



Universidad Central de Venezuela

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

***Maracay Sin Límites***

Diseño de un sitio web para dar a conocer los sitios turísticos y de recreación más importantes de la ciudad de Maracay del estado Aragua

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciados en Comunicación Social

**Autores:**

Jeremías A. Mata T.

María Daniela Silva A.

**Tutor:**

Orlando Luna

**Noviembre, 2014**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por guiarme en todo momento.

A mi mamá, Rebeca Acosta, por darme las fuerzas necesarias.

A mi papá, Alberto Silva, por acompañarme ahora y siempre.

**María Daniela Silva**

## **DEDICATORIA**

A Dios primeramente, por ser mi fiel compañero y mi Señor.

A mi mamá, Omaira Terán, por su ayuda incondicional.

A mi papá, Alberto Mata, por ser mi eterno consejero.

A mi abuelo, Braulio Mata, por ser mi inspiración.

**Jeremías A. Mata T.**

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la bendición de contar con vida y salud para emprender este maravilloso camino hacia la Comunicación Social.

A mi mami querida, por levantarme cada vez que pensaba en darme por vencida. Esto me permitió darme cuenta que solo así se puede triunfar en la vida: poniendo la frente en alto y caminando hacia adelante. Gracias a sus consejos, sus regaños, su “mano dura” y su amor y amistad incondicional es que hoy estoy aquí, redactando mi tesis. ¡Gracias, mami por lavarme mi ropita!

A mi papá, por escucharme una y otra vez, por sus consejos, por leer mis trabajos un sinfín de veces, por llevarme a cuanto lugar tenía que asistir para cumplir con mis trabajos. Gracias por aguantarme tanto tiempo.

A mi hermana Adriana, por escuchar mis problemas y por ponerme las pilas cada vez que me distraía.

A mi abuelito César y a mi tía Carmen, por orientarme, apoyarme y cuidarme desde pichurrita. ¡Gracias por su incondicionalidad!

A nuestro tutor Orlando Luna, por su disposición, apoyo y orientación a lo largo de este trabajo de grado. Gracias por ayudarnos a lograr esta meta, profe.

A mi compañero de tesis, por aguantarme y tenerme paciencia durante tanto tiempo.

A cada una de las personas que aportaron su granito de arena para hacer realidad el sueño de terminar la tesis. Es decir, gracias a las personas entrevistadas, a los profesores de la ECS por ayudarnos tanto y a mis amigos por estar pendiente en todo momento.  
¡LO LOGRÉ! ¡GRACIAS A TODOS USTEDES LO LOGRÉ!

**María Daniela Silva**

## AGRADECIMIENTOS

A mi Dios, porque de Él proviene toda la sabiduría y por su voluntad es que pude emprender el camino hacia la Comunicación Social.

A mi mamá, por ser mucho más que madre, por ser mi amiga, mi maestra, mi guía, mi “eterna compañera”. Gracias a tus trasnochos y a tus correcciones. Por ti es que he llegado hasta donde estoy.

A mi padre, por siempre impulsarme hacia adelante, por presionarme y buscar lo mejor de mí, por su insistencia hacia la perfección y sobre todo por recordarme que Dios es lo primero.

A mi hermana, Jerusalén Mata, por ser mi ejemplo a seguir, por ser la mejor hermana mayor del mundo, por sus consejos y por su ayuda a la largo de mi carrera.

A mi mano derecha, Kristel Buenahora, por llenarme de alegría todos los días, por levantarme cada vez que estaba a punto de rendirme, y por hacer de los trasnochos académicos, algo mucho más entretenido con su compañía.

A mis tías, Magaly Terán y Gilda Terán, por su ayuda incondicional, por sus consejos y por ser las mejores acompañantes de viaje durante la tesis.

A mi abuelo, por ser una fuente inagotable de experiencia, por enseñarme a ser perseverante y luchador, por ser “mi lito”, por siempre darme la bendición para seguir adelante y por sus fieles oraciones.

A nuestro tutor Orlando Luna, por su disposición, apoyo y orientación a lo largo de este trabajo de grado. Gracias por ayudarnos a lograr esta meta, profe.

A mi compañera de tesis, por su responsabilidad y por tenerme paciencia durante tanto tiempo.

A todos los que de una u otra manera ayudaron a realizar este trabajo de tesis. A todos los profesores de la ECS que nos orientaron, a los que nos dieron información y a mis amigos por su apoyo. ¡Gracias y mil gracias! ¡Cada vez que alguien me llame licenciado, los recordaré a cada uno de ustedes!

**Jeremías A. Mata T.**

## RESUMEN

El siguiente trabajo especial de grado corresponde a la creación de un producto comunicacional, específicamente al diseño de un sitio web, que muestra los destinos turísticos y de recreación más importantes de la ciudad de Maracay del estado Aragua y sus alrededores.

Este proyecto tiene como principal propósito llenar ese vacío de información que actualmente existe en los pocos sitios web de Maracay que tratan la temática turística y de disfrute. Además, con este producto comunicacional se pretende mostrar de forma detallada, dinámica y distinta, información útil y variada de los sitios turísticos y de recreaciones más importantes y más atractivos de esta ciudad, a esa población joven que reside en la ciudad y así poder satisfacer esa necesidad de diversión que ellos requieren.

Este tipo de investigación corresponde a un diseño mixto, pues la investigación documental y el trabajo de campo son los que permitirán llevar a cabo este producto. Estudios de diversos sitios web, entrevistas, observación, fotografías, lecturas de documentos, textos o libros y otras técnicas más como la utilización de la sexta edición de las normas A.P.A. (*American Psychological Association*), fueron las que permitieron darle forma y credibilidad a este proyecto.

### **PALABRAS CLAVE:**

- Sitio web
- Maracay
- Turismo
- Recreación
- Diseño

## **ABSTRACT**

The following degree thesis corresponds to the creation of a communication product specifically the design of a website which shows tourist destinations and major recreation of the city of Maracay, Aragua state and surroundings.

This project has as main purpose to fill the information gap that currently exists in the few websites that deal Maracay and enjoy the tourist theme. Furthermore, this communication product is intended to show in detail, dynamic and different, useful and varied tourist sites most important and attractive recreations of this city, this young population residing in the city information in order to meet that need fun they require.

This type of research is a mixed design, as desk research and field work are those that allow to carry out this product. Studies of various websites, interviews, observation, photography, reading documents, texts or books and other more technical as the use of the sixth edition of the APA rules (American Psychological Association), which were allowed to shape and credibility to this project.

### **KEY WORDS:**

- Website
- Maracay
- Tourism
- Recreation
- Design

# ÍNDICE

**Pág.**

DEDICATORIAS.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
ÍNDICE.....	8
INTRODUCCIÓN.....	12

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

1.1. Planteamiento del problema.....	14
1.2. Justificación.....	15
1.3. Objetivos.....	16
1.4. Alcances.....	17
1.5. Limitaciones.....	17

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.2. Internet.....	20
2.2.1. El mundo actual: Internet.....	20
2.2.2. Servicios que presta el Internet.....	20
2.2.3. Algunos cambios generados por el Internet.....	21
2.2.4. Internet como medio de comunicación.....	22
2.2.5. Venezuela también emigra a Internet.....	23

2.2.6. El sitios web y la población venezolana.....	24
2.2.7. Turismo electrónico o turismo en Internet.....	25
2.3. Publicaciones digitales.....	29
2.3.1. Definición de publicaciones digitales.....	28
2.3.2. En cuanto a la redacción en sitios web.....	30
2.3.3. Clasificación de publicaciones digitales.....	31
2.3.4. Publicaciones digitales en Venezuela.....	33
2.3.5. Ciudadanía pasiva.....	34
2.4. Diseño de un sitio web.....	35
2.4.1. Conceptualizaciones generales sobre el diseño gráfico.....	35
2.4.2. El arte del diseño web.....	35
2.4.3. Factores que conducen al éxito de un sitio web.....	37
2.4.4. Dándole forma al sitio web.....	37
2.4.5. Tognazzini y los principios básicos para el diseño de un sitio web.....	39
2.4.6. Información en los sitios web.....	40
2.5. Turismo en Venezuela.....	41
2.5.1. Bases legales del turismo en Venezuela.....	43
2.5.2. Conociendo las modalidades turísticas.....	52
2.5.2.1. Según su objetivo.....	52
2.5.2.2. Según al público al que se destina.....	54

2.5.3. Una mirada al estado Aragua.....	56
2.5.4. Entrando a la ciudad de Maracay.....	57

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Nivel de la investigación.....	59
3.2. Diseño de la investigación.....	60
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	61

### **CAPÍTULO IV: EL PROYECTO (*Maracay Sin Límites*)**

4.1. Pre-Producción.....	63
4.1.1. En cuanto al tema.....	63
4.1.2. La selección del nombre y del <i>slogan</i> .....	65
4.1.3. Público.....	66
4.2. Producción.....	67
4.2.1. Elementos gráficos.....	67
4.2.1.1. Programas digitales.....	67
4.2.1.2. Instrumentos.....	67
4.2.1.3. Fotografías.....	68
4.2.1.4. Videos.....	68
4.2.1.5. Colores utilizados.....	68
4.2.1.6. Fuentes utilizadas.....	70
4.2.1.7. Logotipo.....	70
4.2.1.8. Encabezado.....	71

4.2.1.9. Barra de navegación.....	71
4.2.2. Elementos de Contenido.....	72
4.2.3. Post- Producción.....	95
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
REFERENCIAS.....	99

## INTRODUCCIÓN

La evolución de la tecnología se ha expandido en el mundo mediante un sinnúmero de modalidades que, a pesar de presentar ciertas desventajas, ha contribuido enormemente al progreso social, cultural y económico de las distintas poblaciones.

Venezuela también ha sido testigo –y lo sigue siendo- de estos grandes avances científicos, comerciales, industriales, ecológicos, laborales, artesanales, entre otros, que la tecnología ha ido aportando a lo largo de los años.

Y es que según Borrero (2003, p.6), una de las grandes contribuciones tecnológicas es la aparición de Internet. Este ha sido bien aprovechado por los venezolanos, pues como lo certifican estudios realizados en junio del presente año por la empresa experta en investigaciones de medios sociales *We Are Social*, Venezuela es uno de los principales países de América Latina que hace uso de la Internet, presentando así un 88,8% de penetración.

Esta herramienta ha logrado satisfacer necesidades esenciales y deseos que suelen surgir diariamente. Desde transacciones comerciales hasta investigaciones sobre lugares de recreación o destinos turísticos, son algunos de los motivos por los que el venezolano ha recurrido a Internet.

De por sí, ciertos espectros de la cultura venezolana se relacionan con la diversión, la recreación y la distracción. Independientemente de la ciudad en la que se habite, seguramente el venezolano siempre va a guardar sus mejores planes o fiestas para el fin de semana.

La ciudad de Maracay no es ajena a estas actividades a las que se está acostumbrado. Y es que el joven maracayero mientras más goce, disfrute y conozca lugares, se sentirá complacido y feliz.

Por ello es que a medida que pasa el tiempo, se incrementa el interés por conocer la ciudad, por saber cuáles son los mejores locales y por satisfacer esos deseos humanos.

A partir de esto, surgió la necesidad de diseñar y producir un sitio web que respondiera a los requerimientos del joven maracayero y que mediante calidad, dinamismo y creatividad, pudiera encontrar la mayor cantidad de información posible.

Cabe destacar que en dicha ciudad existen sitios web que describen cómo son algunos eventos o características de ciertos lugares turísticos, pero no hay alguno que contenga una información completa, dinámica, atractiva y distinta de cada uno de estos sitios como la que verdaderamente se quiere plasmar en *Maracay Sin Límites*.

Y es que por esto y mucho más es que se quiso crear este producto comunicacional, pues no solo para darle un trato distinto a la información, sino para emplear distintos géneros periodísticos y recursos que logren captar la atención del público por un largo tiempo.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

Para nadie es un secreto que Venezuela es reconocida por la inmensa gama de paisajes y de increíbles lugares que anualmente atraen a un sinnúmero de personas provenientes de distintas ciudades del mundo. Y es que según datos ofrecidos por el ministro para el turismo, Andrés Izarra, en el 2013 hubo más de 1,2 millones de visitantes. Pese a esta realidad, todavía existen regiones del país que no se han dado a conocer con profundidad a través de Internet.

La ciudad de Maracay es un ejemplo de ello, ya que aún reuniendo grandes espacios para la recreación y el turismo, tales como el Parque Nacional Henri Pittier, el Museo Aeronáutico de Maracay, la Plaza de Toros Maestranza César Girón, el Parque El Ejército, entre otros, no cuenta con un portal web nutrido que muestre las bondades del territorio.

Pues después de haber realizado una investigación profunda que requirió de búsquedas, lecturas, comparaciones y análisis –en este caso-, se observó que sitios web como *www.maracayextrema.com*, *www.mcy.com.ve* y *www.culturaaragua.com* se han enfocado en esta temática, pero de una manera somera y con deficiencias en el empleo de las características del diseño web.

En la I Jornada de Periodismo Interpretativo Federico Álvarez ECS-UCV, realizada en enero de 2013, la periodista Rosa Virginia Fagúndez aseguró que “la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad son las características esenciales que deben ser empleadas al momento de crear un sitio web efectivo.” (R. Fagúndez, conferencia, enero de 2014). Sin embargo, esta premisa no se cumple en su totalidad en los portales que fueron mencionados anteriormente.

Además de ello, Cabero (1998, p. 3) puntualiza que la innovación debe ser una cualidad imprescindible dentro de cualquier sitio web. Y es que a pesar de que estos portales son innovadores en cuanto a diseño o temas tratados, no se han dado la tarea de ser novedosos en cuanto a la presentación de la información y a la aplicación de géneros periodísticos.

