más bonito que hay en El Salvador. Merece la pena llegar hasta aquí.*  
Zulma Moreno, turista.

las comidas típicas que sus lugareños ofrecen a los turistas.

## FLORES, FRUTAS...

Además, en el recorrido de la visita a la zona alta de Chalatenango, se pueden observar los cultivos de hortalizas, flores y frutas propios de la zona, como fresas, melocotones, cebollines, tomates, repollos, papas y espárragos, entre otras.

En la zona también se encuentran agromercados, en los que pueden adquirirse los productos recién cosechados a bajos precios, porque son comercializados por los mismos agricultores.

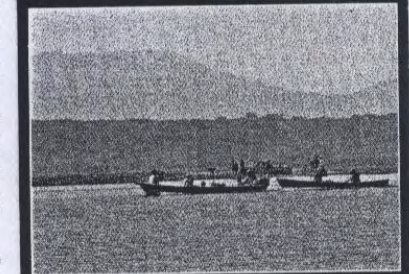
Para finalizar el paseo por una de las zonas más bellas del país, puede saborear una quesadilla recién preparada con un café caliente en el frío escenario de las montañas chalatecas.

*Es cansado el viaje, pero todo el camino se disfruta mucho, porque realmente uno se sale de la rutina.*

Rosa María Meza, turista.

*Son lugares que muy poca gente conoce, porque no se les da la promoción para que lo visiten.*

Cristian Palma, turista.



## Piedra Raja.

Un grupo de turistas admiran la Piedra Rajada, ubicada en el cerro El Pital, la montaña más alta del país.



FOTOS DE LA PRENSA NOIVIA CRUZ

## GRATITUD E INVITACION A MISAS

Agradecemos a todas las personas, amistades y familiares que durante el presente año, nos expresaron su aprecio y cariño, por el fallecimiento de nuestra amada esposa, madre y hermana:

## ANA SIL VIA CESTONI PARDUCCI DE JUAREZ

En memoria del PRIMER ANIVERSARIO de haber entregado su alma al Creador, invitamos al Novenario de Misas que se celebrarán desde el 31 de Diciembre del corriente, hasta el 8 de Enero del 2008 a las 6:00 p.m. en la Iglesia CORAZON DE MARIA, Colonia Escalón.

Su compañía, oraciones y palabras de aliento, gozan de nuestra eterna gratitud.

- Su esposo Raúl Juárez Morales
- Sus hijos Raúl Antonio Juárez Cestoni, Margarita Orellana de Juárez C. e hijos, Carlos René Juárez Cestoni, Sonsire Molina de Juárez C. e hijas, Ivo Rafael Juárez Cestoni, Claudia Rivera de Juárez C. e hijos
- Sus hermanos Mario Antonio Cestoni Parducci, Sra. e hijos, Elda Mercedes Cestoni Parducci e hijo, René Fernando Cestoni Parducci y Sra., Irma Antonieta Cestoni de López y familia.

*Pasarán más de mil años muchos más.  
Yo no sé si tenga amor la eternidad,  
Pero allá tal como aquí,  
En la boca llevarás sabor a mí.....*

San Salvador, 31 de Diciembre de 2007.

## Listado de participantes

### Grupo Focal No. 3

Nombre	Edad	Profesión	Lugar de trabajo o estudio
Boris Iraheta	27	Mercadólogo	La Prensa Gráfica
Edilmar Avalos	28	Ingeniero Civil	Instituto Salvadoreño del Cemento y Concreto
Héctor Murcia	25	Estudiante de Periodismo	UES
Evelyn Meléndez	23	Estudiante de Lenguas Modernas	UES
Yeny Reyes	23	Estudiante de Periodismo	UES

## GUÍA DE PREGUNTAS GRUPO FOCAL N. 3

### USO INFORMATIVO

1. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).
2. Con base a su experiencia como lector habitual ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?
3. ¿Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible?
4. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?
5. A su criterio ¿Es suficiente la cantidad de imágenes utilizadas para la promoción del turismo sostenible?
6. Dentro de las formas de presentar la información: Noticias, Reportajes y/o suplementos ¿Cuál considera que ha sido la más idónea para abordar el turismo sostenible? ¿Por qué?
7. ¿Considera que el texto presentado en las informaciones lo transportan al sitio turístico presentado y le animan a visitarlo a pesar de las diversas actividades que en navidad se realizan? ¿Por qué?
8. ¿Considera que las informaciones presentadas más que fomentar la recreación, invitan a la conservación y cuidado del medio ambiente, a conocer el patrimonio cultural y a promover el desarrollo económico local del lugar o zona turística a visitar? Explique.
9. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

### REACCIONES

10. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas?
11. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique.
12. ¿Acostumbra visitar sitios en los que pueda realizar turismo sostenible durante las últimas vacaciones del año? ¿Considera que es un buen período? Explique.
13. ¿Alguna vez ha compartido la información de los periódicos con otras personas como un recurso que le permita promover el turismo sostenible? ¿Por qué? Comente.

