



SABORES TRADICIONALES —de Nariño—



Especial Multimedia por las comidas del departamento

Trabajo de grado
Paulo Andrés Durán García
Paula Cristina Monroy Suárez

Director
José Navia

Periodismo y Opinión Pública
Escuela de Ciencias Humanas
Semestre II, 2015

Tabla de Contenido

1. Sinopsis.....	3
2. Presentación del especial.....	4
2.1 Tipo de producto.....	4
2.2 Diseño.....	4
2.3 Productos escogidos.....	4
2.4 Contenido de las secciones.....	5
2.5 Mapa del sitio.....	9
3. Metodología.....	9
4. Conclusiones.....	14
5. Bibliografía consultada.....	14

1. Sinopsis

El vínculo entre la comida y el turismo ofrece una plataforma para la propagación de la cultura, el desarrollo económico local, las prácticas sostenibles y las experiencias gastronómicas, que ayudan a los destinos a comercializarse y fortalecer su imagen, así como también apoyar tradiciones locales y su diversidad aprovechando y premiando la autenticidad.

Organización Mundial del Turismo
Primer Foro Mundial de Turismo Gastronómico

En el suroccidente del país se sitúa el departamento de Nariño, donde la riqueza de las cocinas tradicionales es un potencial que puede convertirse en atractivo turístico y, a su vez, en un vehículo para el desarrollo económico local.

Sin embargo, diferentes situaciones, como el conflicto armado, el olvido de los medios de comunicación y la pobreza, han estigmatizado a la población y al territorio sin permitir que el segmento gastronómico del turismo progrese de forma óptima.

En el Informe Global sobre Turismo Gastronómico, Taleb Rifai, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) expresa que en los últimos años ha crecido la demanda de turismo basado en la experiencia, y en el contexto actual de mundialización, los consumidores buscan cada vez más experiencias auténticas como las aportadas por las tradiciones culinarias locales.

De igual forma, el informe manifiesta que la gastronomía desempeña un papel importante y cada vez más presente en el desarrollo turístico que puede ser un pilar para el crecimiento de los territorios.

Por eso, se hace necesaria la creación de este producto periodístico que busca apoyar las tradiciones culinarias locales y su diversidad, al igual que fortalecer su imagen para contribuir a una mayor llegada de turistas tanto nacionales como internacionales en un territorio que anhela paz.

Buscando esos objetivos se recorrieron más de 400 kilómetros por el departamento, lo que con entrevistas a los habitantes y documentación de la zona dieron origen a “Sabores Tradicionales de Nariño”, especial multimedia con narrativa de viajes que visibiliza la variedad de comidas tradicionales existentes dentro de Nariño.

El especial puede consultarse en el siguiente link:

<http://saborestradicionalesdenarino.businesscatalyst.com/>

2. Presentación del producto

2.1 Tipo de propuesta

“Sabores Tradicionales de Nariño” es un producto periodístico de servicio que debido a su carácter multimedia, en el que convergen diferentes formatos, es apto para ser publicado en las secciones frías de medios de comunicación digital; pues, con el eventual postconflicto, los temas relacionados con el turismo y la movilidad dentro del país cogerán fuerza.

2.2 Diseño

El especial multimedia fue creado en Adobe Muse, programa que permite diseñar productos web sin necesidad de escribir código HTML, pero que brinda las características de HTML5 y CSS3 aportando dinamismo al producto realizado.

El concepto de “Sabores Tradicionales de Nariño” alude a un cuaderno de viajes clásico que reseña la ruta recorrida a modo de diario. Por eso, la división de cuatro secciones -ciudades- son separadores de hoja y los formatos periodísticos utilizados tienen aspecto de fotos impresas, notas y postales.

El fondo asemeja un papiro que le da al cuaderno un toque antiguo y desgastado. Por su parte, el logo es un sello a blanco y negro que contribuye al estilo viajero del especial.

