



La fotografía: una experiencia para el aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el Zulia¹

LÚQUEZ, Petra; LÓPEZ Luis
BLANCHARD, Rosalinda y SÁNCHEZ, Margarita

petralu@hotmail.com - luisrenelopez@yahoo.com
rblanchardn@gmail.com - margsf@cantv.net

Resumen

El turismo se ha convertido en una actividad y en una necesidad del hombre, que busca a través de él, el retiro temporal de sus actividades cotidianas. En pertinencia con este supuesto se ofrece en la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ, la cátedra Geografía Turística, para las Escuelas de Educación y Comunicación Social. El objetivo de la investigación es valorar a la fotografía como estrategia para la enseñanza de la geografía turística. La metodología utilizada responde a los principios del método geográfico y a la propuesta de la Investigación-Acción. Los resultados de la investigación son una contribución a los procesos de enseñanza-aprendizaje de dicha cátedra, por centrarse en el empleo de la fotografía como recurso para valorar la importancia de la actividad turística en los espacios geográficos determinados a partir de los fundamentos teórico-metodológicos de la geografía y el turismo que conducen a la promoción turística del Estado Zulia, plasmado en un registro fotográfico de 3000 fotos aproximadamente.

Palabras clave: Turismo, geografía turística, fotografía turística, estrategia y promoción.

Recibido: Mayo 2006

Aceptado: Junio 2006

1 Esta investigación forma parte de un proyecto auspiciado por el CONDES signado con el número CH-1028-04 el cual está referido a la fotografía y geografía turística en el Estado Zulia.

Photography: an experience in learning about tourist geography and the promotion of tourism in Zulia State

Abstract

Tourism has become an activity and a necessity for man, who searches therein, for the temporary retirement from his daily activities. In relation to this assumption, the Faculty of Humanities and Education at LUZ, offers the academic career of Tourist Geography, in the Schools of Education and Social Communication. The objective of this research is to evaluate photography as a strategy for the education of tourist geography. The methodology utilized responds to the principles of the geographic method and to the proposal of research-action. The results of the research are a contribution to the processes of education-learning in this academic area, centered upon the use of photography in the form of a photographic registry of 3000 photos, as a resource to give value to the importance of the tourist activity in the geographic spaces determined from the theoretical-methodological foundations of geography and tourism and that lead to tourist promotion in Zulia State.

Key words: Tourism, tourist geography, tourist photography, strategy and promotion.

Introducción

Etimológicamente la palabra fotografía quiere decir “escribir con luz o escritura con luz” pues proviene de dos vocablos griegos, *photos* (luz) y *graphos* (escritura). Realmente casi no se concibe ningún otro término para definir un arte que sólo existe por su conjunción perfecta con las fuerzas vivas de la naturaleza: la física y la química.

La materia prima de la fotografía es la luz, que en su estado natural viaja desde su fuente, el sol, a una velocidad de 300.000 Km. /seg.; es capaz de descomponerse y crear el color y también es capaz de incidir de distinta manera en todo lo que existe sobre la faz de la tierra. La luz permite la formación y la fijación de las imágenes; sin luz no podríamos percibir los objetos, no podríamos ni ver ni fotografiar los objetos.

Además de ser concebida como el arte de captar el alma individual y colectiva, la fotografía es la herramienta indispensable de casi todos los quehaceres del hombre. Está presente en la medicina, la astronomía, las comunicaciones, artes, publicidad, moda, educación, la geografía y, por supuesto, en el turismo.

En este sentido, la fotografía turística no es más que la fusión lógica de dos grandes disciplinas y actividades humanas: la fotografía y el turismo. La primera, concebida como arte-ciencia, la segunda como actividad económica que involucra y se sirve de otras artes, de otras ciencias, de otras industrias y de otras actividades humanas para poder operar.

A nadie se le ocurriría separar la fotografía y el turismo, pues hasta sus orígenes son similares y cercanos. La génesis de ambos es común: la fotografía se consolidó a partir de 1826, cuando Joseph N. Niepce logró, por primera vez, fijar una imagen fotográfica. Este hecho cristalizó el esfuerzo de muchos investigadores, científicos y artistas que a lo largo de varios siglos intentaron capturar y fijar imágenes (Blanchard, 1998).

