

## LA INFORMACIÓN EN LA PRÁCTICA SENDERISTA

Vidal-Matzanke, A.; Vidal-González, P.2; Capsí, J.2; Esteve, H.2; Sánchez, V.2  
Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir1; Escuela de Doctorado. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir2  
antoniovidalmatzanke@gmail.com

**Keywords:** senderismo, información senderista, seguridad, nuevas tecnologías

### Introducción

El senderismo es una actividad que consiste en la realización de desplazamientos, por vías de comunicación señalizadas que no suelen estar abiertas para vehículos a motor (Gallegos y Extremera, 2010). Este tipo de actividad suele realizarse en el medio natural, aunque también exista el senderismo urbano.

Según Colorado (2001) el senderismo supone la opción más tranquila y menos exigente de las que ofrece la montaña. Aun así la práctica de senderismo no está exenta de riesgos por el entorno cambiante e incierto que existe en la montaña. Es por esto que el acceso a una información bien definida y de calidad es vital para la práctica de dicha actividad (Nasarre, Hidalgo y Lucia, 2001).

### Método

Se ha utilizado una metodología eminentemente cualitativa, pudiendo así acotar el objeto de estudio y analizarlo con toda su complejidad (Castañer, Camerino y Anguera, 2013; Fontana y Frey, 2005; Gibbs, 2012; Suárez, 2005). Dentro de la metodología cualitativa predomina el paradigma interpretativo, pues nos permite captar y reconstruir significados a través de un lenguaje conceptual y metafórico (Baker y Edwards, 2012; Bryman, 2012). El diseño tiene un carácter transversal ya que la información se ha recogido en un período relativamente corto de tiempo (Babbie, 2000, 2010). La técnica utilizada para la recogida de información ha sido las entrevistas con un guión flexible. La muestra está compuesta por un total de 19 expertos referentes en distintas materias relacionadas con el senderismo.

### Resultados

Los resultados obtenidos indican que existen ocho puntos clave que deben ser tenidos en cuenta en la información de la práctica senderista: las distintas fuentes de información; la selección de información según el nivel senderista; la utilización y comprensión de las topoguías; la adaptación a la era digital; la diferenciación entre prensa especializada y no especializada; el análisis del perfil del comprador de revistas especializadas; la diversidad del mercado de revistas especializadas; y por último, la información a pie de ruta.

### Discusión

Según los resultados obtenidos se pone de manifiesto que existe un cambio de tendencia en cuanto al acceso a la información en la práctica senderista. Hace unas décadas el colectivo senderista era muy pequeño y el acceso a la información se hacía a través de revistas muy especializadas y técnicas. En la actualidad, el número de practicantes de senderismo ha aumentado exponencialmente y existe una gran

heterogeneidad en cuanto a los intereses de los mismos. Este hecho sujeto a la evolución de las tecnologías de la información hace que haya nuevos medios de información, que bien gestionados, permiten mejorar aspectos de la montaña tales como: la seguridad, la promoción de productos turísticos relacionados con el senderismo, la formación de los profesionales, etc. (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, 2004, 2012; Ferris, 2004; Latiesa y Paniza, 2006; Serrano, 2010).

### **Conclusiones**

A nivel de conclusiones se puede destacar: en primer lugar, que la era digital se impondrá entre todos los protagonistas del fenómeno senderista a excepción de las informaciones técnicas y a pie de ruta; en segundo lugar, que las nuevas tecnologías serán decisivas para la propuesta de proyectos de senderismo futuros; en tercer lugar, que la prensa especializada en formato papel perderá presencia en tanto en cuanto el colectivo senderista evoluciona a grupos más heterogéneos; y por último, que las informaciones senderistas resultan un aspecto clave en los proyectos senderistas cuya finalidad son la dinamización y potenciación turística.

## INFORMATION ON HIKING PRACTICE

Vidal-Matzanke, A.1; Vidal-González, P.2; Capsí, J.2; Esteve, H.2; Sánchez, V.2

Doctoral School. Catholic University of Valencia San Vicente Mártir<sup>1</sup>; Faculty of Physical Activity and Sports Sciences. Catholic University of Valencia San Vicente Mártir<sup>2</sup>

antoniovidalmatzanke@gmail.com

**Keywords:** hiking, hiking information, security, new technologies

### **Introduction**

The hiking is an activity that consists of the accomplishment of displacements, by signalized communication routes that are not usually open for motor vehicles (Gallegos & Extremera, 2010).

