

**República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Monteávila  
Comité de Estudios de Postgrado  
Especialización en Periodismo Digital**

**PROPUESTA DE SITE FOTOGRÁFICO EN LA PLATAFORMA WIX DE  
LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE VENEZUELA BAJO  
EL LENTE DEL FOTÓGRAFO JESÚS VILLAMIZAR**

**Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Especialista en  
Periodismo Digital presentado por:**

Villamizar Becerra, Jesús Ángel, C.I. 16.970.844

Asesorado por:  
De Ramírez Piñeros, Lisbeth

Caracas, julio de 2016

**República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Monteávila  
Comité de Estudios de Postgrado  
Especialización en Periodismo Digital**

**PROPUESTA DE SITE FOTOGRÁFICO EN LA PLATAFORMA WIX DE  
LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE VENEZUELA BAJO  
EL LENTE DEL FOTÓGRAFO JESÚS VILLAMIZAR**

**Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Especialista en  
Periodismo Digital presentado por:**

Villamizar Becerra, Jesús Ángel, C.I. 16.970.844

Asesorado por:  
De Ramírez Piñeros, Lisbeth

Caracas, julio de 2016

## CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

Caracas, 4 de julio de 2016

**Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Periodismo Digital**  
**Coordinación**  
**Presente.-**

Por este medio, comunico formalmente que he revisado el Trabajo Especial de Grado (TEG) titulado **PROPUESTA DE SITE FOTOGRÁFICO EN LA PLATAFORMA WIX DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE VENEZUELA BAJO EL LENTE DEL FOTÓGRAFO JESÚS VILLAMIZAR**, que está presentando el Licenciado Jesús Ángel Villamizar Becerra, C.I. 16.970.844 el cual avalo y considero reúne los requisitos para su presentación y evaluación por parte de la Coordinación de la Especialización.

Adicionalmente, recomiendo para su evaluación como jurados a los profesores:

- 1.
- 2.

*(Indicar. Nombre, Grado Académico, Institución de Procedencia y teléfono de contacto)*

Se suscribe atentamente,  
Profesora Lisbeth Piñeros de Ramírez.

## DEDICATORIA

A Dios, por sobre todas las cosas.

A mi gran amigo, Jesús, Hijo de David.

A mi Divina Pastora, al Dr. José Gregorio Hernández, a los ángeles y santos.

A mi santa madre, María Mireya.

A mis hermanos.

A todos aquellos que me dijeron que podía y también los que me dijeron "no".

**"Conocí el bien y el mal  
pecado y virtud, justicia e infamia;  
juzgué y fui juzgado  
pasé por el nacimiento y por la muerte,  
por la alegría y el dolor, el cielo y el infierno;  
y al fin reconocí  
que yo estoy en todo  
y todo está en mí..."**

**(HAZRAT INAYAT KHAN)**

## **RECONOCIMIENTO**

Agradezco a Dios por sobre todas las cosas, por su presencia infinita en mi vida y por permitirme conocer su existencia y comprender que su tiempo es perfecto.

Agradezco a mi eterno acompañante, amigo y verdadero ejemplo, Jesús, Hijo de David. A la virgen bajo la advocación de la Divina Pastora, al Dr. José Gregorio Hernández y a todos los santos y ángeles que me acompañan.

A mis padres por la vida, en especial a mi Santa Madre, María Mireya, fuerza de mi vida, ejemplo a seguir, inspiración verdadera y apoyo constante. A ti todos mis triunfos.

A mis hermanos, en especial a Marlin Jackeline y Jeisson Eduardo, por su apoyo incondicional y amor verdadero.

A mí amada UCV por la formación y a la UMA por abrirme las puertas para continuar con la misma. A mi amigo Carlos Eduardo por estar siempre ahí.

A mi grupo de clases, Vanessa, Katherine, Betzaida y Ericka. Gracias por su apoyo constante, las risas, los momentos.

A mi tutora, Lisbeth Piñeros quien me acompañó en este proceso y siempre confió en mí.

A todos aquellos que de alguna manera me apoyaron, y a quienes también me dieron la espalda, porque en definitiva me dieron fuerza para continuar adelante.

“El tiempo de Dios es perfecto, y alcanza para todo”.

**República Bolivariana de Venezuela**  
**Universidad Monteávila**  
**Comité de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Periodismo Digital**  
**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**  
**PROPUESTA DE SITE FOTOGRÁFICO EN LA PLATAFORMA WIX DE**  
**LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE VENEZUELA BAJO**  
**EL LENTE DEL FOTÓGRAFO JESÚS VILLAMIZAR**

**Autor: Villamizar Becerra, Jesús Ángel**

**Año 2016**

**RESUMEN**

El siguiente Trabajo Especial de Grado (TEG) tiene por título “Propuesta de site fotográfico en la plataforma Wix de los principales atractivos turísticos de Venezuela bajo el lente del fotógrafo Jesús Villamizar” y se planteó, a partir del aprendizaje obtenido a lo largo de la especialización, el objetivo de crear un site informativo que permitiera mostrar lugares íconos del turismo venezolano.

La investigación es un proyecto factible que contará con un respaldo documental y un trabajo de campo, el cual tiene como contexto la necesidad de mostrar un rostro de la riqueza natural y patrimonial del territorio venezolano, distinto a las múltiples matrices de opinión nacional e internacional.

La propuesta presenta un site en el cual el usuario encontrará fotografías con sus respectivas leyendas, de sitios representativos del turismo en Venezuela, considerados incluso en algunos casos como Patrimonios de la Humanidad.

**Palabras claves:** Site, Wix, Venezuela, fotografías, multimedia, digital, turismo.

**República Bolivariana de Venezuela**

**Universidad Monteávila**

**Comité de Estudios de Postgrado**

**Especialización en Periodismo Digital**

**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO**

**PROPUESTA DE SITE FOTOGRÁFICO EN LA PLATAFORMA WIX DE  
LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE VENEZUELA BAJO  
EL LENTE DEL FOTÓGRAFO JESÚS VILLAMIZAR**

**Autor: Villamizar Becerra, Jesús Ángel**

**Año 2016**

## **ABSTRACT**

This thesis has been developed from learning gained along the specialization program and looking to achieve the goal of creating a site that presents icon locations of Venezuelan tourism.

This investigation is a feasible project, which features a documentary support and fieldwork, whose context is the need of showing the face of natural and patrimonial wealth of the Venezuelan territory, unlike the many appreciations matrices of national and international opinion.

The proposal presents a site in which the user will find photographs with their respective narrative, representative sites of tourism in Venezuela, and even those considered as World Heritage Sites.

**Keywords:** Site, Wix, Venezuela, photographs, multimedia, digital, touris.

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE IMÁGENES .....	13
ÍNDICE DE TABLAS.....	15
ACRÓNIMOS Y SIGLAS .....	16
INTRODUCCIÓN.....	18
CAPÍTULO I .....	22
EL PROBLEMA.....	22
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
OBJETIVO GENERAL .....	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	30
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	31
ALCANCE Y DELIMITACIÓN .....	34
CAPÍTULO II.....	35
MARCO CONTEXTUAL.....	35
CAPITULO III.....	40
MARCO TEÓRICO .....	40
ANTECEDENTES.....	40
BASES TEÓRICAS.....	42
BASES LEGALES.....	48
DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	51
CAPÍTULO IV .....	55



MARCO METODOLÓGICO .....	55
DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	55
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	57
POBLACIÓN O UNIVERSO DE ESTUDIO.....	59
MUESTRA .....	60
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	61
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	62
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	63
CLASIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	91
CAPÍTULO V .....	95
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS .....	95
LA PROPUESTA .....	95
ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA.....	96
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	105
CONCLUSIONES .....	106
RECOMENDACIONES.....	109
REFERENCIAS.....	110
TESIS DE GRADO .....	110
BIBLIOGRAFÍA.....	111
FUENTES DIGITALES .....	113

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Captura de pantalla del site <a href="http://www.turismoenfotos.com/venezuela/">http://www.turismoenfotos.com/venezuela/</a> .....	64
Imagen 2: Captura de pantalla del site <a href="http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm">http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm</a> .....	67
Imagen 3: Captura de pantalla del site <a href="http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/">http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/</a> .....	70
Imagen 4: Captura de pantalla del site <a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/</a> .....	72
Imagen 5 Captura de pantalla del site <a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/</a> .....	75
Imagen 6 Captura de pantalla del site <a href="https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html">https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html</a> ...	78
Imagen 7 Captura de pantalla del site <a href="http://www.valentinaquintero.com.ve/81">http://www.valentinaquintero.com.ve/81</a>	
Imagen 8 Captura de pantalla del site <a href="http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/">http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/</a> .....	84
Imagen 9 Captura de pantalla del site <a href="http://tierradegracia.net/">http://tierradegracia.net/</a> .....	87
Imagen 10 Captura de pantalla del site <a href="http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/">http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/</a> .....	89
Imagen 11 Captura de pantalla del home del site <a href="http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela">http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela</a> .....	97
Imagen 12 Captura de pantalla que muestra el detalle en una fotografía de la galería.....	98
Imagen 13 Captura de pantalla de la composición de la galería fotográfica.	99

Imagen 14 Sección “Venezuela” que esboza una narración acerca del país .....	100
Imagen 15 Captura de pantalla que muestra la esencia y motivación del fotógrafo.....	101
Imagen 16 Formulario de contacto y redes sociales del fotógrafo.....	102

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados .....	92
Tabla 2 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados .....	93
Tabla 3 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados .....	94

## **ACRÓNIMOS Y SIGLAS**

**AD:** Acción Democrática

**CONAHOTU:** Corporación Nacional de Hoteles y Turismo

**COPEI:** Comité de Organización Política Electoral Independiente

**CORPOTULIPA:** Corporación Para La Zona Libre Para El Fomento de la Inversión Turística En La Península de Paraguaná

**CORPOTURISMO:** Corporación de Turismo

**IESA:** Instituto de Estudios Superiores de Administración

**INATUR:** Instituto Nacional de Turismo

**MINTUR:** Ministerio del Poder Popular para el Turismo

**MVR:** Movimiento Quinta República

**PSUV:** Partido Socialista Unido de Venezuela

**RRSS:** Redes Sociales

**SEO:** Search Engine Optimization

**SOGATUR:** Sociedad de Garantías Recíprocas para la pequeña y mediana empresa del sector turismo

**TEG:** Trabajo Especial de Grado

**TIC:** Tecnología de la Información y Comunicación

**UCAB:** Universidad Católica Andrés Bello

**UCV:** Universidad Central de Venezuela

**UMA:** Universidad Monteávila

**UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en inglés United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

**VENTEL:** Venezolana de Teleféricos

**WWW:** World Wide Web

## INTRODUCCIÓN

Venezuela es una geografía que ha sido reconocida internacionalmente como una joya natural multidiversa y como un país multidestino ya que en su territorio se encuentran todos los ecosistemas existentes en el planeta tierra. Además su riqueza patrimonial y gentilicio cálido han sido reconocidos internacionalmente en diversos ámbitos de la vida pública. La belleza de la mujer venezolana y el ímpetu de su gente, han colocado al país en la palestra de la opinión pública internacional.

El país suramericano ha sido protagonista del triunfo de la mujer venezolana en concursos de belleza, en competencias del deporte mundial y ha estado presente en infinidad de ediciones de ferias internacionales donde el potencial natural, constantemente ha sido motivo de halagos y admiración. Se han dedicado volúmenes enteros e investigaciones acerca de las características propias que caracterizan a Venezuela como un país único en el mundo. La denominada “Tierra de Gracia” por parte de los conquistadores europeos, se ha convertido en parada obligatoria de investigadores, turistas y grandes personalidades, quienes han reconocido que Venezuela es un “verdadero paraíso en la tierra”.

Hablar de Venezuela en el exterior es referirse a un ilimitado catálogo de aspectos que han permitido que sea exhibido como un país donde se le trata al visitante como en casa y donde puede pasearse perfectamente de la playa a la montaña, o del desierto al llano con gran facilidad. Las bondades de la geografía reconocidas en los libros de viajes de Cristóbal Colón, las “Crónicas de Indias”, pasando por los relatos de Alejandro Humboldt, entre otras reconocidas personalidades e historias, han permitido que el país sea considerado como una Nación con gran potencial turístico.

Sin embargo, la situación política, económica y social, han colocado en las dos últimas décadas al país en el “ojo del huracán”. A través de múltiples logros, pero también diversas confrontaciones de índole política e ideológica, el país ha logrado llamar la atención del mundo con aspectos que han afectado su imagen internacional.

En tal sentido, el Gobierno Nacional, inicialmente por parte del expresidente Hugo Chávez, y posteriormente por parte del presidente Nicolás Maduro, han tratado de hacer frente a esta situación con campañas mediáticas donde se muestra un país sin conflictos y sin enfrentamientos, mientras que a través de canales privados y redes sociales se muestra la “otra cara” de Venezuela, éste rostro refleja la división social del país así como la profunda crisis económica y política.

Normalmente la primera visión, conocida como la “oficial” muestra un país con absoluta normalidad, alejado de cualquier problemática y con una situación perfecta en todos los aspectos de la vida pública. La segunda visión, presenta al país con un colapso total de las instituciones y del orden ciudadano, en constante confrontación y al borde de un estallido social.

Estas dos visiones han encontrado en la red un choque de posturas que han incidido directamente en la imagen internacional sobre el país y además, han afectado exponencialmente al turismo venezolano, que no solo por los problemas de interconexión aérea sino los problemas económicos que enfrenta el país en general, ha visto una merma considerable en cuanto al flujo de visitantes e ingreso de divisas extranjeras.

Al observar los portales de turismo en Venezuela conseguimos la versión del Gobierno Nacional, básicamente a través del portal oficial del Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Mintur) y sus organismos adscritos, en el cual se muestra las bondades de Venezuela con un tinte



político el cual no solo sesga y obvia los problemas del turismo local, sino también tiende a exagerar la visión perfecta que existe sobre algunos destinos turísticos por excelencia.

Por otro lado existen portales, en su mayoría de capital privado, que muestran otra visión fatalista acerca del riesgo inminente al visitar los atractivos turísticos de Venezuela. Se muestra el lado negativo de la situación que atraviesa el país con lo cual se ahuyenta a los visitantes internacionales y se profundiza el temor existente para visitar el territorio venezolano.

Problemas como inseguridad, criminalidad, protestas, falta de servicios básicos como suministro de electricidad y agua, alto costo de la vida, y más recientemente carencia de insumos básicos y alimentos, forman parte de la “oferta turística” de Venezuela, de acuerdo a los portales informativos y de personalidades del sector, ampliamente reconocidos en el país y fuera de las fronteras.

En este contexto la creación de un site fotográfico que muestre las bellezas naturales y patrimoniales de Venezuela es el objetivo de la presente investigación. En la misma Venezuela será mostrada sin ningún matiz político- partidista, ni publicitario y con la visión equilibrada de admiración por el potencial natural con el que cuenta a lo largo y ancho del territorio.

La visión será a través del lente del fotógrafo Jesús Villamizar, quien ha podido recolectar un amplio material fotográfico y en el cual mostrará al país desde una visión completa y equilibrada. El registro fotográfico incluye un gran número de escenarios naturales y patrimoniales de Venezuela por lo cual será extensa la muestra en el portal digital de sello venezolano.

De acuerdo a lo planteado, los capítulos de la siguiente investigación se han formulado de la siguiente manera:

- Capítulo I, centrado en el problema, en su formulación y justificación, además, son presentados los objetivos generales y específicos, así como los alcances y limitaciones de la investigación
- Capítulo II, se refiere al marco contextual en el cual se dará forma a los escenarios de la investigación, al país en el cual se realiza, en este caso Venezuela y al fotógrafo del cual se tomó la muestra fotográfica (Jesús Villamizar)
- Capítulo III, expresa los aspectos teóricos de la investigación, los antecedentes y las bases teóricas del objeto de estudio
- Capítulo IV, en este capítulo se hace referencia a la metodología a utilizar que en esta investigación considerada un proyecto factible, acompañado de una investigación documental y un trabajo de campo
- Capítulo V, referente a los resultados y análisis, donde se expone el producto elaborado, los resultados obtenidos y los análisis correspondientes a lo largo de la investigación

Para finalizar se incluyeron las conclusiones y recomendaciones, las referencias utilizadas y los anexos del Trabajo Especial de Grado (TEG).

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desde el año 1999, año de llegada del presidente Hugo Chávez al poder, Venezuela vivió una intensa y profunda transformación en lo político, económico, social y cultural. La denominada Revolución Bolivariana, vino a significar para Venezuela un quiebre importante en la estructura establecida, que rápidamente se diferenció de los cuarenta años de democracia anterior los cuales habían consolidado las bases de gobiernos, divididos en las corrientes políticas de los partidos AD (Acción Democrática) y COPEI (Comité de Organización Política Electoral Independiente).