Por su parte, el turismo, como actividad humana que es, no tiene inventor, pertenece a la humanidad y sólo a ella puede atribuirse su autoría y transformación. Sin embargo, es innegable que se considere al inglés Tomas Cook como el padre del turismo moderno, pues fue él el primero en detectar una necesidad y crear productos y servicios destinados a satisfacer esa necesidad. Esta actividad, concebida, organizada y ejecutada con un objetivo claramente turístico, la comenzó Cook en 1845.

Casi paralelamente, hacia 1851, el también inglés Frederick Scott Archer perfeccionó la naciente técnica fotográfica creando el colodión húmedo, técnica que permitió darle movilidad y desplazamiento a la fotografía y dio inicio al fotoperiodismo y a la fotografía turística en Europa y América. Tres décadas enlazan y separan a la vez a la fotografía y al turismo, treinta años que sellaron la historia de mucho más de un siglo: sirvieron para revelar al mundo culturas exóticas, para documentar expediciones arqueológicas, científicas y de estudio y comprensión de la naturaleza y la geografía.

Por esto, a partir de 1850, la fotografía fue la única forma que el hombre encontró para mostrar, promocionar y vender destinos, atractivos y productos turísticos. Hoy, 155 años después, sigue siéndolo.

1. El lenguaje fotográfico en el turismo

Desde que la humanidad irrumpió en esta Tierra, los seres humanos han sentido la necesidad de comunicarse. La comunicación humana se ha plasmado en piedras, cavernas, pieles, pergaminos, papeles y, más recientemente, en el espacio cibernético.

Para abordar y satisfacer esta necesidad, el hombre se vale de muchísimas formas de comunicación donde, obviamente, la más resaltante es el lenguaje oral, entendido éste como la capacidad que tiene de poseer una lengua o sistema de códigos que le permitan la comunicación.

El lenguaje fotográfico al que alude J. Costa, citado por Zunzunegui (1995), apunta al hecho de que la particularidad de la fotografía no reside en ser un mecanismo apto para reproducir la realidad, sino en su capacidad de producir imágenes icónicas a partir de la luz y por medios técnicos sobre un soporte sensible. La fotografía no reproduce las apariencias de lo visible, sino que hace visible y permite descubrir en ella fragmentos de la realidad visual, rasgos que suponen la marca del autor y unos signos o formas sin referentes en el mundo de las cosas visibles, que están en la imagen pero no en la realidad, por lo que en toda fotografía existen signos literales y abstractos.

De allí que no cabe ninguna duda sobre la condición de la fotografía de ser, en sí misma, un lenguaje. Por tanto, como lenguaje, tiene sus propios códigos, sus propias reglas, su propia sintaxis. Para Dondis (1986) los fundamentos sintácticos de la alfabetidad visual (donde se inscribe el lenguaje fotográfico) comienzan por la percepción, entendiéndose ésta como una fase de organización donde los mensajes recibidos por la vista no son sino el comienzo de una compleja cadena operacional destinada a elaborarlos, organizarlos y transformarlos.

Según el autor, luego de este inicio de fase “operacional” lo que sigue en cuanto a alfabetidad visual son elementos que se complementan unos a otros, como por ejemplo, la necesidad innata del ser humano de buscar *equilibrio* en todo lo que ve, pero a la vez, la tentación de percibir cierta *tensión* que, más elaborada podría considerarse *nivelación* y *aguzamiento*; sigue en la cadena de sintaxis visual la *preferencia por el ángulo inferior izquierdo*, ya que en occidente nuestra lectura es de izquierda a derecha, condicionando de esta manera nuestra forma de ver y de interpretar el mundo exterior; luego la capacidad de la percepción retínica de *atraer* y *agrupar* elementos para configurar un todo y, finalmente, *positivo* y *negativo*, aludiendo al punto de concentración primario de toda imagen que percibimos por la vista.