A raíz de esta problemática, nació la idea de diseñar un sitio web turístico que logre cumplir con los patrones que indican Fagúndez y Cabero. Pues a través de éste se busca brindar información útil, dinámica, suficiente y, además, entrar en el tema de la innovación mediante el uso de diversos géneros periodísticos, para así contribuir con la recreación y diversión de los jóvenes maracayeros.

## **1.2. Justificación**

La idea de trabajar el tema de la presentación de lugares turísticos y de entretenimiento de Maracay y sus alrededores, surge inicialmente al descubrir que hay muy pocos sitios web que se dedican exclusivamente a abordar este tópico, y que entre la información que allí colocan, obvian la utilización de los géneros periodísticos.

El presente trabajo se justifica porque llenará ese vacío informativo al proporcionar una lista de lugares turísticos y de entretenimiento, utilizando como fuente la visita a cada destino, la información recabada y los testimonios de las personas que frecuentan los sitios, incentivando así esas ganas de conocer esta bella ciudad de la región central de Venezuela.

Tal y como lo plantea el diseñador gráfico Sergio Martínez en su publicación titulada *Contenidos creativos para tu sitio web o blog*, es de vital importancia tanto la calidad de la información como la manera de presentar el contenido. A su vez, enfatiza el empleo de recursos multimedia para atraer la atención de los usuarios. En este sentido, el sitio web a crearse tendrá la innovación de contar las historias desde adentro. En algunos casos, se recreará las experiencias que pueden vivir al asistir al lugar, y en otros, se priorizarán los elementos característicos que distinguen al lugar.

Según la psicóloga Omaira Terán, “la diversión en los jóvenes es vital para el bienestar, el desarrollo integral y la felicidad de los mismos” (O. Terán, comunicación personal, Mayo 3 de 2014). Es por ello que este trabajo estará dirigido principalmente a un público joven, ya que la mayoría de ellos son los que buscan continuamente asistir a lugares de distracción, hecho que se evidencia al observar que los fines de semana las discotecas, restaurantes y parques reciben una gran concurrencia de los mismos.

Tomando en cuenta que, según cifras del censo del 2012, la población joven de la ciudad de Maracay es de 81.605 personas y considerando que ésta es la que más frecuenta la Internet, se ahonda en la necesidad de ofrecerles información en cuanto a diversos destinos turísticos y lugares de recreación para cubrir esa insuficiencia informativa de distracción que buscan constantemente.

Si bien este sitio puede poseer un género informativo por preferencia, es importante destacar que también se utilizarán distintos géneros periodísticos como: entrevistas, reseñas e infografías. Estos se utilizarán para diversificar las propuestas y puntualizar las particularidades de cada destino seleccionado, permitiendo así el envío de mensajes de manera diferente y logrando afianzar esa identidad del joven maracayero con su ciudad.

### **1.3.Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Diseñar un sitio web que sirva como instrumento para dar a conocer los sitios turísticos y de recreación más importantes de la ciudad de Maracay, estado Aragua.

#### **Objetivos específicos**

- Conocer las características de la población juvenil de la ciudad de Maracay.
- Recopilar la información y los elementos de multimedia necesarios para crear el sitio web.
- Producir el sitio web con las características de diseño sugeridas por los expertos.

- Evaluar el funcionamiento de sitio web.

#### **1.4. Alcances**

El mayor alcance que se desea tener es el diseño y la publicación del sitio web *Maracay Sin Límites*. A su vez, que este logre llenar el vacío de información que existe en la Internet con respecto a los sitios turísticos y de recreación de la ciudad de Maracay y sus alrededores.

Otro de los alcances que se espera obtener, es ofrecer la información de manera atractiva y eficaz mediante el empleo de distintos géneros periodísticos y diversas herramientas multimedia que capten la atención del público.

Como último punto, se desea que *Maracay Sin Límites* logre captar la atención de los jóvenes maracayeros y que además lo utilicen como guía al momento de buscar sitios para su entrenamiento, permitiendo así posicionarlo entre los primeros lugares de investigación turística de Maracay, ya que la intención de este proyecto comunicacional va más allá de trabajarlo solamente como tesis de grado.

#### **1.5. Limitaciones**

- El tiempo con el que se dispone para llevar a cabo cada una de las visitas a estos distintos destinos turísticos y sitios de recreación que se quieren mostrar en el sitio web.
- Que se necesite más recurso financiero de lo esperado.
- La disposición que tenga cada uno de los expertos y entrevistados para contribuir con las informaciones y conocimientos necesarios para la ejecución de este proyecto.
- Que se dificulte el acceso al transporte para el traslado hacia la ciudad de Maracay.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

Se tomaron como antecedentes aquellas investigaciones relacionadas con la creación de sitios y páginas web, y otras cuyo objetivo se centra en incentivar el turismo en ciertas regiones de Venezuela. A continuación se reseñan las tesis que abordan esta temática con mayor grado de relevancia para nuestra investigación.

1- Porras, S. (2012), *El Hatillo Digital: Diseño de un sitio web turístico y de información general sobre el municipio El Hatillo del estado Miranda*. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- Descripción del Trabajo:

Este trabajo de grado se enfoca en dar a conocer con profundidad el municipio El Hatillo del estado Miranda, y además, de promocionarlo a nivel nacional e internacional mediante las características de diseño que emplean expertos en los documentos bibliográficos. Realizando un análisis documental y de campo, Porras realmente muestra un sitio web muy nutrido y dinámico a la vez.

2- Guapuriche, C. & Mijares, N. (2002), *Diseño de una página web para incentivar el turismo en San Francisco de Yare*. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- Descripción del Trabajo:

Esta tesis aborda y profundiza temas realmente imprescindibles para el desarrollo y creación de su página web. Partiendo del nacimiento de la Internet, pasando por el diseño y el turismo, se centra en la producción de una página web con una paleta de colores alusiva a

los Diablos Danzantes de Yare que le aportan credibilidad y realidad a este proyecto comunicacional.

3- Orozco, H. & Vásquez, D. (2012), *Destinos: Propuesta y diseño de una revista turística de dedicada a promocionar los espacios turísticos de Venezuela*. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- Descripción del Trabajo:

Este trabajo de grado corresponde al diseño y producción de una revista impresa, cuyo propósito fue abordar el tema del turismo en Venezuela. En la mayoría de sus 32 páginas, se encarga de promocionar detalladamente los destinos más hermosos del país. Además, ofrece información en cuanto a hospedajes, restaurantes y otros sitios de interés que cualquier venezolano o extranjero puede acudir en cualquier momento.

4- Das Dores, D. & Montenegro A. (2011), *Conociendo a Venezuela. Propuesta de diseño y elaboración de una guía de turismo venezolana*. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- Descripción del Trabajo:

Este proyecto muestra la creación de una guía turística venezolana. Luego de una extensa explicación teórica y de haber aplicado diversos niveles de investigación, tales como el exploratorio, el descriptivo, el predictivo y el aplicativo, obtuvieron un producto colorido y variado de 64 páginas, prometiendo así lograr la atención de los lectores y viajantes.

Estas tesis estudiadas y mencionadas anteriormente sirvieron de apoyo y referencia para comenzar con la estructura y el desarrollo teórico de este producto comunicacional basado en un sitio web turístico de la ciudad de Maracay. Las mismas ayudaron a constatar que el Internet es la plataforma ideal para alcanzar ampliamente al público que se desee y

para comunicar de una manera segura, dinámica y estratégica la información investigada para el desarrollo de cualquier trabajo.

## **2.2. Internet**

### **2.2.1. El mundo actual: Internet**

Ya sea por obtención de información, realización de transacciones comerciales, comunicación, ocio, o cualquier otro motivo, desde hace varios años un sinnúmero de personas –independientemente de la edad- hace uso continuo de Internet.

Y es que precisamente por el gran impacto que ha tenido este sobre la sociedad es que se hace conveniente estudiarlo, pues según Castells (2000, p. 1), [Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento]. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, es un medio que interactúa con el conjunto de la sociedad.

Igualmente, se dice que es una especie de “autopista” de información, ya que se trata de un conjunto de medios físicos e informaciones que se encargan de viajar para permitir todo tipo de comunicación.

“Internet es un medio de comunicación, pero además, es un lugar o un conjunto de sitios que pueden ser visitados, creados o incluso modificados por sus usuarios. Es un espacio social donde convergen las más diversas expresiones” (Poster, 2001).

### **2.2.2. Servicios que presta Internet**

Esas distintas expresiones pueden ser proyectadas mediante ciertos servicios que este ciberespacio ofrece. Según Badia (2002, p. 23), algunos de estos productos son:

- Web o *World Wide Web* (WWW): es una aplicación que funciona con su propio protocolo, el *http*, el cual permite explorar archivos de hipertexto. Para acceder a ella se tiene que hacer uso de alguno de los distintos navegadores que existen hoy en día (*Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome*, entre otros).
- Correo electrónico: aquel que se refiere al servicio de red que permite la comunicación entre usuarios, es decir, enviar y recibir mensajes o archivos,

mediante un sistema de comunicación electrónico, sistema perteneciente a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Badia estima que, diariamente, los mensajes de correos electrónicos pueden oscilar entre 8.000 y 10.000.

- Chat o mensajería instantánea: comunicación escrita que se realiza de manera instantánea y que, según este autor, principalmente, estaba diseñada para el ocio de los adolescentes. Actualmente, estas conversaciones se han esparcido en los distintos grupos de edad y se ha utilizado para un sinnúmero de funciones, desde métodos de enseñanza hasta servicios de atención al cliente.
- Grupos de noticias o boletines electrónicos: Badia afirma que son aquellos espacios disponibles para la discusión entre usuarios, pero que no se generan en tiempo real. En estos se suelen tratar temas específicos, tal es el caso del foro.

Luego de especificar los puntos anteriores, se puede notar que Internet se ha convertido en una gran plataforma comunicacional, pues según investigaciones de la agencia experta en estudios de medios sociales *We Are Social*, 2.484.915.152 personas de la población total mundial son usuarios de Internet.

Y es que, prácticamente, esta red ha facilitado la vida del ser humano. Probablemente se desconoce la totalidad de ventajas que prestan los distintos servicios de este medio, pero, de igual forma, se mencionarán algunas de ellas.

### **2.2.3. Algunos cambios generados por Internet**

El paso de un libro impreso a un libro digital y el de los medios de comunicación tradicionales a sus diversos formatos en digital, han sido cambios sumamente importantes, ya que ha permitido mejorar la comunicación y el método de aprendizaje de las personas.

Por esta misma razón, Anguas (2000) asegura que [Internet se ha convertido, de alguna forma, en la base de la sociedad, generando una serie de cambios positivos], entre los cuales están:

- Para las empresas, se ha tornado en una herramienta de productividad y competitividad, además de plantear nuevas formas de comunicación, intermediación, información y comercio.

- Para los adultos, es una herramienta que les permite hacer la misma cantidad de quehaceres -o diligencias-, incluso hasta más, en menos tiempo. Gracias a Internet, el ciudadano puede aumentar su nivel de capacidad en la red y aumentar su nivel de vida.

- Para los niños, se ha hecho útil, ya que además de ser utilizado para el ocio o entretenimiento, también ha servido para la educación y el aprendizaje. Con solo acotar que las bibliotecas se han sumado al campo digital, ya queda bastante explícito que cualquier persona, ya sea joven o adulta, puede estudiar a través de Internet.

Por medio de estas ventajas que ha traído consigo la evolución de Internet, se puede notar que esta sí se puede definir como un medio de comunicación, ya que a través de ella siempre existirá algún tipo de comunicación, ya sea entre empresas y clientes, entre adultos, entre niños, etc.

#### **2.2.4. Internet como medio de comunicación**

Conectarse a la red para comunicarse con un familiar, para investigar alguna información sobre un tema en específico, para hacer conferencias, etc., apenas son algunas de las formas de comunicación que podemos tener a través de ella.

Y es que no es solo el proceso comunicacional que podamos tener gracias a ella, sino la comunicación en sí que nos brinda cada sitio web que allí alberga. Cada uno de estos está diseñado y pensado para un tipo de público –o para varios- con el fin de comunicar algo específico.

Por ejemplo, el sitio web de la compañía estadounidense de comercio electrónico *Amazon*, fue pensado y creado para aquel público que necesite adquirir cualquier tipo de producto. Y, además, para comunicarle al comprador o usuario qué artículo puede elegir y el rango de precios y vendedores del mismo.

Un tanto así es lo que se pretende con el sitio web *Maracay Sin Límites*. Pues través de imágenes, videos, textos y diferentes géneros periodísticos, se desea informar y comunicar al público juvenil sobre los sitios turísticos más importantes y los lugares de recreación más concurridos actualmente. Además de poder incentivar el turismo en esta ciudad venezolana.

Por ello es que, afirmar que Internet se ha afianzado como una plataforma comunicacional, tanto a nivel escrito como visual (imágenes o diseño de un sitio web en sí), es aclarar que ésta es una herramienta fundamental para la sociedad de hoy día.

Y es que unas de las principales características que hace de Internet uno de los medios de comunicación más usados es la comunicación en tiempo real entre las personas y la inmediatez de la noticia.

Estas son algunas particularidades que mantienen a este medio en constante actividad, ya que trabaja vertiginosamente sobre las necesidades y exigencias de los usuarios, en quienes día a día incrementa la sed de información, así como también el interés en desenvolverse cada vez mejor en esta tecnología e incluso participar y formar parte de la misma.

De esta manera, Castells (2000, p.1) asegura que [la sociedad se ha convertido en una sociedad red, puesto que los procesos dominantes, tal es el caso de la gestión, información, comunicación, productividad y competencia, se establecen cada vez más mediante a redes].

#### **2.2.5. Venezuela también emigra a Internet**

Venezuela no es ajena a esta afirmación de Castells, ya que según pesquisas realizadas en junio del presente año por la empresa *We Are Social*, un 88,8 % de la población venezolana son usuarios de Internet, siendo así uno de los países latinoamericanos con mayor índice de uso.