# RESUMEN DE OPINIONES VERTIDAS EN EL 3º GRUPO FOCAL

Sábado 26 de abril de 2008

*La influencia de las informaciones en los lectores de La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo, durante los períodos vacacionales más importantes de 2007 en la búsqueda de un turismo sostenible en El Salvador.*

Período vacacional evaluado: Diciembre 2007

## USO INFORMATIVO

I. ¿Qué entiende por turismo sostenible? (Posterior a la respuesta, definir el concepto).

Respuestas:

- **Edilmar:** Es hacer un beneficio del turismo para crear desarrollo en la comunidad, lo relaciono con un ingreso económico que se pueda generar al lugar, lo que permite el desarrollo también económico de la población.
- **Boris:** Abarca las siguientes dos vías: el beneficio económico que la gente obtiene del turismo y la protección que se le da a los recursos naturales. Debe haber un equilibrio entre la inversión extranjera y los recursos, es muy importante las políticas gubernamentales para que los pequeños inversionistas no se pierdan.
- **Héctor:** Comparto lo mismo de Boris. Un turismo sostenible que ayude a las personas del lugar, proteger los recursos, que estos les sirvan para sobrevivir y convivir.
- **Evelyn:** Hay que conservar el lugar, se debe mantener.
- **Yeny:** Es el turismo donde se contrata a sus mismos pobladores, para crearles ingresos. Debe haber cuidado del medio ambiente y equilibrio, no solo explotación. Algo que no se da en todos los lugares.

(Lectura del material sobre concepto y pilares que conforman el turismo sostenible).



2. Con base a su experiencia como lector habitual ¿Considera que actualmente los periódicos se interesan en promover el turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Héctor:** Los medios de comunicación no tienen suficiente material o interés en promover el turismo sostenible. No hay políticas bien definidas en los medios para ello.
- **Evelyn:** No, porque no hay atención por parte de los medios de comunicación en los lectores que no tienen suficientes recursos, es decir no se ve en las notas un “turismo para todos”, porque las notas son exclusivistas.
- **Boris:** La promoción del turismo va dirigida a ciertos segmentos, considero que sí hay un esfuerzo pequeño que está dando preponderancia al turismo, pero no es con la intensidad deseada.
- **Edilmar:** No, no hay interés en los medios. En las opciones que presentan no se genera la motivación para hacer turismo sostenible. Los medios se limitan a presentar los lugares.
- **Yeny:** No se esfuerzan mucho en promover el turismo, no les interesa que la gente conserve el lugar, su función es vender.

3. ¿Cuáles de estas notas cree que presentan o promocionan el turismo sostenible?

- **Boris:** ‘Turismo apunta su mira a las rutas de oriente’, ‘Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica’, ‘Tamanique le coquetea al turismo’ y ‘Las montañas chalatecas, un lugar para visitar’.
- **Héctor:** ‘Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica’ y ‘Tamanique le coquetea al turismo’.
- **Edilmar:** ‘Turismo apunta su mira a las rutas de oriente’, ‘Tamanique le coquetea al turismo’ y ‘La Pirraya: olvido y ecología’.
- **Yeny:** ‘Turismo apunta su mira a las rutas de oriente’ y ‘Tamanique le coquetea al turismo’.
- **Evelyn:** ‘Turismo apunta su mira a las rutas de oriente’, ‘Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica’, ‘Tamanique le coquetea al turismo’ y ‘Las montañas chalatecas, un lugar para visitar’.

**Consenso:** La nota ‘¡A gozar del 25!’ no es de turismo sostenible.

4. ¿Cuál periódico a través de las imágenes y/o textos presentados fomenta el desarrollo del turismo sostenible? ¿Por qué?

- **Boris:** No es posible determinarse con una muestra tan pequeña de notas, pero de hacerse sería El Diario de Hoy, debido a los titulares utilizados.
- **Evelyn:** El Diario de Hoy por las fotos y recuadros que adjunta.
- **Edilmar:** El Diario de Hoy por sus textos y diagramación.
- **Yeny:** El Diario de Hoy, específicamente porque los temas que involucra son problemáticas que viven las comunidades, y por un buen diseño.
- **Héctor:** El Diario de Hoy por el tratamiento a la información que le da.