La fotografía traza una línea que divide la historia icónica del mundo. Es una cristalización del instante visual y además es la cristalización y el encuentro de esfuerzos individuales a lo largo de la historia. Ya en la antigua Grecia, Aristóteles hablaba de los principios ópticos de la fotografía. En el siglo XI, el árabe Al-Hazán describe perfectamente la cámara oscura y, en el siglo XVI, Leonardo Da Vinci regala al mundo los bocetos de la misma, con la perfección que caracterizó toda su obra; desde su génesis, la cámara oscura se utilizó para la observación astronómica de planetas, estrellas y eclipses. A esta primitiva cámara se le van agregando elementos (lentes, lentillas) que dan como resultado mayor nitidez de las imágenes.

Rápidamente la cámara oscura se convirtió en aliada de pintores y dibujantes hasta el punto que era entendida como una forma racional del arte. Muchos siglos habían logrado casi la perfección óptica de la cámara, pero todavía no habían podido obtener de ella imágenes claras y permanentes. Faltaba desarrollar la parte fotoquímica, ya que la parte física estaba muy bien desarrollada. Las investigaciones de Schulze, Sénebier, Wedgood, marcan el camino hacia la fijación y reproducción de las imágenes obtenidas en la cámara oscura, por medio de reacciones químicas en superficies debidamente preparadas (Blanchard, 1998). Joseph Nicephoro Niepce reuniría todos estos elementos en 1826. Así se consiguió,

por primera vez, realizar imágenes mediante un proceso técnico que liberaba al hombre de la dependencia de su habilidad manual para la reproducción de las apariencias de la realidad.

De allí en más, la fotografía ha extendido su uso y funciones a todos los quehaceres y disciplinas humanas. Ha sido objeto de estudio en diversos niveles educativos, se le considera una técnica, un lenguaje, se le agrega la semiótica fotográfica (Barthes, 1984), pero, finalmente, al margen de toda discusión, la fotografía puede perfectamente considerarse estrategia de enseñanza-aprendizaje y un medio de promoción turística.

La investigación que ha dado pie a estas líneas surge de la necesidad de proporcionar a los estudiantes de las cátedras Geografía Turística y Fotografía Turística² recursos idóneos para el aprendizaje de la Geografía Turística del Zulia y de Venezuela. Esto motivado a que los viajes o recorridos de campo (indispensables y necesarios para el logro de los objetivos del curso), representan un alto costo monetario para estudiantes, para profesores y para la propia universidad, así como una inversión de tiempo considerable que se hace problemática a la hora de compaginar con otras cátedras; y, como apéndice, esta investigación sirvió para demostrar que la fotografía y sobre todo la fotografía turística es el elemento e instrumento indispensable y necesario para mostrar, promocionar y vender destinos, atractivos y productos turísticos.

Actualmente la fotografía es inseparable del turismo. Una fotografía turística bien concebida es capaz de mostrar, referencialmente, el clima, el relieve, la vegetación y todo lo que tiene que ver con la geografía turística de un lugar específico. Mostrar en aula todos estos elementos y variables, necesarios para el conocimiento geográfico, es posible mediante la fotografía, por lo que su justifi-

2 La cátedra Geografía Turística pertenece al Departamento de Geografía de la Escuela de Educación y la cátedra Fotografía Turística a los Departamentos de Periodismo Impreso, Periodismo Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas de la Escuela de Comunicación Social; ambas de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia.

cación, aprovechamiento y uso es determinante en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la geografía turística.

Así, mediante el uso de la fotografía en la cátedra Geografía Turística y Fotografía Turística se pretende formar al alumno con una visión crítica y amplia del espacio donde se desarrollan las actividades turísticas del Zulia y de Venezuela, con una visión integral del fenómeno turístico en un espacio determinado para analizar y fijar los criterios que permitan abordar la actividad turística sin perder de vista las condiciones geográficas, las potencialidades turísticas, las condiciones socio-económicas y tecnológicas del medio ambiente.

