

A Lo Xtremo
Revista digital **Deportes Extremos**
En Colombia - Cundinamarca



UNIMINUTO

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Tecnología en Comunicación Gráfica

Facultad Ciencias de la Comunicación

Realización:

Judith Montaña Romero

Tutoria:

Hugo Santander





La pieza grafica de la propuesta se encuentra disponible en:

http://issuu.com/Aloxtremo/docs/a_lo_xtremo/23

INDICE

INDICE

9	1. PROBLEMA
9	1.1 PROBLEMÁTICA
9	1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACION

9	2. OBJETIVOS
9	2.1 OBJETIVO GENERALES
9	2.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

10	3. ALCANCES
-----------	--------------------

10	4. JUSTIFICACION
-----------	-------------------------

11	5. MARCO REFERENCIAL
11	5.1 GRUPO OBJETIVO
12	5.2 MARCO TEORICO
12	5.2.1 DEPORTE EXTREMO
15	5.2.2 DISEÑO GRAFICO
19	5.2.3 LA REVISTA
23	5.2.4 LA REVISTA DIGITAL
24	5.2.5 MEDIOS DE PUBLICIDAD
25	5.2.6 SOCIAL MARKETING O MARKETING VIA REDES SOCIALES
26	5.2.7 PUBLICIDAD VIRAL: LA COMUNICACION POR CONTAGIO
28	5.2.8 WEB 2.0
31	5.2.9 COLOMBIA
31	5.2.9.1 CUNDINAMARCA
33	5.3 MARCO CONCEPTUAL

35	6. DISEÑO METODOLOGICO
35	6.1 TIPO DE INVESTIGACION
35	6.1.1 METODO
35	6.1.2 TECNICA
35	6.1.3 INSTRUMENTO

35	7. HIPOTESIS
-----------	---------------------

36	8. VARIABLES
36	8.1 INDEPENDIENTES
36	8.2 DEPENDIENTES
36	8.3 INTERVINIENTES

37	9. BIBLIOGRAFIA
-----------	------------------------

39	10. ANEXOS
39	ANEXO 1
42	ANEXO 2

OXOX OXOX

OXOX

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por su eterno amor y paciencia para conmigo, quien me dio la fuerza y capacidad para llegar a la meta.

A mi familia, por su apoyo en el proceso de mi vida universitaria.

A mis colegas y amigos, que con sus constantes preguntas y consejos aportaron energía en este proyecto.

**Y por ultimo,
A mi universidad, UNIMINUTO, a mi Facultad Ciencias de La Comunicación y sus profesores, quienes creyeron en mi hasta el final de este proyecto.**

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, quien me ha guiado y enseñado hasta cumplir esta meta, mostrandome que me esperan muchas más.

y a todos aquellos que intervinieron y siguen presentes en mi vida.



AIRE

TIERRA

AGUA

TITULO

A LO XTREMO, REVISTA DIGITAL SOBRE DEPORTE EXTREMO EN CUNDINAMARCA - COLOMBIA.

1. PROBLEMA

1.1 Problemática

En el medio digital existen muchos grupos y empresas que se dedican a la práctica o a la venta de equipo de deporte extremo, podemos digitar en google y nos arroja una cantidad de información, sitios y lugares donde ir, blogs, direcciones. En todas las redes sociales como facebook como ejemplo, hay sitios oficiales de empresas que se dedican al deporte extremo, dando la facilidad para informar y transmitir eventos, es fácil asociarse o ser miembro de estos sitios.

Para Colombia existen Blogs, páginas web principalmente para dar información de deporte extremo, que empresa organiza, donde ubicarlos, donde ir a disfrutar estas actividades, para, lugares donde se practican, pero no se ha visto en forma digital una revista donde se encuentre este tipo de información para los amantes de este deporte. Donde compra implementos, donde puede llamar para pedir información, o donde comprar un buen plan de fin de semana, donde alquilan los implementos necesarios.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Qué estrategia de comunicación gráfica se puede realizar para promocionar los deportes extremos en Colombia, en la región de Cundinamarca? Para dar promoción a los sitios y a las empresas especializadas que ofrecen estos servicios

para todos aquellos que gustan del deporte, ya sea como pasatiempo o una experiencia nueva.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Establecer el medio apropiado para promocionar el deporte extremo en Colombia en la región de Cundinamarca para aquellas personas que gustan del deporte como pasatiempo o una experiencia nueva.

2.2 Objetivos específicos

Promocionar el deporte extremo en Colombia en la región de Cundinamarca.

Desarrollar el medio grafico apropiado para la difusión del deporte extremo, sitios

A lo Xtremo.



ax

Lo Xtremo.

de interés, empresas prestadoras de servicios en la región de Cundinamarca.

Crear una herramienta útil y llamativa para el grupo objetivo.

3. ALCANCES

- Realizar una revista digital de deporte extremo en Colombia, que tenga marca propia.

- Dar a conocer lugares donde se practican estos tipos de deportes extremos a través de links directos o referencias de los sitios y empresas que ofrecen estos servicios.

- Generar un modelo de revista donde se muestre la interactividad de esta misma con los temas de interés y lugares que se muestra en su contenido.

- Lograr una revista digital amena y práctica para el lector.

- Entregar una revista digital en funcionamiento en un sitio web.

4. JUSTIFICACION

El continuo crecimiento de empresas y sitios que ofrecen diversión como lo es el deporte extremo también conocido como deporte tipo aventura, a través de los distintos canales de comunicación que tenemos hoy en día lleva a generar una simple pregunta entre las personas ¿que es el deporte extremo? ¿es un deporte riesgoso? ¿solo los jóvenes inconcientes lo practican?

La revista digital como herramienta comunicacional gráfica facilitaría no solo la respuesta a estas preguntas sino que también informaría los lugares y empresas que se dedican de tiempo completo a estas actividades de tal forma que no solo sea de lectura sino de entretenimiento y búsqueda por parte del lector al tener como facilidad de ingreso a las mismas páginas y sitios web encontrando la información deseada sin necesidad de dar más vueltas en el buscadores de la web.



5. MARCO REFERENCIAL

5.1 GRUPO OBJETIVO

El deporte extremo o de tipo aventura esta siendo reconocido como un factor de consumo cultural, como una identidad donde se une una persona, especialmente los jóvenes, quienes son influenciados por los medios de comunicación invitándolos a proyectar una imagen estilística, con una practica principalmente corporal.

El joven es el mas consumidor de mercado y principal practicante del deporte que se asocia al riesgo y la aventura, ven en este estilo de vida una identidad y proyectar una imagen al estar a la moda que los medios de comunicación ofrecen un estilo de vida único y diferente.

Una de las principales razones por las cuales el joven es el principal practicante de este deporte es porque estas actividades implican un culto al riesgo y a la trasgresión de las normas institucionales que los otros deportes tienen.

Una de las características de estos individuos seria que son extravagantes, no tienen miedo al peligro, no dependen de recompensas, son impulsivos. Es decir, joven busca en ello una liberación de las reglas, las cuales le llena de sensaciones de satisfacción personal porque es justo lo que ha estado buscando.

Teniendo en cuenta la anterior característica se emplea una pregunta ¿Quién es tan loco para lanzarse de un avión a mas de 10.000 pies de altura, o girar 360 grados en una patineta, o descender por peligrosos ríos con solo una canoa y un remo?

Según la pagina <http://www.scribd.com/doc/320418/Historia-de-los-Deportes-Extremos> [consulta: 2010, Octubre 1] Existen algunos estudios científicos que indican:

Este tipo de personalidad está predispuesto genéticamente e incluso poseen genes diferentes a los de la gente normal. Este tipo de personas poseen cuatro rasgos de



La vida es Xtrema!

personalidad, siempre buscan algo nuevo, son persistentes, no evitan hacerse daño, y dependen mucho de la recompensa personal.

Además tienen una versión larga de un gen llamado D4DR ubicado en el cromosoma 11, el cual cabe nombrar es el más largo del ser humano, tiene relación con el sistema límbico y la corteza cerebral, los cuales producen emociones fuertes y sensaciones de placer en el organismo humano. Les gusta explorar y descubrir, son livianos de temperamentos, inconstantes, desordenados, extrovertidos y muchas emociones positivas.

Se destaca también existe la DOPAMINA, esta influye en regiones del cerebro relacionadas con sensación de placer, determina al individuo la búsqueda de sensación de adrenalina. Y por otra parte la ENDORFINA, la cual produce sensación de placer y relax cuando se practica un deporte de riesgo.

Los practicantes de este deporte

mayormente son aquellos que tienen posibilidades económicas ya que se necesitan unos recursos para el traslado a diferentes lugares donde se practica el deporte e igualmente la compra del equipo necesario. Son jóvenes adultos que tienden a ser solitarios, no practican en equipo y por costumbre suelen practicar el deporte sin la ayuda de un profesor, la edad promedio de los jóvenes practicantes es entre los 14 y 28 años de edad.

5.2 MARCO TEORICO

5.2.1 DEPORTE EXTREMO

El deporte extremo es también conocido como deporte tipo aventura, y se caracteriza por que tiene condiciones difíciles o de peligrosidad. Se practican al aire libre, siempre en contacto con la naturaleza. El término deporte extremo se aplica a todo tipo de deporte extremo o al límite, como por ejemplo el montañismo, el alpinismo, el enduro, la escalada en roca libre entre otros.



En algunos países se empieza a usar el término deporte tipo aventura cuando se practican deportes de mas alto riesgo que los comunes, por ejemplo el tenis o el fútbol es un deporte normal donde te riges por normas establecidas, mientras que el espeleísmo es una actividad donde aquellas personas exploran las cavernas por deporte o aventura.

Para diferenciar el deporte extremo del deporte común se debe pensar que su práctica es un riesgo físico, se involucra adrenalina y su práctica mayormente es individual. Este tipo de deporte incluye actividad competitiva y no competitiva.

En la ultima década del siglo XX, el termino del deporte extremo ha sido utilizado por el deporte alternativo y por los medios de comunicación para relacionar sus productos y atraer la mirada de todo individuo que busca retos nuevos, aventura y novedad.

El termino “deporte extremo” fue

promocionado por “X games”, creado por ESPN. El primer evento X Games (“1995 Juegos Extremos”) se dio lugar Estados Unidos exactamente en Newport, Providence, Mount Snow y Vermont.

También se podría decir que este mismo término se ha gastado y re promocionado como logan publicitario para las incontables actividades, estilos y productos los cuales van dirigidos a los consumidores jóvenes para atraerlos. Bajo este parámetro es deporte extremo también es definido con una X en mayúscula para hacer el énfasis en que hay sensaciones y emociones que se van mas allá del limite.

Los deportes tipo aventura tienen poseen ciertas reglas basicas por asi decirlo según se ve en la pagina <http://www.elclima.com.mx/extremo.html> [consulta: 2010, octubre 1] y que se relaciona a continuación:

- No hay reglamentación fija.
- No hay horario específico.
- Las prácticas varían el ritmo y la intensidad.

- Los deportes son originales y creativos
- Hay una constante búsqueda de placer y satisfacción.
- Sensaciones de riesgo y aventura.
- Necesidad de autorrealización.
- Satisfacción de preferencias.
- Ampliación del yo (personalidad).
- Control de emociones.
- Compromiso personal.
- Liberación psíquica y física.
- Búsqueda de nuevos retos.
- Exteriorización del estrés.
- Desarrollo de una práctica diferente.
- Influencia de modas.

También existen muchas empresas que se dedican a la venta de equipo para estos deportes, servicios de guías, servicio de emergencia para que los amantes de estos deportes tengan medidas preventivas y no expongan sus vidas en la prácticas sino por el contrario, disfruten y las protejan.

La acogida del deporte extremo en Iberoamérica se ha traído desde los Estados Unidos y Francia, se ha popularizado en Argentina, Costa Rica,



A Lo Xtremo.

España, México, Puerto Rico y Venezuela donde se han asociado como disciplinas deportivas las cuales suelen ser asociadas y promocionadas a través de servicios turísticos y de ocio o entretenimiento alternativo.