La llegada de Chávez al poder significó un proceso de transición rápida que se adhirió a la cotidianidad en la cual, la política se filtró en todos los contextos de la vida pública. Las discusiones de las crecientes y rápidas reformas económicas y sociales, no se circunscribió a la dinámica de los medios de comunicación sino también a las esferas sociales, laborales e incluso familiares y de pareja.

Se produjo entonces una ruptura abrupta, violenta y hasta dolorosa, de la vida considerada hasta ese entonces como “pública”. La política no se limitó a los espacios meridianos o estelares de la televisión, sino que también sentó precedente en “la mesa del venezolano” quien observó como este quiebre estructural se prolongaría en el tiempo y en todos los espacios.

Las masas tomaron parte en la conformación de la agenda pública y de manera precipitada, los enfrentamientos estuvieron a la orden del día. Las posturas ideológicas asumidas por los líderes políticos, fueron tomando

forma en un ciudadano cada vez más consciente de su protagonismo en los procesos de transformación nacional.

Uno de los primeros llamados a la participación popular fue para refrendar la nueva Carta Magna de 1999, con el fin de sustituir la Constitución de 1961. Posteriormente, a través de diversos eventos electorales y la redacción de nuevas leyes que tenían como premisa la incorporación del ciudadano común, el venezolano se vio inmerso como protagonista en los distintos procesos de “transformación revolucionaria”, tal como afirmaba el partido de Gobierno, inicialmente denominado Movimiento V República (MVR) y hoy rebautizado como Partido Socialista Unido de Venezuela (Psuv).

Venezuela caminó entonces del modelo económico del “capitalismo” a la “necesaria evolución hacia el Socialismo del siglo XX”, modelo a través del cual, plantearía el expresidente Hugo Chávez, se caminaría a la plena independencia de Venezuela sobre el yugo de imperios y potencias extranjeras.

La “Revolución Bolivariana” tenía como fin la refundación de la República, bajo el legado heredado por el Libertador Simón Bolívar, y con esta transición, era necesaria la refundación de los modelos políticos, sociales, culturales y económicos. El turismo, constituyó una de las aristas a tomar en cuenta en este “proceso revolucionario”.

El sector turismo observó como en la redacción de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, se contempló el desarrollo de este eje con la intención de dinamizar la economía venezolana y colocar al país como referencia de la industria turística, generadora de divisas y de la atención del mundo entero. La visión multifactorial impulsaría el desarrollo de Venezuela de manera integral.

El artículo 310 del texto legal (1999) plantea que:

El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional. (p.54)

Uno de los primeros pasos para la institucionalización del turismo en Venezuela, fue la creación de una cartera que se encargara de regir las políticas turísticas. En el año 2005 fue creado el Ministerio del Poder Popular para el Turismo, el cual se encargaría de impulsar las políticas de Estado para el fortalecimiento de este sector, vital para la economía venezolana. Además, con el impulso de la Ley Orgánica del Turismo ese mismo año, se ratificó la intención de estimular la participación de las bases en la conformación de una industria turística sólida, a la vanguardia de la región.

Esta industria permitió rápidamente la incorporación de los ciudadanos, en sus procesos de cambio, y se formuló, bajo las órdenes del entonces ministro Wilman Castro Soteldo, el llamado a los hombres y mujeres que intentarían transformar “desde sus cimientos” el naciente motor de la economía venezolana.

En este contexto país, la irrupción del denominado “Socialismo del siglo XXI” modificó el esquema social existente, empujado además por la revolución de las comunicaciones y la consolidación del poder mediático en Venezuela y el mundo. Las redes sociales, como fenómeno comunicacional, vino a jugar un papel importante en la creciente modificación de las maneras de comunicarse de los venezolanos y el resto de las naciones en el mundo.

El sector turismo no escapó a esta realidad y en la red se observó el gran potencial que tenía Venezuela para ofrecer ante el mundo. La visión de Venezuela como país multidesestino y con gran cantidad de recursos fue aprovechada por el Gobierno Nacional para mostrar un país ideal para invertir, crecer y desarrollarse en todos los sentidos.

Mientras esta oferta de la industria comunicacional oficial crecía a pasos agigantados, también lo hacían las diferencias políticas y sociales en Venezuela. El enfrentamiento entre seguidores del partido y opositores, comenzaron a tomar las calles del país donde se exigía el respeto a la Constitución, la igualdad de los ciudadanos y el acceso por igual a los beneficios de la renta petrolera.

Durante este tiempo el movimiento opositor venezolano creció de forma gradual e incrementó su descontento por la gestión bolivariana. Los sucesos de 2002 donde se desplazó del poder al entonces presidente Hugo Chávez, vino a profundizar las brechas existentes entre oposición y oficialismo.

En tal sentido, las versiones nacionales e internacionales que giraron en torno a Venezuela crecieron de manera rápida y, de esta manera, se concretó un choque de visiones entre el “país perfecto” y el “país en caos”. Gobierno Nacional y sectores opositores, se encargaron de emprender maquinarias comunicacionales donde el punto medio de preferencia política y equilibrio informativo, desaparecía gradualmente.

El sector turismo, en su gestión comunicacional mostró sus primeras grietas. La marca “Venezuela”, utilizada históricamente para atraer a los turistas internacionales, fue modificada y con ella, la pérdida de una corriente unificada que permitiera “vender al país” de manera equilibrada. Esta marca cambiada en sucesivas oportunidades, junto con la designación de diferentes regentes de la cartera de turismo, vino a mermar los esfuerzos para la

construcción de un sector sólido y robusto, como lo demandaba la Constitución de la Nación.

El común denominador de los titulares de la cartera de turismo, así como los organismos adscritos, fue el proselitismo político que, no solo se constató en los sitios oficiales informativos, sino también en las múltiples actividades de gestión y de Gobierno donde eran invitados los medios de comunicación públicos y privados nacionales, incluso internacionales.

Los portales de turismo oficiales pasaron a ser de tinte propagandístico y la gestión turística se convirtió en un bastión de la política de comunicaciones del Gobierno Bolivariano. El “motor turismo” vino a convertirse en bandera del Gobierno Nacional y constantemente se invitaba a los turistas nacionales e internacionales, cual slogan de marca país, a “conocer la Patria de Bolívar y de Chávez”.

Por otro lado, debido a la situación económica, política y social, las matrices negativas sobre Venezuela se incrementaron y portales de noticias así como web informativos y redes sociales, sirvieron para que factores contrarios al Gobierno Nacional, mostraran su descontento hacia la gestión del entonces presidente Chávez.

Portales de diversa índole, de personalidades reconocidas y otras iniciativas de principiantes del turismo local, fueron mostrando progresivamente el lado desfavorable de la actividad turística venezolana. El creciente índice de criminalidad, muchas de las víctimas turistas internacionales, fue tomando forma dentro de la opinión pública que reconoció que Venezuela era una de las naciones de mayor riesgo para los turistas. Estados Unidos y el Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, expresaron abiertamente que visitar Venezuela, constituía un riesgo

inminente para sus turistas, debido a la inseguridad que desde hace décadas golpeaba en su mayoría al territorio venezolano.

En el año 2014, en un trabajo especial, el reconocido portal de noticias venezolano <http://runrun.es/> hizo referencia a los turistas extranjeros asesinados en suelo venezolano. A través de una lista, el portal enfrentó las cifras del turismo local, frente al pronunciamiento del entonces ministro Andrés Izarra, el cual para ese momento expresó que “la seguridad turística es un tema integral. Queremos un turista que esté informado, que sepa a dónde dirigirse, cómo desplazarse en el país, a qué lugares ir”. (Jaimes Branger, 2014. para 17).

De acuerdo al trabajo especial en Venezuela murieron a manos de la inseguridad, turistas extranjeros. Christophorns Wilhelm Deuts Keuters, ciudadano alemán, quien solo tenía 8 horas en Venezuela, murió en medio de un tiroteo en Hotel Eurobuilding, en Caracas. En septiembre de 2013, refiere la nota, fue asesinado Robert Sterenburg de 59 años, un turista holandés quien tenía tres semanas en Venezuela y tres sujetos le dieron muerte a su paso por el territorio neoespartano.

Asimismo, en la misma región insular, en enero de 2013 fue asesinado el turista inglés Thomas Ossel, de 28 años, quien había visitado en su corta vida más de 40 países, como parte de sus aficiones a los viajes. A esta lista, se sumó la muerte en marzo de 2011, el turista francés, Yves Le Brass, de 53 años. También ocurrió en la isla de Margarita, uno de los puntos de mayor afluencia turística de Venezuela.

Ese mismo mes y año, indica el balance del portal, fue asesinado en el territorio insular, Bonne Philippe, de 44 años, nacionalidad belga, mientras se encontraba comiendo con unos amigos.



De acuerdo al mismo reportaje especial (2014), en enero de ese mismo año la exreina de belleza y actriz Mónica Spear y su esposo Thomas Henry Berry, fueron asesinados en el estado Carabobo, mientras retornaban a Caracas, luego de un viaje de turismo local. Este suceso, no solo ocupó los principales titulares de la prensa venezolana e internacional, sino que incrementó las matrices de opinión sobre la inseguridad en Venezuela.

Después de este hecho, han surgido otros acontecimientos donde las víctimas han sido visitantes a la geografía venezolana. Estos sucesos, han encontrado en la red el asidero perfecto para mostrar el lado negativo de la región, aunado a la creciente crisis de interconexión aérea, desde y hacia Venezuela, aparte de la profunda crisis política que vive el país desde la muerte del presidente Chávez y la elección del presidente Nicolás Maduro.

Esta situación es contraria a la versión oficial. Múltiples son los señalamientos por parte de figuras del partido de Gobierno, el Partido Socialista Unido de Venezuela (Psuv), quienes afirman que Venezuela es un país de oportunidades, que las crisis “infundadas” forman parte de las “derechas mediáticas” y que en Venezuela cualquier turista puede encontrarse seguro.

Las versiones de las autoridades locales han buscado restar importancia al carácter de turistas de los asesinados y víctimas, buscando incluso otros móviles de los acontecimientos que permita justificar de alguna manera las muertes o hechos delictivos.

Las alternativas informativas acerca del turismo venezolano son pocas, ya que algunas se encuentran en alguna de estas dos aceras. O por el contrario, están invadidas de espacios publicitarios o carecen de la tecnología para la presentación de la información de forma fresca, dinámica y llamativa.

En tal sentido, Venezuela vive una crisis informativa que limita la difusión de la actividad turística en el ámbito internacional. Un país en caos, a pesar del enorme potencial natural existente, limita a los extranjeros quienes por el temor o por la poca información existente optan por otro país de Latinoamérica o el mundo que ofrece la comodidad y el confort que se pretende al salir del país de origen.

La ausencia de sites informativos equilibrados que ofrezcan información precisa sobre los atractivos turísticos, limita la experiencia de acercamiento que pretende tener un usuario al acceder a la red. Mientras que otros países se encuentran a la vanguardia del desarrollo del turismo local como España o República Dominicana, Venezuela ha visto la desaceleración de la industria turística.

Estos hechos no se evidencia solamente en el cierre de emprendimientos turísticos, sino también en la merma de plazas camas en “temporadas altas” y más latente aún en la disminución de la interconexión aérea desde y hacia Venezuela.

Mientras que un país crece en el fortalecimiento de este sector, también lo hacen los mecanismos de difusión y promoción del turismo, lo cual permite la dinamización de la economía y el flujo informativo que buscan los turistas, ávidos de interés por conocer y disfrutar de lugares de gran interés natural y patrimonial.

Las limitaciones informativas, tecnológicas y vanguardistas de Venezuela cercan cada vez más las posibilidades de exhibición de su potencial. En tal sentido, las cifras demuestran como se ha debilitado las estadísticas del turismo local y receptivo que, lejos de ser cónsono con las aspiraciones de la Constitución venezolana, han visto sin niveles más bajos en los últimos 20 años.

## **OBJETIVO GENERAL**

Ejecutar una propuesta informativa de promoción del turismo venezolano en un site de fotografías en la plataforma Wix a partir del portafolio del fotógrafo Jesús Villamizar

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Realizar un análisis de los sites informativos existentes del turismo venezolano a fin de detectar las debilidades y fortalezas en el sector
2. Seleccionar el material fotográfico de los principales atractivos turísticos naturales y patrimoniales de Venezuela del portafolio del fotógrafo Jesús Villamizar
3. Esbozar el mapa de navegación de las diferentes páginas del site fotográfico
4. Redactar el contenido informativo que servirá de descripción para cada una de las fotografías publicadas en el site
5. Creación de las redes sociales asociadas al site que servirán de difusión del material fotográfico exhibido en la plataforma
6. Diseñar el site bajo el dominio <http://enflashvenezuela.wixsite.com/enflashvenezuela>
7. Analizar las características del site a partir de los parámetros de usabilidad y multimedialidad.

## JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente existen portales del turismo en Venezuela que exhiben el enorme potencial que se encuentra a lo largo y ancho de su geografía nacional. Movidos en su mayoría por resaltar el turismo venezolano, las iniciativas buscan corresponderse con la visión histórica de que Venezuela es uno de los países con mayor diversidad geográfica en el planeta tierra, digno de visitar y conocer.

Cuando existe un primer acercamiento a estos site del turismo local, existen tres vertientes fundamentales. En primer lugar, manejan información política como bandera, el caso principal es el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (Mintur) y sus organismos adscritos: el Instituto Nacional de Promoción y Capacitación Turística (Inatur), Venezolana de Turismo S.A. (Venetur), Venezolana de Teleféricos (Ventel), la Sociedad de Garantías Recíprocas para la pequeña y mediana empresa del sector turismo (SOGATUR S.A.) y la Corporación Falconiana para la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná (Corpotulipa).

Otros por el contrario, manejan información relevante para el turista, pero con un enfoque negativo. A esta vertiente se unen medios de comunicación privados, los cuales exaltan las cifras de criminalidad e inseguridad en Venezuela, situación que ha afectado directamente a los turistas extranjeros.

En segundo lugar, existen portales que basan su idea de negocio en publicidad, y por ende la información contenida se ve reducida por la bruma de espacios publicitarios. La información relevante y fotografías quedan reducidas, y se pierde el foco informativo de los sites turísticos.

En tercer lugar, encontramos portales los cuales se encuentran desactualizados, o su plataforma no se ha adaptado a la vanguardia de las nuevas tecnologías. Las visitas suelen ser lentas, de poca resolución para las imágenes y la tipografía en algunos casos no se adapta al diseño que demanda estos tipos de site en la web.

En este contexto, surge la necesidad de crear un espacio digital que sirva de vitrina para la exhibición del potencial turístico que existe en Venezuela y que el mismo tenga como objetivo mostrar de forma equilibrada, las bondades naturales y patrimoniales con los que cuenta la Nación caribeña.

El objetivo del site sería exponer fotografías de todo el territorio venezolano, que muestre al turista las opciones presentes para conocer y que su vez sea reflejo de la cultura y del gentilicio venezolano. La intención del site es que se convierta en una vitrina de referencia internacional, que esté alejada de los modelos publicitarios y que marque distancia con la valoración política del país.

En medio de la confrontación política que vive Venezuela, se hace fundamental abrir canales para que el gentilicio se conecte con aspectos favorables de su nacionalidad, y su vez, se genere un punto medio que pueda mostrar a los interesados turistas extranjeros, los beneficios con los que cuenta esta Nación latinoamericana.

A través de fotografías se mostrará el potencial natural, arquitectónico, humano y natural que se encuentra en Venezuela. El portal exhibirá una amplia galería fotográfica del creador del portal y fotógrafo Jesús Villamizar así como los datos más relevantes de cada uno de los lugares representativos del turismo nacional.

Prescindirá de publicidad, propaganda u otros medios que incidan en la distracción del lector, todo ello con la intención de mostrar una visión diferente de las opciones turística que existen en el país.

Venezuela, con una biodiversidad única, es un territorio reconocido internacionalmente por sus enfrentamientos políticos y sociales pero también por sus bellezas naturales. En tal sentido, la creación de un portal de exhibición de fotografías, mostrará un espacio para la contemplación y apreciación de la extensa geografía venezolana, así como del potencial patrimonial que posee.

El mismo profundizará en el conocimiento que existe de los rincones de Venezuela sin visiones políticas, lo que permitirá que quien lo visite encuentre en él una guía para conocer más la geografía e idiosincrasia del venezolano.

Asimismo, se ha podido constatar que existen lugares del país que no cuentan con una pequeña leyenda que les identifique en cuanto a su ubicación o atractivos naturales o patrimoniales. Con el material fotográfico existente, se pretende mostrar una pequeña guía que permita conocer más acerca de los pueblos, lugares y sitios de gran relevancia turística.