Este mismo estudio refleja que un 70 % de los contenidos que más frecuentan los usuarios venezolanos son los que ellos clasifican como divertidos y novedosos. Es por ello la idea de realizar el sitio web sobre lugares turísticos y de recreación de la ciudad de Maracay.

Además de que uno de los motivos del invento de Internet es el ocio y disfrute de las personas, la cultura del venezolano se basa en ello, en buscar un tiempo extra para olvidarse de sus responsabilidades por un rato.

Ya sea conectándose a las diversas redes sociales que hoy en día existen, ingresando a los distintos sitios web de teatro o cine, o buscando –en Internet- los lugares de recreación más concurridos, el venezolano siempre hará uso este espacio, y seguramente, más de una vez al día.

Día a día se nota la diferencia de socialización de los mismos, pues muchas veces el centro de atención de la persona se basa en bajar la mirada y fijarla en dispositivo electrónico, o simplemente, agarrar una silla, sentarse y colocarse frente a un monitor. ¿Para qué? Hasta los más pequeños de la casa lo saben, pues para conectarse a Internet.

Entonces, se puede decir que la comunicación en Venezuela también ha emigrado al espacio virtual. Tanto así que hasta los medios tradicionales de comunicación social y todo tipo de empresas se han tenido que adaptar a las demandas cibernéticas de las que hoy somos testigos. Al grado de que la gente se mantiene más informada por Internet que por otras vías de comunicación.

#### **2.2.6. El sitio web y la población venezolana**

Según Mckelvey (1999), un sitio web “es una colección de páginas conectadas por un número arbitrario de hipervínculos”. Asimismo, el ingeniero en computación, Andrés Guerrero, señala que un sitio web se refiere a una serie de páginas Web (Aquel documento ubicado en una red informática, al que se accede a través enlaces de hipertexto) enlazadas a un dominio de Internet o subdominio en la Web o *World Wide Web* (WWW) (A. Guerrero, entrevista personal, 20 de junio de 2014).

Ya sean sitios de comercio electrónico, de descargas, de noticias, de turismo, educativos, etc., al final son espacios dirigidos a la sociedad, para facilitarles la vida, ahorrarles tiempo o para algún otro beneficio en particular.

Como ya se había mencionado anteriormente, el 88,8 % de la población venezolana navega en Internet constantemente, colocando como principales sitios visitados- según

Tendencias Digitales- el buscador *Google* ([www.google.co.ve](http://www.google.co.ve)), algunos sitios de noticias y otros de entretenimiento.

Se ha podido determinar que, a pesar de la situación que se viva en un momento determinado, el cibernauta venezolano siempre encontrará la manera de vivir tiempos de ocio y de entretenimiento, y más importante aún, tiempo para mantenerse al tanto de los lugares a los que pueden visitar cualquier fin de semana o vacaciones en sí.

Esto una costumbre del venezolano, y más del joven como tal. De hecho, este grupo importante de la sociedad, capaz por cuestiones de experiencia y conocimiento, tiende a navegar en espacios virtuales que impacten visualmente y contengan información de la forma más dinámica posible, es decir, que se vea reflejada la interactividad.

Así lo confirma el ingeniero en computación, Adolfo Hernández: “son expertos en búsquedas y si no encuentran lo que necesitan, pasarán a otras páginas de inmediato. Por eso es que se deben buscar elementos tecnológicos que cautiven al usuario. Los formatos clásicos y simples aburrirán al público juvenil.” (A. Hernández, comunicación personal, 7 de julio de 2014).

Por este motivo es que los sitios web han ido evolucionando y adaptándose a las exigencias de los jóvenes, quienes cada día utilizan más la tecnología para realizar de una manera más fácil sus actividades cotidianas. Esta dinámica ha abarcado todos los ámbitos, incluyendo el tema turístico.

### **2.2.7. Turismo electrónico o turismo en Internet**

El turismo es una de las industrias mundiales más desarrolladas de la actualidad, ya que genera millones de empleos y aporta ganancias exorbitantes. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) difundido en el Panorama OMT del Turismo internacional en su edición 2011, “se estima en cerca del 5 % la contribución del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) mundial”. Por ello, el turismo se ha posicionado como uno de los sectores con mayor espacio en el Internet, ya que es un soporte predilecto para la promoción de destinos y venta de paquetes.

Así como se han transformado muchas de las tareas diarias gracias a la tecnología, de igual forma se ha modificado la comercialización turística a través de la Web, tal y como señala el documento escrito por Meyer, L. (2013). El impacto del Internet en la industria del turismo. Santiago de Chile. Extraído el 5 de julio de 2014, desde <http://www.diarioturismo.cl/9464/impacto-internet-industria-turismo>, “lo primero es comprender la obligación que tiene la industria como la hotelería, el transporte, la gastronomía y todos los actores que conforman la experiencia de un turista en viaje, de atender las necesidades de éste a través de la tecnología”.

De acuerdo a Valles (1999, p. 3), existen dos factores que hacen que la industria turística sea potencialmente atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente y; por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

Esta adaptación tecnológica en Internet fue paulatina, y uno de los primeros registros del uso de los elementos digitales en esta industria lo reseña Heintzeman (1994), quien establece que en 1960 las aerolíneas crearon los primeros sistemas de información que eran capaces solamente de reservar boletos de avión, los cuales, una década después fueron instalados en las agencias de viajes. Por otro lado, según Chervenak (1997), en los años setenta el único contacto que tenían las empresas hoteleras con los sistemas de información era mediante un sistema central computarizado de reservaciones. En esa época, solo las cadenas *Holiday Inn* y *Sheraton*, junto con otros cinco hoteles independientes, ofrecían el servicio de reservaciones computarizado.

En nuestros días, se ha notado los cambios que se han generado en cuanto a este tema, ya que ahora Internet no solo se utiliza para comprar boletos aéreos, sino para reservar estadías en hoteles, comprar boletos para parques turísticos, entre otras opciones.

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2000). Reunión de expertos en Comercio Electrónico y Turismo. Ginebra. Extraído el 10 de Julio de 2014, desde <http://unctad.org/es/Docs/c3em9d2.sp.pdf>, se muestran dos diagramas en

donde se visualizan los principales cambios que han surgido mediante el empleo de la tecnología en el turismo.

**Diagrama 1. El turismo antes de Internet**

<b>Productores</b>	<b>Intermediarios</b>	<b>Consumidores</b>
Hoteles Restaurantes Compañías aéreas Provisiones y otros servicios Esparcimiento	Cadenas de hoteles  Operadores de turismo  Agentes de viajes  Sistemas de Reserva Informatizados (SRI)  Sistemas Mundiales de Distribución (SMD)  Asociación de empresas de turismo	Turistas

Nota. Datos tomados de *El comercio electrónico y el turismo: nuevas perspectivas y retos para los países en desarrollo*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2000).

**Diagrama 2. El turismo a través de Internet**

<b>Productores</b>	<b>Intermediarios</b>	<b>Infomediarios</b>		<b>Consumidores</b>
Hoteles Restaurantes	Cadenas de hoteles Operadores de	Reservas de viajes y turismo por la Web ( <i>Travelocity</i> ,	Sitios web de: Hoteles	Turistas

Compañías aéreas	turismo	<i>Expedia, etc).</i>	Compañías aéreas	
Provisiones y otros servicios	Agentes de viajes		Agentes de viajes	
	SRI/SMD (Galileo, Sabre, etc.)		Cadenas de hoteles	
Esparcimiento	Asociación de Empresas de Turismo		Asociación de empresas de turismo	
			Guía de viajes	

Nota. Datos tomados de *El comercio electrónico y el turismo: nuevas perspectivas y retos para los países en desarrollo*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2000).

Todas estas transformaciones han robustecido el aparato de la industria turística a nivel mundial y representan importantes avances que van cónsonos a la idea de Reyes (2002):

El fenómeno turístico es, por su naturaleza social, cultural, económica y ambiental, una extraordinaria herramienta de análisis y desarrollo de las relaciones interpersonales, de los valores culturales y ambientales de los que se nutre. Es, por esta misma razón, un camino de ida y vuelta sobre la realidad, extraordinariamente sensible a los cambios, que en la actualidad sufre un proceso de transformación global, que combina todas las claves de nuestro tiempo (p. 18).

Estos cambios se evidencian en Internet al constatar que hay innumerables sitios web que han abordado la temática del turismo, por ser esta una industria creciente que aporta importante retribuciones. Es por ello que, a su vez, también se pueden observar diversas publicaciones digitales que se relacionan con este tema.

## **2.3. Publicaciones digitales**

### **2.3.1. Definición de publicaciones digitales**

El mundo va girando y consigo va surgiendo una serie de cambios que responden al resultado de un proceso de evolución natural propia de las sociedades. Esta serie de transformaciones dan origen a nuevos fenómenos, como es el caso de la transición de lo impreso a lo digital o, como en su momento lo fue, el paso de los textos manuscritos a los impresos.

Este cambio no solo significó la modificación del soporte profesional, sino que revolucionó los procesos de elaboración de la producción, difusión y legitimación de la información, afectando a todos los involucrados (autores, editores, profesionales de la información, etcétera) y obligándolos a sumergirse en un espiral de actualizaciones, que se fueron superando por la necesidad de abrir espacios a las nuevas versiones digitales.

Actualmente, hablar de las publicaciones digitales implica considerar que este fue un proceso que nació como alternativa de las publicaciones impresas, cambio que se inició a partir de la década de los años noventa. Es por ello que se partirá desde la definición de publicación impresa: “Es todo material escrito, que utiliza papel como portador, que representa su contenido de manera lineal, que asume principalmente la forma de revista, libro, folleto o periódico, que se distribuye total o parcialmente mediante copias o ejemplares...” (Hechavarría, 1997, p. 36).

Las publicaciones digitales, al ser descendientes de las publicaciones impresas, retoman conceptos básicos de sus antecesoras como son: organización, presentación y estructura de la información. Pero, obviamente, se incorporan nuevas características propias y particulares del medio digital que le agregan al usuario una mayor capacidad para manipular la información.

Por su relativa creación reciente es difícil encontrar una unificación de criterios en cuanto a la conceptualización y clasificación, caso contrario al que sucede con los materiales impresos. Debido a esto se empezará por analizar algunos acercamientos al término.

Se ha de entender a la publicación electrónica como “la preparación de documentos por medios digitales para su distribución en diversos formatos y medios electrónicos...” (Pérez, 1998, p.118). En este sentido, se deduce que se trata de la elaboración o adaptación de informaciones que se montan en versiones digitales para su distribución digital.

Hechavarría (1997, p.36) también agrega que la publicación electrónica se refiere a “una forma superior de publicación, soportada en medios electrónicos y que apoyada en las posibilidades de los programas modernos para el tratamiento y acceso de la información ofrecen vastas facilidades de interacción hombre/publicación de manera local mediante la red”.

La norma internacional Descripción Bibliográfica Internacional Normalizada (ISBD) define así el recurso electrónico: "Material codificado para ser manipulado por ordenador. Incluye materiales que requieren la utilización de un periférico conectado a un ordenador y los servicios en línea".

Podemos entonces incluir todas las características citadas y resumir que las publicaciones digitales son aquellos documentos adaptados o elaborados para ser procesados por programas de computadoras, que le aportan elementos de interactividad a la información suministrada.

Es importante mencionar que en la actualidad el medio electrónico es el más utilizado para publicar trabajos y entre otras opciones, ya que su distribución y alcance es sobresaliente. Por ello, antes de explicar cada una de las publicaciones digitales, se hace pertinente resaltar cómo debe ser la redacción en ellas.

### **2.3.2. En cuanto a la redacción en sitios web**

Según expertos consultados y especialistas entrevistados durante la ejecución de este trabajo de grado, el éxito de cualquier sitio web, o publicación digital, radica en el diseño, el impacto visual, la comunicación con los usuarios y en la redacción o tratamiento que se le dé a la información del tema en estudio.

Así lo confirma Salaverría (2005, p.148), quien señala cinco niveles de redacción al momento de publicar alguna información en el mundo digital:

En el primer nivel está lo que define como “*flashes* informativos”. En estos se suele ofrecer una información sintetizada, sin posibilidad de amplificación alguna. Explica que son muy usadas para dar noticias de última hora.

El segundo nivel contiene las noticias simples compuestas de dos enlaces; el primero se presenta en forma titular, acompañado de un breve resumen, y el segundo se encarga de llevar el cuerpo completo de la noticia.

En el tercer nivel, Salaverría ubica al contenido con documentación. Por otra parte, en el cuarto nivel está el contenido con análisis por parte de algún experto en forma de columnas personales, críticas o, incluso artículos editoriales en nombre del medio o sitio web.

Y por último, el quinto nivel es la capa dialógica, los comentarios, en donde la elaboración de la información puede pasar también a manos de los lectores. En este entraría la participación de los usuarios y la comunicación que se necesita entre un formato digital y su público.

Estos niveles de redacción deben cumplirse en cada una de las distintas publicaciones digitales que se explicarán en el próximo apartado, para así lograr obtener mayor penetración en el público deseado.

### **2.3.3. Clasificación de publicaciones digitales**

Año tras año lo digital va abriendo paso en detrimento de los métodos tradicionales que han cedido ante la inminente conquista de lo electrónico. Elementos como la interactividad, el mayor alcance, la rentabilidad de los costos, variabilidad en la presentación e innovación, han significado importantes ventajas que han inclinado el favoritismo de los usuarios hacia las publicaciones digitales.

Por ello, han surgido grandes cantidades de variables de publicaciones digitales y se han diversificado para invadir la mayoría de los ámbitos, al punto de representar en la actualidad la principal fuente de información.