Según la pagina <http://www.elcastellano.org/gloxtrem.html> [consulta: 2010, octubre 1] los deportes extremos se han tratado de clasificar de la siguiente forma:

De las 43 actividades diferentes del deporte extremo se clasifican así:

AGUA (15)	TIERRA (18)	AIRE (10)
Air Chair	ACW Climbing	<i>BASE</i> Jumping
Barefoot Water Skiing	Adventure Racing	Ballooning
Boardsailing	Aggresive In Line Skating	Bungee Jumping
Free Diving	BMX	Hang Gliding
Jetskiing	Caving	High Wire
Open Water Swimming	Extreme Motocross	Ski Jumping
Powerboat Racing	Land Yachting	Ski Flying
Round The World Yacht Racing	Ice Yachting	Sky Diving
Scuba Diving	Mountain Biking	Sky Surfing
Snorkeling	Mountain Boarding	Soaring
Speed Sailing	Outdoor Climbing	
Surfing	Skateboarding	
Trifoiling	Snowboarding	
Wakeboarding	Snowshoeing	
Whitewater	Speed Biking	
	Speed Skiing	
	Steep Skiing	
	Street Luge	

Este deporte esta formado por denominaciones en ingles de los cuales algunos tienen semejanza con el idioma español, lo cual da origen al glosario que se encuentra en el anexo 1:

La fecha exacta del origen o nacimiento del deporte extremo no se puede definir pero se dice que este termino apareció en 1950 en una frase oculta de Ernest Hemingway (periodista americano) "Hay solo tres deportes: Pelea de toros, Carrera de motos y el montañismo, el resto son solo juegos".

5.2.2 DISEÑO GRAFICO

DISEÑO EDITORIAL

El Diseño Editorial es una de las ramas en el Diseño Grafico y se dedica a la composición y maquetación de publicaciones como libros, revistas, periódicos. El diseño editorial es especifico, debe tener un estilo único y definido dependiendo de su grupo objetivo se definirá su estilo, tipografía y tendencia.

Las partes de una editorial son el texto que son formados por los titulares, subtítulos y bloques de texto; los titulares que son el principal texto que informa el tema a tratar; los pie de foto, que son los que dan información adicional al pie de cada fotografía; y los cuerpos de texto que son los mismos artículos.

En el contenido de una revista se encuentra, la portada, contraportada, la editorial, el índice, un sumario o contenido, los artículos, textos, fotografías, ilustraciones, anuncios publicitarios. Los diseñadores no solo se ocupan del exterior de las publicaciones también deben ocuparse del exterior organizarlos, asignarles tipografía para una mayor legibilidad y lectura eficiente para el grupo objetivo.

Los programas para realizar la maquetación o la diagramación encontramos los siguientes: Adobe InDesign, QuarkXpress, Scribus, Macromedia Freehand y PageMaker.

En la historia del diseño editorial se puede decir que nació con la imprenta de tipos móviles, pero se afirma que incluso data de tiempos atrás desde cuando usaban el papiro para los manuscritos, las placas de arcilla o piedra lo cual tenía la intención de preservar la información.

Hacia la edad media eran los copistas los encargados de realizar los manuscritos, fueron los q establecieron normas referentes a márgenes, columnas y espaciados, por lo tanto se puede decir que fueron los primeros expertos en el diseño editorial.

En el siglo 20 la escuela alemana Bauhaus de diseño arte y arquitectura innovo y experimento el uso asimétrico de la retícula permitió una propuesta novedosa permitió salir de la monotonía de los textos y el diseño.

En los años 80, aparece un manual sobre grillas, llamado sistemas de retícula el cual fue el primer manual que trata sobre

el manejo libre de las publicaciones y diagramación de las mismas.

La importancia del diseño editorial es total porque la diagramación es lo principal que atrae y cautiva en cualquiera de los medios de comunicación visuales para hacerse sobresalir entre estos mismos.

La importancia de la diagramación en el caso de la editorial presta mucha atención en el diseño del exterior en los libros o revistas o cualquier publicación debido a que la tapa, la contraportada, la sobrecubierta, el lomo el título, son determinantes para que el potencial comprador lo lleve por sobre cualquier otra publicación, además está comprobado que las personas compran un libro o revista gracias a que leen el paratexto (la tapa, la contratapa y la solapa), aun cuando no conocen el autor ni el título de una obra.

El diseño interior también cuenta, ya que de la tipografía, el formato y la organización de imágenes depende también la

legibilidad para que la lectura sea amena y agradable.

Para llegar a ello se debe tener en cuenta:

LA TIPOGRAFIA, debe ser coherente al tipo de publicación, máximo dos fuentes y jugar con sus variaciones como lo son el cuerpo, color, inclinación, subrayado, etc.

EL COLOR, lograr un contraste entre la tipografía y el fondo, se pueden buscar unas variaciones en el color pero se debe tener en cuenta el principio del contraste para no perder la legibilidad visual.

EL CUERPO TIPOGRAFICO, este depende del interlineado, la cantidad del texto y el ancho de la columna. Es decir si es solo un bloque de texto el tamaño debe estar entre los 8 y 11 a 12 puntos, coherente con el tipo de fuente y al público objetivo.



EL INTERLINEADO, esta determinado según el cuerpo tipográfico, el criterio para ello es que un 20% sea mayor al cuerpo utilizado, por ejemplo si la fuente es de 10 puntos el interlineado debe ser de 12. también podría decirse que el interlineado depende de la anchura de las columnas si son muy anchas necesitara de un espacio para mantener su legibilidad.

EL INTERLETRAJE, es el espacio entre letras lo que determina la densidad visual del texto, permite adaptar un texto a la forma que se quiera, genera texturas diferentes desde la elegancia y la ligereza hasta la continuidad.

LA IMAGEN

La imagen es un elemento básico, el cual tiene como función la explicación, reforzar y ampliar el lenguaje visual de la revista, libro u otro tipo de publicación donde debe ser coherente con el texto, es también súper importante ya que es la que atrae y recrea la vista del lector.

La disposición de la imagen se puede realizar en diferentes partes con relación al texto, puede estar aislada o silueteada por el mismo texto, dependiendo del significado que se le quiera dar.

Las fotografías e ilustraciones están incluidas como imágenes, también usadas en libros, revistas y periódicos.

En el caso de la fotografía se usa para dar realismo la cual es muy utilizada en las revistas y periódicos de los cuales la misma imagen complementa la noticia. Pero para el caso de libros de historia esta imagen adquiere un valor documental, de testimonio, dan explicaciones a los textos científicos, y en otros casos tienen un gran valor artístico resaltando el prestigio de la misma publicación.

En la revista y diario la fotografía se usa para resaltar un producto, una marca en los avisos publicitarios. De esta forma se puede apreciar que la imagen es mas fuerte en la revista y es en ella donde se

le da una especial selección ya que es la que principalmente cautiva al lector.

Por parte de la ilustración se incluye por su valor estético y creativo, caracterizándose por la originalidad y su expresividad, la cual tiene la facultad de atraer la atención de los lectores.

La ilustración es empleada mucho en la literatura infantil, en las revistas y periódicos promociona de una forma novedosa y artística productos marcando así una diferencia con la competencia.

Los Espacios en blanco tienen también una importancia aunque no lo parezca, porque ellos son los que refrescan la lectura, equilibran un diseño o composición y también cumplen con la función de descanso y pausa en la lectura.

La caja tipográfica es un límite virtual donde se define el área de impresión de

cada una de las páginas, superior, inferior, lateral derecho e izquierdo.

posibilidad para la combinación de texto en diferentes tamaños junto con la imagen.

En cuanto a la grilla o retícula editorial la cual es un esquema que permite subdividir un campo visual dentro de la caja tipográfica, espacios reducidos para la organización coherente de la información, de las imágenes conservando una legibilidad, en pocas palabras es una guía que permite realizar un diseño con libertad y con legibilidad.

Formato de cuatro columnas: utilizado en revistas y periódicos y permite la composición cuando hay mucho texto.

A la hora de realizar un diseño para editorial se debe considerar tres aspectos importantes: la publicación, los lectores y la competencia.

Entre los diferentes tipos de formatos encontramos que dependen de la cantidad de columnas.

En la publicación se necesita saber que tipo de contenido se realizara, en que medio impreso se moverá, ya que cada tipo de medio impreso tienen sus características propias.

El formato de una columna se utiliza mayormente en los libros pues solo manejan texto e imagen.

En los lectores se debe tener en cuenta que tipo de publico es al que se dirige, para realizar la composición, y ser acorde a ellos en su cultura, pertenencia social, nivel de educación, económico, la edad, el genero.

El formato de dos columnas combina fácilmente el texto y la imagen.

Formato de tres columnas: da mayor



La competencia es importante tenerla en cuenta ya que sus principales rasgos sean positivos o negativos darán pauta para que el diseño se diferencie de los demás.

TIPOS DE PAPEL:

Bond

El gramaje en este papel es: 60, 70, 75, 90 y 115, las principales características es que es muy absorbente y tiene un difícil secado, el uso que se le da es para la papelería comercial, blocks, sobres y volantes.

Esmaltados y no esmaltados

Su gramaje es de 90, 115, 150, 200 y 240, las características es que tiene una óptima blancura, y es de rápido secado. Se usa para la literatura, en plegables, folletos, tarjetones, revistas, afiches, calendarios, etiquetas.

Cartulinas

El calibre de la cartulina esta entre el 14.4, 16, 18, 20 y 24 y sus respectivos

gramajes entre los 250, 280, 300 y 320, las principales características es que son ecológicos, tienen mayor estabilidad, es un blanco duradero. El uso que se le da son en las cajas plegadizas, el material POP, carpetas, y carátulas.

Papeles finos

El gramaje en este material es de 90, 120, 180, 220, sus principales características es que vienen en colores varios, son texturados, son de óptima impresión, el secado es lento, el uso que se le da es para expresión social, informes de gestión, menús de los restaurantes, papelería fina, y brochures.

Otros

El papel Adhesivo, mantequilla, seda, parafinado, corrugados, papel "biblia", acuarela, papel para impresoras de oficina, papeles artesanales y artísticos, el PVC, Yupo, poliestireno, y metalizado son algunos de los que se pueden encontrar hoy en día.

5.2.3 LA REVISTA

Según el glosario de términos de la colección digital de la pagina http://digitalium.uem.es/index.php?option=com_content&view=article&id=104:glosario&catid=46:ayuda-tecnica&Itemid=68&lang=es [consultada: 2012, febrero 16] la definición para revista digital es:

La revista digital es un soporte digital empleado para la publicación y difusión de artículos e información científica, bien en acceso abierto, bien en acceso restringido a suscripción.

La Xtrema.



Su historia comienza a mediados del año 1888, cuando aparecen publicaciones periódicas que tenían la idea de que no fueran solo informativas como si fueran almanaques.

Una revista era editada por años donde reunían datos útiles como el clima, comunicaciones, la población de la época, la prosa literaria, temas informativos, y poemas de breve extensión, siendo de finalidad recrear el ocio de los lectores, en pocas palabras entretenerlos acorde al tipo de revista que manejaran.

En este mismo siglo nacieron los seminarios que incluían las descripciones de modas y costumbres, junto con la crítica social y moral.

Las primeras revistas reunían gran variedad de material que era de sumo interés para los lectores, una de las primeras fue una publicación alemana "*Erbauliche Monats-Unterredungen*" (*Discusiones Mensuales Edificantes*), entre los años 1663 y 1668.

Con el tiempo fueron surgiendo otros tipos de revistas que se fueron conociendo periódicamente en otros países como Francia, Inglaterra e Italia, para la década de 1670 se dieron a conocer unas mas ligeras y divertidas, la mas conocida de todas ellas en esa época fue "*Le Mercure Galant*", que se conoció en el año 1672 que mas tarde cambia su nombre a "*Mercure de France*" a comienzos del siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon "*The Tatler*" (1709 – 1711), la cual tubo su aperción 3 veces por semana.

La Enciclopedia Británica las define como "como una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas) muchas veces ilustradas"

La publicación de revista se consolido como una actividad altamente rentable en todo el planeta debido a la gran expansión de la televisión y los medios audiovisuales. Las revistas tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos, resaltando que hoy en día es uno de los medios mas escritos vendidos y utilizados.



La vida es Xtrema!

La publicación de la revista se compone de una variedad de artículos sobre varios temas o alguno en específico. Este tipo de publicación es producida normalmente por una editorial, su periodicidad puede ser generalmente semanal, bisemanal, quincenal, mensual o bimestral. El formato puede ser a full color o blanco.

Hacen parte de una revista:

Volanta

Titulo

Bajada

Cuerpo

Fotografía referencia,

Infografía

Gráficos

Columna

Los tipos de revista son:

Hay diversos tipos de revistas dirigidos audiencias diferentes como adultos y niños, especializadas en algún tema en particular, política, deporte, científicas, literarias.

La clasificación de revistas es la siguiente:

Informativas

Entretenimiento

De apoyo

Científicas

De farandula

Y de internet.