5. A su criterio ¿Es suficiente la cantidad de imágenes utilizadas para la promoción del turismo sostenible? Comente. ¿Y cuál es la imagen que les gusta más?

- **Evelyn:** La Prensa Gráfica no tiene suficiente promoción visual, Diario El Mundo pienso que no es suficiente y El Diario de Hoy definitivamente saca más fotos, podría ser. Foto: 'Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica'.
- **Edilmar:** No, por el diseño, que muchas veces es malo, no atrae. la foto: 'Francia apoyará hostales rurales de Centroamérica'.
- **Boris:** Hay suficiente fotos, pero el concepto de foto no se ha explotado completamente, yo me quedo con '¡A gozar del 25!' y con la '...oferta hotelera en El Tunco'.
- **Héctor:** Sí es suficiente. La foto de 'Los turistas extranjeros no hacen turismo de montaña'.
- **Yeny:** Las fotos de 'Tamanique le coquetea al turismo' porque allí aparecen elementos vivos.

6. Dentro de las formas de presentar la información: Noticias, Reportajes y/o suplementos ¿Cuál considera que ha sido la más idónea para abordar el turismo sostenible? ¿Por qué?/ Utilice ejemplos.

- **Héctor:** el reportaje, porque hay más indicaciones.
- **Boris:** El reportaje, porque amplía más y da más tips.
- **Edilmar:** El reportaje porque es más descriptivo.
- **Evelyn:** Reportaje porque da más información.
- **Yeny:** Crónica.

7. ¿Considera que el texto presentado en las informaciones lo transportan al sitio turístico presentado y le animan a visitarlo a pesar de las diversas actividades que en navidad se realizan? ¿Por qué?/ Cite ejemplos.

- **Yeny:** creo que es época para salir con la familia que viene del 'exterior' y se puede aprovechar estos lugares porque hay aguinaldo también. Ninguna nota.
- **Boris:** La que invita más es la de 'Las montañas chalatecas,...' Sí, me motiva, por el tiempo que queda siempre es antes o después del 24.
- **Evelyn:** "Las montañas chalatecas..." Pero, el contenido de la nota no llama porque refleja gastar mucho dinero.
- **Edilmar:** Ninguna nota.
- **Héctor:** Ninguna nota.

8. ¿Considera que las informaciones presentadas más que fomentar la recreación, invitan a la conservación y cuidado del medio ambiente, a conocer el patrimonio cultural y a promover el desarrollo económico local del lugar o zona turística a visitar? Explique.

- **Yeny:** Algunas porque te invitan a conocer la historia y cultura.
- **Edilmar:** Creo que invitan más a la diversión. Falta promover lo sostenible del turismo.
- **Evelyn:** Algunas sí, por ejemplo las que te llaman a conservar el medio ambiente como la de 'La Pirraya... y "Voluntad contra el Olvido...".
- **Héctor:** La única es la de "La Pirraya...", porque invita a cuidar los recursos naturales.
- **Boris:** La de cultura "Voluntad contra el Olvido...", esa pienso que sí porque invoca a la memoria histórica.

9. ¿Cuáles considera que son los aspectos que los periódicos deben mejorar para la promoción del turismo sostenible?

- **Evelyn:** Deberían de tener una hoja de denuncia para cuidar de los lugares no protegidos o descuidados. Los medios deben promover lo bueno, pero también algunos males, como la falta de cultura de algunas personas y otros. Deberían de incluir recomendaciones y sugerencias para los lectores.

- **Boris:** El medio de comunicación debe de facilitarle a la gente la asistencia a los lugares turísticos, por ejemplo con ayuda de mapas y otras rutas. Y se debe de hacer una función educativa y decir lo que sucede si se hace lo indebido, esto para fomentar en las nuevas generaciones.
- **Edilmar:** Les falta objetividad e imparcialidad, debe de dársele seguimiento a un caso ‘problema’, no debe ser de temporada. Deben denunciar para generar conciencia a la gente y al gobierno.
- **Héctor:** No es un problema de los medios, sino de políticas gubernamentales.
- **Yeny:** Es un problema de raíz, está en cuestión si los medios cumplen o no su función social.

## REACCIONES

10. ¿Qué le evocan las imágenes presentadas en las notas? Utilice ejemplos.