La fotografía, en tanto lenguaje, comunica no sólo imágenes y elementos constitutivos de las mismas, sino que expresa usos y aprovechamientos inusitados. De la investigación se desprendió la creación y diseño de un software educativo para la enseñanza de la geografía turística y la promoción turística del Zulia y Venezuela basado, principalmente, en la fotografía turística de las zonas turísticas del país y de las sub-regiones del Zulia, categorizado y agrupado geográficamente en Playas, Llanos, Páramos y Selvas.

La fotografía turística debe seguir lineamientos específicos que respondan al objetivo básico de mostrar, de promocionar, de brindar información y conocimiento. La fotografía destinada para estos fines debe contener datos específicos de la geografía: suelos, clima, vegetación, relieve, fauna así como también de elementos culturales, étnicos y poblacionales. Los materiales promocionales que utilizan la fotografía deben saber explotar las imágenes y prescindir del abuso del texto escrito. Los elementos como color, texturas, composición, encuadre, perspectivas, deben pensarse concienzudamente y aún cuando el turismo es de la gente y para la gente, la fotografía turística no debe abusar del elemento humano; éste sólo debe utilizarse en su justa dimensión, cuando es necesario para mostrar poblaciones, pueblos, ciudades o cuando las personas forman parte intrínseca del ambiente.

El uso de la fotografía en blanco y negro queda justificado para fotografías turísticas de carácter histórico, artístico, para cier-

tas manifestaciones culturales. La fotografía turística no necesaria ni obligatoriamente debe ser a color, aún cuando es indudable por ejemplo, la tentación perceptiva y sensorial de una fotografía bien lograda de un paraíso tropical, donde el azul del mar, el blanco de la arena y el verde de la vegetación circundante ejercen una influencia indiscutible en quien observa.

Básicamente la fotografía turística puede ser de dos tipos (Blanchard, 1998):

1. La Fotografía Turística Personal: Es la que hacen los propios turistas cuando visitan un atractivo. El turista puede o no poseer conocimientos fotográficos previos pero lo interesante de esta fotografía turística es su potencial para convertirse en propaganda turística porque el turista toma la fotografía del destino, la muestra a familiares, amigos y conocidos y promueve y potencia el turismo en esas otras personas que ven la fotografía, sin la intención de “vender” comercialmente hablando, el mencionado destino.
2. La Fotografía Turística Publicitaria y Promocional: Está o debería estar pensada, diseñada y ejecutada por especialistas en fotografía y marketing turístico puesto que para realizarla, previamente deben tomarse en cuenta elementos importantes del marketing como el producto turístico, el precio, el tipo de promoción a la que se va a destinar, el mercado y los canales de distribución que se utilizarán. La fotografía es un material promocional tradicional pero efectivo si se le aplican correctamente los conceptos de creatividad e innovación.

Los materiales promocionales de atractivos turísticos deben estar, metafóricamente hablando, invadidos de excelentes fotografías turísticas y estos mismos materiales que sirven para vender destinos, también pueden servir perfectamente para enseñar y aprender geografía turística; para poder diferenciar una selva de un bosque tropical, costas marinas de costas fluviales o lacustres, un páramo de un cerro, por nombrar solamente algunos elementos geográficos que pueden estar presentes en la fotografía turística. Y para decirlo con las palabras del primer fotógrafo turístico que hizo de Venezuela su lienzo, el húngaro Pál Rosti (Memorias de

una Viaje por América) recordamos...” para difundir el conocimiento relativo a la Tierra casi no hay medio más eficaz que el de poder ofrecer claras imágenes mediante fotografías caracterizadas fieles, de algunos paisajes de las diversas regiones, sus ciudades, edificaciones, plantas, etc.” (Pérez, 1994).

2. La fotografía y la enseñanza de la geografía turística

En una disciplina como la Geografía y específicamente la Geografía Turística, preocupada por localizar, describir, explicar y comparar los espacios y fenómenos turísticos, que resultan de la interacción hombre-medio y que se materializan en paisajes, la fotografía cumple una importante función como recurso didáctico y como instrumento de análisis geográfico en sí mismo, por su papel en la formación de imágenes mentales que mueven a la acción e interesa a la Geografía de las representaciones.