Estas revistas de internet son ediciones comúnmente basadas en las impresas. La misma tecnología hace que estas revistas

tienen tener diseños mas atractivos y una mayor interacción con los lectores. Este es el nuevo periodismo.

En el año 2002 el grupo editorial Hachette Filipacchi comenzó la digitalización de sus revistas, tendencia a la cual se unió el resto de los principales grupos editoriales de España, como RBA Revistas, G+J, Grupo Zeta y la popular ¡HOLA!

A medida que la internet penetra en España según el Estudio General de Medios, las editoriales vieron una gran oportunidad para monetizar su audiencia mediante la inserción de Publicidad en Internet y acuerdos de comercio electrónico.

Partes que conforman la revista

El Cabezote

La importancia del nombre de la revista y su presentación grafica es la marca de la publicación. Por esta razón debe encerrar su espíritu y reunir su intención de comunicación, la ubicación para el



cabezote en la porta es clave, pues este define un sistema de comunicación entre el espectador y la publicación es el enganche del lector por decirlo así.

La Infografía

Es la representación más visual que la del texto, interviene descripciones, narraciones o interpretaciones presentándose de forma gráfica figurativa, que puede coincidir o no con grafismos abstractos o sonidos.

Reserva

Usando la jerga de la fotografía analógica la reserva es la zona en la que se tapa para recibir menos luz al revelar una copia, en fotografía digital sería aplicar una máscara parcial en un tratamiento de imágenes.

Antetítulos

Los títulos constituyen uno de los elementos que contribuyen notoriamente a la presentación de la noticia, pero muchas veces no es posible decirlo en el título,

ya que este debe ser breve. Por eso se hace el uso de los antetítulos, y subtítulos, que ofrecen más datos sobre la noticia destacada.

Bocadillos o globos de texto

El texto escrito suele ir encerrado en lo que se conoce como globo o bocadillo que tiene la función de integrar en la viñeta un discurso o pensamiento, los globos de diálogos abarcan casi toda la cultura visual moderna, primordialmente en los cómics.

Pie de foto

En la edición o periodismo el pie de foto es un pequeño texto que se ubica acompañado de una fotografía o ilustración para especificar su contenido. Las fotografías deben llevar pies de foto que identifiquen su contenido, tiene que ser explicativo y consecuente con la fotografía.

Subtítulo o entrada

Un subtítulo es un texto que aparece

en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobreimpuesto a ella, aportando información adicional de la misma o traduciendo una narración o dialogo conducido en un idioma extranjero, la entradilla es el modo en que se inician las noticias.

5.2.4 LA REVISTA DIGITAL

E – Zine es una publicación que esta disponible en la web, e incluye revistas comerciales, periódicos y revistas en general. E – Zine es la forma abreviada de (Electronic Magazine) o sea Revista Digital.

Según la revista digital flash en su publicación digital <http://www.youblisher.com/p/57761-REVISTA-DIGITAL-FLASH/> [consultada: 2012, febrero 22] para considerar una definición de revista digital:

Se ha seleccionado algunas definiciones como:

La revista electrónica es aquella que se crea para el medio electrónico y solo esta disponible para este medio (Lancaster,1995).

Una publicación periódica cuyo producto final esta disponible electrónicamente (Wusteman – Brown, 1996).

Conjunto de artículos ordenados, formalizados y publicados bajo responsabilidad de una institución científica o técnica a través de redes teleinformáticas (Barrueco – García Testal - Gimeo, 1996).

Partiendo de las anteriores definiciones se propone una definición de revista digital académica, publicación periódica creada mediante medios electrónicos, que para ser consultada se requiere de un hardware y un software especificos. Esta revista puede ser una extensión de una original en soporte analógico o papel.

Elementos a considerar en una revista digital:

Existen una infinidad de criterios para diseñar una revista digital, a la hora de identificar, describir hay una serie de características a considerar (Barrueco – García Testal - Gimeo, 1996; Visión – Aguillo, 1998; Codina, 1999):

PRESENTACION

Texto simple o ACSII: este es el formato más sencillo, solo es texto, permite realizar búsqueda en el texto y por lo tanto ocupa menos espacio.

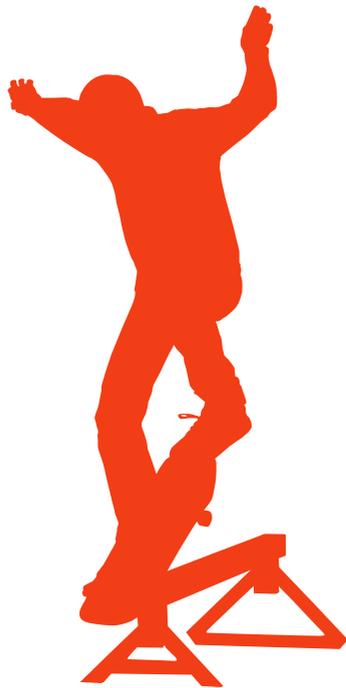
Imágenes escaneadas: edición fácil y de bajo costo, el texto no se puede modificar, la calidad de impresión y visualización dependen del escáner utilizado, su trasmisión es lenta y ocupa espacio.

La Xtremo.





La Xtrema.



Texto estructurado SGML/HTML: es un formato flexible, tiene un costo alto para su inversión en los documentos, se pierde el control en la presentación final del documento por parte del editor ya que el documento es manipulable.

Descripción de páginas (PDL, PDF): admite la inserción de tablas, fotos, etc., pero no permite la búsqueda ni es manipulable.

FORMA DE DISTRIBUCION

Correo electrónico, FTP y Gopher sobre todo al principio.

Posteriormente, **WWW**, que permite el envío de documentos multimedia y cierta interactividad con el usuario.

Calidad del contenido del documento:

De un lado el proceso de revisión.

Abierto democrática y continuo: caben indicadores de calidad (según la British

Library) la inclusión de la fecha de recepción y aceptación del trabajo, la certificación del contenido sea la definitiva o “estable”, la existencia de un archivo para la revista digital que asegure la permanencia de la información a un futuro, la existencia de estándares que faciliten la ubicación unívoca la selección, adquisición o el acceso a los artículos digitales (como equivalente del ISBN para el caso de los libros, para mencionar este caso)

Se debe tener en cuenta la seguridad del acceso (por los derechos de autor, y para garantizar la integridad de la información que se ofrece) por otro lado el uso que se haga con el diseño y como redunda en un mayor o menor eficacia en la comunicación de contenidos (evitar el desbordamiento de información, cuando menos, a nivel de impacto visual).

5.2.5 MEDIOS DE PUBLICIDAD

Según el glosario de términos de infosol.com.mx www.infosol.com.mx/espacio/cont/glosario/menu.html [consultada: 2012, febrero 23] para considerar una breve definición de medios de publicidad:

Son transmisores que llevan un mensaje publicitario, conocido también como “anuncio” al mercado meta, estos son a periódicos, radio, internet, televisión, entre otros.

CLASES DE MEDIOS EN LA PUBLICIDAD

Según el artículo “Tipos de medios de publicación”(Julio2006)deIvánThompson, de la pagina web promonegocios.net, en el link: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html> [consultada: 2012, febrero 23] los tipos o clases de medios en la publicidad son:

Estos medios son el canal que mercadólogos y publicistas usan para transmitir un determinado mensaje a su mercado meta, la elección de los medios a utilizar en una campaña publicitaria es una decisión importante porque repercute en los resultados que se obtienen con ella.

Por esta razón se debe conocer cuáles son los diferentes tipos de medios de comunicación, en qué consisten y cuáles

son sus ventajas y desventajas, con el fin de que se puedan tomar las decisiones mas acertadas al momento de seleccionar el medio a usar.

Estos medios se dividen en tres grandes grupos:

Medios masivos: son los que afectan a un mayor grupo de personas en un momento determinado, este también se conoce como medio medido. Aquí se encuentran la televisión, la radio, los periódicos, la revista, la internet y el cine.

Medios auxiliares o Complementarios: afectan a un número menor de personas en un momento determinado, también se le conoce como medio no medido. En este medio se encuentra los medios exteriores o publicidad exterior, la publicidad interior, la publicidad directa o el correo directo.

Medios alternativos: son las nuevas formas de promocionar productos algunas ordinarias y otras muy innovadoras. En ellos se encuentran los faxes, carritos de compras con video en las tiendas comerciales, protectores de pantalla en las computadoras, discos compactos,

kioskos interactivos en las tiendas departamentales, anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los video caset rentados.

5.2.6 SOCIAL MEDIA MARKETING O MARKETING VIA REDES SOCIALES

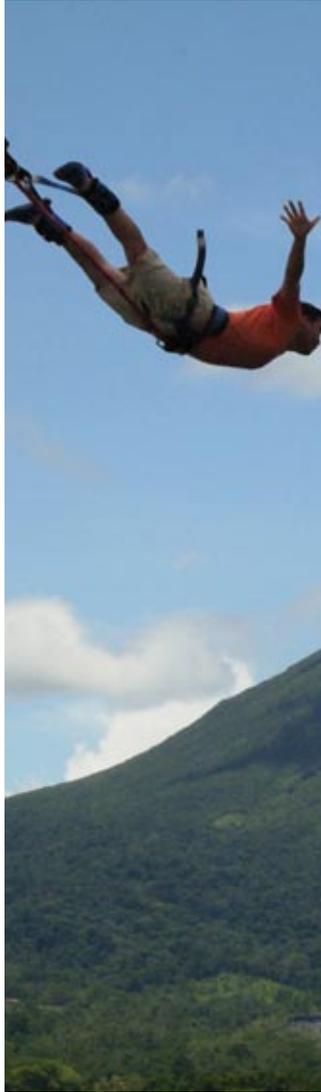
Según el artículo “Social Media Marketing - ¿Qué es y con que se come?” de Machelvic Media, de la pagina web en el link: <http://www.malchevic.com/social-media-definicion/> [consultada: 2012, febrero 28] social media es:

En todos lados se ve que hablan de redes sociales ya sea por entretenimiento, o promoción de negocios, prácticamente cualquier compañía ya tiene cuenta en Facebook o Twitter.

Son muy pocos los que entienden el concepto de Social Media y que abarca, social media se puede decir que es un sinónimo de Web 2.0, esta web incluye términos tales como blogs, RSS, usabilidad, wikis, CSS, movilidad, CMS, redes sociales, etc.

El concepto de web 2.0 nacio en el 2004

La vida es Xtrema!



en una sesión de lluvia de ideas entre Tim O'Reilly y MediaLive International cuando trataban de definir cambios que se estaban observando en la red.

Sus principales características de la Web 2.0:

- Participación: los comentarios de las personas son importantes como su opinión que se ven en foros, tiendas, blogs, etc.
- Acceso fácil: las paginas web se accesan de muchos lados y de forma fácil incluyendo los dispositivos móviles.
- Customization: una pagina web y sus diversas herramientas se pueden modificar de acuerdo a la necesidad de cada persona.
- Conversación: las personas se comunican de forma fácil en la red, como por ejemplo los mas populares Skype o Messenger.
- Networking: la web 2.0 permite formar conexiones con personas que busca un mismo objetivo de una forma sencilla.
- Compartir: se intercambian fotos, videos, música, archivos, etc.

- Contenido generado por el usuario: una persona tiene la facilidad de crear su propio contenido y colocarlo en diversos sitios y promocionarlos junto con imágenes, videos etc.

Todos estos conceptos en grupo forman lo que conocemos como mundo virtual, y esto tiene algo en común, hacen que las personas participen e interactúen en el medio. Este es el alma del mundo Social Media.

Cuando se logra integrar estos conceptos en un esquema, producto o pagina web, mayor provecho se sacara de la web 2.0, se obtendrán resultados cuando se utilice la publicidad via redes sociales conocido también como Social Media Marketing.

5.2.7 PUBLICIDAD VIRAL: LA COMUNICACIÓN POR CONTAGIO

En el año 1994 se publico un libro titulado "Media Virus", un impacto que tuvo para las nuevas generaciones, el profesor Douglas Rushkoff, explica como algunos servicios gratuitos de correo electrónico

como Hotmail ó Yahoo entre otros, añadían publicidad corporativa al mensaje saliente de los usuarios, así que cada vez que este mensaje llegaba a una persona interesada en la publicidad del servidor, ese mismo acababa por dar de alta una cuenta propia de correo, infectando a aquellos usuarios a los que le enviaba un mensaje en ese momento.