Finalmente, considerando que es de gran interés en la actualidad profundizar en los espacios que resalten nuestro sentido de pertenencia y la apuesta que como venezolanos debemos tener de nuestros recursos naturales y patrimoniales, existentes a lo largo y ancho de nuestro país, este portal será de gran valor en la profundización de la identidad venezolana y del arraigo por los tesoros propios.

## **ALCANCE Y DELIMITACIÓN**

En cuanto a los alcances del presente Trabajo Especial de Grado (TEG) tenemos que es posible el contacto directo con el fotógrafo ya que es el mismo autor de la presente investigación. En tal sentido, se facilita la comunicación así como la obtención del material fotográfico, materia prima del siguiente TEG.

De igual manera, tenemos que por ser la misma persona se tiene una visión integradora de los objetivos del siguiente proyecto, por lo cual la administración del tiempo y recursos será más fácil de organizar.

El material fotográfico constituye un archivo individual, parte de un previo trabajo de campo, por lo cual ya se cuenta con los recursos necesarios para la elaboración del producto final. Asimismo, el autor y fotógrafo maneja herramientas de edición, fotografía y de la plataforma Wix lo que facilitará la realización del site, objetivo de la presente investigación.

Sobre las limitaciones, tenemos que por ser Wix una herramienta gratuita no podrán extralimitarse las funciones propias en cuanto a la difusión masiva y la publicación en grandes cantidades del material recabado.

De igual manera, la limitación económica impedirá el desarrollo de una estrategia completa de SEO (Search Engine Optimization) y de mercadeo digital, por lo cual se circunscribirá el alcance de este site a lo que sea posible lograr con las herramientas gratuitas de la plataforma utilizada.

Asimismo, debido a la ausencia de un presupuesto completo y amplio, se limitará el alcance de difusión a través de las redes sociales, herramientas de gran influencia, pero con las respectivas limitantes que imponen los nuevos algoritmos tanto de la red Instagram, como Facebook.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO CONTEXTUAL**

El territorio que hoy comprende la República Bolivariana de Venezuela fue descubierto por Cristóbal Colón en su tercer viaje el 2 de agosto de 1498. Desde los primeros pasos dados por el conquistador, se reconoció el enorme potencial que existía en esta geografía caribeña, que tanto material histórico originó a partir de especulaciones, apreciaciones y descripciones que daban cuenta de haber encontrado el gran paraíso plasmado en las santas escrituras y relatos viajeros.

Los conquistadores que prosiguieron a Colón, iniciaron una serie de relatos conocidos como “Las Crónicas de Indias” en los cuales se plasmó, a manera de testimonio para los Reyes de Castilla, y posteriormente para la historiografía mundial, las distintas bondades del territorio, considerado en algunos casos como una ilusión difícil de considerar como realidad.

“Las leyendas de las Amazonas” así como el famoso “Dorado”, reflejan el asombro y reconocimiento por la gran belleza que se encontró a lo largo y ancho del territorio. Pronto, esta situación generó disputas internas por el control de la Capitanía General de Venezuela, y posteriormente con la Corona Española, muchas de las razones, por el evidente tesoro nacional que se encontraba no solo en los baluartes obtenidos por los aborígenes, sino también por las riquezas de diversa índole naturales halladas en el suelo latinoamericano.

Se reconoció de inmediato al final del siglo XIV y los siglos sucesivos, como la geografía venezolana contaba con los elementos necesarios para distinguirla de cualquier otra Nación, de las declaradas siglos después como



independientes, e incluso de cualquier territorio del denominado “viejo continente”.

Las potencialidades geográficas saltaron a la vista e investigadores como el mismo Alexander Humboldt, relataron su paso por la bautizada “Tierra de Gracia”. En el texto, Visiones geohistóricas del siglo XIX venezolano en las obras de Alejandro Humboldt, Briceño, C. (2005), cita en palabras la riqueza existente frente a los ojos del investigador y naturalista. En uno de los famosos relatos, sobre la geografía venezolana, Humboldt escribe:

Hállanse primero terrenos cultivados a lo largo del litoral y cerca de la cordillera de montañas costaneras; luego, sabanas o dehesas; y en fin, allende el Orinoco, una tercera zona, la de los bosques en las que se penetra sólo por medio de los ríos que lo atraviesan ...las tres zonas en que acabamos de dividir el territorio de Venezuela son la imagen de tres estados de la sociedad humana, la vida del salvaje cazador en los bosques del Orinoco, la vida pastoral en las sabanas o llanos y la vida del agricultor en los altos valles y al pie de los montes costaneros. (p.5).

En el siglo XIX, Venezuela obtendría su independencia, y con esta determinación, la posibilidad de reordenar su territorio. La geografía comenzó su reformulación político- territorial, que se prolongó a lo largo del siglo XX, pero que de igual forma evidenció las diferencias existentes en sus variados ecosistemas.

Una vez constituido como país independiente, Venezuela pasó de llamarse Capitanía General de Venezuela, a declararse, República de Venezuela, posteriormente Estados Unidos de Venezuela, retomó el nombre

de República de Venezuela, y finalmente, tras refrendarse en la nueva Carta Magna del año 1999, se le concedió el nombre de República Bolivariana de Venezuela.

Venezuela es un país ubicado al norte de América del Sur y su capital oficial es Caracas. Su idioma es el castellano y también los idiomas indígenas son utilizados por estos pueblos originarios. Su superficie total es de 1 075 985 Km<sup>2</sup>.

El territorio limita al norte con el Mar Caribe y el océano Atlántico, al sur con Brasil, al oeste con Colombia y al este con Guyana, este último territorio en disputa. Es considerado un país en vías de desarrollo y su economía se basa principalmente en el petróleo. Posee una de las mayores reservas de crudo de petróleo en el mundo.

Venezuela es reconocida como uno de los 17 países en el mundo mega diversos con todos los ecosistemas existentes en la tierra. En su geografía puede verse regiones desérticas, selváticas, sabanas y forma parte también de la extensa cordillera andina además de aproximadamente 1.400 especies de flora y fauna.

Cuenta con varios patrimonios reconocidos por la Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en inglés United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), como La Vela de Coro, la Ciudad Universitaria de Caracas, el Parque Nacional Canaima, los Diablos Danzantes de Venezuela, la Parranda de San Pedro y los Conocimientos y técnicas tradicionales vinculadas al cultivo y procesamiento de la curagua.

El Poder Público se divide en Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Ciudadano y Electoral. Además cuenta con 30 ministerios y un ministerio de Estado, designados directamente por el presidente de la República.

El Ministerio regente del turismo venezolano, es el Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Fue creado en el año 2005 por decreto presidencial. Por primera vez, se fundó en Venezuela una institución con rango ministerial a fin de impulsar una política de Estado en materia turística.

En el año 1938 había sido creada la Oficina Nacional de Turismo, unidad adscrita al Ministerio de Fomento, posteriormente se dio paso a la Corporación Nacional de Hoteles y Turismo (Conahotu) en el año 1955. En lo sucesivo, específicamente en 1973 fue creada la Corporación Venezolana de Turismo (Corpoturismo), adscrita de igual manera al entonces Ministerio de Fomento. Tres años después, fue creado el Ministerio de Información y Turismo (ministerio sin cartera), el cual fue eliminado en 1984 y pasó de nuevo a la figura de Corpoturismo y luego en el año 1989, el presidente de la institución pasó a ser ministro de Estado. Las actividades correspondientes al turismo venezolano, fueron delegadas a la cartera de un viceministerio, dependiente del Ministerio de Industria y Comercio.

En la actualidad, y desde abril de 2015, la titular de la cartera turística es la ingeniera Marleny Josefina Contreras de Cabello. Contreras, fue designada por el presidente de la República, Nicolás Maduro Moros, en sustitución del entonces ministro Andrés Guillermo Izarra. Contreras, antes de asumir la cartera, se desempeñaba como diputada a la Asamblea Nacional electa por voluntad popular por el estado Miranda.

Las Unidades Regionales del Inatur, tienen sede en cada uno de los estados del país, y tienen la responsabilidad del impulso por localidad y promoción, de las actividades turísticas que engloban desde festividades hasta difusión del patrimonio turístico estatal. Los equipos de Inatur están conformados por un Gerente General, Gerente de Promoción, Gerente de Capacitación y analistas de cada dependencia.

Por su parte, el fotógrafo del cual se tomó la muestra fotográfica, es Jesús Villamizar, autor además de la presente investigación. Es licenciado en Comunicación Social, egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

Asimismo, cursó estudios de Gerencia Política y Gobernabilidad en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y de Mercadeo Digital en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA).

Sus estudios de Artes mención cine y de periodismo en la Universidad Central de Venezuela (UCV) constituyeron su primer acercamiento a la fotografía. Años después, comenzó con la fotografía empírica, en su mayoría de paisajes, reflejando su interés por los espacios naturales y patrimoniales.

En el año 2013, inició una serie de viajes por el territorio venezolano que le llevaron por toda Venezuela, y le permitió acumular un amplio registro fotográfico de más de cinco mil fotografías. Este material recolectado, le permitió plantearse la posibilidad de compartirlo en la red, exaltando a través de él los principales sitios turísticos de Venezuela.

La posibilidad de crear un site de fotografías, a juicio del fotógrafo, parte de la idea de compartir con todos los turistas nacionales e internacionales, la belleza de Venezuela, reflejado a través de las costas, el páramo, los médanos, las ciudades y la selva.

El fotógrafo prevé que la muestra de fotografías se convierta en un registro documental para futuras generaciones, y para el incremento de visitantes nacionales a internacionales, a todos los rincones de la extensa, prodigiosa y bendecida tierra venezolana.

## **CAPITULO III**

### **MARCO TEÓRICO**

En el capítulo denominado marco teórico se desarrolla la fundamentación teórica del siguiente estudio. Para ello, se plantean los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, así como la definición de los términos básicos y el sistema de hipótesis.

#### **ANTECEDENTES**

Para realizar la investigación se procedió a consultar la biblioteca de la Universidad Monteávila, específicamente la sección de las tesis de la Especialización de Periodismo Digital, a fin de buscar los antecedentes previos de la investigación que de alguna manera determinarían la base teórica del siguiente estudio. Los documentos encontrados se acercaban un poco a las características propias de la investigación y serán presentadas a continuación.

Inicialmente encontramos el Trabajo Especial de Grado de Pedroza (2009) quien presentó su tesis titulada: “Perfil profesional del periodista digital en Caracas” en el cual se planteó como objetivo general identificar el perfil profesional del periodista digital en la capital venezolana. A través de la investigación, el autor trató de comprender la evolución del periodista tradicional al digital y entender cuáles son esas características que identifican a este nuevo “nativo digital”.

Por otro lado, Fernández (2011) realizó la investigación titulada “Producción de contenidos en la sección de economía del diario El Universal tras la convergencia de las relaciones”. En ella, la autora indagó sobre la

transición del periodista tradicional al digital y específicamente centró su atención en la dinámica del diario venezolano El Universal.

En tercer lugar, se consultó el trabajo de investigación de López (2010) “amigoscoralistas.com”: una propuesta de uso y aprovechamiento de los recursos digitales en la web 2.0 para potenciar una red social real. En ese estudio el autor se planteó como objetivo general el diseño de una página y aprovechamiento de los recursos digitales de la web 2.0 para potenciar una red social real.

Mientras tanto, Figueroa (2011) en el Trabajo Especial de Grado titulado: “Lineamientos para la publicidad en la web 2.0”, el autor indagó directamente en las características esenciales de la red para presentar una propuesta que explicara el funcionamiento de la publicidad y además trató de explicar la situación actual de esta industria en el país.

En cuanto a las referencias teóricas para comprender las aristas del turismo en Venezuela, se examinó la tesis presentada por Boccalandro (2009), en el cual la investigadora indagó sobre los factores determinantes para la implementación de la política de la calidad turística en Venezuela. A través de la investigación, la autora constató la evolución de las políticas del turismo venezolano y los esfuerzos del Gobierno Nacional para la adopción de medidas que permitieran instalar un modelo de calidad del turismo local.

Por otra parte, se revisó el Trabajo Especial de Grado de Esparza (2001) donde la autora expuso la revisión de las estrategias para la participación comunitaria en el desarrollo del turismo sustentable de la Hacienda Cacaotera de Chuao, en el estado Aragua. A través del mismo, Esparza indagó sobre la evolución de la industria turística en Venezuela y en particular sobre los avances en esta materia en este sector de la zona costera venezolana.

## **BASES TEÓRICAS**

La masificación de las comunicaciones, la proliferación de los inventos tecnológicos y la revolución de las redes sociales, han venido a interconectar a un mundo cada vez más globalizado y dependiente de nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

La irrupción en la vida mundial de la denominada Web 2.0 cambió drásticamente los esquemas de comunicación, y en un planeta cada vez más cambiante, estar al tanto de lo ocurre, es fundamental en pleno siglo XXI. Un mundo basado en las comunicaciones reales, en directo y en línea parecían ser en el pasado solo ficción del cine norteamericano. Esta realidad se concretó y se encuentra hoy en día frente a nuestros ojos.

La denominada “Aldea Global” designada así por el investigador Marshall McLuhan (1968), dejó de ser una profecía apocalíptica del pasado y se transformó en el modelo de comunicación global de hoy en día. Sin embargo, esta denominación de comunicación virtual no es estática sino que constantemente se va transformando y permite a los internautas vivir en una precipitada comunicación global, digitalizada y ampliamente virtualizada.

Marshall McLuhan (1968) acuñó en su época la denominación de “Aldea Global” para reflejar que el mundo, a través del internet, estaría conectado y además sería partícipe de la gran comunicación mundial. De acuerdo a sus apreciaciones, el ser humano estaría cada vez más interconectado, ávido de información en los medios electrónicos de comunicación.

El investigador planteaba que los conflictos existentes en la Aldea Global, no estaban exentos de conflictos donde las brechas se acortarían o se ampliarían según las situaciones particulares de quienes formaban parte de ellas. De acuerdo a la similitud con una relación familiar, el investigador

planteaba que, a pesar de tener los mismos códigos de comunicación, podían presentarse situaciones de conflictos ante el inminente flujo de información compartida.

Además, sostenía que debido a la dinámica de los grupos existentes en la aldea, era posible que ciertos grupos no fuesen incorporados, debido a la aparición de las denominadas brechas tecnológicas o a las brechas de información, referidas las primeras a la dificultad de acceso a la tecnología de la información y las segundas a las trabas en el acceso informativo.

Con la creciente era informativa, la llegada de cada invento o herramienta tecnológica supuso la adaptación por parte de la ciudadanía global. Por ello, Cordeiro (1998) sostiene que la aparición de un invento tecnológico genera una transformación importante que incide directamente en la calidad de vida de los humanos.

Es precisamente a esta adaptación a la que se ha visto forzada la humanidad con el invento de Internet. De acuerdo a la definición de Wells (2007), Internet es un sistema de computadoras que tienen su interconexión de manera internacional. Es por ello, que la World Wide Web (WWW) se basa en esta denominación, debido a que se constituye como una interfaz con un formato de fácil acceso y de favorable comprensión. Sus características le permiten caracterizarse como un medio interactivo.

En tal sentido, el autor Wells (2007) refiere que:

Cuanto más interacciones un medio y más cercano un medio y más cercano se encuentre al diálogo, más personal y persuasiva será la experiencia de comunicación. Internet o la WWW ha dado grandes saltos en esta dirección, si bien es cierto que en capacidad de diálogo, es aún superada por el teléfono". (p.271).



Las características propias con las que cuenta Internet han permitido que se convierta en una herramienta de comunicación, llegando a sustituir la forma tradicional del contacto humano. Incluso, es través de esta plataforma tecnológica donde se comienza a conocer nuevos entornos y se puede influir directamente personas, así se encuentren del otro lado del mundo.

Esta situación ha cambiado directamente la forma de relación personal y la manera de informar a las audiencias. Fogel y Patiño (2007) sostienen que: “Internet ofrece un enfoque distinto, tan renovado y mezclado que desestabiliza el propio fondo del periodismo escrito y audiovisual” (p.23).

Las formas de comunicación han cambiado drásticamente y a esta situación han tenido que adaptarse tanto los medios tradicionales como aquellos instrumentos de comunicación masiva institucionales. En 2006, Ramón Salaverría señaló que el Internet es considerado un “metamedio” ya que su propia estructura permitía la mezcla de diversos elementos visuales, auditivos y textuales.

Esta red tiene la posibilidad de una actualización constante y través de la hipertextualidad permite al internauta, ir directamente a recursos de diversa índole como galería de fotografías, audios o videos.