Se considera pertinente mencionar la clasificación de publicaciones digitales, ya que será un elemento útil para enmarcar y puntualizar los alcances que contempla *Maracay Sin Límites*, al igual que es importante distinguir este sitio web de otros tipos de publicaciones digitales existentes. Para ello, puntualizaremos en el artículo escrito por Woehr, D. Tipos de publicaciones digitales. Extraído el día 18 de junio de 2014, desde [http://www.ehowenespanol.com/tipos-publicaciones-digitales-lista\\_383012/](http://www.ehowenespanol.com/tipos-publicaciones-digitales-lista_383012/), ya que es sumamente sencilla y completa.

### ***E-books*: libros electrónicos**

Son versiones electrónicas de los libros impresos tradicionales. Estos benefician a los usuarios, ya que ocupan menos espacio, y también benefician a los escritores y editoriales debido a que el costo de producción es mucho menor que el de los libros impresos.

### **Folletos digitales**

Este tipo de publicaciones digitales se puede encontrar en los sitios web de las compañías. Usualmente, los consumidores pueden descargarlos en versión PDF, haciendo que sean una herramienta conveniente y efectiva que ofrece mayor rentabilidad.

### **Revistas digitales**

Estas son la contra-parte electrónica de una revista impresa, destacándose en relación al contenido que agrada a determinadas audiencias. Están disponibles en la red en dos modalidades: gratuitas o pagas.

### **Periódico digital**

Es una versión del periódico impreso, pero más sencilla, económica, interactiva y dinámica, ya que proporciona a los lectores elementos de multimedialidad que ayudan a facilitar la lectura y entendimiento del texto.

### **Presentaciones**

Las presentaciones más populares son *Flash* y *Power Point*, ya que ambas pueden ser entregadas vía *online* o por correo electrónico.

## **Blogs**

Este tipo de publicaciones digitales son utilizados para comunicar la vida personal del escritor o para entregar información a una audiencia acerca de un tema determinado. Se ha dicho que el uso de los blogs ha muerto. Sin embargo, en Internet se pueden encontrar ejemplos de blogs como el de Steve Pavlina, Darren Rowse o Yaro Starak. De igual forma, se dice que la clave del éxito en esta área es tratar contenido fresco e interesante.

## ***E-cards*: tarjetas electrónicas**

Son tipos de tarjetas que pueden enviarse sin costo alguno, que generalmente contienen mensajes personales. En algunas ocasiones son utilizadas para ofrecer servicios profesionales, siendo la versión digital de las tarjetas de presentación.

## **Álbumes digitales de fotos**

Los álbumes digitales de fotos se pueden encontrar en sitios como *Flickr* y *Shutterfly*. Otro tipo de álbum digital, el álbum digital de recortes, puede crearse con un software especializado para ello. Esto permite ahorro en cuanto a tiempo y dinero.

### **2.3.4. Publicaciones digitales en Venezuela**

Luego de conocer las clasificaciones de las publicaciones digitales que se encuentran a la vanguardia en las principales potencias internacionales, es importante enfatizar que en Venezuela muchas de las mencionadas no se han desarrollado ampliamente.

En nuestro país, ha crecido vertiginosamente el público que visita las publicaciones digitales, pero se puede observar cómo hay muchos consumidores y pocos productores de información; y es allí cuando se observa el problema que señala Trejo (2001) en la Sociedad de la Información, al afirmar que “Internet sigue siendo poco utilizada. La gran mayoría de sus usuarios son consumidores pasivos de los contenidos que ya existen en Internet”.

Al realizar una búsqueda en Internet podemos encontrar innumerables revistas digitales, variados periódicos, infinidad de *blogs* y distintas presentaciones que fueron elaboradas en nuestro país, pero al hacer una revisión exhaustiva sobre el contenido de cada una de las publicaciones digitales, encontramos que la gran mayoría de estas ofrecen informaciones que se enmarcan en el concepto de ciudadanía pasiva que propone Trejo (2001) en la Sociedad de la Información:

### **2.3.5. Ciudadanía pasiva**

La dispersión y abundancia de mensajes, la preponderancia de los contenidos de carácter comercial y particularmente propagados por grandes consorcios mediáticos y la ausencia de capacitación y reflexión suficientes sobre estos temas, suelen aunarse para que en la Sociedad de la Información el consumo prevalezca sobre la creatividad y el intercambio mercantil sea más frecuente que el intercambio de conocimientos. No pretendemos que no haya intereses comerciales en los nuevos medios –al contrario, ellos suelen ser el motor principal para la expansión de la tecnología y de los contenidos–. Pero sí es pertinente señalar esa tendencia, que se ha sobrepuesto a los proyectos más altruistas que han pretendido que la Sociedad de la Información sea un nuevo estadio en el desarrollo cultural y en la humanización misma de nuestras sociedades (p.3).

Debido a esta afirmación de Trejo, se ha hecho necesaria la incursión de nuevos productores que se aventuren a la creación de publicaciones digitales y sitios web que puedan cambiar el paradigma de que la mayoría de los usuarios son simples consumidores de información.

Para que surja este cambio, no se debe abocar a la creación espontánea, sino al conocimiento de la teoría de diseño que permitirá crear eficientemente un sitio web de calidad y de agrado y utilidad para los ciberusuarios.

## **2.4. Diseño de un sitio web**

### **2.4.1. Conceptualizaciones generales sobre el diseño gráfico**

Antes de entrar en detalles sobre el diseño de un sitio web, se hace necesario explicar en qué consiste el diseño gráfico, ya que esta es la base de cualquier tipo de diseño que se vaya a emplear sobre algún proyecto.

De acuerdo a Mariño (2005, p. 27), experto en diseño de sitios y páginas web, el diseño gráfico hace referencia a aquella combinación del arte y de la tecnología, la cual se encarga de comunicar una idea a una audiencia determinada. Pues es aquella disciplina que satisface esas necesidades de comunicación visual.

A su vez, según la especialista en diseño y co-fundadora de la Escuela de las Artes Visuales (*School of Visual Arts*) Twemlow (2007), este concepto se trata de una herramienta útil que se encuentra conectada a múltiples elementos que son fundamentales para la producción cultural de la actualidad: ética, identidad, comunicación y multimedia.

Ahora bien, luego de haber definido algunos conceptos, es necesario profundizar en temas más específicos, en aquellos que explicarán la teoría de la realización de este producto comunicacional, la teoría de este sitio web.

### **2.4.2. El arte del diseño web**

Luego de distintas investigaciones, se puede decir que el diseño web es una actividad multidisciplinaria que se alimenta de fuentes como el diseño gráfico y las artes visuales. Es absolutamente digital, pues se elabora a través de ordenadores, y funciona bajo distintos sistemas informáticos.

Igualmente, hay que tener en cuenta que, según Mariño, todo el proceso de diseño web debe estar conducido por el usuario, es decir, por las necesidades, características y objetivos de esta persona.

Por otro lado, la diseñadora gráfica del Instituto Arts de Caracas, Desireet Guzman, explica que “lo fundamental en el diseño de un sitio web es que sea sustentable

técnicamente y que su funcionamiento sea óptimo”. (D. Guzmán, entrevista personal, 10 de agosto de 2014).

Además de estos conceptos, el diseñador gráfico y especialista en diseño web César Milán, asegura que para que un sitio web tenga éxito es necesario destacarse en la presentación de contenidos y en el aspecto visual del mismo.

Por este mismo motivo, Mariño, experto en diseño web, afirma que existen cinco áreas imprescindibles en las facetas del diseño de un sitio web:

- **Contenidos:** Son los datos. Estos van desde cómo debe ser redactados hasta cómo deben estar organizados y presentados.

- **Aspecto visual:** Los elementos que entran dentro de esta categoría son la distribución de textos, el color que se utilizará, la fuente, los sonidos, las tablas y los gráficos.

- **Programación:** Se refiere al conjunto de instrucciones que permite la interactividad de un sitio web. Es decir, son aquellos comandos o acciones que se ejecutarán cuando se proceda a alguna acción, por ejemplo, al crear un nuevo correo electrónico al momento de hacer clic sobre “Contacto”.

Además, según el ingeniero en computación Andrés Guerrero, dicha programación es un proceso en el que se lleva a cabo la codificación de programas computacionales.

- **Almacenamiento y distribución por la red:** Este aspecto trata sobre la incorporación de las páginas web de dicho sitio web a un servidor, ya que sin esta acción no sería posible la participación de los usuarios.

Pues, y es que según Mariño, un servidor es un ordenador con un programa informático, el cual se encarga de atender - de manera rápida y eficaz- las necesidades de los usuarios y de enviarles la información correspondiente.

- **Finalidad de la Web:** Se relaciona estrechamente con el propósito u objetivo que esta persigue, ya sea económico, divulgativo, personal, entre otros fines.

Para crear un sitio web, no solo es cuestión de tomar en cuenta estas áreas de diseño, sino de cumplir con ciertos factores que especialistas en el tema aseguran que son necesarios para lograr el éxito del mismo.

### **2.4.3. Factores que conducen al éxito de un sitio web**

**-Usabilidad:** “Es una característica que mide qué tan intuitiva y fácil de usar es una página web para el usuario común” (Nielsen, 2000, p.1).

**- Interactividad:** Sábada (2000, p.142), comunicadora social y analista del impacto de Internet en los medios de comunicación durante la red de investigación europea COST A20, afirma que dicha característica es aquella potencialidad de un sistema tecnológico de favorecer procesos comunicativos eficientes, permitiendo así la presencia de elementos que hacen análoga la comunicación mediada por la tecnología al diálogo. Se puede decir que es un modo de diálogo entre el ordenador y un usuario.

**- Navegabilidad:** La capacidad que tiene el usuario de desplazarse por un sitio web en cuestión. “Una buena navegabilidad se da cuando un usuario consigue en la página de inicio- y en el resto del sitio web- una buena accesibilidad de enlaces que le conducen a lo que está buscando” (Alonso, 200, p.5).

Continuando con los aspectos indispensables que debe reflejar un sitio web, se hace ineludible exponer aquellas etapas por las que se deben ir atravesando para llevar a cabo el proceso –de inicio a fin- del diseño y creación de este proyecto digital.

### **2.4.4. Dándole forma al sitio web**

De acuerdo a García (2002), especialista en ejecuciones de sitios web, el proceso de creación de un sitio web debe estar conducido por una serie de fases que, aunque acá se presenten de forma cronológica, deben ir desarrollándose en paralelo, para así poder garantizar el éxito del mismo.

### **Primera fase: Planificación**

En esta etapa inicial se debe determinar el equipo de trabajo con el cual se va a laborar. Sencillamente, aquel conjunto de profesionales que estarán a cargo de la concepción, construcción, evaluación y mantenimiento del sitio web.

El paso inmediato a este sería recabar la información necesaria, tanto teórica como técnica, que ayudará a sustentar y nutrir dicho proyecto digital. Aunado a estos dos pasos, se debe pensar en la misión y objetivos del sitio, determinar el target al que va a ir dirigido, y establecer un plan de trabajo que guíe las acciones futuras del equipo.

### **Segunda fase: Concepción**

En este apartado, García señala que se deben determinar las políticas de acción que sustenten la calidad del proyecto, es decir, saber manejar aquellas características relacionadas a la arquitectura y al diseño de la información.

Afirma que, a su vez, se deben establecer los contenidos, determinar la estructura de los mismos y estipular el formato gráfico a utilizar, cuyo objetivo debe estar centrado en el usuario y su accesibilidad.

### **Tercera fase: Evaluación**

“Una vez que un sitio web ha sido planeado y concebido, corresponde su materialización en una estructura tentativa a ser analizada y confrontada con los propósitos iniciales, antes de ser puesta a dominio público” (García, 2002).

Al mismo tiempo, será necesario acordar las condiciones técnicas del servidor y las normas de seguridad que garanticen la parte operativa. Como por ejemplo, las diversas formas de visualización según los distintos navegadores.

Luego de haber cumplido con todas las etapas, se procedería a la actualización de la información y a la promoción del sitio. Esto en caso de querer que el proyecto vaya más allá de un trabajo de grado.

Sin embargo, esté más allá de o no, el consultor de usabilidad Bruce Tognazzini (2014) asevera que existe una lista de ciertos principios que se deben tener en cuenta al momento de diseñar un sitio interactivo.

#### **2.4.5. Tognazzini y los principios básicos para el diseño de un sitio web**

**Anticipación:** Todo sitio web debe anticiparse a las necesidades del usuario. Sin ello no se estaría adaptando a las verdaderas necesidades del mismo.

**Autonomía:** Los usuarios deben tener el control sobre dicho sitio. Estos se sentirán más cómodos si trabajan sobre un espacio en el que son dueños del control.

Los **colores** han de utilizarse con precaución para evitar problemas de distinción al navegar en cualquiera de las páginas web.

**Reversibilidad:** Es de suma importancia que dicho sitio permita deshacer las acciones realizadas.

**Reducción del tiempo de latencia:** Hace posible optimizar el tiempo de espera del usuario, permitiendo la realización de otras actividades mientras se completa la previa e informando al usuario del tiempo pendiente para la finalización de la tarea.

**Aprendizaje:** Los sitios web deben requerir un mínimo proceso de aprendizaje y deben poder ser utilizados desde el primer momento en que se ingresa en él.

La **protección** del trabajo de los usuarios es prioritario, se debe dar plena seguridad de que los usuarios nunca van a perder su trabajo como consecuencia de un error.

**Legibilidad:** El color de los textos debe contrastar con el del fondo, y el tamaño de fuente debe ser suficientemente grande.

**Interfaz visible:** Se deben evitar elementos invisibles de navegación que han de ser inferidos por los usuarios, como por ejemplo, menús desplegados, indicaciones ocultas, entre otras funciones.

Además, el experto en usabilidad y co-fundador de *Nielsen Norman Group*, Nielsen (1995), explica que los 10 principios heurísticos de usabilidad que redactó en esa época son

fundamentales para el diseño web, ya que con estos se pretende evaluar la experiencia que tiene un usuario al interactuar con un sitio web.

Por ello, se debe tomar en cuenta lo estudiado por este famoso ingeniero:

- Tratar, en lo posible, de que un sitio web no produzca un resultado inesperado. Por ejemplo, no debe alojar un error al momento de querer ingresar a cualquiera de las direcciones electrónicas.