Entre los ejemplos de virus mutantes para los objetivos diferenciados se puede recordar el ejemplo español de publicidad viral con la campaña que MTV hizo proclamar a millones de internautas que amaban a una chica llamada Laura. (http://youtube.com/wathc?v=hRdVg_JATII)

Hay diferentes tipologías de publicidad viral que de forma similar a la normal suelen definirse en función de objetivos de cada campaña. Los más comunes suelen reconocerse en nuestro correo con una frase enfática “Pásalo”, son cadenas de correo auspiciando mala suerte, peticiones económicas, videos humorísticos con o sin un objetivo claramente publicitario.

La viralidad incentiva, sería la que ofrece

algún premio a cambio de aportar datos personales o ajenos a una empresa, vales de descuento, productos promocionales, esta información es un tesoro para aquellas compañías que utilizan la comunicación no convencional como forma de contacto con los potenciales clientes.

Otra forma son las “Estrategias Teaser” o de intriga. Aquí la agencia encargada debe hacer un esfuerzo para que el usuario no identifique en primera estancia el mensaje publicitario, estos tipos de mensajes se llevan a cabo a través de pistas, regalos sorpresa repartidos por la geografía urbana, haciendo que el consumidor se pregunte sobre la presencia de esos elementos en su contexto habitual. En fin todo tipo de cosas inusuales que no sean acordes al tiempo al lugar. Estos tipos de campañas acostumbran a tener una importante consecuencia e interés por parte del público objetivo.

Otras formas de viralidad se encuentran en la base de datos que se gestionan por los propios usuarios, facebook, fotolog o Classmates.com, son claros ejemplos de contagio de mensajes, siendo los usuarios

mismos que invitan a otros a formar parte de la red a la que forman parte. La forma de viralidad “pasala” y esta última terminan mezclándose ya que la mayoría de campañas publicitarias difundida a través de internet, que una vez salen del correo acaban por difundirse a través de la base de datos de millones de usuarios.

Una forma de medir el éxito de viralidad se podría observar en la campaña de Axe de Unilever, cuyo objetivo fue reforzar el impacto de la campaña de desodorantes en plena campaña navideña. Consistió en una tarjeta digital en la que se veía una chica en bikini que sonreía o se movía ante el movimiento del mouse por parte del internauta, dicha animación fue enviada a la base de datos que poseía Axe y así vez los usuarios reenviaban a su red de contactos, de esta forma axe consiguió llegar a un volumen insospechado de usuarios de características psico demográficas similares focalizando el impacto del mensaje en el propio target del producto.

Otras de las ventajas es la ausencia de fronteras geográficas en la difusión de

La vida es Xtrema!



Lo Xtremo.



una determinada campaña, el target es universal y es aquí donde cobran mas fuerza las divisiones entre el publico objetivo primario y secundario.

Desde 1994 año en que Rushkoff anunciaba al mundo el poder de la viralidad hasta el día de hoy, esta herramienta no ha parado de crecer, cabe resaltar los siguientes beneficios o ventajas que tiene la publicidad viral.

Costes mínimos, la inversión económica es mínima cuando se compara con cualquier otro formato publicitario.

Impacto máximo, el presupuesto inicial no es directamente proporcional al éxito de la misma, debe estar en función de la creatividad y la capacidad que se tenga con el publico objetivo. Si una acción viral supera la tercera generación de reenvíos, el éxito de la misma esta garantizado.

Ausencia de fronteras, la publicidad no conoce fronteras, no se limita al target para la que fue ideada, es posible que la campaña llegue a un país en los que ni siquiera se comercialice el producto.

Atemporalidad, la existencia de portales como YouTube ha eternizado las campañas en la red, es un archivo histórico, donde son revividos de forma cibernética.

Retroalimentación, los mismos usuarios se encargan de realizar versiones de las campañas con ayuda de wbcams y cámaras de video domestico, este hecho contribuye a retroalimentar la campaña original.

Entre sus inconvenientes la publicidad viral cuenta con un sistema de medición que no es cien por ciento fiable, o no arroja datos exactos sobre el éxito o el fracaso de la viralidad.

5.2.8. WEB 2.0

Este término surgió para el nombramiento de una conferencia organizada por O'Reilly, la compañía de medios y promotora más importante con el impulso de la innovación tecnológica, junto con la empresa de soluciones marketing MediaLive Internacional (CMP) donde transmitieron la gran importancia de la web un espacio donde surgieron y siguen surgiendo nuevas aplicaciones en línea

que son aceptadas de forma inmediata por millones de personas en todo el mundo.

En pocas palabras al web 2.0 es una actitud a la que se le otorga la importancia a lo social, a la interconexión entre iguales, y se reconoce el valor de cada individuo aporta al conjunto, el poder que alcanzan los usuarios gracias a las aplicaciones.

En una frase La web 2.0 son aplicaciones donde los usuarios tienen el control.

APLICACIONES SOCIALES WEB 2.0

La historia de las aplicaciones tiene sus comienzos en el año 2003 en el momento en que la burbuja de las puntocom se había desinflado y la red empezaba a renacer de sus cenizas. Es en este momento donde los usuarios cobran protagonismo, tres norteamericanos crean sendas empresariales destinadas a que los internautas puedan hablar entre ellos y conocerse mejor.

Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams, ponen en marcha a TRIBE. NET, LINKEDIN Y FRIENDSTER, las tres primeras redes sociales en internet,

su objetivo trasladar a la red una teoría sociológica, llamada "los seis grados de separación", la cual fue posible contactar a cualquier persona en cualquier parte del mundo como máximo a través de otras cinco personas.

En el año 2003 comienza la recuperación de la economía digital, al mismo tiempo que las tres redes empiezan a incrementar el número de usuarios. Cabe destacar que Friendster se hizo famosa en esta época a raíz de las primeras elecciones de E.E.U.U. ya que uno de los candidatos empleo fuertemente su campaña a través de este medio. Fue tal la acogida que al incrementarse el tráfico los servidores no aguantaron por el tráfico de usuarios. Y es aquí donde entra un principal ingrediente del software social, el software libre.

Para mantener los servidores, los administradores de redes recurren masivamente a Linux y otros programas libres que demostraron ser más estables que las alternativas comerciales.

Un ejemplo claro de redes sociales en España son: eConozco que fue uso

para profesionales, y Orkut que tubo mayor acogida. En E.U. son MySpace y Facebook.

Asi que los primeros pasos de la web 2.0 han sido por las redes sociales inspiradas por la teoría de los seis grados y su estado beta permanente.

También se debe tener en cuenta algo muy importante un aporte muy vinculado a google son los tags o etiquetas, que son una o unas palabras asociadas a una pagina web, foto o video que permiten acotar la búsqueda.

En este servicio social se destacan dos que fueron adquiridos por Yahoo, del.icio.us y Flickr y otro comprado por google YouTube.

Estos utilizan tags para identificar contenidos, enlaces a paginas web (del.icio.us), fotos (Flickr) y videos (YouTube) y todos estos reunidos son una enorme red social en la que los usuarios entablan vínculos personales a nivel mundial.

La vida es Xtrema!

CLASIFICACION DE APLICACIONES SOCIALES

BLOGS, Blogger, Barropunto, Microservicios, personalizan tu información, tu perfil.

WIKIS, como Wikipedia, que consulta e inserta términos enciclopédicos.

REDES SOCIALES, Flickr, Facebook, MySpace, Neurona.

SISTEMA DE ETIQUETADO SOCIAL, como del.icio.us

SISTEMAS DE FILTRADO SOCIAL, como Menéame.

RED SOCIAL

La red social es un sistema que permite establecer relaciones con otros usuarios en cualquier parte del mundo de una forma virtual.

Una red social esta compuesta normalmente por:

Buzones de correo, para enviarse mensajes entre miembros.

Foros tematicos, a los que solo pueden acceder miembros registrados.

Buscador de personas, con las que se puede tener cierta afiliación.

Organización de Eventos, a los que solo pueden asistir miembros de forma presencial.

CLASIFICACIÓN DE REDES SOCIALES

REDES PARA ENCUENTROS AMOROSOS: en estas tenemos a Match.com de origen americano, y la francesa Meetic.com

COMUNIDADES DE AMIGOS: Un entorno en el que se destacan redes extranjeras como Yahoo 360°, Orkut, Linkara.

REDES PROFESIONALES: En esta se destaca la norteamericana LinKedIn, la alemana OpenBc (Xing) por España se destacan Neurona y eConozco, buscan unir profesionales entre si y son perfiladas para el comercio.



5.2.9 COLOMBIA

Ubicación:

Colombia se encuentra en la zona más septentrional del continente Suramericano. Está ubicado geológicamente de la siguiente manera:

ORIENTE: el escudo Guayanés.

OCCIDENTE: La placa de Nazca, y de cocos (conocida como los Galápagos).

NORTE: La placa caribeña.

Biográficamente pertenece a la zona central de la región neotropical, que comparte con Venezuela, la Guyanas, Brasil, Paraguay, Ecuador y Perú.

Colombia se caracteriza por tener una variedad de climas y zonas de vida.

Comparte con los demás países suramericanos colindantes con el Océano pacífico la cordillera más larga del mundo Los Andes, siendo esta una de las zonas de mayor actividad sísmica y volcánica del planeta. Y con Brasil, Ecuador y Perú el río más largo y caudaloso del mundo, El

amazonas, 5.500 km de largo y 200.000 m³/seg de agua.

También posee zonas áridas y semiáridas con sus especiales equilibrios bióticos. Los más importantes son el desierto de la Guajira (está localizado en el extremo norte de Colombia, en el departamento de La Guajira, cubriendo la mayor parte de la Península de la Guajira, incluyendo territorio de Venezuela). Y el que le sigue el desierto de la Tatacoa, (también conocido como el valle de las tristezas, esta región semiárida se encuentra localizado al norte del Departamento del Huila, a 38 kilómetros desde la ciudad de Neiva y a 10 kilómetros de Natagaima en el Tolima. Es un rico yacimiento de fósiles y es un gran destino turístico.)

También podemos mencionar desiertos en el cañón del Chicamocha, (un accidente geográfico ubicado en el departamento de Santander, muy cerca de la ciudad de Bucaramanga) los Venados las inmediaciones de Villa de Leyva (es un municipio colombiano ubicado en la Provincia de Ricaute del departamento de Boyacá, está ubicado a 40 Km al oeste de

Tunja la capital del departamento) y los cañones de los ríos Patía y Dagua, entre otros.

Contamos con dos grandes océanos, el Atlántico ubicado en el norte del país, y el Pacífico al occidente.

5.2.9.1 CUNDINAMARCA

TOBIA

Tobia se encuentra ubicada entre los municipios de Nimaima, Útica, la Peña y Quebrada Negra, en la región noroccidental de Cundinamarca, en la cordillera oriental de los Andes; la zona está bañada por los ríos Negro y Tobia de corrientes menores, con un buen caudal. Está a 730 metros sobre el nivel del mar, con temperatura

La Xtremo.



promedio de 27 grados.

Tobia fue fundada el 29 de junio de 1939, nació como un campamento construido por los negros que trabajaban en la construcción del ferrocarril y necesitan un sitio donde llegar a casa cada tarde.

Los deportes extremos practicados en Tobia son:

Rafting - Rappel - Ciclismo - Caminatas - Kayak - Camping - Canopy - Motocross - Caminata - Cabalgatas.

SUESCA

Tiene una historia y una tradición indígena muy interesante Sueica (Roca de las Aves), llamada normalmente Suesca, población turística ubicada a 45 km de Bogotá.

Posee grandes riquezas naturales e importantes atracciones para la práctica de deportes tipo aventura o actividades al aire libre.

A 2600 metros sobre el nivel del mar, este

municipio tiene como fuente principal de empleo el cultivo de flores.

En segundo lugar tenemos los deportes tipo aventura y/o extremos como la escalada en roca, el rappel, rafting y otros más. En la zona de las veredas y caminos del municipio se practica el ciclo montañismo, las caminatas ecológicas, el Ala delta y parapente, lo que es una gran atracción en el fin de semana.

Suesca es un lugar rodeado por enormes e históricas rocas que conforman el Valle de los Halcones, donde abre todos sus encantos en la naturaleza, la fauna y la flora cautivan a cualquier turista, el plan perfecto en medio de las rocas es el Camping.

Esta es una de las regiones más hermosas de Cundinamarca, debido a sus paisajes, atardeceres, atractivos naturales, calidez y amabilidad de sus gentes, se encuentra ubicada a una hora de Bogotá, los sitios de interés turístico se encuentran el parque



principal, el templo parroquial, la casa cultural, la plaza de mercado, las rocas de suesca, rio Bogotá “el Tambre” el antiguo túnel del ferrocarril, Monolitos, la laguna del Suesca, Agua caliente.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Para este proyecto se considera el deporte extremo como una actividad recreativa y propicia que se da en Colombia, pues su misma composición geológica se presta para practicar deportes extremos. A través de empresas que se dedican al turismo aventura las cuales se pueden encontrar en la web y referencias por parte de personas que les gusta este tipo de actividades, y sitios turísticos los cuales se encuentran a una distancia razonable para tener un tiempo de buen esparcimiento.

