



## **b) Recursos**

- **Alimentos:** Cocina autóctona
- **Patrimonio natural y cultural**
- **Para la edición:** computadora con un editor de texto (preferiblemente Office), conocimiento de las reglas de la lengua española, diccionarios, contacto con escritores, contacto con diseñadores gráficos y publicistas, conocimiento general del mercado literario, conocimiento de formas de citación (APA, Chicago, MLA...) y de índices internacionales en el caso de que el producto sea de investigación académica, manejo de programas de diagramación como Adobe InDesign.
  - Para que una editorial funcione también hay que tener conocimientos legales de derechos de autor y distribución, y administración de negocios.
- **Para la producción de texto escrito se necesita:** Un concepto o mensaje de partida (en algunos casos), un público meta, manejo de diversos géneros como el literario, el académico, el didáctico, el jurídico, el publicitario...
- **Para la Publicidad y el diseño se necesita:** Un computador en lo posible que tenga un alto rendimiento, el cual debe tener integrado programas de diseño y edición como Illustrator, Photoshop y Premiere, además son necesarias herramientas tipo Office para realizar bases de datos, informes, investigaciones, organizar estrategias y presentar campañas.
  - Por otra parte para realizar publicidad es necesario tener conocimientos de economía, el comportamiento de las personas, de Marketing y estrategia.
  - Por otra parte es necesario papel y lápiz para realizar bocetos y diseños a mano, ya sea para un anuncio, el orden del anuncio o de un logo.

## **c) Organiza los actores y recursos: Define cuáles son las relaciones que existen entre los actores y los flujos que hacen que los recursos se muevan dentro del ecosistema**

- Los agentes de viajes y gestores culturales facilitan la vinculación de las personas con el arte por medio de la promoción del mismo y potencia la industria del teatro.
- Los actores del territorio (comunidad, guías, instituciones locales, etc), son los sujetos que conocen su territorio, sus costumbres y tradiciones, normatividad, relaciones de poder, por lo cual son el puente fundamental para acceder a los espacios (lugares) que configuran el turismo de naturaleza.

## **d) Barreras/ vacíos y oportunidades**

- Leyes de cultura que no preservan los intereses de artistas y creadores.
- La normatividad del sector turístico presenta exigencias que en su mayoría pueden ser cumplidas por grandes operadores.
- Empresa privada que antepone intereses de comercio por sobre calidad artística.
- Vacíos: más organizaciones artísticas que velen por sus propios derechos. Vacíos legales que soporten y fomenten la creación.

- Oportunidades: la capacidad única del arte de conmover, educar, unir, calmar, protestar.
- Turismo especializado en arte, naturaleza y cultura