En textos cortos se utilizó la fuente “Chalkduster” con estilo manuscrito para simular notas o indicaciones. Para los escritos de mayor extensión se usó “Helvética” de fácil lecturabilidad pues no tiene serifas o decoraciones; además es una letra web segura que se encuentra en todos los equipos de forma predeterminada lo que permite una carga más rápida del producto en la web.

Se realizó este diseño con el fin de mostrar la información de forma sencilla y entretenida, así como para generar mayor interactividad y alcance entre los usuarios.

2.3 Productos escogidos

Se realizaron crónicas, entrevistas, galerías de fotos, infografías y audioslide como formatos que se complementan entre sí para brindar al usuario mayor riqueza en la información sobre las comidas tradicionales y los lugares visitados.

Con esto, los temas tratados adquirieron dimensiones más complejas, pues el usuario tiene la posibilidad de interactuar mediante enlaces y saltar de un formato a otro a medida que avanza el especial; que no es lineal como en los productos tradicionales.

Crónicas: por medio de detalles y un lenguaje más próximo y ameno, su narrativa acerca al usuario a las costumbres nariñenses relacionadas con la comida. Se hicieron crónicas escritas y en video.

Entrevistas: este genero resalta testimonios de personajes que son claves para entender la importancia de los platos típicos, los lugares y el turismo de la zona. Se usaron en formatos de video y escrito.

Galerías de fotos y audioslide: a través de una colección de fotos de cada ciudad visitada se complementa de una forma visual la información, pues se muestran los platos de comida, personas y lugares relacionados.

Infografías: mezclando información con vectores y texto se cuenta de forma entretenida contenido práctico de cada ciudad como los platos típicos, dónde comer, precios promedio, cómo llegar, entre otros.

2.4 Contenido de las secciones

El especial está dividido en seis nodos: Introducción, Menú Principal, Pasto, La Cocha, Ipiales y Tumaco.

- ❖ **Introducción:** engloba la idea del especial multimedia, a través de un video del recorrido realizado y un párrafo que resume la finalidad del trabajo. Esta sección simula ser la portada del cuaderno de viajes.

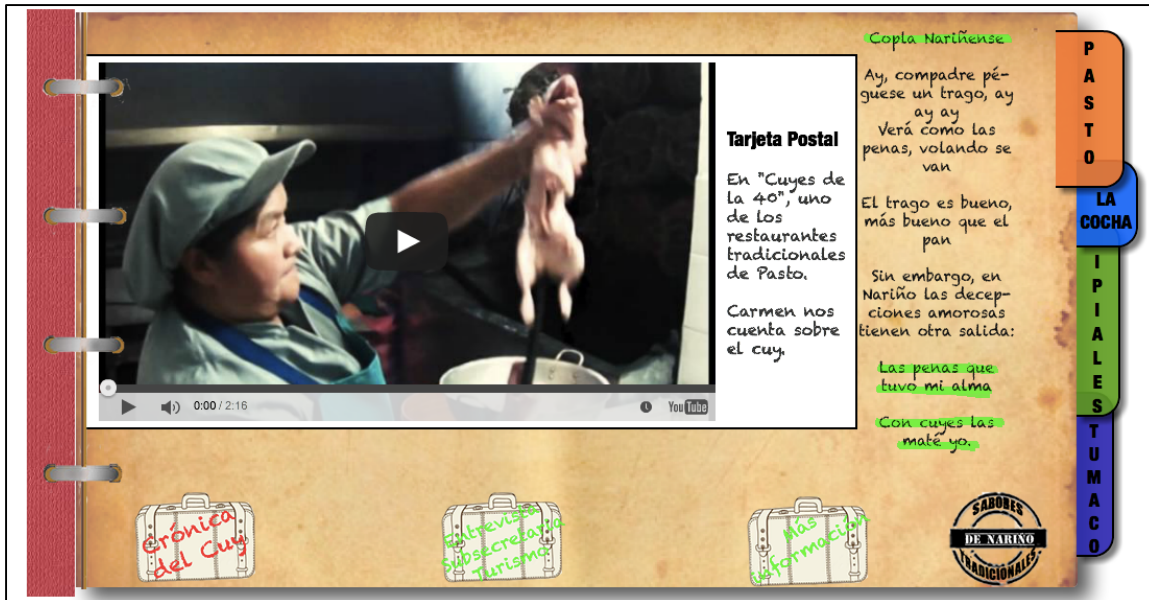


- ❖ **Menú Principal:** en esta página se quiere dar al usuario una ubicación geográfica de Nariño y una idea más tangible de las comidas de cada ciudad visitada. También se indica como navegar en el especial.