A partir de estas características pudiéramos considerar que el universo de posibilidades es infinito. El Internet se configura y se reconfigura de acuerdo a quienes tienen la posibilidad de la administración y gestión de contenidos. Por ello, los alcances y los peligros son tan infinitos como la concepción amplia con la que fue creada.

Son estas consideraciones que las organizaciones deben establecer sus características propias de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Las mismas deben tener un propósito claro y nutrir de acuerdo a lo que se desee, la demandante sociedad de la información.

En tal sentido, Nonaka y Takeuchi (1995) manifiestan que:

Las TIC evidencian cambios en las organizaciones creando nuevas necesidades, estas nuevas necesidades crean dos vertientes como lo son: los nuevos modos de trabajar, y los nuevos trabajadores” por consiguiente los nuevos modos de trabajar suponen nuevas estructuras organizacionales, los nuevos trabajadores necesitan nuevas formas de ejecutar su trabajo. Esto evidentemente en el marco de lo que se conoce como una nueva sociedad de la información y esta sociedad de la información se convierte a través de la experiencia en sociedad del conocimiento.(p.42).

Este planteamiento esboza la necesidad de tomar en cuenta las dos vertientes y de direccionar los esfuerzos para satisfacer las necesidades de un “cliente”, en el entendido el ciudadano, que busca cada vez más mayor información e interacción con el contenido propuesto.

En este contexto, entendemos que basándose en esta premisa, las organizaciones direccionan sus esfuerzos en capitalizar atención y en crear matrices a favor o en contra de sus objetivos meta. Lo que para una organización puede ser una visión, para otra perfectamente puede significar un quiebre en los ordenes establecidos en la sociedad.

El rol en las organizaciones también debe estar claro, porque es a través de la labor que se difunda que es posible generar opiniones generalizadas en la sociedad. Muchas de estas consideraciones trascienden del plano ético, y se trasgreden las visiones ya que lo que para unos es un patrimonio común, para otros constituyen propiedades adquiridas a partir de posiciones políticas adquiridas por respaldo popular.

Para poder entender estas matrices, es necesario conocer los procesos políticos de Venezuela en los últimos años. La polarización que ha vivido la población en las dos últimas décadas ha incidido directamente en la creación de opiniones que a través de los medios de comunicación, y las redes sociales, han encontrado sus respectivas audiencias.

El fenómeno de la política en Venezuela ha trascendido el contexto de la vida pública y ha invadido cada uno de los espacios del quehacer ciudadano. Hogar, ámbito laboral, círculos sociales y relaciones de pareja, han sido permeados por una polarización creciente que no ha dejado espacios en la formación de opiniones públicas diametralmente opuestas.

En tal sentido, la formación de una agenda pública común ha estado influenciada por las corrientes propias de las organizaciones política que han encontrado en la población, los actores claves para la difusión de una ideología y más aún de modelos políticos que se encuentran en constante confrontación.

Los medios de comunicación tradicionales y las tendencias de la comunicación 2.0 con la irrupción de las redes sociales, han sido catalizadores idóneos para la conformación de trincheras propias, creación de comunidades virtuales opuestas y confrontaciones digitales y públicas.

En la rápida migración de los medios tradicionales a los medios digitales, éstos también han sido plegados a la confrontación creciente generando que las matrices que generan a partir de las informaciones difundidas, sean a partir de intereses empresariales, normalmente identificadas con alguna de las posturas asumidas.

Andrés Cañizález, investigador de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), ha indagado el rol de los medios de comunicación en los últimos años en Venezuela, país que ha vivido un proceso de confrontación

constante que lejos de desaparecer, se ha incrementado, situación sostenida por las posiciones asumidas por los grandes y crecientes medios de comunicación. En el texto titulado “Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada” (s.f), comenta sobre la situación de alerta en el ejercicio de la libertad de expresión.

Al respecto el investigador señala que:

La polarización ha tenido un correlato mediático, pues también medios y periodistas se han atrincherado en posiciones que excluyen la posibilidad de entender al otro, y en un prolongado círculo vicioso la parcialidad política de los medios privados es respondida por una igualmente toma de partido extrema en los medios estatales, así como de acciones o discursos oficiales que colocan en el terreno enemigo a las principales empresas mediáticas del país. (p.1).

De aquí la justificación social y mediática de que incluso los nuevos medios, denominados alternativos, o medios que apuntan a llenar nuevos espacios, hayan tomado parte en la polarización y esta situación influya directamente en el matiz informativo que generan.

Si a este contexto social sumamos la posibilidad de que, los medios de comunicación, encierran dentro de sí modelos de negocios; comprendemos que a pesar de que Nonaka y Takeuchi, son enfáticos al precisar de que las organizaciones deben normar sus acciones y comportamientos, en el marco de la sociedad de la información, también justificamos que las directrices que de estas emanan, responden a grupos empresariales con modelos específicos.

Es por ello, que cuando nos adentramos al análisis de las propuestas informativas de los medios de comunicación tradicionales y los llamados

nuevos medios de comunicación, comprendemos que a partir de varios filtros, es que podemos entender su funcionamiento, su dinámica y la orientación de los contenidos que producen.

## **BASES LEGALES**

Las bases legales de la presente investigación derivan del marco jurídico existente en la República Bolivariana de Venezuela. En tal sentido, el primer marco regulatorio de la misma, tiene su base en la Constitución misma. En ella, como máximo instrumento legal del Estado, se esbozan los lineamientos para el impulso de la actividad turística, y de en adelante, en el resto de los instrumentos legales que se mencionarán a continuación se estipula la materia del ejercicio de difusión electrónica con ética periodística.

En este contexto, tenemos que en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2000), en su artículo 310 se establece que

El turismo es una actividad económica de interés nacional, prioritaria para el país en su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable. Dentro de las fundamentaciones del régimen socioeconómico previsto en esta Constitución, el Estado dictará las medidas que garanticen su desarrollo. El Estado velará por la creación y fortalecimiento del sector turístico nacional. (p.54)

De acuerdo, a lo previsto en la Constitución y ley, es el Estado el que debe impulsar una política coordinada que favorezca la consolidación del turismo como una actividad que diversifique la economía. Estas políticas versan no sólo en la confirmación del equipo ministerial que gestione la actividad, sino que norma que la Ley Orgánica del Turismo debe legislar para fortalecer la promoción turística del territorio venezolano.

De acuerdo a lo expuesto en esta ley, aprobada en 2005 y modificada en 2013, específicamente en el capítulo III, artículo 10, el Ministerio del Poder Popular para el Turismo cuenta con el Instituto Nacional de Turismo, que tiene personalidad jurídica teniendo como objeto

La ejecución de políticas, programas y proyectos de promoción nacional e internacional de Venezuela como destino turístico, que emanen del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, así como la capacitación de recursos humanos para la prestación de servicios turísticos y la sensibilización de comunidades receptoras. (p.12)

Este fundamento legal refiere, que el Estado debe garantizar políticas para la exhibición del país como vitrina del turismo venezolano. Bajo el término “promoción” se da cuerpo a una actividad cuyo fin es la información del patrimonio natural y riqueza existente en la geografía. Esto queda recogido en el artículo 15 de la ley, que indica que el Inatur debe

Diseñar y ejecutar políticas relacionadas con el Plan de Promoción Nacional e Internacional de la República Bolivariana de Venezuela como destino turístico en concordancia con el Plan Estratégico Nacional de Turismo, y demás políticas dictadas por el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo. (p.13)

Pero el Estado, de igual manera exhorta para que a través de distintas iniciativas se pueda alcanzar la difusión del quehacer nacional bien sea de su cultura, su historia y sus raíces. A través de la Ley Orgánica de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos (2011) se estipula que los ciudadanos residentes en Venezuela pueden impulsar iniciativas con el fin de informar y educar a los usuarios y usuarios del

espectro radiofónico, televisivo o electrónico del territorio nacional. De acuerdo a la norma, en el artículo 3, numeral 7 se establece que se debe

Procurar la difusión de los valores de la cultura venezolana en todos sus ámbitos y expresiones. (p.6)

De tal manera, que es el Estado el que aprueba el surgimiento de todas las iniciativas que coadyuvan a la transmisión oportuna de la información referente a la Nación venezolana. Esto claro está, de acuerdo a las normativas referentes al ejercicio de la profesión periodística.

En Venezuela, desde el año 1973 es el Código de ética del Periodista Venezolano, aprobado en la I Convención Nacional del Colegio Nacional de Periodistas, el encargado de regir las actuaciones o omisiones por parte de este gremio. En tal sentido, las estipulaciones en este instrumento legal es el que establece el ejercicio de la profesión a través de los medios existentes.

En este caso, son varios los artículos que hacen referencia, independientemente del canal o soporte utilizado, a la labor ética que debe desempeñar el profesional de la comunicación apegado a la verdad y a la equidad.

Desde el capítulo I del instrumento legal (1973) se hace referencia a las obligaciones que desde el ámbito de la comunicación debe cumplir quien la ejerza. El referido artículo del código de ética, establece que

El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y de la sociedad. (p.3)

Lo anterior refleja que cualquiera sea la actividad que desempeñe el periodista, ésta debe hacerla con la responsabilidad propia para que el

producto de su acción beneficie a un colectivo, en este caso su Nación. Internalizar este compromiso, trae consigo el ejercicio de una actividad divulgativa cónsono con los planes de desarrollo nacional.

En el capítulo II del código de ética también se recalca el compromiso para con el pueblo. De acuerdo al artículo 6

El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene derecho a recibir información veraz, oportuna e imparcial a través de los medios de comunicación social. (p.4)

De ahí la importancia de que el ejercicio de su profesión tenga en la mayoría de los casos inclinaciones sociales. Por ello, el turismo como actividad económica favorece el desarrollo de la Nación e involucra a un importante sector económico que lleva adelante este sector como forma de vida.

La difusión de la misma actividad, con fines propios o colectivos, también se encuentra inmersa en las responsabilidades que debe tener en cuenta aquel que emprende un proyecto comunicacional.

Para velar el cumplimiento y ejercicio, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos, estipula que es la Comisión Nacional de Telecomunicaciones el ente encargado de la regulación de estas funciones. Estipula además, sanciones a las que hubiere lugar en caso de infracción al ejercicio divulgativo que afecte a un individuo o un grupo de individuos.

## **DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

Para el diseño y elaboración de un proyecto digital factible, es necesario indagar en los términos básicos que constituyen el área de estudio. Por ello, a continuación se precisan la definición de aquellos términos que constituyen



la base del Trabajo Especial de Grado (TEG). Las denominaciones que se esbozan, representan los insumos necesarios para la concepción del proyecto, el análisis del entorno en el cual se genera así como los elementos vitales para el diseño y ejecución del site de fotografías.

### **Periodismo**

Canel M. (1999), citado por Pedroza (2009) refiere que la profesión periodística:

Sólo puede ser definida en su propio quehacer, que es siempre rápido, innovador y difícil de codificar. La celeridad de los cambios tecnológicos, por ejemplo, hace más difícil codificar la práctica en una serie de actividades y decisiones fijas, por lo que los criterios y convenciones profesionales de la comunicación no pueden tener el mismo carácter permanente y estable que tienen los criterios de otras profesiones... La identidad de la profesión periodística no queda menoscabada por una definición amplia y flexible de su naturaleza. El periodista contemporáneo tiende a definir su papel de forma rica y plural. (p.141)

### **Convergencia**

Esta definición es apuntada por García Avilés (2008), quien precisa que la misma es:

Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas espacios,

métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (p.35).

### **Inteligencia colectiva**

En este concepto, expuesto por Cobo y Pardo (2007), y referido por López (2010) se establece que:

La Inteligencia colectiva puede entenderse como la capacidad que tiene un grupo de personas de colaborar para decidir sobre su propio futuro, así como la posibilidad de alcanzar colectivamente sus metas en un contexto de alta complejidad.

### **Comunidad virtual:**

Álvaro Campuzano Campos (2001), citado por López (2010) plantea que una comunidad virtual es un:

Término que se utiliza para describir a aquel grupo de internautas que motivados por un interés común participa activamente en foros, listas de distribución y cualquier medio que permita una comunicación entre ellos. La comunidad virtual forma parte de las tres C's tan importantes y básicas para el éxito de un negocio en Internet: Contenido, Comunidad y Comercio electrónico.

### **Redes Sociales (RRSS)**

De acuerdo al trabajo especial "Las redes sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de

este fenómeno digital de masas” (2010), el autor, Gallego hace la definición de red social como:

Conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (p 176).

## **SEO**

Según Fernando Maciá Domene y Javier Gosende Grela “Marketing Online. Estrategias para ganar clientes en Internet” (2012) las dinámicas del SEO representan:

Estrategias de optimización para buscadores, cuyo objetivo es la atracción de tráfico de calidad a una web a través de la visibilidad de ésta en buscadores como Google, Yahoo, Bing o Ask. Optimizar la web es lograr posicionarla y mantenerla a largo plazo en los primeros puestos en los resultados que se obtienen de los buscadores más usados por sus usuarios o clientes potenciales cuando estos introducen en dichos buscadores frases de búsquedas (palabras claves) relacionadas con la información, actividades, productos o servicios que dicho sitio web ofrece.

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Tomando como referencia los objetivos planteados al inicio del siguiente Trabajo Especial de Grado (TEG), tenemos que la siguiente investigación se clasifica como un proyecto factible acompañado de un diseño de investigación documental y de campo. De acuerdo a lo planteado en El Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales (2006):

El proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo de una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p.21)

A partir de lo afirmado en esta definición, tenemos que la siguiente investigación es considerada un proyecto factible ya que, a partir de un análisis contextual de la realidad venezolana, y partir de las consideraciones formuladas, surge la necesidad de plantear una vitrina fotográfica con fines de promoción turística que supla las necesidades de un determinado grupo social.

En tal sentido, observamos que a partir de los elementos planteados de situación actual de la sociedad venezolana, en la cual la polarización política,

y las crisis de diversa índole que atraviesa el país, han dado cabida a las informaciones polarizadas, se hace necesaria la formulación de una ventana que presente, a través de fotografías, los atractivos turísticos de Venezuela.

En este contexto, se plantea un site que exponga, sin visión política alguna o excesiva publicidad y utilizando las herramientas del entorno digital, una galería completa de los principales atractivos turísticos de la Nación, bajo el lente del fotógrafo venezolano Jesús Villamizar. El mismo mostrará a Venezuela a partir de sus potencialidades y a la vez servirá de guía informativa sobre los destinos turísticos publicados.

El site conectará en tres vertientes con públicos diversos. En primer lugar, con aquellos habitantes del país quienes ávidos de información, buscan en la red la manera de encontrar datos que le conecten con su idiosincrasia y gentilicio. En segundo lugar, con un importante número de inmigrantes venezolanos, quienes producto de la situación política y económica, se encuentran fuera del país y constantemente buscan maneras de conectarse con su patria lejana. Esta conexión será posible a través de una galería fotográfica. Y en tercer lugar, para aquellos turistas quienes conscientes de las riquezas naturales de Venezuela, tratan de ubicar fotografías o reseñas acerca de los atractivos naturales y patrimoniales de Venezuela.

Este proyecto factible, estará acompañada de una investigación documental la cual esboza los elementos teóricos inherentes al objeto de estudio. Por ello, se exponen los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, el marco contextual, así como los elementos propios del entorno digital, base de ejecución del siguiente proyecto factible.

Para la elaboración de la presente investigación documental, se presenta la consulta de diversas fuentes bibliográficas, hemerográficas,

trabajos especiales de grado y fuentes digitales, a fin de darle forma al sustento documental del proyecto, a partir de los objetivos planteados al inicio del Trabajo Especial de Grado (TEG).

Para realizar la investigación, se recurrió a los diversos términos, conceptos y prácticas aprendidas a lo largo de la especialización de periodismo digital, y los mismos constituyeron no solo el fundamento teórico, sino también el criterio necesario para el análisis de la población y muestra, así como el criterio para el diseño de la propuesta digital fotográfica.

Asimismo, se adoptó un trabajo de campo a fin de recabar el material fotográfico de los sitios turísticos de Venezuela. Esto incluyó el recorrido del fotógrafo por los diferentes estados de la geografía venezolana, identificando propiamente patrimonios aquellos de interés colectivo, considerados como principales íconos turísticos de la región.

Para la realización de este trabajo de campo, el fotógrafo diseñó una bitácora de viaje la cual le permitió visitar la geografía venezolana y desarrollar un trabajo de producción que le dio la posibilidad de recabar el material fotográfico necesario para la implementación de la propuesta.

De igual manera, el trabajo de campo incluyó la indagación acerca de los principales aspectos de relevancia de los sitios turísticos, localización, gentilicio, gastronomía, entre otros. El registro fotográfico fue realizado in situ y se realizó de manera individual, con una cámara profesional marca Cannon.