Si los deportes extremos son aquellas actividades de ocio que tienen una aparente peligrosidad y un cierto grado de satisfacción y aventura que tienen los jóvenes, aquellos que buscan emociones fuertes.

Las características del deporte extremo o tipo aventura son que no contiene una reglamentación fija, no tienen horario específico, hay una búsqueda intensa por divertirse, buscan las sensaciones de riesgo y aventura, los retos y admirar de una forma los escenarios naturales que estos deportes ofrecen al aire libre y al contacto con la naturaleza.

Las clasificaciones del deporte extremo se hacen en tierra, agua y aire, las regiones como Cundinamarca y parte de los santanderes, mas exactamente los que están ubicados en las cordilleras colombianas, en la zona pacifico en los parques y paramos, en las lagunas, en la gran mayoría donde hay cerros y buen viento es propicio para la practica de estos deportes.

Si la comunicación grafica es una profesión cuyo objeto es pensar y realizar comunicaciones visuales, para expresarse gráficamente en los medios de comunicación, para los grupos sociales específicos a través del uso de herramientas

modernas como el computador el cual es un elemento importante de autoedición para el desarrollo de las piezas graficas y la web, que son herramientas poderosas para la divulgación de información.

Se puede estructurar una buena comunicación de lo que se pretende dar a conocer del deporte extremo en Colombia, donde se practica, quienes ofrecen el servicio, a través de una revista digital que se promociona con una poderosa herramienta como lo es la social media marketing a través de de la web, blogs twitter, facebook, y publicidad viral donde el publico objetivo encontrara toda la información concerniente al tema del deporte extremo que se practica en Colombia y más específicamente en la zona de Cundinamarca.

Para realizar la pieza grafica se enfocara en el diseño editorial, en una revista digital, la cual es informativa y presentara mucha atención al diseño exterior el cual deberá impactar y atraer al grupo objetivo, tomando como tema central el deporte

extremo que se practica en Colombia, mas exactamente en algunas partes de Cundinamarca.

ser cuadriculado, siendo novedoso y llamativo, logrando una organizacion acorde a la revista.



La revista será novedosa en la web, ya que no se encuentra una revista digital según las personas encuestadas del grupo objetivo. Junto con el buen manejo de fotografía, diseño, tipografía apropiada, se lograra una imagen atrayente y efectiva, apoyada de social media marketing la cual es muy influyente en la web.

Las estrategias para apoyar esta revista se basaran en la publicidad viral, social marketing, a través de twitter, facebook, un blog propio, como un círculo donde gira al rededor de la revista. Enganchando al grupo objetivo con tips, links de interés, concursos y datos curiosos del deporte extremo, siendo una forma de fidelizar a los lectores.

Teniendo un conocimiento previo de que el deporte tipo aventura es un consumo cultural de hoy en día, especialmente para los jóvenes, la cual genera identidad, un estilo de vida. Ellos, los jóvenes son individuos extravagantes, sin miedos al peligro, aventureros por naturaleza, impulsivos y amantes del riesgo y la naturaleza. Son muy influenciados por la imagen que ven en los diferentes medios de comunicación, comerciales, marcas de equipos, cubrimientos deportivos, en los programas especializados de deporte extremo, los héroes del momento, los apasionados, la forma de vestir de estos mismos, los signos que usan para identificarse, la jerga entre ellos, se reúnen datos para la idea de realizar la pieza grafica.

Algo básico a la hora de diseñar es el manejo de la grilla ya que es un esquema que permite libertad y de esta forma no

Al buen manejo de la web y lo social marketing, se puede elaborar la estrategia

de que a la pieza grafica giren todas esta herramientas.

Se ha elegido realizar una revista digital debido a su facilidad para la edición, publicación y distribución en internet, la promocion en redes sociales.

6. DISEÑO METODOLOGICO

Para la elaboración de la revista digital se ha tenido en cuenta al grupo objetivo, jovenes practicantes y no practicantes promedio entre los 14 y 32 años. observando, preguntando y realizando un tipo de encuesta para saber sus gustos, colores, si identifican una revista de deporte extremo, que les gustaria que esta aportara, si le es interesante que esta misma les guiera para la informacion que estan buscando.

En base a estas ideas resueltas se tiene en cuenta para la elaboracion de temas y diseño de la revista.

6.1 TIPO DE INVESTIGACION

Para el tipo de investigación el enfoque que se toma es empirico analítico, al haber

participado en una actividad extrema y el escuchar experiencias de personas que ocasionalmente practican el deporte extremo u deporte tipo aventura, una forma de entretenimiento y desconecte de la rutina diaria de la gran ciudad, convirtiendo la investigacion de tipo interpretativa.

la linea investigacion tomada es comunicativa, es una cultura es un pensamiento visual, ya se que su diseño es la descripcion de la vivencia de este deporte.

6.1.1 METODO

La recopilación de la información se hizo a traves de la sintesis de observación, en documentos, participacion en eventos, encuesta de este tipo de actividad.

6.1.2 TECNICA

La dinamica de la cual se obtuvo información para la elaboración de la revista digital fue la observación participativa y observante, de una actividad de deporte extremo, encuesta y observacion de material

existente en otros paises a traves de referentes en revistas de otros paises en la web.

6.1.3 INSTRUMENTO

Los instrumentos con que se realizo la obtención de resultados fueron, la encuesta, la observación directa, y charlas con grupo objetivo.

la encuesta principal se puede encontrar en: <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dEk4dGtpVUpUQXFyeWJNZZTaFRDZkE6MQ>

7. HIPOTESIS

Al realizar la pieza grafica apropiada para dar a conocer la información de interés

La Xtremo.





Lo Xtremo.

en deporte extremo en Colombia en la región de Cundinamarca, los lugares a donde ir, donde se practica, las empresas proveedoras de estos servicios, de equipos o el mismo entrenamiento, facilitara al deportista y aquellos que tienen un inicio en este mundo los datos necesarios de forma amena y precisa en un solo lugar sin necesidad de buscar en múltiples paginas.

8. VARIABLES

8.1 INDEPENDIENTES

- El impacto visual de la revista en la web
- El gusto del grupo objetivo por la informacion en la revista.
- El interes del grupo objetivo por conocer los sitios de interes para la practica del deporte extremo.
- El nivel de conocimiento que tienen por el manejo en las tecnologias de la web.

8.2 DEPENDIENTES

- Frecuencia del uso de las tecnologias en la web.
- Interes por los lugares donde se practican los deportes extremos.
- La divulgacion de la revista entre ellos mismos.
- La frecuencia con que se divulgue la informacion de la revista.

8.3 INTERVINIENTES

- La tendencia a la practica del deporte extremo o tipo aventura.
- Lugar de residencia del grupo objetivo.
- Frecuencia de la practica del deporte.



9. BIBLIOGRAFIA

tomado de: www.wikipedia.com.

wikipedia la enciclopedia libre. Extraído de wikipedia la enciclopedia libre el 1 de octubre de 2010 del sitio web: http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte_extremo

tomado de: www.emarketinggroup.com.
¿Que son los deportes extremos? Posted by: Hernán el 20 de marzo de 2007.
Extraído de emarketin group el 1 de octubre de 2010 del sitio web: <http://www.emarketinggroup.com/extremo/index.php?name=News&file=article&sid=1&theme=Printer>

tomado de: www.elcastellano.org.
Deporte extremo. Extraído de el castellano el 1 de octubre de 2010 del sitio web: <http://www.elcastellano.org/gloxtrem.html>

tomado de: www.losdeportesextremos.com.
Extraído de los deportes extremos el 1 de octubre de 2010 del sitio web: <http://www.losdeportesextremos.com>

tomado de: www.riie.com.mx. ¿Que es el deporte extremo?. Extraído de riie el 1 de

octubre de 2010 del sitio web: <http://riie.com.mx>

tomado de: www.wikipedia.org.
Comunicación Gráfica. Extraído de wikipedia la enciclopedia libre el 30 de septiembre de 2010 del sitio web: http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

tomado de: www.xtimeline.com.
Comunicación Gráfica. Extraído de xtimeline el 30 de septiembre de 2010 del sitio web: <http://www.xtimeline.com/>

tomado de: www.es.wikipedia.org.
Diseño Editorial. Extraído de wikipedia la enciclopedia libre el 30 de septiembre de 2010 del sitio web: http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial

tomado de: [book design online](http://bookdesignonline.com).
Diseño Editorial. Extraído el 30 de septiembre de 2010 del sitio web: <http://espana.bookdesignonline.com/>

tomado de: www.es.wikipedia.org.
Diagramación. Extraído el 30 de septiembre de 2010 del sitio

web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Diagramaci%C3%B3n>

tomado de: Tovar, Magda, Tutorial creado el 19 enero de 2008. Diseño y Diagramación. Extraído de wikilearnign el 30 de septiembre de 2010 del sitio web: <http://www.wikilearning.com/tutorial/>

tomado de: Hurtado Herrera, Deibar René. Jaramillo Echeverri, Luis Guillermo. Ocampo Cepeda, Rita Patricia. Grupo Local: Motricidad, Cognición y Creatividad. Universidad del Cauca. Grupo Nacional: Acción Motriz y Mundos Simbólicos (Colombia). Deporte extremo como práctica social y posibilidad de adscripción identitaria en jóvenes urbanos. Extraído el 1 octubre de 2010 de Ef deportes, del sitio web: <http://www.efdeportes.com>

La Xtremo.





tomado de: Externado Inmaculada Concepción. Departamento de Ed. Física. Trabajo de Investigación “Deportes Extremos” Nombre: Curso: IV B, Asignatura: Ed. Física. Concepción, 18 Junio del 2001. Extraído el 1 octubre de 2010 del sitio web:<http://html.rincondelvago.com/deportes-extremos.html>

tomado de: www.losdeportesextremos.com. Los Deportes Extremos. Extraído el 1 octubre de 2010, del sito web de <http://www.losdeportesextremos.com/>

tomado de: MARU, Maru, (24 de abril de 2009) El Blog de Marubuelna “¿Que es la revista?”, disponible en el blog de marubuelna, en: <http://espacioliterario.obolog.com/revista-239126>

Diccionario de informática e internet Computer and Internet Technology Definitions in Spanish, Canada, Thompson Course Technology, (2005), pag. 75.

tomado de: hipertext.net, anuario academico sobre documentacion digital y comunicacion interactiva,

DEPARTAMENTO DE COMUNICACION, GRUPO DE INVESTIGACION DIGIDOC, 6 de junio de 2010. Extraído el 24 de febrero de 2012 del sitio web: <http://www.hipertext.net/web/pag284.htm>

tomado de: wikimapia.org. Extraído el día 24 de febrero de 2012 del sitio web: <http://wikimapia.org/173795951/es/Tobia-Cundinamarca>

tomado de: la pagina oficial de los tobianos.com, 2008 turismo los tobianos.com. Extraido el dia 24 de febrero de 2012 del sitio web: <http://www.lostobianos.com/>

tomado de: la pagina oficial de suesca en cundinamarca. Extraido el dia 24 de febrero de 2012 del sitio web: <http://www.suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?s=m&m=T>

<http://www.suesca-cundinamarca.gov.co/videos.shtml?apc=Cfxx-1-&x=1808119>

QAINTERNACIONAL,(2005),“COLOMBIA ECÓLOGICA”, Ecología y medio ambiente EL TIEMPO, Montreal (Quebec) Canadá, QA INTERNATIONAL , 2005.

10. ANEXOS

ANEXO 1

ACW Climbing (Artificial Climbing Wall): Escalada artificial. Consiste en trepar muros construidos con materiales artificiales en espacios urbanos.

Adventure Racing: Carreras de aventura. En España se le suele llamar triathlon.

Aggresive Inline Skating: Patinaje en línea.

Air Chair. Modalidad de esquí acuático en el que la tabla se asienta sobre un soporte especial que la hace estar en el aire.

BASE Jumping (Buildings, Antena Tower, Span, Earth): Caída libre. Es una modalidad de paracaidismo.

Balloonig: Globos aerostáticos. Aerostación.

BMX (Bicycle Motocross): Modalidad de ciclismo en un circuito de elementos urbanos en el que se realizan diversos saltos.