- Mantener informado al usuario de lo que está viendo, estudiando u ocurriendo dentro del sitio web que se quiera construir.

- Proveer un *feedback* a los usuarios y evitar tratarlos de manera hostil. Todo sitio web es pensado para ellos, y para ellos lo mejor.

Así como Nielsen asegura que la comunicación con el usuario es indispensable para el éxito de un sitio web, la comunicadora social, especialista en información sobre medios de comunicación e Internet y autora de “Internet para periodistas”, Silvia Cobo, afirma que el trato y la presentación de la información que se publicará en el mismo es un tema que no se debe dejar por fuera.

#### **2.4.6. Información en los sitios web**

“Los lectores desean saber qué pasa tan pronto la historia comienza a desenvolverse. Si es interesante, prestarán atención. De otra forma, se irán a otra parte. La gente está muy ocupada para detenerse sin ninguna recompensa” (Mencher, 2000).

Por ello es que Franco (2008) afirma que [la redacción de textos en la Web debe ser siguiendo la construcción de la pirámide invertida. Añade que la estructura de la misma consiste en comenzar el texto con la información más importante y después ir en orden decreciente de importancia].

Asimismo, Mencher, profesor de periodismo en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, Nueva York, asegura que [los elementos que forman la estructura de esta pirámide invertida son la entrada o el *lead* (donde se responden algunas

de las WH), el texto que se encargará de ampliar esa entrada, los párrafos de contexto y el material secundario o menos importante].

Por otra parte, Cobo (2012) señala que cuando se habla de escribir en la Web, [se debe tratar de aprender a combinar las palabras, enlaces, imágenes y todos aquellos tipos de elementos multimedia que se ordenan en función de una comunicación rica y eficaz]. A su vez, añade que para que el texto a redactar sea el adecuado y tenga éxito, se deben tomar en cuenta tres características fundamentales:

**La multimedialidad**, aquella que se entiende como la cualidad de combinar distintos códigos informativos (audio, video, texto, imagen, gráfico...) en un mismo discurso.

**La hipertextualidad**, aquella que se refiere a la capacidad que tiene un texto de albergar en otro. Esta permite la estructura no lineal del texto en la Web, de darle varias dimensiones.

Y, como ya se había mencionado anteriormente, **la interactividad**, aquella que permite que un usuario se relacione con el emisor y, a su vez, que elija una ruta de navegación.

Ahora, tomando en cuenta que actualmente vivimos en una sociedad virtual, es decir, en una sociedad que se rige a interacción constante con el mundo digital, es importante sacarle provecho y trabajar en ello. Y qué mejor manera de hacerlo que tratando diversos temas en la red, específicamente el tema turístico y de recreación de la ciudad de Maracay del estado Aragua, que es el que interesa profundizar en dicho trabajo especial de grado.

## **2.5. Turismo en Venezuela**

Este capítulo se enfocará en visualizar el gran potencial turístico que tiene Venezuela, haciendo énfasis en los atractivos que ofrece la ciudad de Maracay y revelando algunos de los elementos que nos incentivaron a crear el sitio web dedicado a promocionar la recreación y el turismo en esta metrópolis.

Según Hunziker y Krapf (1942), turismo “es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”.

“Venezuela es un país mágico, de facciones heterogéneas y hasta contrastantes en cuyo variado paisaje podemos toparnos a la vez con el hombre y el peñasco convertido en enigma”, (Mandini, 1990, p.1), así es como el autor describe las bondades que encubre el territorio nacional.

La realidad de los hermosos paisajes que alberga Venezuela ya nos es un secreto, ya que con el pasar de los años, las playas y la biodiversidad de la tierra de Bolívar, se han popularizado en todo el mundo, y miles de turistas visitan anualmente el país.

Según el informe titulado “Estadísticas Básicas de la Actividad Turística”, publicado por el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) en el 2013, desde el año 2011 la llegada de visitantes internacionales ha aumentado vertiginosamente y en el año 2013 se registró 1.084.774 de visitas.

En dicho informe se destaca que 398.250 de las visitas fueron con fines de “recreación y vacaciones”, evidenciando así que muchos de los turistas eligen como destino a Venezuela en búsqueda de atractivos naturales y de diversión.

El documento: “El turismo en Venezuela”. Extraído el 13 de junio de 2014, desde <http://venaventours.com/venezuela/turismo>, afirma que el turismo en Venezuela se ha desarrollado considerablemente en las últimas décadas, particularmente “por su favorable posición geográfica, la variedad de paisajes, la riqueza de la flora y fauna, las manifestaciones artísticas y el privilegiado clima tropical del país, que permite disfrutar de cada región (especialmente las playas) durante todo el año”.

Las bondades turísticas del país son indudables, no sólo por poseer maravillas naturales, como es el caso de El Salto Ángel, sino por la simpatía de su gente y la belleza de sus mujeres, permitiendo así la atracción de los turistas y posicionando a Venezuela como un destino predilecto.

### **2.5.1. Bases legales del turismo en Venezuela**

El turismo en nuestro país ha sido una actividad económica que se ha ido desarrollando durante muchos años, exigiendo así su contemplación dentro de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, específicamente en el artículo 310. Según el documento extraído el 10 de julio de 2014, desde <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Venezuela/Leyes/constitucion.pdf>, esta Ley desarrolla el concepto de turismo de la siguiente manera:

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.

A pesar de ello, esta actividad ha ido evolucionando lentamente y durante mucho tiempo se pasmo jurídicamente, debido a que no solo bastaba con estar presente en la Carta Magna, sino que se le debía dar la importancia que ameritaba y fortalecerla con la armazón legal, que realmente permita el desarrollo del turismo.

Paulatinamente se fueron observando cambios e iniciativas en favor de delimitar jurídicamente la actividad en el país. El principal avance se constituyó el 13 de noviembre de 2000, cuando se publicó en gaceta oficial N° 37.076, el Decreto con fuerza de la Ley Orgánica de Turismo, teniendo como objetivo el regular la actividad turística como factor de desarrollo económico y social del país, mediante el establecimiento de normas que garanticen la orientación, facilitación, el fomento, la coordinación y el control de la actividad turística como factor de desarrollo económico y social del país, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en esta actividad. Asimismo, regular la organización y funcionamiento del Sistema Turístico Nacional.

Esta Ley, que aún tiene vigencia y que engloba el marco legal del turismo en Venezuela, establece el rango de acción de cada sector, las competencias, deberes y derechos, al igual que conceptualizó cada uno de los organismos que participan en la actividad turística.

En tal sentido, es pertinente conocer a profundidad cada una de las instituciones que integran la actividad turística en Venezuela, ya que uno de los objetivos del sitio web *Maracay Sin Límites* es incentivar el turismo en la región.

Según la Ley Orgánica de Turismo, el Sistema Turístico Nacional está conformado por:

- Sector público (Ministerio del Poder Popular para el Turismo, entes autónomos o descentralizados de carácter nacional, los entes de los estados o municipios).
- Sector mixto (Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística, y los Fondos Mixtos Estadales de Promoción y Capacitación para la Participación Turística).
- Sector privado (Consejo Superior de Turismo, los prestadores de servicios turísticos y sus asociaciones).
- Las personas usuarias y consumidores de turismo.
- Las instituciones de educación turística formal.

En los siguientes cuadros se darán a conocer las definiciones y competencias de los entes mencionados anteriormente:

**- Ministerio del Poder Popular para el Turismo**

<b>Institución</b>	<b>Definición</b>	<b>Competencias</b>
<b>Ministerio del Poder Popular para el Turismo</b>	Es el órgano rector y máxima autoridad administrativa, encargado de formular, planificar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar las políticas, planes, programas, proyectos y acciones estratégicas destinadas a la promoción de Venezuela como destino turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La promoción de la inversión turística en las actividades del sector público.</li> <li>• El desarrollo turístico vinculado con el sector público.</li> <li>• El registro, certificación y control turístico de las actividades del sector público.</li> <li>• Elaborar el Plan Nacional Estratégico de turismo conforme a los planes de desarrollo económico y social del Ejecutivo Nacional.</li> <li>• Coordinar el Plan de acción del Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística.</li> <li>• Dirigir el funcionamiento del Sistema Turístico Nacional.</li> <li>• Dictar las resoluciones ejecutivas y demás actos administrativos de efectos particulares o generales a que haya lugar en materia turística.</li> </ul>

**- Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística**

<b>Institución</b>	<b>Definición</b>	<b>Competencias</b>
<b>Instituto Autónomo Fondo</b>	Es un Instituto autónomo con personalidad jurídica,	Organizar programas de formación y capacitación turística, con el objeto de

<p><b>Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística</b></p>	<p>adscrito al Ministerio de Turismo, el cual tiene por objeto administrar los recursos obtenidos, destinándolos a la promoción nacional e internacional de Venezuela como destino turístico, así mismo la formación de recurso humano para la prestación de servicios turísticos.</p>	<p>crear escuelas y centros de educación y capacitación para la formación de profesionales y técnicos para la actividad turística.</p> <p>Promover la enseñanza turística al nivel de la educación superior y de postgrado en instituciones públicas y privadas, dirigidas al personal que labora en el sector.</p> <p>Fomentar la creación de hoteles escuelas con el objeto de cubrir las necesidades de formación de los recursos humanos del sector turismo.</p> <p>Apoyar la formación turística mediante becas y otros beneficios.</p>
--	--	--

**- Actividad turística de los estados y municipios**

<p><b>Actividad turística de los estados y municipios</b></p>	<p>Los estados y municipios deben fomentar la actividad turística en sus planes de desarrollo conforme a los lineamientos y políticas dictadas por el Ministerio de Turismo. En el ámbito de su competencia deben desarrollar las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Impulsar la ejecución de sus planes, programas y proyectos turísticos.</li> <li>-Propiciar el establecimiento de centros de información y servicios turísticos.</li> <li>-Incentivar y promover a los pequeños y medianos inversionistas prestadores de la actividad turística así como a las organizaciones de usuarios y consumidores turísticos.</li> <li>-Elaborar, actualizar y publicar el inventario de atractivos</li> </ul>
---	--

	<p>turísticos y el catálogo turístico estatal.</p> <p>-Proteger la integridad física del turista y sus bienes con la colaboración de la seguridad ciudadana.</p> <p>-Coordinar un plan de señalización local con énfasis en los sitios de interés turístico, histórico, cultural o natural.</p>
--	---

**- Centros de información turística**

<b>Institución</b>	<b>Competencia</b>
<b>Centros de información turística</b>	<p>-Orientación geográfica.</p> <p>-Asesoramiento general.</p> <p>-Asesoramiento sobre los derechos de los turistas.</p> <p>-Recepción de quejas y reclamos.</p>

**- Consejo Superior de Turismo**

<b>Institución</b>	<b>Definición</b>
<b>Consejo Superior de Turismo</b>	<p>Está integrado por asociaciones nacionales de los prestadores de servicios turísticos. Estos colaboraran con el Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación y con el Ministerio en todo lo referente a datos estadísticos de la actividad, vigilancia, la calidad y el mantenimiento de los servicios turísticos.</p>

**- Prestadores del servicio turísticos**

<b>Personas</b>	<b>Definición</b>	<b>Deberes</b>	<b>Derechos</b>
<b>Prestadores del servicio</b>	Las personas que realicen en el país	Inscripción en el Registro Turístico Nacional y obtener	-Incorporación en los planes de promoción

<b>turístico</b>	<p>actividades turísticas tales como: guiatura, transporte, alojamiento, recreación, alimentación y suministro de bebidas y otro servicio destinado al turista.</p> <p>-Las personas dedicadas a la organización, promoción y comercialización de actividades turísticas.</p> <p>-Los profesionales del turismo y aquellas personas jurídicas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos.</p>	<p>la autorización, permiso o licencia correspondiente.</p> <p>-Prestar el servicio conforme a las condiciones ofrecidas de calidad, eficiencia e higiene.</p> <p>-Darle preferencia en la contratación del personal a los profesionales venezolanos egresados de institutos especializados en el área de turismo.</p> <p>-Tener a disposición del turista un libro de sugerencias y reclamos.</p> <p>-Cumplir con lo ofrecido en la publicidad o promoción de los servicios turísticos.</p>	<p>turística del Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística.</p> <p>Beneficios en otorgamientos de créditos destinados en la ejecución de proyectos turísticos.</p> <p>-Disfrute de incentivos y beneficios que sean acordados en la presente Ley.</p>
------------------	--	--	---

**- Turistas o usuarios turísticos**

<b>Personas</b>	<b>Definición</b>	<b>Deberes</b>	<b>Derechos</b>
<b>Turistas o usuarios turísticos</b>	<p>Son todas aquellas personas naturales que viajen fuera del lugar de residencia, que</p>	<p>Cumplir con la Ley.</p> <p>Respetar el patrimonio cultural, natural e histórico de las comunidades, así</p>	<p>Obtener información objetiva, exacta y completa sobre las condiciones, precios y facilidades que le ofrecen los prestadores del servicio turístico.</p> <p>Recibir los servicios turísticos en las condiciones y precios contratados.</p>

	recorra el país o visite un lugar por interés histórico, artístico, natural, en forma temporal con fines de esparcimiento y recreación	como costumbres, creencias y comportamientos.	Gozar de servicios turísticos en condiciones óptimas de higiene. Obtener los documentos que acrediten los términos de su contratación y las facturas correspondientes a los servicios turísticos.
--	--	---	---

#### - Instituciones de educación turística formal

Institución	Definición
<b>Instituciones de educación turística formal</b>	El Ministerio de Turismo conjuntamente con el Ministerio de Educación Cultura y Deporte debe elaborar planes y programas tendentes a la formación turística en los estudios de instrucción básica, para ser ejecutados por el Instituto Autónomo Fondo Nacional de Promoción y Capacitación para la Participación Turística.