## **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Antes de la formulación de los objetivos se recurrió a la observación directa de los sites existentes a fin de justificar la necesidad en la creación de un nuevo site de fotografías para la promoción del turismo venezolano. En tal

sentido, se realizó una búsqueda avanzada que permitiría detectar las necesidades de la audiencia objetivo, y además se constituyera en la base metodológica para la elaboración de la propuesta.

De acuerdo a lo expuesto, se examinó a través del buscador Google, las palabras claves que arrojaran resultados referentes al tema central, es decir, “fotografías de Venezuela”, “turismo en Venezuela” y “promoción turística de Venezuela”.

Asimismo, se recurrió a la búsqueda de blogs y site de aquellos programas de televisión o radiales que hayan tenido como visión principal, la difusión de los atractivos turísticos de Venezuela. Normalmente estos portales cuentan con figuras reconocidas para el turismo nacional quienes recurrieron a la plataforma digital para la transmisión de sus trabajos audiovisuales.

De acuerdo a esta dinámica, se combinaron varios métodos de observación, búsqueda y análisis a fin de determinar las carencias necesarias para la apertura de un nuevo site, tal como lo plantea el siguiente estudio. Por ello, fue vital la triangulación de los sujetos, a partir de estas experiencias digitales.

En este contexto, Martínez citado por Álvarez y Jugenson (2003) refiere que este método de investigación, denominado la triangulación:

Es la utilización de múltiples métodos, materiales empíricos, perspectivas y observadores para agregar rigor, amplitud y profundidad a cualquier investigación. (p.32).

Según las búsquedas relacionadas, en las cuales se utilizaron en el buscador Google las siguientes frases “fotografías de Venezuela”, “turismo

en Venezuela” y “promoción turística de Venezuela”, se identificaron los siguientes sites:

<http://www.turismoenfotos.com/venezuela/>  
<http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm>  
<http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/>  
<http://www.mintur.gob.ve/mintur/>  
<http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/>  
<https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html>  
<http://www.valentinaquintero.com.ve/>  
<http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/>  
<http://tierradegracia.net/>  
<http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/>

## **POBLACIÓN O UNIVERSO DE ESTUDIO**

Una vez identificadas las búsquedas relacionadas con las tres oraciones claves (de acuerdo al criterio de búsqueda de usuarios en la red) “fotografías de Venezuela”, “turismo en Venezuela” y “promoción turística de Venezuela”, se logró la selección de diez site, correspondiente a los tres y cuatro resultados arrojados por el buscador de Google.

Esta selección se realizó teniendo como fin la identificación de las fallas o debilidades, en aras de que se convirtieran en la base para la creación del site fotográfico del fotógrafo Jesús Villamizar. La selección de esta población fue de vital importancia, ya que como lo refiere Palella y Martins (2006):

La población de una investigación es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. La población puede ser definida como el conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación”. (p.112).



Una vez que se identificaron los diez site escogidos, de acuerdo a su posición en los motores de búsqueda, se procedió a la identificación de los ítems necesarios para el análisis de la muestra escogida a continuación.

Los criterios definitivos que normarían el análisis descriptivo de los sites fueron los siguientes: contenido, velocidad de carga, apariencia, actualización, interacción, optimización en buscadores, usabilidad, promoción, medición, evitar excesos y sustentabilidad.

Para poder ejecutar el análisis de cada uno de los ítems se recurrió al buscador <https://www.google.com>, en el caso de la medición para la velocidad de carga se utilizó <https://gtmetrix.com/>, así como <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>. Para la optimización de buscadores y la medición de cada site se usó <http://www.alexa.com/>. Los otros ítems de la clasificación fueron interpretados a través del análisis por observación directa.

## **MUESTRA**

Para poder entender la muestra del objeto de estudio, se procedió a su agrupación. A partir de la población definida, es decir los sites escogidos de según su posicionamiento SEO en Google, fueron jerarquizados y posteriormente fueron agrupados de acuerdo a las características digitales, publicitarias y uso de herramientas 2.0 que presentaron en común.

La muestra representa una clasificación más precisa para la comprensión del problema planteado. Hernández Sampieri y sus colaboradores (1991) señalan que:

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población.

Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenece a ese conjunto definido en sus características a que llamamos

población...Las muestras probabilísticas y tienen muchas ventajas, quizás la principal es que puede medirse el tamaño de error en nuestras predicciones. Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación por encuesta.

Una vez identificada la población, y clasificada la muestra se realizó la agrupación de los sites de la siguiente manera:

a.- **De acuerdo al contenido político que manejaban:** este ítem de clasificación se realizó debido a la presencia de elementos de propaganda política que tienen su justificación en una sociedad como la venezolana, altamente polarizada y politizada.

b.-**Según el contenido publicitario presentado:** ya que cónsono con el modelo de negocio que la sustentan, estos sites reflejaron una presencia excesiva de pauta publicitaria que manejaba tanto clientes internos de la marca, como clientes externos.

c.- **A partir de sus características digitales de plataforma web:** este apartado surgió como clasificación ya que en el entendido del desarrollo de una comunicación globalizada y el auge de la tecnología 2.0, los portales debían corresponderse con esta realidad que presentara site atractivos e interactivos en la web.

## **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para poder realizar el análisis respectivo de la población y muestra, se recurrió directamente a la observación directa de los sites del turismo en Venezuela, identificados y clasificados previamente.

Era necesario destacar las debilidades y fallas de los sites analizados para que, de acuerdo a los objetivos, se pudieran determinar los requerimientos del nuevo site del fotógrafo Jesús Villamizar. Para realizar

este análisis se utilizó la técnica de observación. Según Palella y Martins (2006):

Las técnicas de recolección de datos, son las distintas formas o maneras de obtener la información, donde se utilizan técnicas como la observación, entrevista, encuesta, y pruebas entre otras. (p.126).

Tal como se planteó, con respecto a este conjunto de técnicas, se recurrió a la observación de los sites. Este criterio, de elementos comunes, o diametralmente opuestos, permitió la agrupación por clasificación, y generaron los resultados necesarios a tomar en cuenta para el diseño y elaboración del site [enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela](http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela)

Los criterios utilizados para la agrupación fueron: uso de propaganda política, uso de espacios publicitarios y desarrollo de interactividad, hipertextualidad y multimedialidad.

## **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

### **NIVEL DE ANÁLISIS**

Los resultados para poder avanzar en la investigación, se realizaron teniendo como premisa el análisis descriptivo. Esto se ejecutó linkeando las direcciones identificadas, observando los criterios preestablecidos de la clasificación de la muestra, el despliegue de la tecnología y realizando las consideraciones pertinentes para su interpretación.

Una vez realizado el nivel de análisis se procedió a la descripción de cada una de las observaciones contempladas en cada site. Posteriormente, una vez agrupados, se procedió a la anotación de las consideraciones generales con el objetivo de identificar los elementos comunes en el diseño y propuesta web.

## **PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

A partir del análisis se realizó la captura de los sites (anexos) y posteriormente se procedió a la colocación de las observaciones e interpretaciones. Estas consideraciones se realizaron, primero de manera particular, y posteriormente de acuerdo a la clasificación de las muestras obtenidas de la población.

Cada una de las capturas contiene el breve análisis donde se acotaron los comentarios, sugerencias y observaciones, y posteriormente se cuenta con las consideraciones generales de la muestra en cuestión. En líneas generales, en las descripciones individuales se cuentan con elementos propios, según la naturaleza del diseño web, y otros elementos similares en los diseños de este estilo.

Una vez identificada la población, se recurrió a la observación directa para realizar el análisis de los diez sites escogidos, según su ranking en el buscador Google. Posteriormente, se procedió a la tipificación de los ítems, a la observación y anotación de los apuntes correspondientes. Los mismos son presentados a continuación.

Site: <http://www.turismoenfotos.com/venezuela/>



Imagen 1: Captura de pantalla del site

<http://www.turismoenfotos.com/venezuela/>

**Contenido:** Su objetivo principal es presentar una galería fotográfica con reseñas informativas acerca de lugares turísticos de Venezuela. Maneja información precisa, y las fotografías pueden descargar en un amplio formato y establecer como fondo de escritorio.

**Velocidad de carga:** A partir de la consulta realizada en el site especializado <https://gtmetrix.com/> la demora en la carga del site es de 5.9 segundos mientras que la velocidad de carga es de 84%. De acuerdo a la consulta realizada en PageSpeed Insights la velocidad de carga en dispositivos móviles, la valoración es de 81 sobre 100.

**Apariencia:** De acuerdo a lo observado, el fondo del site es poco atractivo e interactivo. El color amarillo de la tipografía y el fondo gris hacen ruido visual.

**Actualización:** La página es actualizada poco, y luego de varias consultas realizadas en diferentes semanas y momentos, se observó que tanto la información como las fotografías permanecen estáticas en el tiempo.

**Interacción:** El site permite la posibilidad de ampliar la información de la fotografía y descargarla en formato original. Además ofrece la posibilidad de establecer como fondo de escritorio. Colocan los íconos de las redes sociales para compartir el contenido.

**Optimización en buscadores:** Esta es una de los primeros sites que aparecen cuando se realiza la búsqueda a través del buscador Google y su URL es fácil de recordar. A partir del análisis realizado en <http://www.alexa.com/> el porcentaje de rebote es de 67.40%. El site enlaza con 174 sitios y el 42.60% de las visitas provienen de buscadores.

**Usabilidad:** El mapa de navegación está desordenado, las categorías de geocalización igual y la información es más relevante en este site, que la calidad de la fotografía.

**Promoción:** En lo referente a la publicidad que aparece de entrada en el site es invasiva.

**Medición:** Según <http://www.alexa.com/> su ubicación en el Ranking Mundial ocupa el puesto 494. 236.

**Evitar excesos:** Las fotografías están desordenadas y la velocidad de carga al presionar clic es en cada una es lenta. Contiene elementos de hipertextualidad y tiene de fácil acceso los íconos para compartir en las redes sociales.

**Sustentabilidad:** Cuenta con publicidad externa, lo que probablemente sustenta el modelo de negocios. No se observa publicidad interna para la captación de clientes.

Site: <http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm>



Imagen 2: Captura de pantalla del site

<http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm>

**Contenido:** Este site es referencia para el turismo nacional, más por sus datos informativos que por su plataforma fotográfica o audiovisual. Su diseño ha permanecido igual, sin alteraciones en el tiempo, al igual que el logo que no ha sido rediseñado.

**Velocidad de carga:** Para medir los valores referidos a la velocidad de carga se consultó <https://gtmetrix.com/> y arrojó que la carga del site es de 8.0 segundos mientras. Según análisis de PageSpeed Insights la velocidad de carga es de 50 sobre 100 en dispositivos móviles.



**Apariencia:** El fondo blanco del site permite su uniformidad, pero para ser un site del turismo venezolano, carece de impacto en su propuesta completa. La publicidad es invasiva y se presenta de manera desordenada. Los colores del logo se repiten en la tipografía y banners del site lo que genera cierta uniformidad.

**Actualización:** El contenido del site se puede observar como inalterable. No es actualizado constantemente y puede verse información colgada muy antigua, carece de elementos innovadores que atrapen al lector digital.

**Interacción:** Cuenta con elementos interactivos que le permite al usuario el despliegue de la fotografía y su posterior configuración como WallPaper del escritorio. Tiene además los íconos para compartir en redes.

**Optimización en buscadores:** Constituye también unas de las primeras búsquedas que arroja el ranking de Google. La URL es fácil y genera conexión. Se consultó el site de <http://www.alexa.com/> y el porcentaje de rebote es de 76,60%. El site enlaza con 2.3 sitios y el 35.90% de las visitas provienen de buscadores, siendo en su mayoría mujeres.

**Usabilidad:** Aunque el mapa de navegación luce ordenado, el resto del site luce desordenado. Las fotografías están insertadas dentro del texto. Cuenta con elementos colocados al mismo tiempo lo que hace que se pierda de vista de tantos focos informativos y fotográficos.

**Promoción:** La promoción es invasiva, desordenada y está colocada sin precisión alguna. Los colores y diseños son diversos y no existe orden establecido.

**Medición:** <http://www.alexa.com/> precisa que su ubicación en el Ranking Mundial es de 14.230.

**Evitar excesos:** Existen muchos excesos en este site. No solo por la publicidad, sino también por el desorden que se evidencia en toda la página. No existe uniformidad, y da la sensación de desorden.

**Sustentabilidad:** El modelo que sustenta el site es la publicidad externa que tal como se refirió no presenta una sección única sino que se expone de manera desordenada.

Site: <http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/>



Imagen 3: Captura de pantalla del site

<http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/>

**Contenido:** El fin de este site es resaltar la belleza de la geografía venezolana a través de fotografías. Aunque se vende de entrada como un site innovador, el contenido que maneja es básico y sencillo. No se observa mayor posibilidad de generar una experiencia diferente al visitante.

**Velocidad de carga:** La velocidad de la carga fue consultada con <https://gtmetrix.com/> e indicó que la velocidad de la carga del site es de 91.4 segundos mientras que el porcentaje en la velocidad de carga es de 82%. Tras consultar PageSpeed Insights obtuvimos que la velocidad de carga es de 62 sobre 100 en dispositivos móviles.

**Apariencia:** El collage de la entrada suele ser llamativo pero no se corresponde con el resto del diseño del site. Las fotografías presentan

diferentes tamaños y no se comprende su presentación. El fondo blanco limita el impacto visual.

**Actualización:** De acuerdo a lo analizado, se constató que esta iniciativa se quedó en el tiempo. No ha sido actualizada y se observa que fue abandonado el proyecto.

**Interacción:** Debido al elemento anterior se constató que el site fue abandonado por lo cual no ha habido interacción de parte de los administradores. Cuenta con ventanas de enlace para las redes sociales, que sin embargo también se encuentran sin interacción alguna.

**Optimización en buscadores:** Debido al abandono del site, <http://www.alexa.com/> indica que no cuenta con elementos necesarios para la clasificación.

**Usabilidad:** De acuerdo al análisis previo, notamos que no existe un criterio para el orden. Se observa el panel, los banner y las fotografías desordenadas.

**Promoción:** No se observa promoción en el site.

**Medición:** Debido a la poca movilidad del site, y su abandono, no existen elementos necesarios para su análisis.

**Evitar excesos:** Debido a la cantidad de elementos desplegados en el site, los excesos son notables y evidentes en toda la experiencia de la navegación.

**Sustentabilidad:** Según lo observado, es una iniciativa personal, sin ningún modelo económico o de negocios que lo sustente. Carece de publicidad interna o externa y no cuenta con un objetivo de negocios expuesto.

Site: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/>

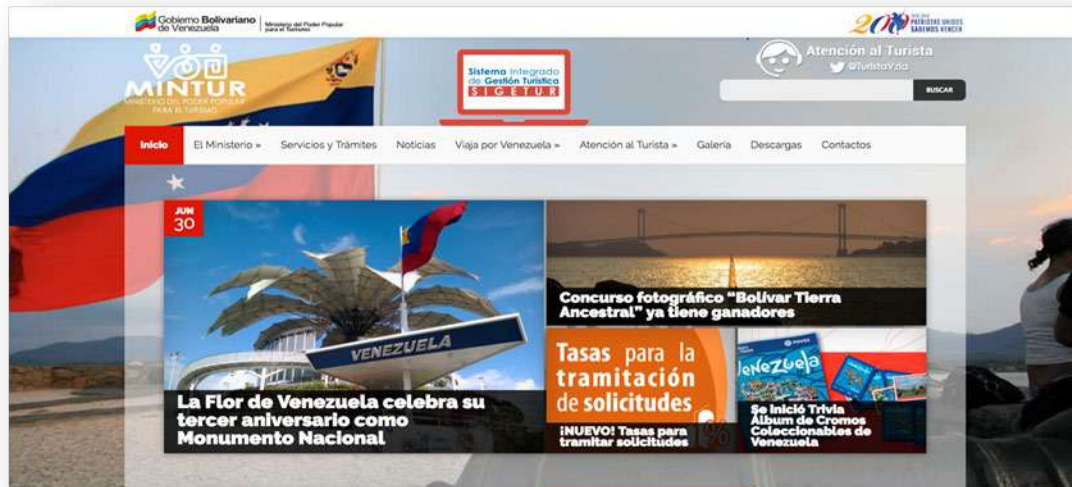


Imagen 4: Captura de pantalla del site <http://www.mintur.gob.ve/mintur/>

**Contenido:** Este es el portal oficial de la institución del turismo venezolano, por lo cual su objetivo principal es la generación de contenido informativo y promocional acerca del turismo nacional. Mayormente se producen noticias, pocos reportajes y no tiene presencia de galerías fotográficas.