La fotografía facilita el contacto con el mundo que nos rodea y la aproximación a los espacios lejanos, muestran de forma estática paisajes que resultan de las interrelaciones entre factores físicos y humanos, y permiten describir, analizar, comentar y comparar formas de ocupación y aprovechamiento del territorio con el complemento de mapas, gráficos y estadísticas.

La fotografía es el recurso visual más antiguo y conocido. Desde sus orígenes está presente en los manuales de Geografía y forma parte de las costumbres y vida cotidiana de la acción educativa. Debido a sus ventajas didácticas y facilidad de uso, no sólo no ha sido desplazada como eficaz herramienta de aprendizaje por las nuevas tecnologías sino que tiende a adquirir una importancia cada vez mayor.

Las fotos son un material didáctico especialmente apropiado para la Geografía, la cual como principio primario se basa en la observación. Como instrumento de análisis indirecto del paisaje, ilustran conceptos y nociones que a veces resultan difíciles de ver, y en cuanto introducen la realidad en el aula, resultan especialmente adecuadas para evocar espacios y corregir imágenes falsas de los alumnos sobre ellos. De ese modo Fairgrieve (1951) justificaba

el uso de la fotografía en la enseñanza de la Geografía como medio “para habituar a los futuros ciudadanos a imaginar adecuadamente las condiciones del gran escenario del mundo”.

Las posibilidades temáticas de la fotografía en la enseñanza de la Geografía Turística, son enormemente variadas y útiles, por lo que su selección ha de hacerse en función de los objetivos de conocimiento de las unidades temáticas que conforman en el Programa Didáctico de dicha cátedra. Según estas unidades temáticas, las fotografías pueden recoger hechos, fenómenos y elementos turísticos singularizados, como formas del relieve, vegetación, modos de ocupación del territorio, actividades humanas en sus propios medios o vistas generales de paisajes, pero en todo caso las fotos han de ser de la mayor claridad y atractivas posibles, tanto para la actividad educativa como para la promoción del turismo.

En este sentido, las formas de explotación didáctica de las fotografías en la cátedra de Geografía Turística son muy importantes para los alumnos participantes en la misma, ya que, a través de ellas, los alumnos con la ayuda del profesor descubren mediante la observación lo geográficamente significativo en las fotografías, señalar las relaciones existentes entre los diferentes elementos observados y explicar causalmente los fenómenos contemplados e interpretar o hacer la síntesis geográfica de los elementos turísticos presentes en las fotografías. Todo esto siguiendo los principios y métodos de la Geografía.

3. Aspectos metodológicos

La metodología que sustentó la presente propuesta responde a algunos de los principios del método geográfico: localización, observación, descripción, análisis y síntesis, y a la propuesta de la investigación-acción, que se define (Elliot, 1993) como el estudio de una situación social para tratar de mejorar la práctica educativa y como una situación social con el fin de mejorar la calidad de la acción dentro de la misma. Para Kemmis (1988), citado por Moreno y Marrón, en su obra “Enseñar Geografía” (1996), define a la Investigación-Acción, como “una forma de indagación introspec-

tiva, colectiva, emprendida por los participantes y actores sociales con el objeto de mejorar la racionalidad y la justicia de sus prácticas sociales o educativas, así como una comprensión de esas prácticas y de las situaciones en que éstas tienen lugar” (p. 77). Justamente, el objetivo de la investigación-acción consiste en mejorar la práctica en vez de generar conocimientos; así, la producción y utilización de conocimiento se subordina a este objetivo fundamental y está condicionado por él.