#### Régimen Sancionatorio

La Ley Orgánica de Turismo también prevé sanciones administrativas en caso de infracciones por parte de los prestadores de servicio turístico entre las cuales tenemos:

Serán sancionados con multa entre Quinientas 500 y dos mil 2000 unidades tributarias:

- Quienes presten servicio turístico sin la inscripción en el Registro Turístico Nacional o sin haber obtenido permiso, licencia o autorización.
- No presten servicio turístico de acuerdo con las condiciones contratadas con el turista o usuario turístico.
- Falsifiquen la inscripción en el Registro Turístico Nacional.
- Presten servicios sin cumplir con las condiciones de calidad, precios, eficiencia e higiene.

- Hagan publicidad y promoción falsa o engañosa.

Cuando los prestadores de servicio incurran por segunda vez en el transcurso de un 01 año en estas infracciones será revocada la inscripción en el Registro Turístico Nacional, los permisos y licencia.

Serán sancionados con multa entre cien 100 y mil 1000 unidades tributarias:

- Quienes no tengan a disposición del turista el libro de sugerencias y reclamos.
- Contraten personal que carezca de preparación académica para la prestación del servicio turístico.
- No faciliten el libro de supervisión.

Cuando se incurra por segunda vez en el transcurso de un 01 año en estas infracciones le serán suspendidas temporalmente las licencias, permisos, autorizaciones otorgadas por un lapso de 1 mes a 3 meses.

Serán sancionados con multa entre cincuenta 50 y Quinientas 500 unidades tributarias:

- Cuando no anuncien en lugares visibles y de fácil acceso sus precios, tarifas y servicios.
- No expidan o entreguen al turista las facturas por los servicios prestados.

En caso de reincidencia en estas infracciones, serán incrementadas las multas en un cien 100 %, en caso de concurrencia por segunda vez será incrementada en un doscientos 200 %.

Asimismo, se podrá proceder al cierre definitivo del establecimiento a quienes presten servicios turísticos sin la previa inscripción en el Registro Turístico Nacional o sin haber obtenido licencia, permiso o autorizaciones necesarias así como también cuando simulen la inscripción en el Registro Turístico Nacional.

### **Incentivos para el fomento de la actividad turística**

El Presidente de la República en Consejo de Ministros podrá otorgar a los prestadores de servicios turísticos que cumplan con la normativa vigente los siguientes incentivos:

1. Rebaja del impuesto sobre la renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75 %) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas a la construcción de hoteles,

hospedajes y posadas; a la prestación de cualquier servicio turístico o a la formación y capacitación de sus trabajadores. Igual beneficio se podrá obtener cuando la inversión esté destinada a la ampliación, mejora, equipamiento o al reequipamiento de las edificaciones o servicios turísticos existentes, previa calificación en todo caso del Ministerio del ramo o cuando la misma tenga como destino la adaptación de las instalaciones o servicios, a requerimientos de calidad y desempeño, establecidos por el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos.

La rebaja aquí establecida deberá ajustarse a las previsiones contempladas en la Ley de Impuesto Sobre La Renta, y procederá incluso cuando se trate de conversión de deudas en inversión, y requerirá en todo caso la calificación respectiva por parte del Ministerio del ramo.

2. Rebaja del Impuesto Sobre la Renta calculada hasta un setenta y cinco por ciento (75 %) del monto incurrido en nuevas inversiones destinadas sólo a fines turísticos y de recreación en el área rural o suburbana, en hatos, fincas, desarrollos agrícolas y campamentos. Igual rebaja se podrá obtener cuando la inversión esté destinada a la ampliación, mejoras, equipamiento o al reequipamiento de los servicios turísticos y recreacionales ya existentes en dichos sitios, previa calificación en todo caso del Ministerio del ramo.

La rebaja aquí establecida se ajustará a las previsiones contempladas sobre el particular en la Ley de Impuesto Sobre la Renta.

3. Exoneración de los tributos contemplados en la ley para la importación de buques, aeronaves y vehículos terrestres con fines turísticos, no afectando en ningún caso las políticas de integración.

4. Establecimiento de tarifas preferenciales para el combustible, destinadas a favorecer los buques y aeronaves con fines exclusivamente turísticos.

5. Establecimiento de tarifas especiales por el suministro de servicios públicos a cargo del Estado para los establecimientos de alojamiento turístico cuyos períodos de mayor venta ocurren en determinadas épocas del año.
6. Los municipios fomentarán la actividad turística local, mediante la concesión de incentivos fiscales, a ser previstos en sus ordenanzas y consistentes en exenciones de los impuestos municipales de los cuales el prestador de servicios sea contribuyente.
7. El Ministerio del ramo coordinará y colaborará con los demás órganos de la administración central y descentralizada y el sector privado, a fin de proponer proyectos de leyes especiales destinadas a incrementar los incentivos fiscales cuando así lo considere pertinente para estimular la actividad turística.

Todos estos elementos citados enmarcan las bases jurídicas, las cuales dictan las principales bases legales con las que se rigen las acciones de la actividad turística actualmente en el país. Estos fundamentos se aplican al turismo en general, incluyendo cada una de las modalidades en las que se pueda presentar.

### **2.5.2. Conociendo las modalidades turísticas**

Actualmente, existen muchos tipos de turismo, por lo que para efectos del presente trabajo consideramos imprescindible conocer cada una de ellas, para así poder enmarcar correctamente cada una de las actividades que se realizan en los lugares citados en nuestro sitio web *Maracay Sin Límites*.

La actividad turística está dividida:

#### **2.5.2.1. Según su objetivo**

## **Turismo de Naturaleza o Ecoturismo**

Esta modalidad también es llamada “turismo verde” o “turismo de la naturaleza, ya que consiste en visitar áreas geográficas que posean paisajes naturales inalterados, con el fin de contemplar los atractivos naturales y de lograr un acercamiento con la naturaleza. “El ecoturismo no solo se sustenta en los atractivos naturales, sino que aporta recursos para su soporte, contribuyendo así a su conservación y sostenimiento de las comunidades aledañas, que desarrollan la actividad turística” (Quesada, 2007, p.107).

## **Etnoturismo**

También es llamado “turismo indígena”, y es aquel que se refiere a la visita de lugares donde residen un grupo étnico particular. Según la Organización Mundial del Turismo es la “visita a los lugares de procedencia propia o ancestral”. Consiste por tanto, en “visitas motivadas por el deseo de reencontrarse con su raíces, ya sea en los lugares donde pasó parte de su vida o aquellos donde vivieron los antepasados de la familia” (Bizón, 2004). Además, señala que es un recorrido por las comunidades aborígenes y las mejores propuestas para conectarse con estas culturas ancestrales.

## **Turismo rural**

También conocido como “agroturismo”, es la modalidad que le ofrece al visitante la posibilidad de acercarse a espacios rurales, con el fin de presenciar las actividades propias de cada región asociadas a las producciones agrícolas o ganaderas. “ las actividades agro turísticas son aquellas de recepción y hospedaje ejercidas por los empresarios agrícolas, a través de la utilización de su propio fundo, hacienda o finca, como conexión o complemento respecto a las actividades de cultivo de sus parcelas, de silvicultura, de cría de ganado y de acuicultura, los cuales deben permanecer como actividades principales” (Gabatel, 2009).

## **Turismo cultural**

Esta modalidad surge del objetivo de los visitantes por conocer los aspectos culturales que caracterizan cada región. “El turismo cultural pone en contacto la historia, el patrimonio, las identidades y la cultura de los pueblos, pero para que este proceso sea efectivo se debe concebir como una experiencia respetuosa del diálogo, contacto y aprendizaje intercultural, que implica valorar las culturas en su diversidad, conocerlas y reconocerlas” (Guzmán, 2011).

## **Turismo metropolitano**

Se refiere a la modalidad en donde el turista busca visitar los hitos de las ciudades o de los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreacionales para conocer los patrimonios históricos y los espacios públicos de esparcimiento dentro de las urbes.

## **Turismo histórico**

Este turismo se relaciona con el turismo cultural, se realiza en las zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico y se caracteriza por comprender todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidos por las sociedades. Generalmente los museos son los principales lugares que albergan a los visitantes de esta categoría.

### **2.5.2.2. Según al público al que se destina**

## **Turismo social**

El turismo se ha convertido, desde una perspectiva sociológica, en un elemento más de nuestra vida civilizada y por ello se le acepta como un derecho de todas las personas y no un privilegio de las minorías. Por tanto, con el turismo social se pretende lograr, mediante la regulación, planificación y dotación de las

facilidades y servicios correspondientes, que aquellos sectores de la sociedad cuyos ingresos sean muy reducidos tenga la oportunidad de disfrutar de su derecho a la recreación y hacer turismo (Quesada, 2007).

De igual manera, el turismo social es concebido como una línea estratégica del Ministerio del Poder Popular para el Turismo, cuya teoría aparece en el artículo 48 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Turismo, parágrafo N° 1, el cual lo define como:

... una política de Estado orientada a garantizar a las personas que residen en el país el acceso al ejercicio del derecho al descanso, recreación y aprovechamiento del tiempo libre, en condiciones adecuadas de seguridad y comodidad, para contribuir con el desarrollo del turismo, fundamentalmente entre las unidades familiares con menores niveles de ingresos, población de trabajadores, infantil y juvenil, adultas o adultos mayores, personas con discapacidad y con condiciones especiales y otras que el Ejecutivo Nacional estime prioritario de acuerdo a sus condiciones socio económicas (p.48).

### **Turismo internacional**

Está constituido por dos aspectos, el primero de ello es receptivo, al cual pertenecen todos los extranjeros y nacionales residentes en otros países que visitan una nación distinta a la que habitan, y el segundo, conocido como emisor o emisivo, al cual corresponden todos los nacionales y los residentes extranjeros de un país, que viajan fuera de su territorio (Quesada, 2007).

Según el informe de Estadísticas Básicas de la actividad Turística (2013) suministrado por el Ministerio para el Poder Popular para el Turismo (MINTUR), el turismo receptivo alcanzó la cifra record de 1.084.776 visitas de extranjeros. Mientras que

la cifra del turismo emisor se estipuló en 1. 931.397 venezolanos que salieron del país con destinos internacionales.

### **Turismo regional**

Es el turismo que realizan las personas dentro de una región determinada. El mismo se basa en los acuerdos y convenios entre países hermanos, para así fomentar el intercambio cultural y, a su vez, favorecer el desarrollo de las actividades turísticas, ejemplificados a través de tratados de libre circulación de personas a través de fronteras , por ejemplo: La Comunidad Europea, ALBA , Mercosur, Comunidad Andina, entre otros.

Después de haber explicado cada tipo de turismo, se hace necesario explicar el turismo que vive dentro de la ciudad Maracay del estado Aragua, ya que esta es la región a estudiar para este trabajo de grado.

#### **2.5.3. Una mirada al estado Aragua**

En un fragmento de *Historia del Estado* (2009) extraído el 23 junio de 2014 desde <http://aragua-estadoaragua.blogspot.com/2009/11/historia-del-estado.html>, se reseña que el estado Aragua es conocido como “la encrucijada del centro del país, el encuentro de todos los caminos. La entidad debe su nombre al río Aragua, importante tributario del Lago de Valencia. Fue instituida como provincia por decreto del Congreso Constitucional de Venezuela, el 8 de febrero de 1848”.

De igual forma, el sitio web puntualiza que el estado Aragua es relativamente fácil de describirlo, en cuanto a su relieve se refiere. Al norte se encuentra la costa, muy abrupta, con hermosas bahías, como la de Turiamo y Cata y también, más al este, Choróní y Puerto Maya.

También especifica que más hacia al sur, en el centro aragüeño, se encuentra la cordillera de la Costa, que en este estado corresponde casi en su totalidad al maravilloso parque nacional Henry Pittier, y que entre otras cosas, fue el primer parque nacional de

Venezuela, decretado como tal, durante el gobierno del General Eleazar López Contreras, en 1937.

Por último, al sur, se puede encontrar la depresión del lago de Valencia, con sus llanuras que descienden hasta llegar a los límites con el estado Guárico.

Según cifras oficiales de MINTUR, en el 2013 el estado Aragua fue la octava ciudad más visitada del país, ya que acogió a más de 44.743 personas, entre ellas extranjeros y venezolanos.

Cata, Choroní, el Parque Nacional Henry Pittier y la Colonia Tovar, fueron los principales destinos que potenciaron la actividad turística del estado y representaron el mayor atractivo para los visitantes.

#### **2.5.4. Entrando a la ciudad de Maracay**

Bolívar y Modesto (2001) exponen que Maracay se fundó con la categoría de catedral eclesiástica el 5 de marzo de 1701. Por otra parte, respecto al origen del nombre existen dos versiones: que es una derivación del nombre del cacique Maracaya o que proviene de la voz indígena “maracaya”, que según el historiador Lisandro Alvarado, significa tigre.

Los citados autores agregan que desde su creación, Maracay se ha destacado por una activa participación en todos los procesos políticos que han definido la vida del país. Pues durante los períodos dictatoriales de Juan Vicente Gómez y Marcos Pérez Jiménez, fue centro del poder para la toma de decisiones, siendo aun en la actualidad un terreno determinante en el acontecer nacional y regional.

También es necesario señalar que en el sector industrial, Maracay está muy desarrollada; alberga más de 600 empresas y una inmensa cantidad de locales y centros comerciales.

Cada uno de los elementos mencionados, dan un panorama global de la importancia de Maracay y el papel preponderante que protagonizó en la historia del país. Todos estos factores contribuyen a posicionar esta ciudad como un destino turístico de la actualidad.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Nivel de la investigación

Desde el inicio de la investigación, aquella donde se planteó los pasos y los objetivos consecuentes que se debía desarrollar para la elaboración del sitio web, *Maracay Sin Límites*, se delimitó que la investigación se enmarcaba dentro de la modalidad prospectiva, también conocida como proyecto factible.