**Velocidad de carga:** Nuevamente para el análisis de este site se recurrió a <https://gtmetrix.com/> el cual señaló que el tiempo de carga de este site oficial es de 35.9 segundos mientras que la velocidad de carga es una valoración de 43%. En lo referente a la velocidad de carga para dispositivos electrónicos, PageSpeed Insights indicó que la misma es de 16 sobre 100 en dispositivos móviles.

**Apariencia:** La apariencia del site se torna juvenil aunque de entrada redonda en colores alusivos al Gobierno Bolivariano. Tiene un fondo blanco que es alternado con las noticias que cuentan con fotografías llamativas y a full color. Se presentan muchos elementos por lo cual el diseño del site se ve sobrecargado.

**Actualización:** El contenido se actualiza constantemente, aunque el resto de los elementos audiovisuales no son rotados y permanecen estáticos. Las noticias van cambiando de orden según el día, y van bajando a un hilo conductor que maneja el histórico de las publicaciones.

**Interacción:** Los elementos del site permanecen estáticos y a excepción de los videos no existe posibilidad de interacción. Es necesario presionar dos veces la fotografía de las noticias para verlas en un formato más grande. Tiene los íconos de las redes sociales para compartir el contenido.

**Optimización en buscadores:** Como site oficial ocupa uno de los primeros lugares en los motores de búsqueda. La URL es de fácil deducción y aprendizaje. Un 35.60% es el porcentaje de búsqueda por medio de motores y establece el enlace con 270 sites.

**Usabilidad:** El menú de inicio plantea las opciones de navegación por el site. Se torna sencilla la navegación y es fácil su comprensión por cualquier target.

**Promoción:** Prescinde de publicidad externa, pero cuenta con diversos elementos de propaganda a favor del Gobierno Nacional.

**Medición:** Según <http://www.alexacom/> la ponderación dentro del Ranking Mundial es de 179,736.

**Evitar excesos:** De acuerdo a lo expuesto más arriba, se observó gran cantidad de elementos para la navegación. Muchos de los elementos están superpuestos lo que genera que el site se vea cargado. El uso del color rojo es excesivo.

**Sustentabilidad:** Según las apreciaciones, y cónsono con su pertenencia a institución del Gobierno, el modelo que sustenta este site es de corte propagandístico a favor de la gestión de Gobierno.

Site: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/>

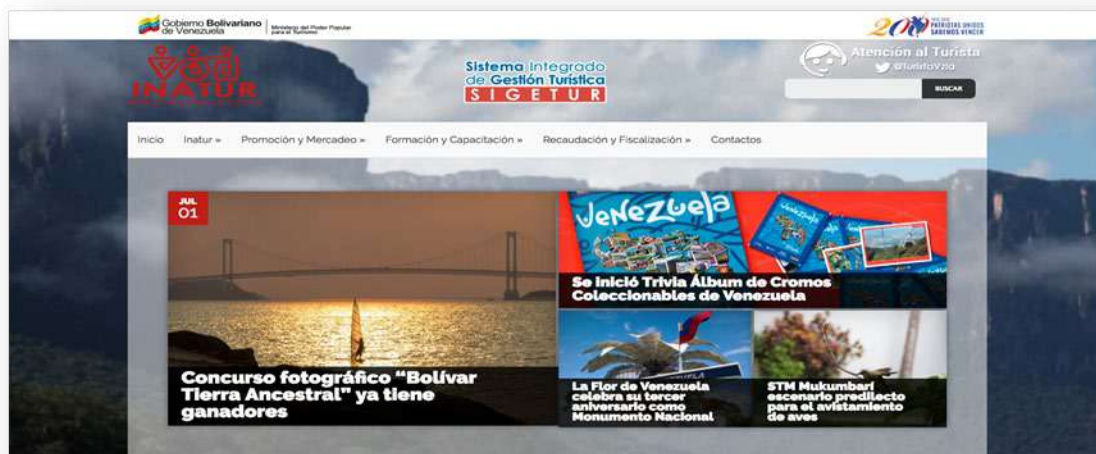


Imagen 5 Captura de pantalla del site <http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/>

**Contenido:** Como organismo adscrito a la institución del turismo venezolano, éste site tiene como fin la promoción turística de Venezuela. Es un espejo de la página del Ministerio de Turismo y las noticias, así como los elementos son prácticamente repetidos. No cuenta con elementos diferenciadores. Tampoco existe información propia referente a la inversión y promoción del turismo en Venezuela.

**Velocidad de carga:** Los resultados que arrojó la herramienta de análisis con <https://gtmetrix.com/> reflejaron elementos similares al portal anterior. Por ello, la velocidad de la carga del site fue de 17.3 segundos y el total del porcentaje de velocidad de carga fue de 65%. Y al revisar el mismo site en PageSpeed Insights indicó que la velocidad de carga es de 45 sobre 100 en dispositivos móviles.



**Apariencia:** Los elementos a considerar son similares al site anterior, es decir, excesivo uso de propaganda, un fondo blanco poco atractivo y el color rojo en gran proporción.

**Actualización:** El site se actualiza casi al mismo tiempo que el portal oficial del Ministerio de Turismo.

**Interacción:** Las fotografías de igual manera pueden ser ampliadas y además, se cuenta con elementos audiovisuales como vídeos para reproducir, y los elementos de las redes sociales para compartir.

**Optimización en buscadores:** Para constatar este ítem de optimización de buscadores, recurrimos a <http://www.alexa.com/> el cual señaló el site enlaza con 270 sites, el porcentaje de rebote es de 55.20% y la búsqueda por motores se produce en 35.60%.

**Usabilidad:** A pesar del desorden existente, la experiencia de navegación es comprensible para cualquier visitante digital. Tiene como ventaja que cuenta con un menú de entrada ordenado, y que facilita la búsqueda dentro del site.

**Promoción:** No existe modelo publicitario, pero si excesiva propaganda a favor del Gobierno Nacional

**Medición:** Según el análisis que se ejecutó en <http://www.alexa.com/> la posición de este site en el Ranking Mundial es de 179,736.

**Evitar excesos:** El site luce cargado por la cantidad de elementos presentes. La fotografía genera cierto orden, aunque al desplazarse en la navegación aparecen banners que interrumpen la experiencia.

**Sustentabilidad:** El modelo que sustenta este site es de carácter propagandístico a favor del Gobierno Bolivariano. Posee banner que

identifican la tendencia progobierno, y hasta el espacio presidencial televisivo “En Contacto con Maduro” tiene su banner en este site oficial.

Site <https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html>



Imagen 6 Captura de pantalla del site

<https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html>

**Contenido:** Este es el site de viajes más grande del mundo, con más de 200 millones de opiniones diversas de mochileros, turistas y expertos viajeros. En el caso de su extensión en Venezuela, tiene como objetivo ofrecer una información completa para el viajero, y agrega el plus de las fotografías de paisajes venezolanos.

**Velocidad de carga:** Una vez consultada la velocidad de carga de este site se determinó que es de 1.1 segundos mientras que su porcentaje de rendimiento es de 93%. Sobre el valor en los dispositivos móviles el valor es la velocidad fue de 61 sobre 100.

**Apariencia:** Para ser uno de los sites de mayor influencia mundial, el diseño que presenta es muy sencillo y plano. Sus características parecen de blog, y los colores que utilizan también son planos. Las fotografías no son de alta resolución y el enfoque es sencillo.

**Actualización:** Su actualización es constante y los comentarios que generan los usuarios dan una sensación de dinamismo constante. Las galerías permanecen igual en el tiempo y no son presentadas nuevas categorías.

**Interacción:** Este site, en su galería, tiene la posibilidad de que los usuarios establezcan una valoración. Algunas fotografías tienen breves reseñas, mientras que otras no cuentan con esta información adicional. Las fotografías no pueden ser ampliadas y no aparece la opción para ser compartidas.

**Optimización en buscadores:** El 36.90% de las visitas que se generan en el site provienen de motores de búsqueda. Asimismo, a través de <http://www.alexa.com/> se constató que el site enlaza con 141 sites, mientras que la tasa de rebote se ubica en 53.80%. La mayoría de los visitantes son de género masculino.

**Usabilidad:** El diseño es sencillo de comprender y utilizar. Carece de llamados a la acción, a pesar de ser un site para viajeros, a excepción de la publicidad que es sencilla y plana, como la propuesta gráfica completa.

**Promoción:** Cuenta con publicidad interna que invita a la reserva de viajes por parte de los visitantes.

**Medición:** A través de la consulta realizada en <http://www.alexa.com/> se determinó que la posición de este site en el Ranking Mundial es de 37,835.

**Evitar excesos:** La propuesta gráfica del site es sencilla y entendible. No existen excesos y la distribución de los espacios de igual manera es muy sencilla.

**Sustentabilidad:** La publicidad interna es la que pudiera pensarse que genera el modelo de negocios del site mundial. La publicidad tampoco es excesiva, por lo cual pudiera pensarse que la marca por sí sola mantiene el modelo publicitario de la organización.

Site <http://www.valentinaquintero.com.ve/>



Imagen 7 Captura de pantalla del site <http://www.valentinaquintero.com.ve/>

**Contenido:** Valentina Quintero es referencia e ícono del turismo en Venezuela. Su site contiene información variada y completa de hoteles, posadas y además sus relatos, conocidos y popularizados. Cuenta con una amplia galería de fotografías dividida por regiones geográficas. Además, cuenta con una guía de posadas muy amplia y completa.

**Velocidad de carga:** Para poder analizar los valores referentes a la velocidad de carga del site <http://www.valentinaquintero.com.ve/> se usó <https://gtmetrix.com>, mientras que para medir el mismo valor en los dispositivos móviles se utilizó <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>. Con respecto la velocidad de carga de página es de 2.9 segundos y la puntuación de rendimiento es 26%. En los dispositivos móviles es de 49 sobre 100.

**Apariencia:** La apariencia del site de Valentina Quintero es fresco, entendible y hasta sencillo. El menú de navegación está bien delimitado e identificado y estructurado. El fondo blanco se torna muy pálido al igual que la identificación de las respectivas secciones del site.

**Actualización:** Es uno de los sites del turismo nacional que constantemente se encuentra actualizado. Los relatos permanecen en el tiempo, y la guía informativa trata de actualizarla. La galería también se presenta actualizada con frecuencia.

**Interacción:** El contenido fotográfico es de gran importancia en este site y el visitante tiene la posibilidad de ampliar la fotografía de las galerías. Cuenta con una encuesta ubicada en la parte derecha. No se encuentran en el home los íconos de las redes sociales y las fotografías no cuentan con la opción de ser compartida.

**Optimización en buscadores:** Según Alexa, el análisis realizado determinó que las visitas al site se producen en 40% desde los motores de buscadores. La tasa de rebote se ubica en 65.70%, el 99% de los visitantes son venezolanos y el site enlaza con 75 sites.

**Usabilidad:** Es un diseño ligero y sencillo, fácil de comprender y con un mapa de navegación definido.

**Promoción:** No existen evidencias directas de promociones internas o externas. Este modelo de negocios está implícito en la marca “Valentina Quintero”.

**Medición:** En la ubicación del Ranking Mundial según <http://www.alexa.com/> este site ocupa una valoración de 435,782, en Venezuela ocupa un importante 1,976 del ranking nacional.

**Evitar excesos:** El diseño se presenta de forma ligera lo que evita los excesos en el site.

**Sustentabilidad:** El modelo de negocios es implícito en su marca personal Valentina Quintero. Además, existe un modelo publicitario que viene dado a partir de las alianzas publicitarias en los distintos medios, y apoyo en emprendimientos y negocios turísticos.



Site <http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/>



Imagen 8 Captura de pantalla del site

<http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/>

**Contenido:** Álvaro Montenegro también constituye una figura fundamental para el turismo en Venezuela. Su programa televisivo “Los Viajes de Montenegro” fue una plataforma audiovisual cuyo fin fue la promoción del turismo criollo. Sus trabajos, en formato papel en un reconocido diario, y revistas internacionales, han encontrado su reflejo en el formato digital a través de su blog. En el mismo se presentan relatos, fotografías y vídeos, a su paso por la geografía nacional.

**Velocidad de carga:** Según <https://gtmetrix.com> la velocidad de carga es de 4.9 segundos mientras que el porcentaje de rendimiento del site es de 93%. En cuanto a la velocidad en dispositivos móviles, PageSpeed Insights, reflejó que la valoración es de 72 sobre 100.

**Apariencia:** Los colores utilizados para el site son frescos, caribeños y que transmiten una sensación de conexión con el trópico. La tipografía es adecuada y la presentación de la información se presenta según orden de publicación. El diseño es limpio y sencillo. Las fotografías están insertas dentro del texto lo que le da preponderancia y movimiento a los relatos.

**Actualización:** Se mantiene actualizado, tanto la subida de las entradas como las fotografías. La información transmitida se mantiene acorde y genera interés por parte de los lectores.

**Interacción:** Las fotografías forman parte del texto, pero también existe la posibilidad de desplegar la galería. Son de buena resolución las fotografías y las mismas pueden ser guardadas. Existe el enlace con Facebook y Google +.

**Optimización en buscadores:** De acuerdo a la consulta con Alexa, el site enlaza con 3 sites.

**Usabilidad:** Es un diseño propio de la plataforma de <http://blogspot.es/> y a pesar de ello, tiene su identidad propia, acorde con el tema turístico. Está muy bien organizado el mapa de navegación por el histórico y es presentado, de manera natural y ordenado el contenido.

**Promoción:** No se observaron elementos propios de publicidad interna o externa.

**Medición:** La ubicación de este site es 7,160,982 en el Ranking Mundial según <http://www.alexa.com/>.

**Evitar excesos:** La sencillez y orden del site evita que se noten los excesos.

**Sustentabilidad:** No existe evidencia de un modelo de negocios que sustente el site. Es probable que a través del intercambio publicitario en

medios o con Prestadores de Servicio Turístico (PST), se sustente el lugar en la web.

Site <http://tierradegracia.net/>



Imagen 9 Captura de pantalla del site <http://tierradegracia.net/>

**Contenido:** Este espacio creado, inicialmente para difundir la versión audiovisual, se ha ampliado y se ha convertido en una plataforma informativa del turismo nacional. Producen noticias, ofrecen servicios como agenda de viajes y generan información para el turista nacional e internacional. Su contenido está siendo rotado en las redes sociales y están siendo usadas para generar tráfico al site.

**Velocidad de carga:** La velocidad de carga de este site es según GTMetrix de 2.3 segundos, mientras que las puntuaciones de rendimiento es de 92%. Cuando evaluamos la velocidad de carga para dispositivos móviles encontramos que la misma es valorada en 71 sobre 100.

**Apariencia:** La identidad gráfica del site está unificada, ya que pueden evidenciarse los mismos colores en el logo y tipografía. El diseño es atractivo, interactivo, y sencillo de comprender, lo que permite que se avance en la navegación.

**Actualización:** Es uno de los sites que se mantienen mayormente actualizados en el país. Comparten contenido diariamente y se nota su posicionamiento en las noticias del ámbito turístico.

**Interacción:** Los banners son interactivos y llamativos al igual que las fotografías existentes, ya que no solo se pueden ampliar en diferentes tamaños sino que también se pueden compartir por medio de las redes sociales.

**Optimización en buscadores:** Según el análisis realizado en <http://www.alexa.com/>, el tráfico que se genera por medio de buscadores es de 52.80%, mientras que el promedio de rebote es de 86.10%.

**Usabilidad:** El diseño interactivo facilita la navegación por las distintas opciones del site. Es un site fresco, dinámico, que ofrece información de interés y genera información valiosa, con elementos multimedia.

**Promoción:** Se observan promociones correspondientes a la agencia de viajes de la misma marca, así como de clientes externos.

**Medición:** La ponderación de este site en su Ranking Mundial es de 755,049, según <http://www.alexa.com/>

**Evitar excesos:** Aunque cuenta con múltiples elementos, los mismos están dispuestos de una manera que no generan incomodidad.

**Sustentabilidad:** Se observa el uso de publicidad interna, a través de la agencia de viajes de la empresa, así como publicidad externa para clientes.

Site <http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/>



Imagen 10 Captura de pantalla del site <http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/>

**Contenido:** La experiencia de este site es similar a los anteriores, es decir, la necesidad de plantear en digital, el programa de televisión. Contiene relatos de los viajes en orden histórico, y cuenta con fotografías de los viajes realizados.

**Velocidad de carga:** Sobre la velocidad de carga del site, el mismo es de 4.2 segundos, mientras que la puntuación de rendimiento se ubica en 92%. Para los dispositivos móviles, la valoración de la velocidad de carga es de 73 sobre 100.

**Apariencia:** El diseño es sencillo para ser un site del turismo venezolano. El color blanco le imprime mucha seriedad, y las fotografías, debido al tamaño, son poco llamativas. La tipografía es plana y no genera impresiones relevantes.