La secuencia metodológica tuvo cuatro fases:

1. La Planificación: es la estrategia que se diseñó para alcanzar los objetivos y comprender el problema objeto de estudio, en este caso, la utilización de la fotografía como estrategia de enseñanza y aprendizaje de la geografía turística y la promoción del turismo en el estado Zulia. En la planificación se consideraron las limitaciones inherentes de los espacios turísticos del estado Zulia, los cuales, algunos están protegidos por leyes y reglamentos especiales.
2. La Acción: estuvo dirigida a la ubicación y localización de los espacios turísticos objeto de la captura de las imágenes fotográficas, introduciendo las variaciones que la misma dinámica de la fotografía como técnica exigía. El desarrollo de la acción fue objeto de observación sistemática, cuidadosa y rigurosa para recoger los datos que condujeron a su posterior valoración.
3. La Observación: fue simultánea al desarrollo de la acción o bien inmediatamente posterior. La observación permitió seleccionar y clasificar los espacios turísticos determinados para el registro fotográfico.
4. La Reflexión: cerró la secuencia o fases. Ella permitió encontrar un significado particular y general de lo que ocurrió durante la acción. Ésta se convirtió en la base para una nueva planificación, que dio paso para la planificación de nuevos proyectos referidos a la catalogación de los espacios turísticos por regiones administrativas de la región zuliana.

Respondiendo a la situación social y a los diversos planteamientos de la investigación-acción se introdujo la investigación de

campo para la recolección de datos directamente del espacio geográfico objeto de estudio, el cual quedó registrado en un archivo fotográfico de los recursos turísticos de estado Zulia con el fin de mejorar la praxis educativa y potenciar la promoción del turismo en la región zuliana.

4. Una visión del turismo geográfico en el Zulia

El turismo en el Zulia se encuentra en un incipiente proceso de desarrollo basado en la diversidad de atractivos naturales y escenarios turísticos con que cuenta el estado, que define “un significativo potencial de valores turísticos y recreacionales, tanto naturales, derivados de la diversidad paisajística y climática de su territorio, como valores culturales, derivados de su riqueza histórica, étnica, folclórica y artística, así como también del campo científico y tecnológico” (Delgado y otros, 1992: 131), que son factibles de aprovechamiento para las actividades turísticas demandadas a escala nacional e internacional, con gran rentabilidad económica.

Según el Plan Integral de Desarrollo Turístico del Estado Zulia (1990), la variabilidad físico-ambiental del estado Zulia, abarca desde las zonas desérticas en la Guajira, hasta las formaciones parameras en la Sierra de Perijá. Las bondades naturales con las que cuenta la región zuliana para la actividad turística, se pueden circunscribir, en primer lugar, a las ventajas comparativas que le ofrece su posición geográfica, y en segundo término, a la diversidad de escenarios y recursos en su territorio, tales como el Relámpago del Catatumbo, la vistosa artesanía indígena y el asentamiento de torres petroleras sobre el Lago de Maracaibo.

La diversidad de atractivos naturales y escénicos con los que cuenta el estado para el desarrollo de la actividad turística, están representados en atractivos de primer orden como son “el Lago de Maracaibo, el Golfo de Venezuela, las playas, bahías, islas, ciénagas y manglares, ríos y montañas como la Cordillera de Perijá, constituyen prueba de esa diversidad de escenarios propicios para la explotación de actividades recreativas como la pesca, velerismo,

esquí acuático, caza, montañismo y demás prácticas deportivas de interés para el turista” (Delgado y otros, 1992: 135).

La forma particular del estado Zulia, su diversidad físico-natural y ecológica, permite diferenciar subregiones que reúnen diversos potenciales de recursos turísticos los cuales se descubren con base en el inventario realizado en el Plan Integral de Desarrollo Turístico del estado.

4.1. Subregión Costa Oriental del Lago

Esta subregión está constituida por los municipios Miranda, Santa Rita, Cabimas, Simón Bolívar, Lagunillas, Valmore Rodríguez y Baralt; está definida por la localización de los principales yacimientos petroleros de Venezuela, sede de las impresionantes instalaciones industriales asociadas a su explotación.

En la parte norte de esta subregión, se encuentran recursos naturales y culturales donde destaca una considerable línea de playas, tanto hacia el Golfo de Venezuela, como hacia la Bahía de El Tablazo; el escenario natural declarado refugio de fauna Ciénaga de Los Olivitos, sitio de conservación, reproducción y preservación de flamings, en un área cenagosa y de manglares. En la zona sur de esta subregión los recursos turísticos culturales se destacan sobre los turísticos naturales, sobresaliendo los pueblos palafíticos de San Timoteo y Ceuta, conocidos también como pueblos de agua. Es notoria la singularidad de su arquitectura y especialmente su vinculación con el origen histórico y cultural del estado.