Captura de pantalla del nodo Menú Principal

- ❖ **Pasto.** Tras pulsar el separador de Pasto el usuario visualiza tres subnodos: crónica del cuy, entrevista a la Subsecretaria de turismo de Pasto y Más información.



Captura de pantalla de la de crónica del nodo Pasto

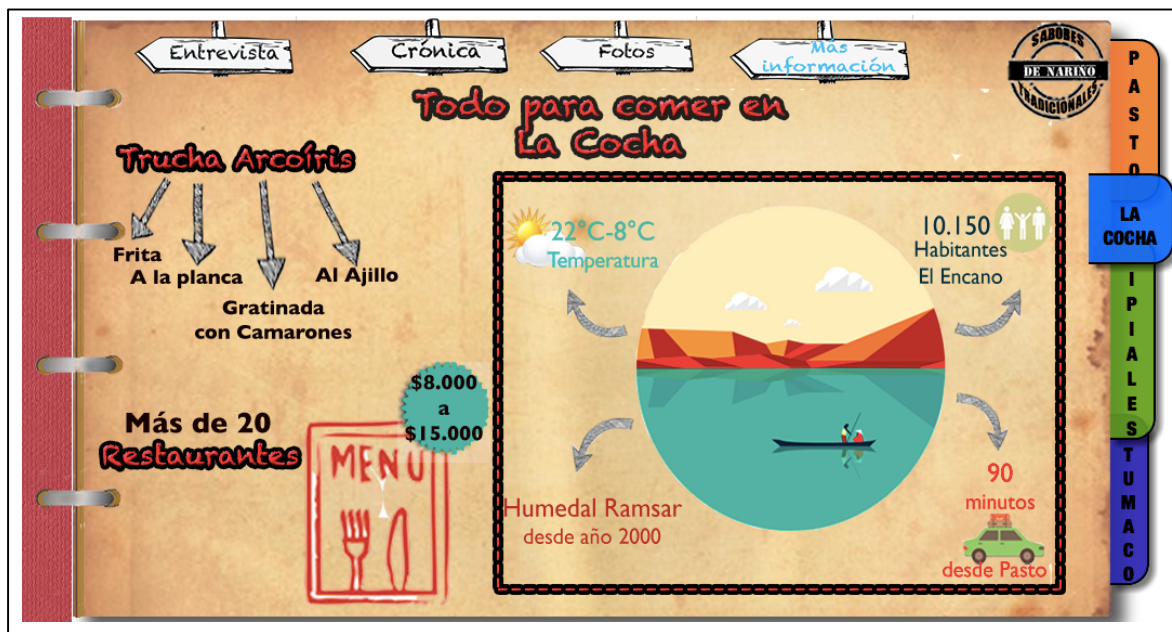
Crónica del cuy: es el primer producto periodístico. Narra la importancia de este plato para los nariñenses de la zona andina y un poco de su historia con la cocinera Rebeca del Carmen

Martínez. Al lado se encuentra una copla típica nariñense, donde se recalca la importancia del roedor a nivel cultural.

Entrevista a la Subsecretaria de turismo de Pasto: está enfocada en la importancia del turismo para la capital de Nariño.

Más información: tiene una infografía titulada “todo lo que debe saber y comer en Pasto”.

❖ **La Cocha.** Los subnodos de esta sección son: Entrevista, Crónica, Fotos y Más información.



Captura de pantalla de la infografía del nodo La Cocha

Entrevista: en un video Alfredo Paz, dueño del restaurante La Casita Encantada, habla sobre la trucha arcoíris plato característico en El Puerto.