**Actualización:** La última actualización ocurrió en noviembre de 2015.

**Interacción:** Debido a la consideración anterior, se perdió la interacción del site con los seguidores. Cuenta con el ícono de enlace con Google +. Las fotografías son desplegadas en galerías amplias lo que permite que el usuario pueda descargarlas.

**Optimización en buscadores:** El site enlaza con 5 sites. Debido a la no actualización, no se cuenta con la posibilidad de determinar los otros valores dentro de la optimización en buscadores.

**Usabilidad:** El diseño plano, y el mapa de navegación tan sencillo no permite que trascienda la experiencia del usuario.

**Promoción:** No cuenta con promociones visibles.

**Medición:** Posterior a la consulta y análisis de <http://www.alexacom/> se observó que no arroja resultados debido a que el site está abandonado.

**Evitar excesos:** Los elementos dispuestos son de sencilla comprensión y no cuenta con excesos relevantes.

**Sustentabilidad:** No existe un modelo de negocios evidente que lo sustente.

## CLASIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS

Posterior a este análisis descriptivo de manera individual, utilizando herramientas en línea, se procedió a la agrupación de la muestra y la misma quedó establecida de la siguiente manera:

**a.- De acuerdo al contenido político:** A partir de las observaciones formuladas en el análisis previo, y tomando en consideración el contenido y la apariencia, se clasificaron los siguientes sites dentro de esta categoría.

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/>  
<http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/>

Los mismos presentaron información o propaganda de corte político, lo que automáticamente generó la identificación de su corriente informativa y de gestión.

**b.-Según el contenido publicitario:** Tomando en cuenta el parámetro de promoción y sustentabilidad, se procedió al análisis de los sites, y posteriormente a la clasificación de acuerdo a estos parámetros. Los sites dentro de esta agrupación son los siguientes:

<http://www.valentinaquintero.com.ve/>  
<http://www.turismoenfotos.com/venezuela/>  
<https://www.tripadvisor.com/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html>  
<http://tierradegracia.net/>

**c.- A partir de las características digitales de plataforma web:** tomando como referencia la velocidad de carga en la web y dispositivos móviles, la actualización y usabilidad, se procedió a la clasificación de los sites en esta categoría. Los mismos son presentados a continuación.

<http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm>  
<http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/>  
<http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/>  
<http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/>



Site	Contenido	Velocidad de carga	Apariencia	Actualización
<a href="http://www.turismoenfotos.com/venezuela/">http://www.turismoenfotos.com/venezuela/</a>	Maneja información precisa	La demora en la carga del site es de 5.9 segundos	El fondo del site es poco atractivo e interactivo.	La página es actualizada poco
<a href="http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm">http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm</a>	Su diseño ha permanecido igual, sin alteraciones en el tiempo	La carga del site es de 8.0 segundos	Carece de impacto en su propuesta completa	No es actualizado constantemente
<a href="http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/">http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/</a>	El contenido que maneja es básico y sencillo	91.4 segundos	El fondo blanco limita el impacto visual	No ha sido actualizada
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/</a>	Genera de contenido informativo	35.9 segundos	Redunda en colores alusivos al Gobierno	El contenido se actualiza constantemente
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/</a>	Tiene como fin la promoción turística	17.3 segundos	Excesivo uso de propaganda	El contenido se actualiza constantemente
<a href="https://www.tripadvisor.com.ve/Locati onPhotos-g294324-Venezuela.html">https://www.tripadvisor.com.ve/Locati onPhotos-g294324-Venezuela.html</a>	Ofrece una información completa al viajero	1.1 segundos	El diseño que presenta es muy sencillo y plano	Su actualización es constante
<a href="http://www.valentinaquintero.com.ve/">http://www.valentinaquintero.com.ve/</a>	Tiene información variada y completa	2.9 segundos	El menú de navegación está bien delimitado	Se encuentra actualizado
<a href="http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/">http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/</a>	Presentan relatos, fotografías y vídeos	4.9 segundos	Es agradable a la vista	Se mantiene actualizado
<a href="http://tierradegracia.net/">http://tierradegracia.net/</a>	Producen noticias, agencia de viajes	2.3 segundos	La identidad gráfica del site está unificada	Actualiza a diario
<a href="http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/">http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/</a>	Contiene relatos de los viajes	4.2 segundos	El diseño es sencillo	Última noviembre de 2015

**Tabla 1 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados**

Site	Interacción	Optimización en buscadores	Usabilidad	Promoción
<a href="http://www.turismoenfotos.com/venezuela/">http://www.turismoenfotos.com/venezuela/</a>	Colocan los íconos de las redes sociales	Es una de los primeros sites que aparecen	El mapa de navegación está desordenado	La publicidad que aparece es invasiva.
<a href="http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm">http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm</a>	Cuenta con elementos interactivos	El porcentaje de rebote es de 76,60%	Luce desordenado	La promoción es invasiva, desordenada
<a href="http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/">http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/</a>	Cuenta con ventanas de enlace para RRSS	No clasificable	Existe un criterio para el orden	No se observa promoción en el site
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/</a>	Los elementos del site permanecen estáticos	Ocupa uno de los primeros lugares	Se torna sencilla la navegación	Prescinde de publicidad externa
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/</a>	Tiene elementos de las RRSS	Enlaza con 270 sites	La navegación es comprensible	Excesiva propaganda a favor del Gobierno
<a href="https://www.tripadvisor.com.ve/LocationsPhotos-g294324-Venezuela.html">https://www.tripadvisor.com.ve/LocationsPhotos-g294324-Venezuela.html</a>	Los usuarios establecen una valoración	El site enlaza con 141 sites	El diseño es sencillo de comprender y utilizar	Cuenta con publicidad interna
<a href="http://www.valentinaquintero.com.ve/">http://www.valentinaquintero.com.ve/</a>	Es interactivo	40% desde los motores de buscadores	Es un diseño ligero y sencillo	No existen evidencias directas de promociones
<a href="http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/">http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/</a>	Enlace con Facebook y Google +	Enlaza con 3 sites	Bien organizado el mapa de navegación	Ausencia de publicidad interna o externa
<a href="http://tierradegracia.net/">http://tierradegracia.net/</a>	Los banners son interactivos y llamativos	El tráfico que se genera es de 52.80%	El diseño interactivo facilita la navegación	Promociones de la agencia de viajes
<a href="http://los cuentos de mi tierra.blogspot.com/">http://los cuentos de mi tierra.blogspot.com/</a>	Se perdió la interacción del site	El site enlaza con 5 sites	No trasciende la experiencia del usuario.	No cuenta con promociones visibles

**Tabla 2 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados**

Site	Medición	Evitar Excesos	Sustentabilidad
<a href="http://www.turismoenfotos.com/venezuela/">http://www.turismoenfotos.com/venezuela/</a>	Su ubicación en el Ranking Mundial ocupa el puesto 494. 236	Las fotografías están desordenadas y la velocidad de carga es lenta	Cuenta con publicidad externa
<a href="http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm">http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm</a>	Su ubicación en el Ranking Mundial es de 14.230.	Existen muchos excesos en este site	El modelo que sustenta el site es la publicidad externa
<a href="http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/">http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/</a>	No existen elementos necesarios para su análisis	Los excesos son notables y evidentes	Es una iniciativa personal, sin ningún modelo económico
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/</a>	La ponderación dentro del Ranking Mundial es de 179,736.	Muchos de los elementos están superpuestos	Gubernamental
<a href="http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/">http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/</a>	La posición de este site en el Ranking Mundial es de 179,736.	El site luce cargado por la cantidad de elementos	Gubernamental
<a href="https://www.tripadvisor.com.ve/Locati onPhotos-g294324-Venezuela.html">https://www.tripadvisor.com.ve/Locati onPhotos-g294324-Venezuela.html</a>	La posición de este site en el Ranking Mundial es de 37,835	La propuesta gráfica del site es sencilla y entendible	Publicidad interna
<a href="http://www.valentinaquintero.com.ve/">http://www.valentinaquintero.com.ve/</a>	Ocupa un importante 1,976 del ranking nacional.	El diseño se presenta de forma ligera	Es implícito en su marca personal
<a href="http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/">http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/</a>	La ubicación de este site es 7,160,982 en el Ranking Mundial	La sencillez y orden del site evita que se noten los excesos	No existe evidencia de un modelo de negocios
<a href="http://tierradegracia.net/">http://tierradegracia.net/</a>	La ponderación de este site en su Ranking Mundial es de 755,049	No cuenta con excesos a la vista	Publicidad interna y externa
<a href="http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/">http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/</a>	No arroja resultados	No cuenta con excesos relevantes	No existe un modelo de negocios

**Tabla 3 Cuadro comparativo de resultados de los sites analizados**

## **CAPÍTULO V**

### **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS**

#### **LA PROPUESTA**

La posibilidad de crear un site con fotografías que muestren la belleza de la geografía de un país es el anhelo de cualquier fotógrafo, es por ello que luego de analizar el entorno político, social y mediático de Venezuela, se planteó esta posibilidad como proyecto factible de la Especialización de Periodismo Digital de la Universidad Monteávila (UMA).

Posterior al análisis del entorno, y tomando en cuenta las debilidades existentes en los sites venezolanos, se seleccionó al fotógrafo Jesús Villamizar, debido al interés que tenía por mostrar las bondades del país a través de sus capturas.

Una vez identificadas las debilidades y fortalezas de la investigación, se procedió al diseño de la propuesta a través del objetivo general y específicos. Posteriormente, se recabó el material fotográfico y se procedió al diseño de la arquitectura del site, a su elaboración, ajustes y publicación.

La creencia en las posibilidades de éxito un país, históricamente generoso e incomparable, de la mano de un orgullo nacionalista, constituyen las bases necesarias para lograr cualquier proyecto por encima de múltiples eventos o circunstancias sociales y política, es por ello que esta propuesta nace como un voto de fe por aquello que puede llegar alcanzarse con convicción y perseverancia.

## ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

El nombre del site es “En Flash Venezuela”. Este nombre responde a la posibilidad de capturar en un flash un paisaje, una historia, una leyenda por contar. En tal sentido, el nombre quiere reflejar que con solo un flash, generado a través de una cámara, el fotógrafo puede recoger la esencia de una porción de la tierra venezolana.

De igual manera, este nombre amplio quiere transmitir la posibilidad de que cualquiera puede ser partícipe de una fotografía, no solo detrás del lente sino también delante de él. Es por ello, que se incluye como parte del nombre “Venezuela” para que sea cualquier rincón del país, o manifestación, que pueda ser captado.

Se elaboró un logo para el site, de fondo negro y de líneas blancas que delineaba la figura de un fotógrafo. El mismo sostiene una cámara profesional de la cual sale un flash, símbolo que recoge el nombre de la galería.

La tipografía de las páginas y el color varía. Se escogió entre Arial para el menú y Monotype Corsiva, para transmitir seriedad y movimiento. En cuanto al color se escogió entre azul, negro y blanco, como parte del contraste con los colores de fondo. Además, se quise transmitir colores cálidos como parte del color que alude a las costas venezolanas.

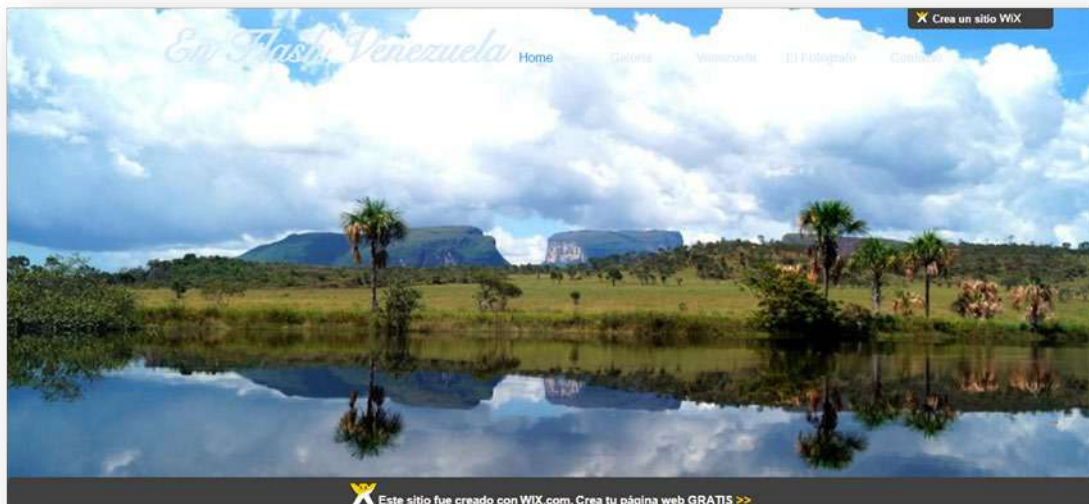
La plataforma seleccionada fue el site <http://es.wix.com/>, de contenido gratuito o por suscripción, que permitió la selección de una plantilla para el diseño y elaboración de la propuesta.

Se procedió a la selección del dominio <http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela> como parte de un nombre

compuesto que reflejaba tanto el quehacer fotográfica, como el país a exhibir en este caso Venezuela.

Una vez colocadas las fotografías en la nube, se estableció el mapa de navegación de la siguiente manera:

**Home:** esta es la carta de presentación del site, puerta de entrada a la exhibición de la muestra fotográfica. Se estableció el mapa de navegación en esta parte, que fuese similar a los sites de fotógrafos, y en el mismo se colocaron nombres a cada una de las secciones quedando de la siguiente manera: Home, Galería, Venezuela, El fotógrafo y Contacto. La selección de los colores azules verdes, respondió a los colores abundantes del planeta Tierra, característicos del trópico y de la geografía venezolana. La fotografía de fondo de esta sección, corresponde al sector occidental del Parque Nacional Canaima, Patrimonio de la Humanidad.



*Imagen 11 Captura de pantalla del home del site*

<http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela>

**Galería**, esta sección corresponde a la muestra fotográfica de Venezuela. La misma contiene las fotografías del fotógrafo Jesús Villamizar, con la posibilidad de que una vez presionada, se despliegue ante el visitante, la fotografía en alta resolución y con una breve leyenda informativa. Cada fotografía cuenta con una ligera marca de agua, con el nombre del fotógrafo. El fondo seleccionado de esta sección, así como todas las secciones, tienen una fotografía, y en esta oportunidad corresponde a la Laguna de los Anteojos, en la Estación Loma Redonda del Sistema Teleférico de Mérida Mukumbarí a lo alto del Parque Nacional Sierra Nevada.



*Imagen 12 Captura de pantalla que muestra el detalle en una fotografía de la galería*



*Imagen 13 Captura de pantalla de la composición de la galería fotográfica*



**Venezuela**, esta sección corresponde a una descripción propia de Venezuela, que brinde elementos de valor informativo y curiosidades para el turista. La misma contiene las coordenadas del país, su ubicación y datos fundamentales para la comprensión, sobre todo del turismo extranjero. La fotografía del fondo de esta sección corresponde al paisaje en Isla La Tortuga.



*Imagen 14 Sección "Venezuela" que esboza una narración acerca del país*

**El fotógrafo**, tal como su nombre lo indica, en esta sección el visitante tiene la oportunidad de conocer sobre la trayectoria del fotógrafo Jesús Villamizar, una breve biografía y sus motivaciones para fotografiar esta “Tierra de Gracia”. La fotografía de fondo de esta sección corresponde a una captura del fotógrafo en las costas de Choroní, estado Aragua.



*Imagen 15 Captura de pantalla que muestra la esencia y motivación del fotógrafo*

**Contacto**, en esta última sección aparecen las coordenadas de redes sociales y demás contactos del fotógrafo, acompañado de un formulario que puede ser llenado por el visitante. Esta captura también corresponde al fotógrafo y la misma fue tomada en el Hotel Venetur Prado Río de la ciudad de Mérida.



*Imagen 16 Formulario de contacto y redes sociales del fotógrafo*

### **Análisis del site:**

**Contenido:** Las novedades de este site es que el mismo narra historias, pasea al lector, y recrea al turista en cuanto al potencial turístico de Venezuela. Se prevé se puedan incorporar fotografías de otros artistas, mientras tanto la simplicidad de la propuesta atrapa al lector.

**Velocidad de carga:** A partir del análisis realizado en GTMetrix se determinó que la velocidad de carga es de 3.3 segundos, mientras que la puntuación del rendimiento del site se ubicó en 88%. Según PageSpeed

Insights, para los dispositivos móviles la valoración de la velocidad de carga es de 56 sobre 100.

**Apariencia:** Se escogió una plantilla de colores suaves que transmitiera calidez y a su vez reflejara la esencia de Venezuela. En cada una de las páginas posteriores el diseño es fresco, sencillo en aras de motivar al visitante al site.