- **Edilmar:** Indignación. Evocan engaño (Gestos: molestia, inconformidad, decepción e indignación). Se ve bonito, pero a saber.
- **Evelyn:** (Indignación, tristeza y frustración) sobretodo en la nota de ‘La Pirraya...’.
- **Yeny:** Confusión cuando ya se conoce el lugar.
- **Boris:** Indiferencia en algunas fotos de los hoteles.

11. ¿Considera que la información, tal como la presentan los periódicos, es suficiente para animarle a realizar turismo sostenible? Explique.

- **Edilmar:** No, pienso que no es suficiente porque no hay un enfoque correcto si hablamos de turismo sostenible.
- **Evelyn:** Yo pienso que no, ¿por qué no? No es suficiente, se quedan cortos hay otros elementos que pueden agregar en las notas, algunas otras cosas por ejemplo, hay algunas personas que no conocen El Salvador, pero el medio puede contribuir dando más opciones, para la gente que no tiene recursos, pueden dar consejos de qué hacer para pasarla bien, deberían de poner algún mapa o ruta para la gente que no conoce.
- **Boris:** La nota: “Pirraya...”, crea conciencia, es la única. Pero eso no es suficiente.
- **Yeny:** Dependerá del tipo de lector. Hay gente que va a los lugares y no colabora, tira basura, aún cuando en algunas notas se sugiere que no. Depende de la interpretación que le dé el lector.
- **Héctor:** Faltan elementos.

12. ¿Acostumbra visitar sitios en los que pueda realizar turismo sostenible durante las últimas vacaciones del año? ¿Considera que es un buen período? Explique.

- **Edilmar:** No, lo dedico al descanso; aparte porque hay peligro o desconfianza en dejar la casa sola, pues los mismo medios como que si lo condicionan a uno del peligro que hay en vacaciones.
- **Boris:** No, es un período corto y agitado, hay muchas actividades y no hay relajamiento.
- **Yeny:** No acostumbro a salir en períodos vacacionales, para mí no es un buen período porque están muy llenos los sitios turísticos. Lo hago mejor en inter ciclos.
- **Evelyn:** No es un buen período.
- **Héctor:** No, muy pocas veces.

13. ¿Alguna vez ha compartido la información de los periódicos con otras personas como un recurso que le permita promover el turismo sostenible?

- **Boris:** Sí, con amigos o con mi familia, las notas que me gustan las guardo para compartirlas.
- **Evelyn:** Sí, ya lo he hecho. Por ejemplo si tenés notas de crítica como la de ‘La Pirraya...’es para compartir porque uno puede comentar a cerca de lo difícil que está pasando, uno critica y puede comentar también de lo que está haciendo el ministerio, entonces para eso sirve. Y algunas notas, como la que dice que hay buses alegres, dan ganas de ir, para ver si es verdad y uno lo comenta.
- **Edilmar:** No las utilizo, mi forma de hacer turismo sostenible es otra porque voy y también invito porque conozco o porque me lo han recomendado, pero no porque en el periódico lo vi, puedo tener la idea o el dato del lugar que ahí vi, pero nada más.
- **Héctor:** No, voy a los lugares por recomendación. Que me acuerde nunca he retomado una nota del periódico para compartir.
- **Yeny:** Es punto de partida para comentar con los amigos, yo les cuento a mis amigos lo que he leído.

## GUIA DE EXPRESIONES NO VERBALES

### GRUPO FOCAL No. 3

#### USO INFORMATIVO

Nº de Pregunta	Actitudes
1	Participativa y ordenada por parte de todos y mucha atención. Ansias por continuar opinando.
2	Crítica de Evelyn y contra crítica por parte de Boris.
3	Entusiasmo de Boris por contestar.
4	Crítica a la metodología utilizada, por parte de Boris y miradas de incredulidad hacia los demás, cuando contestaban.
5	Inquietudes e inseguridades expresadas por Edilmar y Boris. Críticas de Yeny
6	Participación ordenada de todos, consenso en la respuesta: el reportaje
7	Participantes esperan que se les indique cuando hablar y son breves en sus respuestas.
8	Entusiasmo por parte de Evelyn de dar a conocer su reflexión. Con lentitud los demás opinan.
9	Se reanimó el entusiasmo de todos al contestar con críticas y sugerencias.

#### REACCIONES

Nº de Pregunta	Actitudes
10	Bromas y entusiasmo en las críticas, orden al opinar.
11	Edilmar y Héctor cortantes, Evelyn muy extensa.
12	Todos muy atentos a opiniones ajenas.
13	Participación fue lenta, esperaban que se les pidiera su opinión.