Barefoot Water Skiing: Modalidad de esquí acuático en la que el cuerpo y los pies desnudos están en contacto directo con el agua.

Boardsailing: Patín de vela o tabla de vela. También se conoce por windsurf.

Bungee Jumping: Salto con cuerda elástica desde plataformas o puentes. En España se denomina popularmente puenting y se recomienda el uso de la forma puentismo.

Caving: Espeleología.

Extreme Motocross: Motocross en circuitos de barro.

Extreme Sports: Deporte extremo.

Deportes de riesgo. Deportes de aventura. Denominación genérica de todas estas nuevas actividades deportivas al aire libre.

Free Diving: Buceo. Modalidad de submarinismo libre o de resistencia, sin la ayuda del equipo auxiliar de respiración.

Hang Gliding: En España, ala delta; en México, papalotes.

High Wire: Funambulismo.

Ice yachting: Carrera o regata de yates, formados por bólidos con cuchillas y una vela, en las placas de hielo de los lagos.

La Xtremo.



Jetskiing: Motos de agua.

Land Yachting: Carrera o regata de yates, formados por bólidos con ruedas y una vela, en la arena de las playas.

Mountain Biking: Ciclismo de montaña.

Mountain Boarding: Patinaje de montaña practicado con un monopatín por campo abierto.

Open Water Swimming: Nado. Modalidad de natación para atravesar ríos, puertos o zonas de mar.

Outdoor Climbing: Escalada libre. Consiste en subir paredes verticales de roca al aire libre con la ayuda de las manos, zapatillas especiales o cuerdas.

Powerboat Racing: Motonáutica. Carreras de planeadoras.

Round the World Yacht Racing: Vela. En algunos sitios de Iberoamérica también se emplea la forma velerismo.

Scuba Diving: Submarinismo.

Skateboarding: Monopatín.

Ski Jumping: Salto de esquí. Modalidad de salto realizada desde un trampolín y con aterrizaje en una pista preparada.

Ski Flying: Modalidad de salto de esquí realizada en la montaña, sin un trampolín artificial ni una pista preparada para el aterrizaje.

Sky Diving: Paracaidismo deportivo.

Sky Surfing: Forma de paracaidismo deportivo que consiste en descender surcando el aire con piruetas sobre una plancha de surf o una tabla de vela.



Snorkeling: Pesca submarina.

Snowboarding: Surf sobre la nieve. Modalidad de descenso de una pista de esquí sobre una plancha.

Snowshoeing: Modalidad parecida al esquí de fondo que se realiza con raquetas de nieve en vez de con esquís y lejos de pistas especialmente preparadas.

Soaring: Vuelo sin motor.

Speed Biking: Ciclismo de montaña sobre nieve.

Speed Skiing: Descenso de esquí alpino.

Speed Sailing: Modalidad de navegación rápida.

Steep Skiing: Modalidad de descenso libre de esquí libre entre rocas, riscos

y terrenos escarpados, lejos de pistas preparadas.

Street Luge: Bólide de calle. Descenso a toda velocidad de cuevas de calles urbanas con un bólide en cuyo interior el deportista va tumbado.

Surfing: Surf. Actividad deportiva que se practica con una tabla sobre las olas que rompen a su paso.

Trifoiling: Actividad de vela con una embarcación parecida al catamarán pero con dos velas, una en cada lateral, para alcanzar mayor velocidad.

Wakeboarding: Modalidad de esquí acuático en la que se realizan diversas piruetas y volteretas con una plancha de surf.

Whitewater: Descenso de rápidos. Descenso por las aguas bravas de los ríos en diferentes tipos de embarcaciones: "raft,

canoe, bogieboard o kayak". Es frecuente en Iberoamérica que el descenso se conozca con la denominación general de rafting.

Xtreme Sport: Deporte extremo. Deportes de riesgo. Deportes de aventura. Forma publicitaria de redacción, con la X con mayor tamaño que el resto de letras de la palabra, para resaltar la intensidad de las emociones que se viven practicando el deporte extremo. Es la denominación genérica de todas estas nuevas actividades deportivas al aire libre.

La vida es Xtreme!

ax

Lo Xtremo.



ANEXO 2:

Diseño para información: DISEÑO EDITORIAL: esta clase de piezas se clasifican de acuerdo al tamaño de información que disponen en afiches, flyers o volantes, libros, periódicos, revistas, catálogos, CD, DVD, etc. También se encuentra la SEÑALETICA: que se encuentra las señales de trafico, señales de banderas maritimas, señales de peligro, señales de ferrocarril. LOS FOLLETOS: los cuales se clasifican conforme al número de páginas siendo de dos paginas (dípticos), tres paginas (trípticos) etc., se dividen en publicitarios, propagandísticos, turísticos. Y LA INFOGRAFIA: la cual incluye mapas, gráficos y viñetas.

Diseño para persuasión: comunicación definida para influir sobre la conducta del grupo objetivo. esta la publicidad y la propaganda. Tenemos la IDENTIDAD CORPORATIVA: que son las marcas, iso-logotipo, papelería comercial y fiscal, billetes. LA ETIQUETA, son frontales, colgantes, de tipo seguridad, etc.; y EL ENVASE: las latas, los envases rígidos,

flexibles y los semirígidos.

Diseño para educación: EL MATERIAL DIDACTICO: manuales instructivos e indicativos para su uso, fichas didácticas con fin educativo, etc. EL CARTELISMO para la seguridad industrial y la señalización de espacios en el trabajo.

Diseño para administración: DISEÑO DE FORMULARIOS, LA SEÑALETICA URBANA, SELLOS POSTALES, BILLETES, y parte de PAPELERIA COMERCIAL.

Diseño Tipográfico: el diseño de Fuentes, como la sans serif o palo seco, de las cuales se mezclan o se definen como caligráficas, de fantasía, gestuales, góticas, humanísticas, etc.

Diseño de instrumentos de mandos: es la encargada de hacer el diseño para las pantallas de relojes digitales, de cámaras digitales, teléfonos móviles, y otros aparatos.

PROYECTO DE GRADO
A Lo Xtremo ©
Revista Digital de Deportes Extremos en Colombia - Cundinamarca
JUDITH MONTAÑA
http://issuu.com/Aloxtremo/docs/a_lo_xtremo/23
Junio, 2012.





AXTM A LO XTREMO



**DEPORTE
EXTREMO**

**Que es
Clasificación**

**SITIOS DE
INTERES**

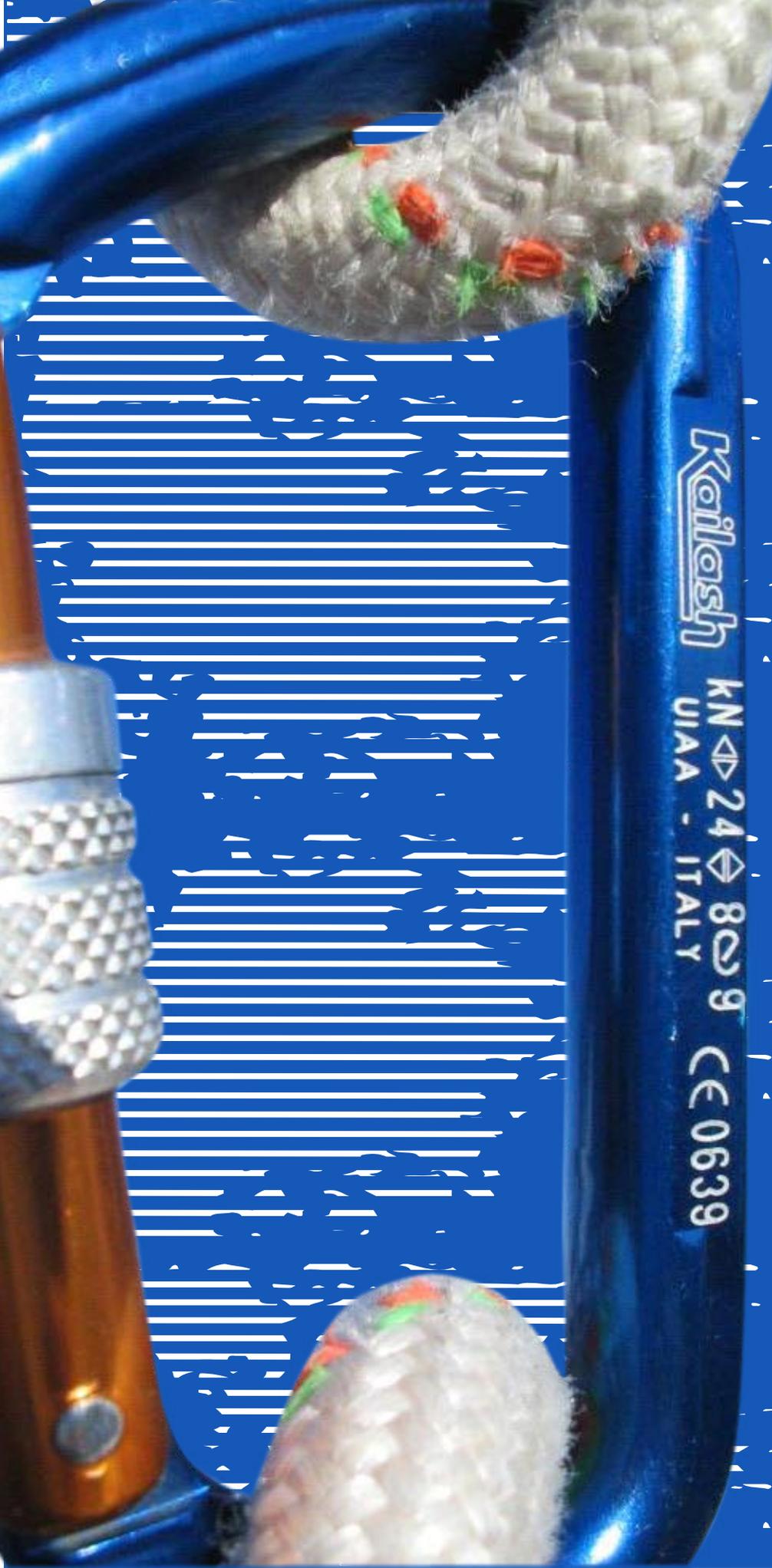
**mis recomendados
Tobia
Suesca**

**EMPRESAS
EXTREMAS**

**Somos Aventures
Colomiba Extrema
Dosis Verde**



**EDICIÓN:
0**



Kailash
KN ▷ 24 ◊ 8 ∞ 9
UIAA - ITALY
CE 0639



Diseño de Portada :: Judith Montaña

CONTENIDO

Editorial :: 03

Deporte Extremo :: 06

Sitios de Interes :: 19

Empresas Extremas :: 24

La revista A Lo Xtremo nace de un gusto y pasión hacia la naturaleza y el deporte extremo.

Esta dirigida a aquellos que aman la naturaleza y el deporte tipo aventura, hacer nuevos adeptos, quitar de la mente a aquellos que han pensado que solo el termino significa - "peligro no te acerques" - esta dirigido a todos y para todos, segun el gusto de cada uno, desde una simple caminata hasta volar por los aires, hay de todo y para todo.

El deporte tipo aventura, mas conocido como deporte extremo es otra alternativa de sano esparcimiento para realizar lejos del ruido y la rutina de nuestra bulliciosa ciudad, para grandes y chicos que desean pasar un tiempo agradable, divertido a su extremo.

Que buena excusa para realizar una revista, podemos dar a conocer lugares cerca a la ciudad, municipios, o incluso en la misma ciudad donde se puede practicar esta modalidad.

¿Porque iniciar con una revista? bueno, la respuesta a esta pregunta es sencilla, una revista virtual es muy practica y puede ser consultada en cualquier parte donde se encuentre con una conexion movil, desde el mismo celular sin necesidad de llevarla fisica, con la gran ventaja de que te puede dar la informacion del deporte que quieres practicar o por donde empezar tu propia aventura.



La vida es xtrema!

DIRECTOR ::
Judith Montaña

EDITOR ::
Judith Montaña

JEFE DE REDACCIÓN::
Judith Montaña

DIRECTOR GRÁFICO Y DISEÑO ::
Judith Montaña

DIRECTOR DE ARTE ::
Judith Montaña

REDACCIÓN ::
Judith Montaña

la fuente para el artículo de Tobia es:
<http://www.lostobianos.com/>

la fuente para el artículo de Suesca es:
<http://www.suesca-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=1-xx-1-&s=m&m=1>

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN ::
Judith Montaña

COLABORADORES ::
William Medellín
Hugo Santander

FOTOGRAFIA ::
Judith Montaña
Bibiana Alejandra Quijano
distintas fuentes de internet
Imágenes de Deporte Extremo en
Google

**HAZ CLICK
Y SIGUENOS...**



PAUTA CON NOSOTROS
ESCRIBENOS aloxtremo@gmail.com
LLAMANOS Cel.: 300 262 75 89

“A Lo Xtremo” es una revista digital realizada y presentada como requisito para la obtención del Título como: Tecnóloga en Comunicación Gráfica, otorgado por la Universidad Minuto de Dios - UNIMINUTO, Facultad Ciencias de la Comunicación, en el mes de Junio de 2012.