Pues según Arias, (2006, p. 134), “los proyectos factibles tratan de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”.

Al considerar esta definición, se detalló la necesidad de crear un sitio web para dar a conocer los sitios turísticos y de entretenimientos de Maracay, a través de un enfoque periodístico, dando así origen a la creación de un nuevo producto profesional.

Dicha necesidad fue percibida al explorar distintos sitios web, tales como: *www.maracayextrema.com*, *www.mcy.com.ve* y *www.culturaaragua.com*. El primero trata meramente sobre los eventos surgidos en la ciudad de Maracay y noticias de farándula nacional e internacional. En cuanto a su diseño, utiliza azul, blanco y negro como base para sus imágenes y presentación de la información. Y, a su vez, presenta interactividad en algunos de sus textos, pero donde resalta esta característica es en las imágenes, que es lo que más identifica a dicho sitio web.

El segundo espacio virtual, *www.mcy.com.ve*, es un sitio que cuenta con diversas páginas web, cuyos contenidos tratan sobre los sitios turísticos de Aragua en general, y donde la interactividad no prevalece. El mismo utiliza verde, blanco y negro para su impacto visual y está sobrecargado de información, que si de ciberespacio se trata, debería ser más breve e interactivo.

Por último, [www.culturaaragua.com](http://www.culturaaragua.com) alterna videos y textos sobre la cultura aragüeña, en donde el verde, el azul y negro resaltan como sus tonos propios. Es sencillo e interactivo, pero suele tornarse poco contagioso e impactante.

Por otra parte, para poder identificar los sitios turísticos y de recreación más importantes de la ciudad de Maracay, se delimitó que el tipo de investigación realizado en esta etapa es descriptivo. Pues según Arias (2006), este tipo de investigación consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

Para la parte final de este trabajo de grado, aquella donde se determinaron y aplicaron las características de diseño y las distintas formas de presentación de la información del sitio web *Maracay Sin Límites*, se procedió a hacer un estudio explicativo. Tal y como lo plantea Arias, esta fase es la que muestra el resultado final de una investigación.

### **3.2 . Diseño de investigación**

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias, 2006).

Citado esto, se sostiene que la primera parte de la tesis consistió en un diseño de investigación documental, ya que se realizó una búsqueda de información para poder desarrollar la parte teórica del mismo.

Para reunir toda la información histórica y turística de la ciudad de Maracay, se investigó en diversas bibliotecas, tales como la Biblioteca Nacional de Venezuela y la

Biblioteca Central UCV. También se leyeron algunos libros y revistas que algunos familiares tenían desde hace años.

En cuanto a las tesis leídas e investigadas para utilizarlas como apoyo y antecedentes en dicho proyecto, se acudió a la Biblioteca “Gustavo Leal”, a la Biblioteca Central de la UCAB y a la Biblioteca Central UCV.

Además, para efectos de este proyecto, también se hizo un trabajo de campo, ya que como lo expresa Balestrini (2006), en ella se recogieron datos de la realidad a través de la aplicación de técnicas e instrumentos como la observación y las entrevistas a personas relacionadas con el asunto que se investigó.

La observación fue una técnica que se utilizó en todo momento, pues cada vez que se llegaba a uno de los sitios estudiados y planteados en *Maracay Sin Límites*, se observaba sin parar, para así poder notar cuáles eran las esencias y herramientas ofrecidas por cada lugar.

En lugares como restaurantes, locales nocturnos o parques, se podía observar qué contenía cada uno de ellos y cómo eran los servicios que ofrecían. En cuanto a las playas, se miraba desde los magníficos paisajes con los que cuenta este país, hasta el disfrute de las personas en cada una de estas.

Además, la entrevista también fue un recurso utilizado constantemente, pues cada una de ellas permitió conocer a los dueños, socios o visitantes de los distintos lugares; la opinión de los jóvenes en cuanto a los lugares más concurridos; y las consideraciones de los diversos expertos que ayudaron a elaborar este proyecto, tales como diseñadores gráficos, programadores, entre otros.

### **3.3 . Técnicas de recolección de datos**

Con respecto a la observación que se realizó para llevar a cabo este proyecto de investigación, se utilizó la observación participante y la observación no estructurada.

Según Arias (2006), la observación participante es donde el investigador pasa a formar parte de la comunidad o medio en donde se desarrolla el estudio. En este caso, para desarrollar esta investigación se visitaron distintos destinos turísticos y de recreación para poderlos describir con fundamento y de manera eficaz en el sitio web.

Tal es el caso de las visitas a las playas cercanas a la ciudad de Maracay, donde se pudo constatar y compartir las experiencias satisfactorias vividas por cada uno de los jóvenes que visitaron alguna de ellas.

De igual forma, la observación también fue libre- o no estructurada-, ya que se ejecutó en función de un objetivo, pero sin una guía prediseñada que especificara cada uno de los aspectos que debían ser observados en cada uno de los sitios estudiados.

En cuanto a las entrevistas, estas fueron de tipo semi-estructuradas, ya que como lo plantea Arias (2006), aún cuando exista una guía de preguntas, el entrevistador podrá realizar otras que no estarán contempladas desde un principio. En la mayoría de los casos fue así, ya que cada vez que los entrevistados señalaban algo más de lo preguntando, surgían interrogantes que inicialmente no habían sido pensadas.

Este proyecto se dividirá en tres fragmentos principalmente: pre-producción, producción y post-producción, cada uno de ellos puntualiza la practicidad de la elaboración de la investigación y será abordado con mayor profundidad en el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO IV

### EL PROYECTO: *MARACAY SIN LÍMITES*

*Maracay Sin Límites* es un sitio web creado con el fin de mostrar a través de diversas rutas (Rutas Históricas, Rutas Gastronómicas, Rutas Playeras y Rutas Rumberas) y de la forma más actual, atractiva e interactiva posible, los distintos sitios turísticos y de recreación que se encuentran en esta “Ciudad Jardín”.

Con este se pretende aumentar el nivel de interés del potencial turístico y recreacional de la ciudad de Maracay, llenar ese vacío de información que actualmente existe en Internet sobre este tema, y alcanzar un proyecto a largo plazo (un trabajo más allá de un trabajo de grado) para posicionarlo dentro de los principales sitios web utilizados como herramienta de guía turística.

Por ello es que, a continuación, se procederá a explicar el desarrollo de este producto comunicacional, detallando así la pre-producción, la producción y la post-producción del mismo.

#### **4.1. Pre-Producción**

##### **4.1.1 En cuanto al tema**

El paso inicial para el desarrollo de este trabajo de grado fue la investigación de los sitios web que tratan el tema turístico y recreacional de la ciudad jardín de Venezuela, Maracay. Desde hace varios meses ya se conocía la situación de los mismos, es decir, se estaba al tanto de la escasa información útil que colocaban dichos sitios y el trato deficiente que se les daba a las actividades de esta ciudad.

A raíz de ello se decidió tomar dos aspectos fundamentales para este proyecto: los sitios turísticos de Maracay y los lugares de recreación de la misma, para así plasmarlos en la web y hacérselos llegar al público de una manera distinta a las utilizadas anteriormente.

Para esto se hizo una selección detallada de los lugares más importantes a nivel turístico, tratando así específicamente los siguientes tipos de turismo: ecoturismo, turismo cultural, turismo histórico y turismo social.

Se acudió a diversas bibliotecas, se investigó en Internet y se entrevistaron a algunas personas residentes de la localidad para conocer con exactitud cada uno de los sitios elegidos que se debían colocar en *Maracay Sin Límites*.

Luego de haber recabado la data necesaria para tratar estos sitios, se procedió a hacer el trabajo de campo debido, es decir, a visitar cada uno de estos espacios, a hacer entrevistas, a tomar fotos y a investigar, para así poder mostrar esa información de una manera explícita y dinámica, y con ello poder llamar la atención de la mayoría del público juvenil maracayero.

Con respecto a la elección de los sitios de recreación, se procedió a interrogar a los jóvenes maracayeros sobre los locales más visitados hoy en día. A partir de allí, se acudió a los sitios más frecuentados según la mayoría de estos jóvenes. Observación, entrevistas y toma de fotografías fueron algunas de las metodologías que se utilizaron para la investigación de los mismos.

Seguido a esto, se decidió agrupar por rutas cada uno de estos sitios según el tipo de servicio y actividades que ofrecen. Como la investigación fue bastante completa, es decir, abarcó el estudio de diversos tipos de lugares, las rutas se clasificaron en cuatro tipologías: rutas históricas, rutas gastronómicas, rutas playeras y rutas rumberas.

Se consideró que cada una de estas rutas debía estar integrada por cuatro lugares que reunieran las cualidades más resaltantes y distintivas, fundamentadas en la información recaudada e investigada. Por ello, en las rutas históricas se seleccionaron: el Museo Aeronáutico de Maracay, el Parque Nacional Henri Pittier, el Hotel Maracay y el Parque El Ejército, debido a que estos sitios engloban la importancia de Maracay para la aviación venezolana, el origen de la vida taurina en la región, el surgimiento de una ciudad progresista y la esencia de que se reconozca a Maracay como la Ciudad Jardín.

De igual forma, con respecto a las rutas playeras, se seleccionaron las siguientes playas: Cata, Cuyagua, Choróni y Chuao, por ser estas las de mayor popularidad entre los jóvenes y reunir características paradisíacas que aglutinan la belleza natural de la ciudad.

Asimismo, se procedió a hacer la selección de los restaurantes y cafés que integran las rutas gastronómicas, en donde se incluyeron: American Diner, Ávila Burger, La Hamburguesería, y La Cafebrería, por ser los lugares que proporcionan la comida internacional y nacional que apiñan los sabores y platos preferidos por los maracayeros.

Por último, en las rutas rumberas se colocaron los siguientes locales nocturnos: El Caney de las Delicias, Kiwi Restaurant & Lounge, Morgan Bistro & Pub y Bukova Bar & Lounge, por ser los lugares en donde se genera el epicentro de la diversión nocturna de Maracay.

Con ello, no se trató solamente de dar a conocer cada una de las bondades que ofrece esta ciudad, sino de cubrir los distintos gustos de los jóvenes de Maracay; pues la idea de este proyecto es llegar a la mayoría del público y de complacer y pensar en cada uno de ellos.

#### **4.1.2 La selección del nombre y del *slogan***

Para seleccionar el nombre de este sitio web, se pensó en un conjunto de palabras que se relacionaran directamente con el concepto que representa el proyecto como tal. La idea consistió en escoger un nombre que solo con leerlo ya se tuviese un concepto ligero del contenido del sitio, es decir, un conocimiento leve de la temática del mismo.

A través de una lluvia de ideas se consideraron diferentes nombres tentativos, entre los que resaltaron:

- Los *Points* de Maracay: Nombre que parecía crear mucha empatía con los jóvenes por ser una expresión propia de la época para referirse a los lugares de mayor popularidad. Sin embargo, se descartó esta opción debido a que se consideró que este nombre le restaría seriedad al sitio web y no se visualizaría como un trabajo juvenil con enfoque profesional.

- Los Maracayeros en Acción: Nombre que distinguía perfectamente al público al cual está enfocado el sitio, por incluir el gentilicio de la ciudad a la cual se estaba haciendo referencia, pero al evaluar esta idea y al escuchar las opiniones de otras personas, se llegó a la conclusión de que la palabra “acción” se asociaba más con actividades deportivas y con

eventos relacionados con el mundo *fitness* que con el propósito real de este proyecto. Este hecho que impulsó a priorizar otras opciones.

- Los Impelables de Maracay: Nombre que resumía el concepto del sitio web, ya que al combinar ambas palabras se reflejaba, en primera instancia, una imagen clara del propósito y contenido del sitio. Pero al investigar se descubrió que la palabra “impelable” transmite un mensaje ambiguo, al referirse tanto a personas como a lugares, características que crearían confusión y desenfocarían la intención del nombre.

Finalmente, se decidió entonces usar el nombre de *Maracay Sin Límites*, ya que este explica de forma íntegra la información que el usuario va a encontrar al visitar dicho sitio web. Este logra expresar el concepto principal que se quiere mostrar de una manera puntual. Pues se considera que al ver este nombre, inmediatamente se piensa en la ciudad de Maracay y en que hay un recorrido sin límites que involucra las distintas rutas que se pueden tomar para visitar cada uno de sus destinos turísticos o de recreación más importantes y preferidos por la población juvenil maracayera.

De hecho, el enlace final para ingresar a este sitio web es [www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1](http://www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1). Este es así de extenso porque la plataforma en línea utilizada, Wix, lo adecúa de ese modo, es decir, no permite que sea corto como el resto de los programas que puedan usarse para la producción de un sitio web, pero aún así integra en su totalidad el producto comunicacional *Maracay Sin Límites*.

Con respecto a la selección del *slogan*, se decidió resumir todo el contenido del sitio web en una frase, específicamente en esta: ¡Los mejores lugares de la ciudad de Maracay que te harán vivir una experiencia genial!

#### **4.1.3 Público**

El público al que va dirigido este sitio web es a todos los jóvenes de la ciudad de Maracay que estén interesados en conocer un poco más allá de ella y que deseen disfrutar de las bondades de la misma.

También está dirigido a todos aquellos venezolanos que se muestren interesados en explorar el país, en incrementar el turismo de este y en el rescate y desarrollo de los valores nacionales.

Tomando en cuenta que Internet es un medio de comunicación manipulado por todo tipo de personas, *Maracay Sin Límites* podrá ser visitado por todos los ciberusuarios que quieran acceder al sitio. De hecho, esta motivación es aplaudida por los integrantes de este trabajo, ya que se lograría un objetivo importante para el país, y ese deseo es de quererlo e interesarse por él.

## **4.2. Producción**

Para la elaboración del sitio web *Maracay Sin Límites* se utilizaron herramientas que ayudaron tanto en la producción del sitio como tal como en el contenido que se expone en la misma. De igual manera, los materiales usados van desde lo digital hasta lo palpable.