**Actualización:** La actualización del site se mantiene. Se requerirá que el mismo sea actualizado semanalmente para dar dinamismo y se fomente la participación del target.

**Interacción:** El portal incorpora elementos de interacción como las redes sociales y el correo del fotógrafo. En tal sentido, existe la sincronización del site con la publicación en línea a través de las redes sociales.

**Optimización en buscadores:** Por ser una plataforma en versión gratuita, los resultados que arroja a través de Alexa no pueden ser aún medibles y cuantificables.

**Usabilidad:** La sencillez del diseño y el entendimiento rápido permite que el usuario pueda tener una experiencia cómoda en su visita. De igual manera, el contenido colocado es digerible y con el mismo se pretende lograr la orientación del visitante y la ampliación de la información de los sitios turísticos de Venezuela.

**Promoción:** Prescinde de cualquier publicidad interna o externa.

**Medición:** Debido al argumento expuesto en el ítem de optimización de buscadores, aún no es posible medir ni cuantificar el impacto del nuevo site.

**Evitar excesos:** Los elementos dispuestos en el site fueron diseñados de tal manera que facilitan la experiencia del visitante y no son invasivos.

Además la tipografía y la fotografía son complementarias lo que permite que pueda ser ligero a la vista y al entendimiento por parte de cualquier público.

**Sustentabilidad:** El site carece de elementos, iniciativas o patrocinios que lo sustenten.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La posibilidad de presentar en esta época de la Venezuela actual, donde la Nación caribeña presenta diversas crisis políticas, económicas y sociales, una alternativa informativa que no solo conecte a los venezolanos con las riquezas naturales y patrimoniales que poseen, sino también refuerce el sentido de arraigo por quienes, producto de la diáspora han partido, y aquellos quienes aún viven en el país y buscan constantemente conectarse con lo positivo del país, es de gran valor colectivo.

En tal sentido, el portal de fotografías <http://enflashvenezuela.wix.com/enflashvenezuela> viene a refrescar la visión negativa existente sobre Venezuela, y brinda una cara favorable, a partir de la muestra fotográfica del fotógrafo venezolano Jesús Villamizar, de una geografía altamente alabada desde los tiempos de conquista y colonia, hasta la actualidad.

Las visiones acerca de Venezuela, siguen siendo confrontadas; sin embargo, la intención en la creación del portal de fotografías, refleja la posibilidad de rescatar el sentido de pertenencia propia así como la información necesaria acerca de los principales sitios de interés turísticos de la Nación suramericana.

Las iniciativas digitales deben responder, más que a motivaciones personales, a un criterio de beneficio colectivo. Si bien, existe en el denominador común del venezolano un orgullo por el suelo propio, también existen pocas posibilidades que conecten con los espacios propios y refuercen la identidad nacional. Este site constituye una propuesta concreta para aquellos venezolanos que siguen considerando que Venezuela es el mejor país de todo el mundo.

## CONCLUSIONES

En este contexto, se presentan a continuación las conclusiones reflejadas en la siguiente investigación:

- El análisis de los sites seleccionados en la población y muestra, arrojados a través de una búsqueda orgánica en el buscador Google, reflejaron que existe debilidad en cuanto a la generación de contenidos que incentiven el turismo venezolano. En tal sentido, la excesiva propaganda política, la publicidad invasiva y la ausencia de tecnologías innovadoras, hacen que los sites existentes tengan una alta tasa de rebote lo que incide directamente en el interés del turista nacional o internacional por conocer los principales atractivos de Venezuela.
- En una era digital es de gran preocupación que se noten ausencias considerables en cuanto a propuestas de galerías fotográficas que conecten de manera natural al lector y más aún le brinden información necesaria para visitar los distintos rincones de la geografía venezolana. Una bitácora ordenada y un archivo fotográfico como el del fotógrafo Jesús Villamizar reflejan que es posible emprender iniciativas que coadyuven en el desarrollo del turismo local.
- El diseño de la información es vital al momento de la elaboración de un proyecto digital, por lo cual llama la atención que los sites analizados tengan en el mapa de navegación una gran debilidad. La arquitectura informativa orienta al lector y permite que a través de su orden se pueda profundizar en la experiencia de visita del site. Este parámetro resultó vital a la hora de establecer un menú de navegación sencillo y entendible en la propuesta realizada.

- Un contenido que genere engagement y de color tal como se aprecia en la conceptualización de Venezuela como destino turístico, resulta de gran importancia para la elaboración de propuestas digitales. Este punto fue de gran debilidad en cada una de los sites analizados, con sus respectivas excepciones, lo que permitió tener en cuenta la generación de contenido de gran valor para la propuesta presentada.
- Los sites analizados en algunos casos no contaban con redes sociales lo que constituye una gran amenaza dentro de esta era digital. Las redes sociales constituyen un gran valor gratuito dentro de la difusión informativa y es por ello que se tomó en cuenta este punto para la creación y generación del contenido del site. Las mismas no se encontraban visibles o no existían dentro de los portales, este elemento de igual forma se tomó en cuenta para el diseño posterior de la propuesta del site fotográfico.
- Algunos de los sites que constituyeron parte de la población y muestra mostraron debilidad en cuanto a la creación de su URL complicadas de descifrar, o en algunos casos inentendibles. Este elemento complica la optimización de las búsquedas a través del SEO y causa irrupción en la experiencia del lector. En tal sentido, se formuló una URL clara y precisa dentro de la propuesta planteada.
- Una vez identificadas las debilidades dentro de los sites analizados se tomaron en cuenta para el diseño, creación y puesta en marcha del site de la propuesta. En tal sentido, la creación de las redes sociales, la URL, la velocidad de carga, y el diseño responsive fueron consideradas para el momento del inicio del site <http://enflashvenezuela.wixsite.com/enflashvenezuela>



- La memoria de los pueblos y culturas han encontrado en la fotografía, una posibilidad de perpetuarse y permanecer en el tiempo. El legado natural de una Nación, ha servido para registrar la historia local y para recoger, lo que para determinada época, ha sido identificado como patrimonio de un sitio y región en particular. En tal sentido, un portal digital de fotografías representa una intención de mostrar la riqueza, a pesar de cualquier matriz de opinión.
- En la situación actual de Venezuela, dada por la confrontación política existente desde hace más de una década, se hace fundamental la presentación de alternativas que ofrezcan información útil para los visitantes nacionales e internacionales quienes, a pesar de cualquier circunstancia, buscan conectarse con realidades favorables. Una de estas principalmente es el turismo criollo.
- El gentilicio venezolano ha encontrado en el mundo digital, una forma de trabajar por el país por lo que consideran una riqueza inmaterial y perdurable. Por ello, emprendimientos e iniciativas internacionales, han apuntado a la creación de proyectos que inviertan en la marca “Hecho en Venezuela”, con el fin de potenciar las capacidades del país y conecten con el lado positivo de la nación caribeña.
- La era digital es una realidad que plantea un sinfín de oportunidades para emprender y para crear. Son múltiples las iniciativas que a través de las redes sociales y sitios web, buscan que los venezolanos puedan valorar el enorme potencial que existe. Pocas sobreviven en el tiempo, debido a la conexión con temas políticos o la creciente inmigración, fenómeno que involucra a la sociedad venezolana. Por ello, un portal de fotografías venezolanas pretende servir de ventana para que los venezolanos y público internacional puedan vivir la

experiencia de disfrutar de sitios de gran relevancia turística en el ámbito nacional e internacional.

## **RECOMENDACIONES**

- Debido a las bondades de la plataforma Wix, se optó por la utilización de esta herramienta para la creación del site. Sin embargo, debido a las limitaciones del modelo gratuito, se recomienda en un futuro cercano, migrar el site a un portal con el dominio .com.ve o .com a fin de optimizar los resultados a través del SEO. De igual forma, para mejorar la experiencia del visitante se sugiere la adquisición de un servicio de hosting completo que mejore los índices de carga del site así como la velocidad de carga para teléfonos móviles.
- Debido a la cantidad de iniciativas fotográficas, se exhorta a expandir el radio de acción e incorporar a fotógrafos independientes para que puedan ser parte del proyecto. En tal sentido, se precisa suministren sus fotografías para que puedan ser publicadas, con su respectivo crédito, y esto pueda ampliar la experiencia del usuario. Esto constituiría una gran plataforma colaborativa que ofrecerá distintas visiones de los atractivos turísticos de Venezuela.
- Como parte de los proyectos futuros, sería vital la incorporación de vídeos y otros materiales audiovisuales, para que el usuario pueda conectarse de otra manera, a las enormes posibilidades de disfrute de la geografía venezolana. Teniendo en cuenta la página web completa, se ampliaría la experiencia multimedia y de usabilidad de los turistas nacionales e internacionales.
- Se recomienda generar una pauta de actualización semanal en aras de dinamizar el contenido de la web y de las redes sociales.

## REFERENCIAS

### TESIS DE GRADO

Boccalandro, M. (2009). Factores determinantes para la implementación de la política de calidad turística de Venezuela. Tesis Doctoral, Universidad Simón Bolívar, Caracas.

Esparza, J. (2010). Estrategias para la participación comunitaria en el desarrollo del turismo sustentable de la Hacienda Cacaotera de Chuao, Edo Aragua. Trabajo Especial de Grado de Licenciatura, Universidad Nueva Esparta, Caracas.

López, I. (2010). “amigoscoralistas.com: una propuesta de uso y aprovechamiento de los recursos digitales de la web 2.0 para potenciar una red social real”. Trabajo Especial de Grado, Universidad Monteávila, Caracas.

Mora, R. (2010). Portal web informativo y de solicitud de servicios para la gobernación del estado Trujillo basado en herramientas interactivas de comunicación. Trabajo Especial de Grado de licenciatura no publicado, Universidad Nacional Abierta, Trujillo.

Pedroza, M. (2009). Perfil profesional del periodista digital en Caracas. Trabajo Especial de Grado de Licenciatura, Universidad Monteávila, Caracas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Aguirre, J.M (2006). Nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital. Caracas: CIC – UCAB

Álvarez, A. (2006). En Rojano, M. Diez años de Periodismo Digital en Venezuela. Estructura editorial de los cibermedios de Venezuela. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Azurmendi, A. (2001). *Derecho de la Información: guía jurídica para los profesionales de la comunicación*. Pamplona: Eunsa.

Castejón, E. (1989). *Técnicas de información*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.

Franco, Guillermo (2008) *Cómo escribir para la Web*. Knight Foundation. Knight Center for Journalism in The Americas. Universidad de Texas, Austin.

Fogel, J. y Patiño, B (2007). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital* Madrid: Punto de lectura.

Gallego, J. C. (2010): *Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: Editex.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Mcluhan, M. (1964). *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México: Diana.

Mcluhan, M. y Powers, B. (1993). *La Aldea Global*. España: Gedisa S.A.

Parella, S., y Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.

Santoro, D. (2004). *Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Upel. (2008). *Manual de trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas: FEDUPEL.

## FUENTES DIGITALES

AD. Acción Democrática. (2016). Disponible en <http://acciondemocratica.org.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

Briceño, C. (2005). Visiones geohistóricas del siglo XIX venezolano en las obras de Alejandro Humboldt, Friedrich Gerstäcker y Christian Anton Göering. Documento en línea, disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/23005/1/articulo5.pdf> [Consulta: 2016, junio 1].

Cañizalez, A. (sf). Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada. Documento en línea, disponible en: [http://w2.ucab.edu.ve/tl\\_files/CIC/recursos/apuntes127.pdf](http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/apuntes127.pdf) [Consulta: 2016, mayo 13].

Carolina Jaimes Branger (2014). Izarra, ¿por qué no te callas? por Carolina Jaimes Branger. Disponible en <http://runrun.es/opinion/impacto/132427/izarra-por-que-te-callas-por-carolina-jaimes-branger.html> [Consulta 2016, junio].

Código de ética del periodista venezolano (1973). Documento en línea, disponible en: [http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original\\_codigoeticafinal.pdf](http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original_codigoeticafinal.pdf) [Consulta: 2016, mayo 21].

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999 con enmienda N°1, publicada en Gaceta Oficial N° 5.908 extraordinario de fecha 19 de febrero del 2009). Documento en línea, disponible en: <http://www.crcv.gub.ve/>

[http://www.cne.gob.ve/web/normativa\\_electoral/constitucion/indice.php](http://www.cne.gob.ve/web/normativa_electoral/constitucion/indice.php)

[Consulta: 2016, mayo 21].

Copei. Comité de Organización Política Electoral Independiente. (2016). Disponible en <http://partidocopei.net/> [Consulta 2016, junio 30].

Corpotulipa. (2016). Corporación Para La Zona Libre Para El Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná. Disponible en <http://www.corpotulipa.gob.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

Fotos y paisajes de Venezuela. (2016). Disponible en <http://fotosypaisajesdevenezuela.blogspot.com/> [Consulta 2016, junio 30].

Iesa. Instituto de Estudios Superiores de Administración. (2016). Disponible en <http://www.iesa.edu.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

Instituto Nacional de Turismo de Venezuela. (2016) Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/inatur/> [Consulta 2016, junio 30].

Las redes sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de este fenómeno digital de masas. Disponible en <http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una-aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=3> [Consulta 2016, junio 30].

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos. (2011). Disponible en <http://www.conatel.gob.ve/files/leyrs06022014.pdf> [Consulta 2016, junio 30].

Ley de Orgánica de Turismo (2014). Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/wp-content/uploads/2016/02/Leyes-para-el-turismo.pdf> [Consulta 2016, junio 30].

Los Cuentos de mi Tierra. (2016). Disponible en <http://loscuentosdemitierra.blogspot.com/> [Consulta 2016, junio 30].

Los Viajes de Montenegro. (2016). Disponible en <http://losviajesdemontenegro.blogspot.com/> [Consulta 2016, junio 30].

Marketing digital desde cero. (2016). Qué es el SEO: posicionamiento natural en buscadores. <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/05/02/que-es-el-seo-posicionamiento-natural-en-buscadores/> [Consulta 2016, junio 24].

Ministerio del Poder Popular para el Turismo de Venezuela. (2016). Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/> [Consulta 2016, junio 30].

Merodio J. (2009) Marketing en redes sociales. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.juanmerodio.com/2010/nuevo-libromarketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/> [Consulta 2016, junio].

PSUV. Partido Socialista Unido de Venezuela (Psuv) (2016). Disponible en <http://www.psuv.org.ve/psuv/> [Consulta 2016, junio 30].

Sancha, D. (2006). La convergencia de redacciones en la era del jardín abierto. [Documento en línea]. Disponible: [https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q31-32\\_Sancha\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_Sancha_ES.pdf) [Consulta 2016, mayo 30].



Salaverría, R. y García, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. [Documento en línea] Disponible:<http://www.tripodos.com/pdf/Salaverr%C3%ADaDayGarc%C3%ADaAvil%C3%A9s.pdf84.pdf> [Consulta 2016, abril 30].

Sogatur. Sociedad de Garantías Recíprocas para la pequeña y mediana empresa del sector turismo. (2016). Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/sogatur/> [Consulta 2016, junio 30].

Tierra de Gracia. (2016). Disponible en <http://tierradegracia.net/> [Consulta 2016, junio 30].

Tecnologías de la Información y la Comunicación. (2008). Disponible en <http://www.tecnologiahechapalabra.com/salud/miscelanea/articulo.asp?i=2060> [Consulta 2016, junio 30].

Tripadvisor Venezuela. (2016). Disponible en <https://www.tripadvisor.com.ve/LocationPhotos-g294324-Venezuela.html> [Consulta 2016, junio 30].

Tortello, M. (2009). Nociones del Periodismo Digital. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.slideshare.net/migueltortello/nocionesde-periodismo-digital> [Consulta 2011, enero 15].

Turismo en Fotos. (2016). Disponible en <http://www.turismoenfotos.com/venezuela/> [Consulta 2016, junio 30].

UCAB. Universidad Católica Andrés Bello. (2016). Disponible en <http://www.ucab.edu.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

UCV. Universidad Central de Venezuela (UCV). (2016). Disponible en <http://www.ucv.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

UMA. Universidad Monteávila. (UMA). (2016). Disponible en <http://www.uma.edu.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

Unesco. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). Disponible en <http://www.unesco.org/new/es> [Consulta 2016, junio 30].

Valentina Quintero. (2016). Disponible en <http://www.valentinaquintero.com.ve/> [Consulta 2016, junio 30].

Venezuela Tuya. (2016). Disponible en <http://venezuelatuya.com/imagenes/index.htm> [Consulta 2016, junio 30].

Venezolana de Teleféricos (Ventel) (2016). Disponible en <http://www.ventel.gob.ve/> [Consulta 2016, junio 30].