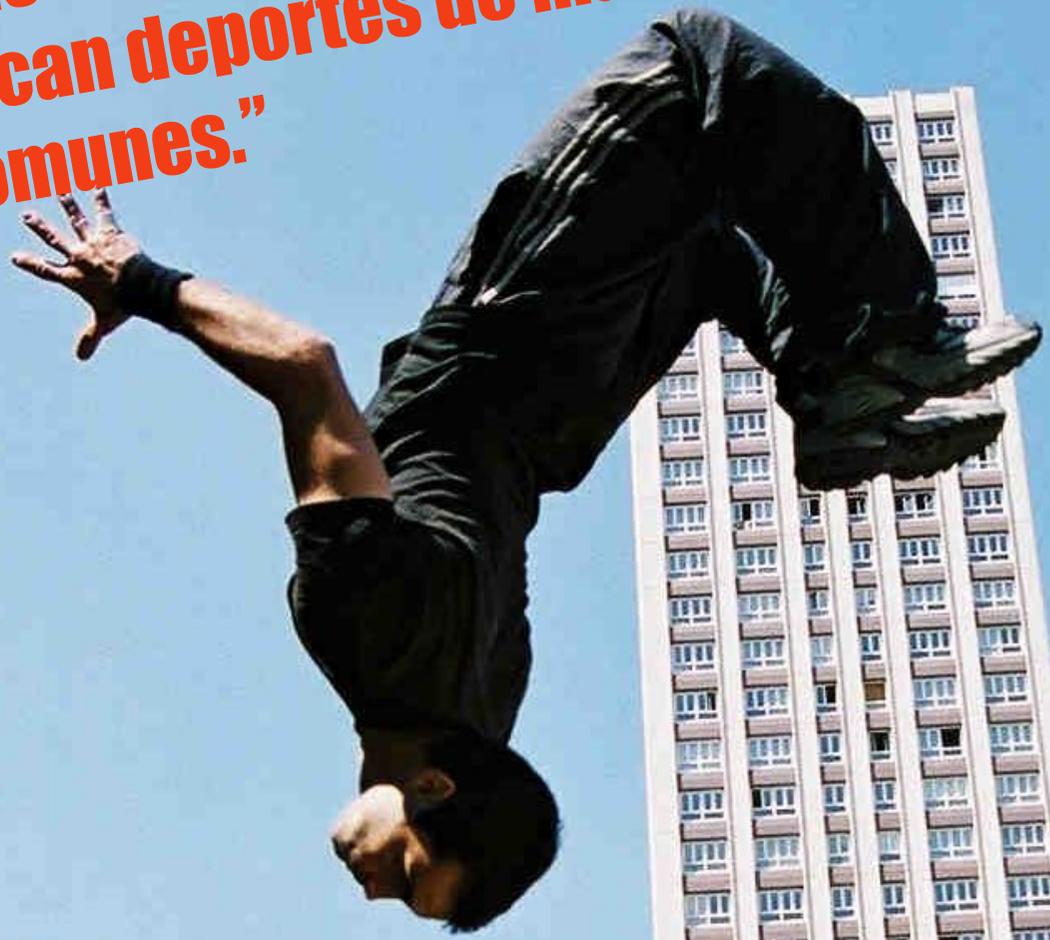
EN CASA **TAMBIEN** **LO VIVIMOS**



www.rocasolida.com

Av. 19 # 125 - 26 Local 02 / Tel.: + 600 7480
Bogotá - Colombia.

“En algunos países se empieza a usar el término deporte tipo aventura cuando se practican deportes de mas alto riesgo que los comunes.”



¿QUE ES?

“Tambien conocido como Deporte Tipo Aventura”

El deporte extremo es también conocido como deporte tipo aventura, y se caracteriza por que tiene condiciones difíciles o de peligrosidad. Se practican al aire libre, siempre en contacto con la naturaleza. El termino deporte extremo se aplica a todo tipo de deporte extremo o al limite, como por ejemplo el montañismo, el alpinismo, el enduro, la escalada en roca libre entre otros.

En algunos países se empieza a usar el término deporte tipo aventura cuando se practican deportes de mas alto riesgo que los comunes, por ejemplo el tenis o el fútbol es un deporte normal donde te riges por normas establecidas, mientras que el espeleísmo es una actividad donde aquellas personas exploran las cavernas por deporte o aventura.

Para diferenciar el deporte extremo del deporte común se debe pensar que su práctica es un riesgo físico, se involucra adrenalina y su práctica mayormente es individual. Este tipo de deporte incluye actividad competitiva y no competitiva.

En la ultima década del siglo XX, el termino del deporte extremo ha sido utilizado por el deporte alternativo y por los medios de comunicación para relacionar sus productos y atraer la mirada de todo individuo que busca retos nuevos, aventura y novedad.

El termino "deporte extremo" fue promocionado por "X games", creado por ESPN. El primer

evento X Games ("1995 Juegos Extremos") se dio lugar Estados Unidos exactamente en Newport, Providence, Mount Snow y Vermont. También se podría decir que este mismo término se ha gastado y re promocionado como slogan publicitario para las incontables actividades, estilos y productos los cuales van dirigidos a los consumidores jóvenes para atraerlos. Bajo este parámetro es deporte extremo también es definido con una X en mayúscula para hacer el énfasis en que hay sensaciones y emociones que se van mas allá del limite. Los deportes tipo aventura tienen poseen ciertas reglas basicas por así decirlo según se ve en la pagina <http://www.elclima.com.mx/extremo.htm> [consulta: 2010, octubre 1] y que se relaciona a continuación:

- No hay reglamentación fija.
- No hay horario específico.
- Las prácticas varían el ritmo y la intensidad.
- Los deportes son originales y creativos.
- Hay una constante búsqueda de placer y satisfacción.
- Sensaciones de riesgo y aventura.
- Necesidad de autorrealización.
- Satisfacción de preferencias.
- Ampliación del yo (personalidad).
- Control de emociones.
- Compromiso personal.
- Liberación psíquica y física.



DEPORTE EXTREMO

- Búsqueda de nuevos retos.
- Exteriorización del estrés.
- Desarrollo de una práctica diferente.
- Influencia de modas.

También existen muchas empresas que se dedican a la venta de equipo para estos deportes, servicios de guías, servicio de emergencia para que los amantes de estos deportes tengan medidas preventivas y no expongan sus vidas en la practicas sino por el contrario, disfruten y las protejan.

La acogida del deporte extremo en Iberoamérica se ha traído desde los Estados Unidos y Francia, se ha popularizado en Argentina, Costa Rica, España, México, Puerto Rico y Venezuela donde se han asociado como disciplinas deportivas las cuales suelen ser asociadas y promocionadas a través de servicios turísticos y de ocio o entretenimiento alternativo.





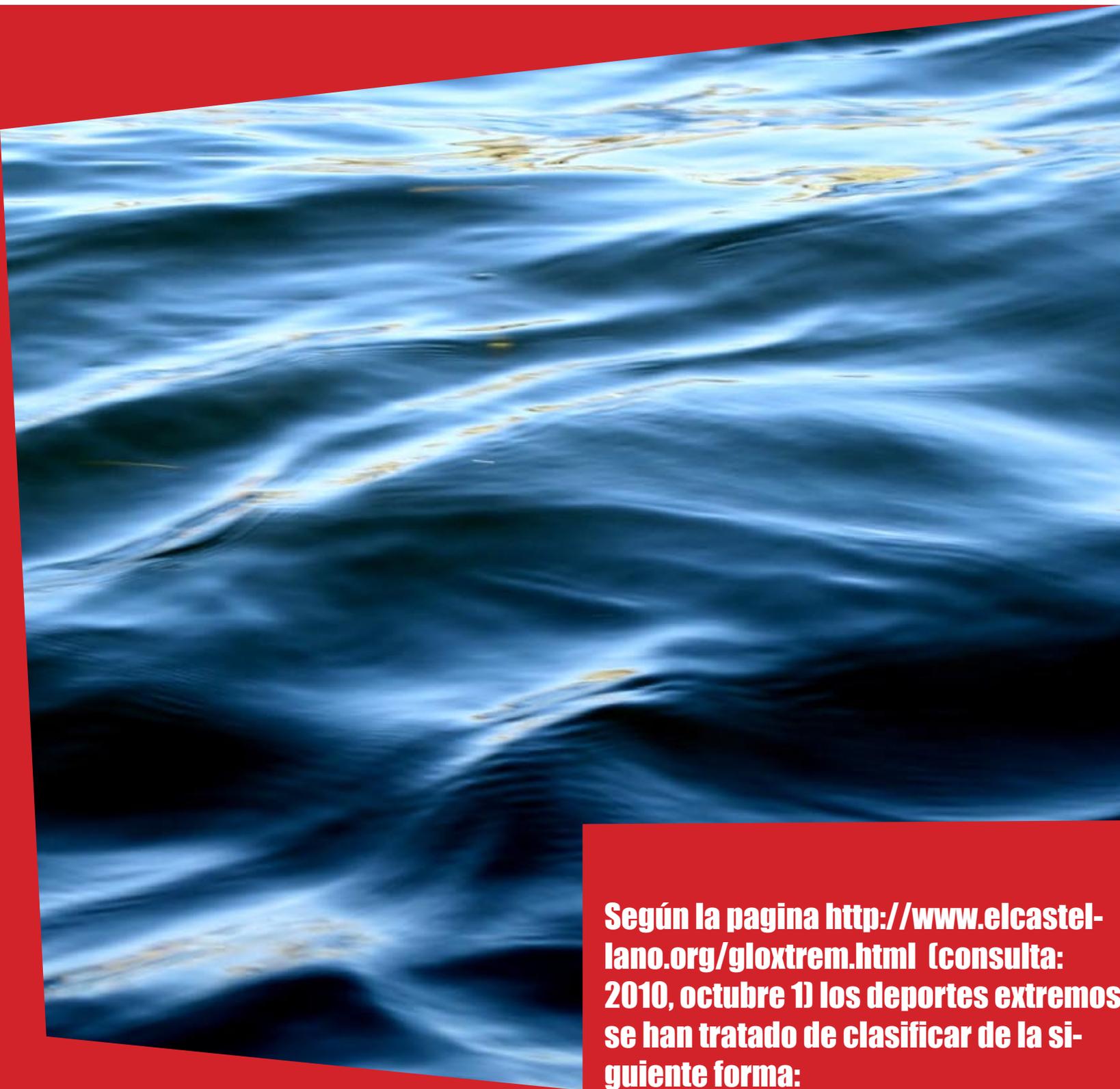
“También existen muchas empresas que se dedican a la venta de equipo para estos deportes, servicios de guías, servicio de emergencia para que los amantes de estos deporte tengan me las protejan.”