Crónica: “El turismo de la trucha arcoíris” es el nombre del texto de esta sección.

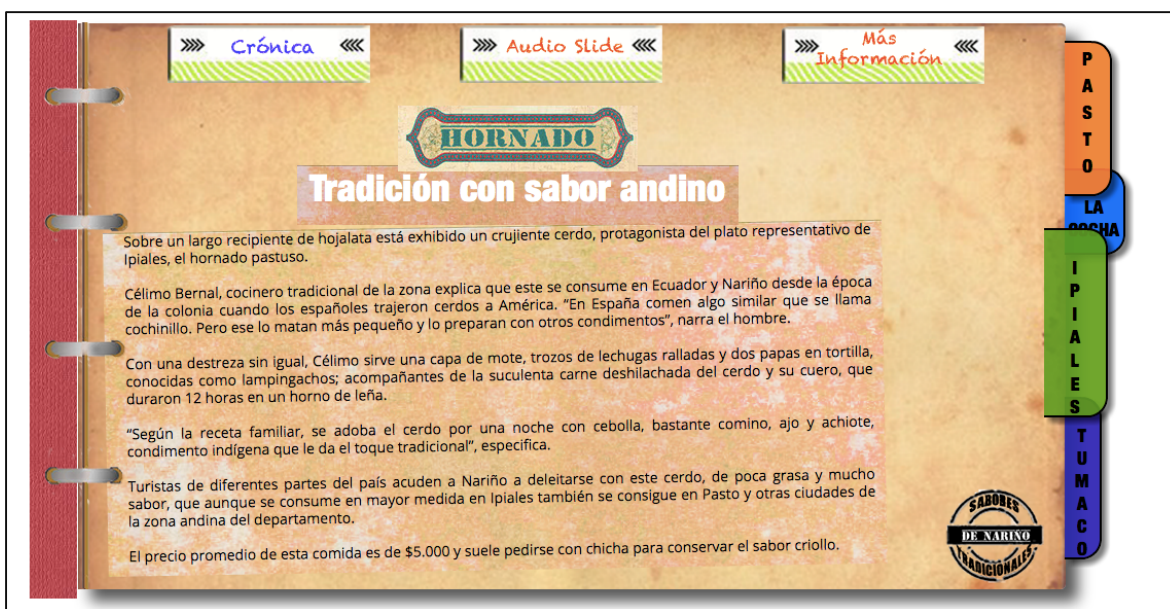
Fotos: galería con imágenes de paisajes de la vereda y varias presentaciones de la trucha.

Más información: es la infografía que contiene “Todo para comer en La Cocha”.

❖ **Ipiiales.** Esta ciudad se divide en: Crónica, Audioslide y Más información

Crónica: narra la historia y la forma de preparación del hornado, plato típico en Ipiiales.

Audio Slide: fotos, voz en off y música componen este producto donde se cuentan más detalles del hornado y de la carne del barrio Los Chilcos.



Captura de pantalla de la crónica del nodo Ipiates

Más información: la infografía de esta sección reseña algunos lugares tradicionales dónde comer, así como información práctica de la ciudad.

- ❖ **Tumaco.** Sección compuesta por las subsecciones de: Abrebocas, Crónica, Fotos y Más información.



Captura de pantalla de la galería de fotos del nodo Tumaco

Abrebocas: video que introduce las comidas características de la región pacífica nariñense a través de habitantes de Tumaco.

Crónica: relato del turismo ligado a la comida en Tumaco.

Fotos: galería con tomas de la ciudad, sus comidas y su gente.

Más información: infografía con datos básicos de dónde comer, qué platos pedir e información práctica del destino.