4.2. Subregión Sur del Lago

Está integrada por los municipios Sucre, Francisco Javier Pulgar, Colón, Jesús María Semprún y Catatumbo. Constituye un área con un singular contenido de atractivos y recursos propicios de aprovechamiento de turismo especial, como por ejemplo, el agroturismo. Las mayores ventajas para el desarrollo turístico los ofrecen los ríos Catatumbo, Escalante, El Tucanizón, San Pedro y Torondoy; además, en las costas del Lago se encuentran las playas

de Bobures, Gibraltar y Palmarito y la cercanía a la reserva de fauna del Parque Nacional de Juan Manuel, permiten desarrollar un tipo de turismo dirigido a excursionistas, turistas aventureros y al desarrollo de un turismo contemplativo. Entre los pueblos de agua, propicios para la explotación turística, se encuentran el Congo Mirador y Ceuta.

4.3. Subregión Perijá

Ocupando en su mayor parte la planicie aluvial occidental del estado, esta subregión está compuesta por los municipios Machiques de Perijá y Rosario de Perijá. El área ofrece un extraordinario recurso de montaña, representado por la Cordillera de Perijá. Tanto los elementos naturales como los culturales actúan aquí como recursos turísticos a ser ofrecidos, permitiendo potenciar la zona para al agroturismo y la aventura de montaña, además de la apreciación de manifestaciones culturales indígenas. Se ubican en esta subregión, los más importantes balnearios de ríos, entre los que destacan: el balneario del río Kunana, el balneario del río Apón, el balneario del pueblo indígena de Toromo y el del río Palmar.

Así mismo, enclavados en la Cordillera de Perijá, se encuentran importantes pueblos indígenas de las etnias Yucpa/Yupa y de los Barí, mejor conocidos como los motilones. Entre los más importantes están: La Misión del Tucuco, Sirapta, Bogshi y Saymadoyi, de gran importancia turística en el estado. Además, en la Cordillera de Perijá se encuentra la cueva más larga de Venezuela, La Cueva del Samán, de gran interés turístico.

4.4. Subregión Capital

La subregión Capital está integrada por los municipios La Cañada de Urdaneta, San Francisco, Jesús Enrique Losada y el municipio Maracaibo, teniendo como centro principal la ciudad de Maracaibo, capital del estado. Esta subregión “cuenta con las mejores condiciones actuales de infraestructura y servicios turísticos a nivel regional, y destacan los recursos culturales muy por encima de los recursos naturales. Resulta contradictorio que en esta área

de escasos recursos turísticos naturales, se encuentre la mayor y mejor dotación de servicios para el turista, pero que se explica por la presencia en ella de la segunda ciudad más poblada del país como lo es Maracaibo” (Plan Integral de Desarrollo Turístico del estado Zulia).

Los atractivos culturales constituyen los elementos turísticos dinamizantes de esta área, y cuentan con los servicios de apoyo a tal fin, entre ellos: excelente red hotelera, restaurantes, comunicaciones, usos turísticos actuales y demás servicios con los que cuenta una ciudad moderna como Maracaibo, que permiten proyectarla al turismo internacional.

4.5. Subregión Guajira

Esta importante subregión está constituida por los municipios Mara, Páez y el municipio Almirante Padilla. Esta área cuenta con excelentes recursos naturales y culturales de aprovechamiento turístico. La presencia del río Limón y la accesibilidad al Golfo de Venezuela, ofrecen al turista la posibilidad de la práctica pesquera deportiva. Además de excelentes balnearios como Caimare Chico y los de la Isla de Toas, Zapara y San Carlos, en la entrada al Lago de Maracaibo, brindan condiciones naturales capaces de generar demanda turística, siempre y cuando los servicios de infraestructura básica de planta turística sean adecuados a dicha demanda. Las líneas de playas son las consideradas las más importantes del estado.