AIRE - TIERRA - AGUA

CLASIFICACION

AIRE

TIERRA

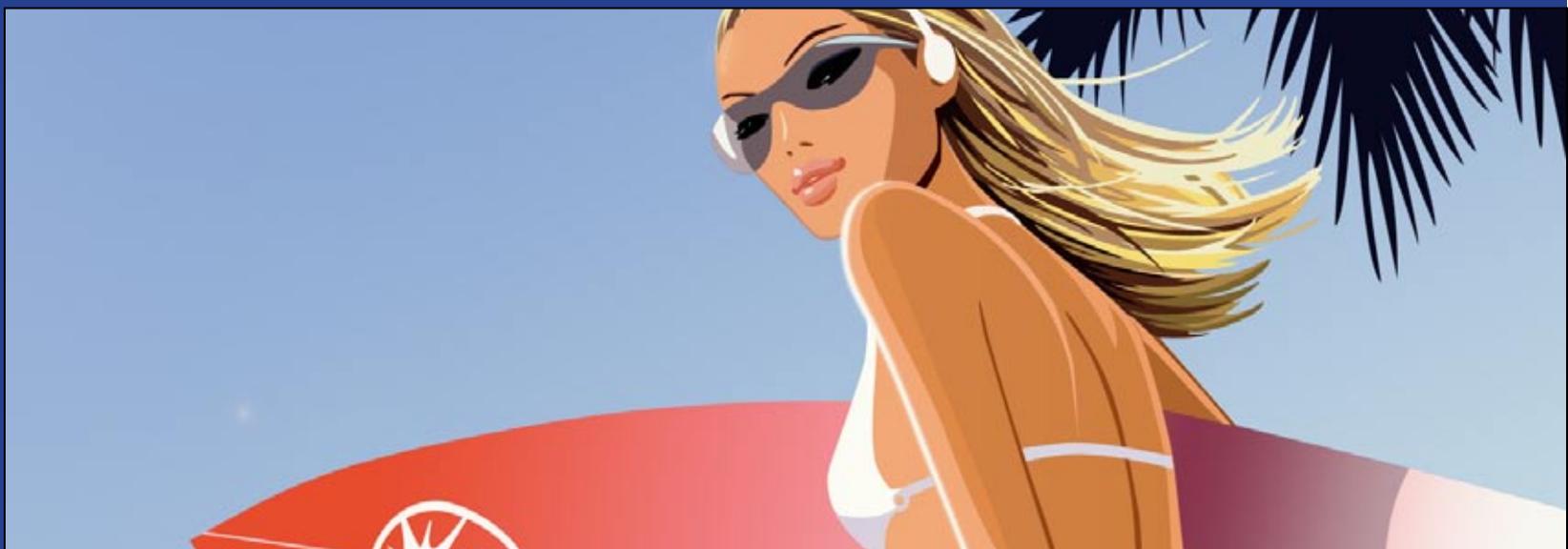


AGUA

Según la pagina <http://www.elcastellano.org/gloxtrem.html> (consulta: 2010, octubre 1) los deportes extremos se han tratado de clasificar de la siguiente forma:

De las 43 actividades diferentes del deporte extremo se clasifican así:

AGUA (15)





- *Air Chair*: Modalidad de esquí acuático en el que la tabla se asienta sobre un soporte especial que la hace estar en el aire.

- *Barefoot Water Skiing*: Modalidad de esquí acuático en la que el cuerpo y los pies desnudos están en contacto directo con el agua.

- *Boardsailing*: Patín de vela o tabla de vela. También se conoce por windsurf.

- *Free Diving*: Buceo. Modalidad de submarinismo libre o de resistencia, sin la ayuda del equipo auxiliar de respiración.

- *Jetskiing*: Motos de agua.

- *Open Water Swimming*: Nado. Modalidad de natación para atravesar ríos, puertos o zonas de mar.

- *Powerboat Racing*: Motonáutica. Carreras de planeadoras.

- *Round The World Yacht Racing*: Vela. En algunos sitios de Iberoamérica también se emplea la forma velerismo.

- *Scuba Diving*: Submarinismo.

- *Snorkeling*: Pesca submarina.

- *Speed Sailing*: Modalidad de navegación rápida.

- *Surfing*: Surf. Actividad deportiva que se practica con una tabla sobre las olas que rompen a su paso.

- *Trifoiling*: Actividad de vela con una embarcación parecida al catamarán pero con dos velas, una en cada lateral, para alcanzar mayor velocidad.

- *Wakeboarding*: Modalidad de esquí acuático en la que se realizan diversas piruetas y volteretas con una plancha de surf.

- *Whitewater*: Descenso de rápidos. Descenso por las aguas bravas de los ríos en diferentes tipos de embarcaciones: "raft, canoe, bogieboard o kayak". Es frecuente en Iberoamérica que el descenso se conozca con la denominación general de rafting.



TIERRA (18)

- *ACW Climbing (Artificial Climbing Wall)* Escalada artificial. Consiste en trepar muros construidos con materiales artificiales en espacios urbanos.

- *Adventure Racing*: Carreras de aventura. En España se le suele llamar triathlon.

- *Aggressive In Line Skating*: Patinaje en línea.

- *BMX (Bicycle Motocross)*: Modalidad de ciclismo en un circuito de elementos urbanos en el que se realizan diversos saltos.

- *Caving*: Espeleología.

- *Extreme Motocross*: Motocross en circuitos de barro.





- *Land Yachting*: Carrera o regata de yates, formados por bólidos con ruedas y una vela, en la arena de las playas.

- *Ice Yachting*: Carrera o regata de yates, formados por bólidos con cuchillas y una vela, en las placas de hielo de los lagos.

- *Mountain Biking*: Ciclismo de montaña.

- *Mountain Boarding*: Patinaje de montaña practicado con un monopatín por campo abierto.

- *Outdoor Climbing*: Escalada libre. Consiste en subir paredes verticales de roca al aire libre con la ayuda de las manos, zapatillas especiales o cuerdas.

- *Skateboarding*: Monopatín.

- *Snowboarding*: Surf sobre la nieve. Modalidad de descenso de una pista de esquí sobre una plancha.

- *Snowshoeing*: Modalidad parecida al esquí de fondo que se realiza con raquetas de nieve en vez de con esquís y lejos de pistas especialmente preparadas.

- *Speed Biking*: Ciclismo de montaña sobre nieve.

- *Speed Skiing*: Descenso de esquí alpino.

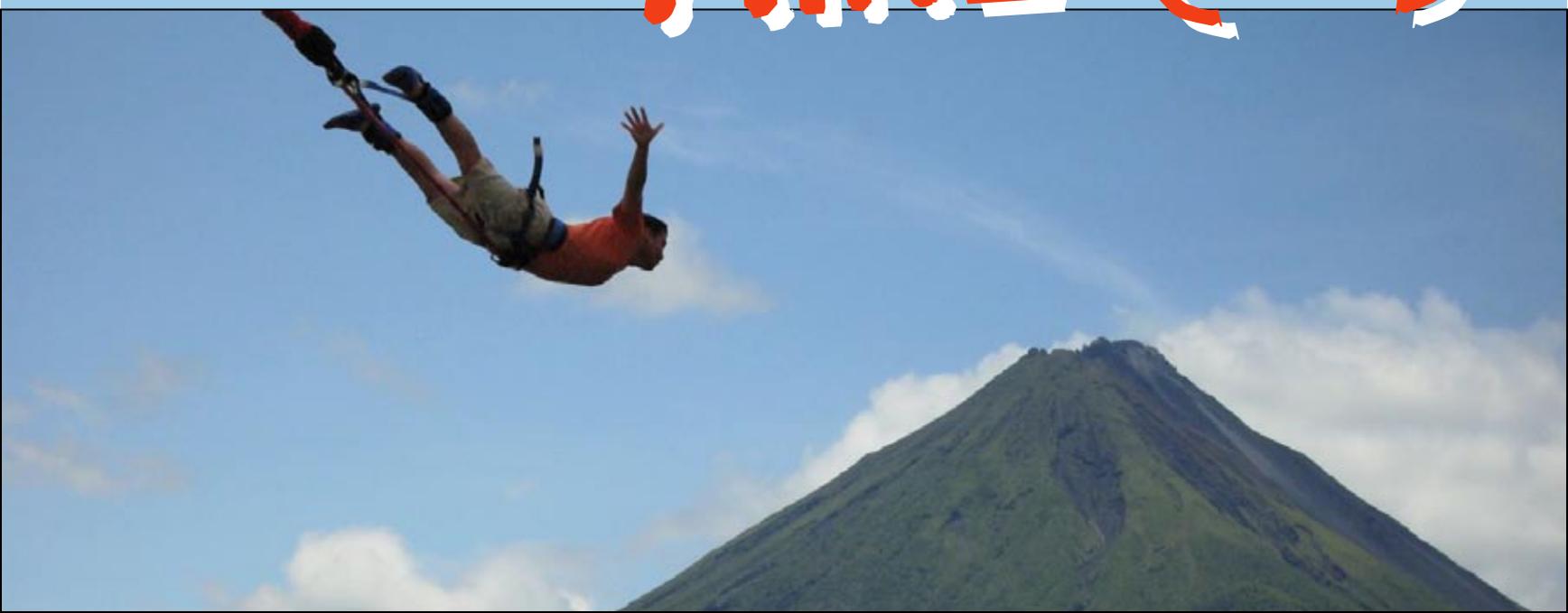
- *Steep Skiing*: Modalidad de descenso libre de esquí libre entre rocas, riscos y terrenos escarpados, lejos de pistas preparadas.

- *Street Luge*: Bólide de calle. Descenso a toda velocidad de cuevas de calles urbanas con un bólide en cuyo interior el deportista va tumbado.





AIRE (10)





- *BASE Jumping (Buildings, Antena Tower, Span, Earth)*: Caída libre. Es una modalidad de paracaidismo.

- *Ballooning*: Globos aerostáticos. Aerostación.

- *Bungee Jumping*: Salto con cuerda elástica desde plataformas o puentes. En España se denomina popularmente puenting y se recomienda el uso de la forma puentismo.

- *Hang Gliding*: En España, ala delta; en México, papalotes.

- *High Wire*: Funambulismo.

- *Ski Jumping*: Salto de esquí. Modalidad de salto realizada desde un trampolín y con aterrizaje en una pista preparada.

- *Ski Flying*: Modalidad de salto de esquí realizada en la montaña, sin un trampolín artificial ni una pista preparada para el aterrizaje.

- *Sky Diving*: Paracaidismo deportivo.

- *Sky Surfing*: Forma de paracaidismo deportivo que consiste en descender surcando el aire con piruetas sobre una plancha de surf o una tabla de vela.

- *Soaring*: Vuelo sin motor.



Haz Click YouTube

vive SANDBOARDING

EN EL DESIERTO
DE SABRINSKY
cundinamarca



INSTINTO
EXTREMO

DEPORTE EXTREMO - TURISMO AVENTURA
Bogotá: 312 510 99 17

SITIOS DE INTERÉS



Mis recomendados:

TOBIA

SUESCA



Tobia se encuentra ubicada entre los municipios de Nimaima, Útica, La Peña y Quebrada Negra, en la región noroccidental de Cundinamarca, en la cordillera oriental de los Andes; la zona está bañada por los ríos Negro y Tobia de corrientes menores, con un buen caudal. Está a 730 metros sobre el nivel del mar, con temperatura promedio de 27 grados.

Tobia fue fundada el 29 de junio de 1939, nació como un campamento construido por los negros que trabajaban en la construcción del ferrocarril y necesitan un sitio donde llegar a casa cada tarde.

Los deportes extremos practicados en Tobia son:

*Rafting
Rappel
Ciclismo
Caminatas
Kayak
Camping
Canopy
Motocross
Caminata
Cabalgatas*



TOBIA

**“Rafting, Rappel, Ciclismo,
Caminatas, Kayak, Camping,
Canopy, Motocross, Caminata,
Cabalgatas”**



SUESCA

Tiene una historia y una tradición indígena muy interesante Sueica (Roca de las Aves), llamada normalmente Suesca, población turística ubicada a 45 km de Bogotá.

Posee grandes riquezas naturales e importantes atracciones para la práctica de deportes tipo aventura o actividades al aire libre.

A 2600 metros sobre el nivel del mar, este municipio tiene como fuente principal de empleo el cultivo de flores. En segundo lugar tenemos los deportes tipo aventura y/o extremos como la escalada en roca, el rappel, rafting y otros más. En la zona de las veredas y caminos del municipio se practica el ciclo montañismo, las caminatas ecológicas, el Ala delta y parapente, lo que es una gran atracción en el fin de semana. Suesca es un lugar rodeado por enormes e históricas rocas que conforman el Valle de los Halcones, donde abre todos sus encantos en la naturaleza, la fauna y la flora cautivan a cualquier turista, el plan perfecto en medio de las rocas es el Camping.

Esta es una de las regiones más hermosas de Cundinamarca, debido a sus paisajes, atardeceres, atractivos naturales, calidez y amabilidad de sus gentes, se encuentra ubicada a una hora de Bogotá, los sitios de interés turístico se encuentran el parque principal, el templo parroquial, la casa cultural, la plaza de mercado, las rocas de Suesca, río Bogotá "el Tambre" el antiguo túnel del ferrocarril, Monolitos, la laguna del Suesca, Agua caliente.



**“Suesca
Posee
grandes
riquezas
naturales e
importantes
atracciones
para la
práctica de
deportes tipo
aventura o
actividades
al aire libre.”**



EMPRESAS EXTREMAS



No importa si eres novato o experto, ellos te pueden dar las mejores experiencias con seguridad y presupuesto.

Haz Click



You Tube



You Tube



You Tube



Descubrevive**SAN GIL**
EN SANTANDER

HAZ Click.





Haz **click** aquí:

**ROCA
SOLIDA**