2.5 Mapa del Sitio



Captura de pantalla Mapa del Sitio en el Plan de Adobe Muse

3. Metodología

Para elaborar el especial multimedia de forma efectiva se siguieron tres etapas:

Fase	Actividades
Documentación Pre-producción	Recolección de información necesaria para hacer el trabajo de campo: -Se estableció comunicación con la secretaría de turismo de Pasto, departamento de la Secretaría de desarrollo económico y competitividad adscrito a la Alcaldía. -Contacto vía redes sociales con líderes de La Cocha, la Fundación Trochas de Pasto, promotora de ecoturismo en la zona. -Contacto a la Alcaldía de Ipiates y Tumaco, sin respuesta concreta del tema turístico y la comida. -Comunicación con el grupo La Perla del Pacífico, que se preocupa por el turismo y divulga información positiva de Tumaco. Liderado por Oscar Darío Jiménez. Y el grupo de Facebook: Tumaco Colombia América. -Creación de cuestionarios para las entrevistas y mapa de trabajo con productos tentativos a realizar. -Investigación de lugares que podían ser útiles para la recolección de datos. -Recopilación y lectura de recetarios con posibles platos de Nariño y apartes del departamento en la Biblioteca Básica de Cocinas Tradicionales publicada por el Ministerio de Cultura. -Compra de tiquetes aéreos y elaboración de la ruta a seguir dentro de Nariño, incluidos los transportes a tomar. -Se aprendió a usar el programa Adobe Muse.

Trabajo de campo	Traslado Bogotá-Pasto en avión. -Entrevista focalizada y semiestructurada a Adriana Solarte López, subsecretaria de turismo de Pasto. -Diálogo con dos agentes de policía en el punto de información turística de Pasto (recolección de mapas útiles para el viaje) -Entrevista semiestructurada a Jaime Ricaurte, dueño del restaurante típico “Cuyes de la 40”, grabada en audio. Entrevista abierta a la cocinera Rebeca del Carmen Martínez en video y tomas de apoyo sobre la preparación del cuy. -Entrevista a Blanca Paz, dueña del restaurante típico “Cuyquer”. Grabada en audio. -Fotos del cuy. -Charla con comensales pastusos y captura de imágenes en video. -Degustación del cuy asado con papá, ají de maní y hervido de mora de castilla. Traslado de Pasto a la vereda El Puerto/La Cocha 27kilómetros. -Entrevista semiestructurada a Alfredo Paz, dueño del restaurante La Casita Encantada. Grabada en video. -Tomas de la cocina de La Casita Encantada y de la trucha servida. -Conversaciones informales con las cocineras tradicionales y otros habitantes. -Recorrido por la vereda con capturas de video y fotos. Indagación de las presentaciones de la trucha y su precio en diferentes establecimientos. -Degustación de la trucha ahumada, frita y el postre de chilacuan. Traslado de El Puerto a isla La Corota en lancha. -Entrevista no estructurada a funcionaria de Parques Naturales encargada de la isla La Corota. -Presentación de La Cocha en video desde la lancha. -Entrevista focalizada a Don Afranio, líder de los restaurantes pequeños y familiares de la vereda. Traslado a Pasto 27 kilómetros Traslado de Pasto a Ipiales 84 kilómetros. -Recorrido por la calle del barrio Los Chilcos reconocida por su tradicional carne de borrego, res y cordero al carbón acompañada de Lampingachos. -Entrevistas informales a varias cocineras de los asaderos del barrio como Rosario Rosero. En audio. -Fotos del sector, de la carne, de los comensales y video del barrio. -Entrevista semiestructurada a Célimo Arturo Bernal, dueño y cocinero de hornado pastuso con puestos callejeros y en la plaza de mercado. En video. -Fotos del hornado en dos locales. -Degustación de la carne de Los Chilcos y del hornado pastuso. -Tomas de presentación de Ipiales en video en el Puente Internacional de Rumichaca. Traslado de Ipiales a Tumaco 231 kilómetros -Visita al reconocido restaurante La Cevicheria, tomas de la cocina y conversaciones informales con las cocineras y el administrador. -Fotos del establecimiento y los comensales. -Degustación de platos típicos del restaurante La Cevicheria.
------------------	--