According to Colorado (2001) hiking is the quietest and least demanding option offered by the mountain. Even so the practice of hiking is not free of risks because of the changing and uncertain environment that exists in mountains. That is why access to well-defined and quality information is vital for the practice of this activity (Nasarre, Hidalgo & Lucia, 2001).

### **Method**

An eminently qualitative methodology has been used, being able to limit the object of study and analyze it with all its complexity (Castañer, Camerino & Anguera, 2013; Fontana & Frey, 2005; Gibbs, 2012; Suárez, 2005). Within the qualitative methodology the interpretive paradigm predominates, because it allows us to capture and reconstruct meanings through a conceptual and metaphorical language (Baker & Edwards, 2012; Bryman, 2012). The design has a transversal nature since the information has been collected in a relatively short period of time (Babbie, 2000, 2010). The technique used for the collection of information has been the interviews with a flexible script. The sample consists of a total of 19 experts in different subjects related to hiking.

### **Results**

The results obtained indicate that there are eight key points that should be taken into account in the information of the hiker practice: the different sources of information; the selection of information according to the hiker level; the use and understanding of topo guides; the adaptation to the digital era; the differentiation between specialized and non-specialized press; the analysis of the profile of the buyer of specialized magazines; the diversity of the specialized magazine market; and finally, the information on the route.

### **Discussion**

According to the results obtained, it is clear that there is a change in the trend regarding access to information in hiking practice. A few decades ago hikers collective were very small and access to information was done through very specialized and technical magazines. At present, the number of trekking practitioners has increased exponentially and there is great heterogeneity in terms of their interests. This fact, subject to the evolution of information technologies, means that there are new means of information that, when well managed, allow the improvement of aspects of the mountain such as: security, the promotion of tourist products related to hiking, the training of professionals, etc.

(Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, 2004, 2012; Ferris, 2004; Latiesa & Paniza, 2006; Serrano, 2010).

### Conclusions

In conclusion, it can be highlighted: first, that the digital age will prevail among all the protagonists of the hiking phenomenon, with the exception of technical information and on the road; second, that the new technologies will be decisive for the proposal of future hiking projects; thirdly, that the specialized press in paper format will lose presence in so far as the hiking collective evolves into more heterogeneous groups; and finally, that the hiking informations turn out to be a key aspect in the hiking projects whose purpose are the dynamization and potentiation of hiking goods.

### References

- Babbie, R. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. México, D.F.: International Thomson.
- Babbie, R. (2010). *The practice of social research* (12th ed.). London: Cengage Learning.
- Baker, S., & Edwards, R. (2012). How many qualitative interviews is enough? Expert voices and early career reflections on sampling and cases in qualitative research. Southampton: National Centre for Research Methods.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Castañer, M., Camerino, O., & Anguera, M. T. (2013). Métodos mixtos en la investigación de las ciencias de la actividad física y el deporte. *Apunts Educación Física y Deportes*, (112), 31-36. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2013/2\).112.01](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2013/2).112.01)
- Colorado, J. (2001). *Montañismo y trekking: manual completo*. Madrid: Desnivel.
- Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. (2012). *Senderos señalizados y desarrollo rural sostenible*. Barcelona: FEDME.
- Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. (2004). *Manual de senderos*. Zaragoza: Prames.
- Ferris, C. (2004). *Los caminos de las montañas: bases jurídicas y sociales del patrimonio viario*. Zaragoza: Prames.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2005). The Interview: From Neutral Stance to Political Involvement. En N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 695-727). Thousand Oaks: SAGE.
- Gallegos, A., & Extremera, A. (2010). *Actividades físicas en el medio natural: Teoría y práctica para la Educación Física actual*. Sevilla: Wanceulen. Editorial Deportiva, S.L.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista internacional de sociología*, 64(44), 133-149.
- Nasarre, J. M., Hidalgo, G. M., & Lucia, P. (2001). *La vertiente jurídica del montañismo*. Zaragoza: Prames.
- Serrano, D. (2010). *Senderismo. Un fenómeno social y mediático*. En *Seminario Senderismo y comunicación en la sociedad de la información*. Tegueste.
- Suárez, M. (2005). *El grupo de discusión: Una herramienta para la investigación cualitativa*. Barcelona: Laertes.