Además, esta subregión es el territorio natural de la población indígena Wayú (Plan de Desarrollo Integral del estado Zulia), vinculada a la historia y cultura regional, es productora de una hermosísima y variada artesanía que la hacen generadora de importantes corrientes turísticas todo el año. Como recurso turístico natural, es necesario mencionar a la Laguna de Sinamaica, otro pueblo de agua importante en esta subregión.

Consideraciones finales

El turismo representa una actividad inherente del hombre actual. Su desarrollo ha traspasado fronteras, naciones, idiomas y culturas. Vivir de espaldas a él es cerrar las puertas a un desarrollo sustentable que representaría bienestar para muchos países del planeta.

Las naciones (sobre todo en vías de desarrollo) deben dejar de hacer caso omiso a los recursos turísticos que poseen y deben emprender campañas de promoción de los mismos en todos los medios posibles y aprovechar las ventajas que para tal fin ofrece la tecnología.

La fotografía, al igual que el turismo, es copartícipe, herramienta y plataforma de múltiples disciplinas, ciencias y artes. Por lo tanto, podemos servirnos de ella y aprovecharla al máximo para lograr un coherente y más eficiente desarrollo turístico y educativo.

Es necesario y vital comprender el estrecho vínculo entre fotografía, turismo y geografía, ya que este vínculo lo podemos hacer realidad a través de la educación, como única forma de acceder a cambios: de conducta, de percepción y de las sociedades en general.

La región zuliana es una de las más ricas y próspera de Venezuela desde el punto de vista turístico y económico; sus recursos naturales permiten la explotación de las potencialidades turísticas ya que posee grandes reservorios de agua, parques nacionales, especies endémicas de flora y fauna, culturas indígenas y un rico acervo histórico que resguarda una exótica cosmovisión del hombre zuliano.

El Zulia cuenta con playas, lago, ríos, desiertos, montañas y sierra. Así mismo, dispone de inmensos recursos agropecuarios. Es el primer productor de leche, carnes, uvas, plátanos, que sirve para el desarrollo de un turismo especializado. Ejemplos de esto son la ruta del plátano, en el Centro Internacional del Plátano, Ciplat, en la subregión Sur del Lago y la ruta de la uva, en la subregión Guajira.

Así mismo, el Zulia ha sido dotado por la naturaleza de excepcionales riquezas de considerable importancia para la economía nacional, entre las que se destacan: el petróleo, el carbón, la caliza, la sal, el turismo, entre otros.

Referencias

- BLANCHARD, Rosalinda (1998). *Fotografía y turismo: una propuesta de vinculación*. Trabajo de ascenso. Universidad del Zulia, Venezuela.
- COSTA, Joan (1977). *El lenguaje fotográfico*. CIAC, Barcelona.
- DELGADO, Luis; MARÍN, Hugo y APITZ, Alicia (1992). *El Zulia su espacio geográfico*. Academia Nacional de la Historia, Caracas.
- DONDIS, Donis A. (1986). *La sintaxis de la imagen*. Colección Comunicación Visual, Barcelona.
- ELLIOT, Jhon (1993). *El cambio educativo desde la investigación-acción*. Morata, Madrid.
- FAIRGRIEVE, Jhon (1951). *Geography in the School*. University of London Press.
- HEDGECOE, John (1988). *Fotografía creativa*. H. Blume Ediciones, Madrid.
- MORENO, Antonio; MARRÓN, María (1996). *Enseñar Geografía*. Editorial Síntesis, Madrid.
- PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ESTADO ZULIA (1990). Corpozulia, Conzuplan, Universidad del Zulia. Venezuela.
- PÉREZ, Carmen A. (1986). *Breve reseña de la fotografía latinoamericana y venezolana*. Universidad del Zulia, Venezuela.
- VÍLCHEZ, Lorenzo (1983). *La lectura de la imagen*. Ediciones Paidós, Buenos Aires.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1995). *Pensar la imagen*. Universidad del País Vasco.