	-Entrevista no estructurada a Nelson Paz Salazar y Mario Antonio Salazar, habitantes de Tumaco. En el puente El Morro. En Video. -Recorrido de la zona cerca de la playa El Morro, captura de fotografías de paisajes. Visita a las cocinas tradicionales de diferentes restaurantes turísticos y de las casetas de la playa. -Entrevistas semiestructuradas a dos cocineras tradicionales de restaurantes. Como María Clelia Grueso. En video. -Degustación de encocado y tapado de pescado, preparaciones tradicionales del pacífico nariñense. -Entrevistas semiestructuradas a dos cocineros de las casetas –en video- y conversaciones informales con otras 3 cocineras. -Presentación de Tumaco en video desde la playa. Regreso de Tumaco a Bogotá en avión.
Análisis de la información recolectada y creación del producto	Producción: -Análisis del material obtenido y selección de lo pertinente. -Definición de los productos periodísticos a realizar. -Diseño del concepto del especial a través de Adobe Muse. -Realización de los productos por sección: ✓ Redacción de crónicas y de la entrevista escrita ✓ Edición de los videos en Adobe Premiere ✓ Grabación de voz en off ✓ Edición de los audios en Adobe Audition ✓ Edición de las fotos en Adobe Photoshop ✓ Creación de las infografías en Adobe Photoshop ✓ Descarga de canciones útiles en SoundCloud con licencia Creative Commons -Consolidación de los productos en el especial multimedia.

4. Conclusiones

- “Sabores tradicionales de Nariño” es un producto periodístico multimedia en el que convergen diferentes tipos de lenguaje narrativo para resaltar las comidas tradicionales en el departamento y así atraer al público a conocerlas, y posteriormente visitar el territorio mencionado.
- Por medio de videos, fotos, infografías y textos se construyó un relato en forma de cuaderno de viajes multimedia, apto para ser publicado en las secciones frías de medios de comunicación digital; pues, con la eventual etapa de postconflicto, los temas relacionados con el turismo y la movilidad dentro del país cogerán fuerza.
- El especial multimedia promueve el turismo, como un aspecto económico relacionado a las tradiciones culinarias locales y su diversidad.

Bibliografía consultada

Asesoría técnica de Adobe. Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de: <http://tv.adobe.com/videos/danielle-beaumont/>

_____ Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de: <https://helpx.adobe.com/muse.html>

Censo 2005 Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de: https://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/colombia_nacion.pdf

Chaves, M., Montenegro, M., & Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*, 9-59.

El lago Guamuez un sueño en el sur. Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de: <http://narino.info/blog/2014/10/21/el-lago-guamuez-un-ensueno-en-el-sur/>

El País de Cali, (2014) Tumaco quiere dejar atrás legado de violencia. Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de: <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/tumaco-quiere-dejar-atras-legado-violencia>

Fox, (2005) Food and Eating: An Anthropological Perspective. Social Issues Research Centre Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de <http://www.sirc.org/publik/foxfood.pdf>

Oliveira, (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752.

Ordóñez, C., & Eduardo, P. (2014). BBCTC, tomo 9. Gran Libro de la Cocina Colombiana (Vol. 9 245-323). Mincultura.

Plantillas guía consultadas. Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: <https://onepagelove.com/templates>

Santos, (2007). SOMOS LOS QUE COMEMOS Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*. (Vol. 16 234-242)

Silva, (2014). CHIFA AQUÍ, CHIFA ALLÁ. Sabores de la cocina China en Perú. *Revista Altair* Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: <http://www.altairmagazine.com/voces/chifa-aqui-chifa-alla>

Travel around the Hob. Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: <http://www.aroundthehob.com/> Uribe, (2014).

Vallejo, (2012). Río Guáitara, la serpiente cambiante: Una reflexión y una crónica sobre el periodismo de viaje en Colombia. Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5795>

World Tourism Organization, (2012) Global report on food tourism. Volumen IV. Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf

II encuentro de gastronomía Retos para la política para el conocimiento, salvaguardia y fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales colombianas. Recuperado el 30 de noviembre 2015, de: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=63679>