Por otra parte, para hacer uso de dichos instrumentos, se hizo antes una investigación previa y profunda de cuáles serían los recursos más fáciles de utilizar al momento de la creación del sitio, así como también, se realizaron diferentes estudios en cuanto a los diseños, para así poder escoger con exactitud cuál iba acorde con la temática que representa [www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1](http://www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1).

### **4.2.1. Elementos gráficos**

#### **4.2.1.1. Programas digitales**

El programa utilizado para la elaboración del logotipo del sitio web fue *Adobe Photoshop*, y para su estructuración y diseño se utilizó la plataforma en línea Wix ([www.wix.com](http://www.wix.com)).

#### **4.2.1.2. Instrumentos**

Para la manipulación de los programas digitales mencionados anteriormente se necesitó de la utilización de una computadora con suficiente capacidad de memoria e Internet de gran velocidad.

A su vez, se utilizaron grabadoras mp3 y celulares para la grabación de las entrevistas necesarias para el desarrollo de la información expuesta en dicho sitio web. Una cámara Nikon D40 y otra Olympus *HD Movie* para la toma de fotografías y grabación videos dispuestos en cada una de las páginas web, y diversas libretas de notas para hacer las acotaciones pertinentes de las entrevistas, bibliografías y observaciones hechas a lo largo de este proceso.

#### **4.2.1.3. Fotografías**

En cuanto a la resolución de las fotografías exhibidas en el sitio web, se mostró una variación entre 2000 y 4500 píxeles, pues esto dependió de la cámara utilizada para la toma de las mismas. Al ser manipulada la Nikon D40, las imágenes obtuvieron una resolución entre 2000 y 3000 píxeles. En cambio, al tomar fotografías desde la cámara Olympus, la escala osciló entre 3200 y 4500 píxeles.

En cuanto a la representación del color en cada una de las fotografías, ambas cámaras utilizaron el modelo de color RGB (*Red, Green, Blue*). De hecho, no se editaron las imágenes, pues se querían plasmar los paisajes y ambientes tal como se mostraron en la realidad.

#### **4.2.1.4. Videos**

Con respecto a la grabación de videos, el ancho y alto de los fotogramas variaron entre 720 x 480 y 1280 x 720. Los primeros datos corresponden al momento que se utilizó la cámara Olympus, y los segundos, a la Nikon D40.

#### **4.2.1.5. Colores utilizados**

Para el sitio web [www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1](http://www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1) se utilizaron distintos colores, basados en las opiniones y consejos de los profesionales del diseño entrevistados y en las áreas verdes que caracterizan a la ciudad de Maracay. El manejo de estos varió de acuerdo a la diferenciación de las fuentes, la disposición de los contenidos, la distribución de las secciones y otros elementos, así como también la atribución del estilo y diseño de dicho sitio web.

<b>Color</b>	<b>Código Hex (hexadecimal)</b>	<b>Utilizado en:</b>
 Cian fuerte	12B7B3	-Fondo estático del sitio web. - Fondo del logotipo.
 Negro automático	0D1414	- Fondo móvil de cada una de las páginas web. (Se coloca a pesar de que no sea un color como tal)
 Verde oscuro	56AD21	- Rutas Históricas.
 Violeta moderado	8431B4	- Rutas Gastronómicas.
 Azul oscuro	2C639A	- Rutas playeras
 Rojo vivo	FF401B	-Rutas Rumberas
 Verde fuerte	53BE24	- Sección “Contáctanos”

#### 4.2.1.6. Fuentes utilizadas

Para el contenido de este proyecto comunicacional se utilizaron las siguientes fuentes propias de Wix: *Jura* y *Open Sans*, de tamaños 15, 16, 30 y 36, formatos que dependieron de la función utilizada en los distintos textos expuestos.

Se decidieron manipular estas fuentes para darle dinamismo, frescura y diversión a *Maracay Sin Límites*. Además, los estilos tratados fueron: normal, cursiva y negrita. La decisión tomada para el uso de estos se debió a diferentes motivos: propósitos de distinción, armonía y coherencia, y consejos de expertos.

#### 4.2.1.7. Logotipo



El logotipo fue creado con un diseño minimalista que responde a la tendencia vanguardista de la actualidad y que según la entrevista realizada a la diseñadora gráfica Elsa Piñeros, “es un concepto gráfico que resumen la idea de que menos es más”. Bajo estos términos y siendo fiel a la ideología, se plasmó un trabajo en donde se emplean líneas gráficas muy limpias.

El logotipo está compuesto por varias tonalidades, verde fuerte, blanco y cian fuerte de fondo. Esta elección está basada en la idea de proyectar una imagen de calidad, creativa y juvenil. La tonalidad del verde le proporciona la vinculación con el turismo, mientras que el blanco crea un contraste que simula el entretenimiento.

La tipografía que conforma la esencia del logo: *MSL*. Fue elaborada siguiendo un estilo tipográfico denominado palo seco, pero incluyéndole modificaciones que la distinguieran y la hicieran más llamativas al público juvenil. De igual forma, se empleó la tipografía *Futura*, que es la que conforma la palabra: “Maracay Sin Límites”, y que busca hacer un juego conceptual con el resto del logotipo, para así crear una unidad gráfica.

Este logotipo es funcionalmente empleado como un imagotipo, ya que la imagen que se recrea está compuesta con tipografías y tiene la finalidad de posicionar el diseño para que sea empleado como símbolo del sitio web *Maracay sin Límites*. También se creó con la finalidad de que el modelo pueda ser empleado en diferentes formatos publicitarios.

#### 4.2.1.8. Encabezado



El encabezado es aquel que se encuentra en la parte superior del sitio web. Este está constituido por el logotipo (haciendo clic desde cualquier página web redirige a Inicio), la barra de navegación, el *slogan* y la barra de redes sociales de este sitio, específicamente *Facebook, Twitter y Facebook*. Evidentemente el color de fondo es el que fue mencionado anteriormente, cian fuerte, el cual es el que representa en general al sitio web.

#### 4.2.1.9. Barra de navegación



Después de diversas lluvias de ideas y algunas investigaciones, se eligió este diseño y se colocó cada una de estas secciones en la barra de navegación expuesta en el sitio web *Maracay Sin Límites*: “Inicio”, “Rutas Históricas”, “Rutas Gastronómicas”, “Rutas Playeras”, “Rutas Rumberas” y “Contáctanos”.

La fuente utilizada fue *Jura*, en negrita y tamaño 18. Esta barra de navegación tiene la siguiente dinámica: cuando se selecciona una pestaña, se coloca en azul; cuando se pasa el *mouse* por encima, cambia a blanco, y cuando no se hace ninguna de estas acciones, las pestañas se mantienen en negro automático. Esto se hizo con el fin de facilitar la ubicación y navegación de los ciberusuarios.

## 4.2.2. Elementos del contenido

A continuación, se describirán cada una de las páginas web, o secciones, contenidas dentro del sitio web [www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1](http://www.maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1).

Antes de la explicación, se hace necesario resaltar que el lenguaje del contenido expuesto en las distintas páginas de este sitio web se redactó lo más parecido posible al lenguaje utilizado por los jóvenes maracayeros y venezolanos actuales.

En resumen, se utilizó un contenido fresco, sencillo y profesional, que al ser leído por cualquiera joven, enseguida se sentirá identificado y atraído por cualquier elemento de este sitio web.

- **Sección “Inicio” o página principal:**



Esta página principal contempla una distribución dinámica del logotipo, la barra de navegación, el eslogan, las barras de redes sociales, la imagen más representativa de cada una de las rutas tratadas y el botón con el título de las mismas.

Primero que nada, el color estático de fondo es el cian fuerte que se colocó en el cuadro de colores utilizados. Segundo, se puede notar que en primera instancia se encuentra la barra de navegación junto con su eslogan, ambas en fuente *Jura*. Bajando un poco más la mirada, se detalla el modo de presentación práctico y llamativo de las cuatro rutas tratadas en este sitio web, de manera que haciendo clic en cualquiera de los botones o imágenes, se accederá directamente a la sección elegida.

Cada uno de los colores de los botones se seleccionó con el fin de identificar a las rutas y de evitar aburrir a los usuarios de dicho sitio web.

Como tercer punto, en la sección inferior de este “Inicio” se dispuso de una línea que ubicara al público, es decir, se colocó la ciudad y el país estudiado, dejando por fuera cualquier duda que se genere en los ciberusuarios. De hecho, se decidió colocarla en blanco para diferenciarla de los demás elementos.

Cerca de dichas piezas, se añadió nuevamente la barra de redes sociales, el correo de contacto, la herramienta online que se utilizó para llevar a cabo este proyecto comunicacional y una pequeña barra de navegación que especifica el quiénes somos, los términos y condiciones del sitio y las demás formas de contacto incluidas en él. Todo esto con el fin de mantener la mayor interacción posible con los usuarios.

- Sección “Rutas Históricas”:

The screenshot shows the 'Rutas Históricas' section of the website 'MARACAY SIN LÍMITES'. The header includes a navigation menu with 'Inicio', 'Rutas Históricas', 'Rutas Gastronómicas', 'Rutas Playeras', 'Rutas Rumberas', and 'Contáctanos'. A tagline reads: '¡Los mejores lugares de la ciudad de Maracay que te harán vivir una experiencia genial!'. Social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram are also present.

The main heading is 'RUTAS HISTÓRICAS'. Below it, a text block asks: '¿Quién dijo que un sitio histórico es aburrido? En Maracay hay un sinnfin de lugares de esta categoría que, indudablemente, te atraerán y te dejarán con las ganas de volver a visitar.'

The featured location is 'HOTEL MARACAY'. A descriptive text states: 'Es uno de los hoteles más antiguos del país, donde cada uno de sus pasillos está lleno de historia y diversión. Entre sus instalaciones contempla: salones de fiesta, salones de conferencia, piscina, establos y canchas de tenis. Es uno de los hoteles más antiguos del país, donde cada uno de sus pasillos está lleno de historia y diversión. Entre sus instalaciones contempla: salones de fiesta, salones de conferencia, piscina, establos y canchas de tenis.'

Key information provided includes:
 

- Dirección:** Av. Rotaria de Las Delicias, al final de la calle El Canal.
- Horarios de atención:** Lunes a viernes: 8am a 12pm / 1pm a 5pm.
- Teléfonos de contacto:** (243) 242.58.41 and (243) 217.87.66.

A large image shows the exterior of the Hotel Maracay building. Below this, a white arrow points to a green button labeled 'Historia del Hotel Maracay'. At the bottom, a grid of five smaller images shows various interior and exterior views of the hotel, including a reception desk, a swimming pool, and garden paths.

## MUSEO AERONÁUTICO DE MARACAY



Es un **museo** en donde disfrutarás de una exhibición de más de 60 aeronaves, dentro de las cuales se encuentran 6 helicópteros. En este sitio te podrás entretener al mismo tiempo en el que aprenderás sobre la historia de la aviación en Venezuela.



**Dirección:** Av. Ppal. Las Delicias, con calle Brón y final de la Av. 19 de Abril.



**Horarios de atención:**  
Lunes a viernes: 8:30am a 11:30am / 1pm a 4pm.  
Sábados, domingos y días feriados: 9am a 5pm.

**Teléfonos de contacto:**  
(243) 233.38.12



*Historia del museo*

## PARQUE EL EJÉRCITO

Parque que antiguamente fue llamado "Las Rallenas", cuyos espacios se tratan de inmensas áreas verdes dispuestas al aire libre, distribuidas perfectamente para hacer ejercicios, practicar algún deporte o relajarte un rato. Además de esto, posee algunas caminerías, tiendas musicales, artesanales y stands de comida de las que podrás disfrutar en compañía de tu familia o amigos.



**Dirección:** entre la Av. Las Delicias y la Av. Sucre, justo detrás de la Urb. La Arboleda.

**Horarios:**  
Lunes a domingo: 24 horas.



*Conociendo el parque*



PARQUE NACIONAL HENRI PITTIER



Es el parque nacional más antiguo del país y uno de los más extensos. Dentro de sus límites se resguarda una variada fauna y flora. Entre sus atractivos turísticos podrás encontrar algunas de las hermosas playas reseñadas en nuestras [rutas playeras](#) y hermosos paisajes como los picos "Palmarito" y "El Cenizo".

📍 **Dirección:** vía El Limón, camino a Ocumare de la Costa.

**Horarios:**  
Lunes a domingo: 8am a 5pm.

⬇

Historia del parque



f Comparte
t Tweet
s

[Volver a arriba](#)

Maracay - estado Aragua, Venezuela.

Síguenos en:

f
t
s

[maracaya0636079@nival.com](mailto:maracaya0636079@nival.com)
Sitio web creado gracias a Wix.com

[Quiénes somos](#)
[Términos y condiciones](#)
[Contáctenos](#)

Los sitios turísticos elegidos y considerados los más importantes de la ciudad de Maracay fueron el Hotel Maracay, el Museo Aeronáutico de Maracay, el Parque El Ejército y el Parque Nacional Henry Pittier. Precisamente, por ser la mayoría de estos espacios con gran cantidad de áreas verdes, se decidió poner el color verde oscuro, de código Hex 56AD21, como su color propio.

Asimismo, la fuente elegida del formato Wix para los títulos y subtítulos de esta sección fue *Avenida*, y la del texto, *Open Sans*. La primera se adoptó con motivo a su

parecido con la historia, y la segunda, para mantener un formato universal en cada una de las páginas de este sitio y así evitar confusiones.

Antes de dar a conocer la dinámica de esta página web, es importante explicar que la posición del logotipo se realizó con intención, es decir, que su cuerpo llegue hasta el comienzo de las rutas históricas y todas las demás, se hizo con el fin de siempre dejar claro, o mantener fija la idea, de que ese sitio web se llama *Maracay Sin Límites* y que se está navegando en las distintas áreas del mismo.

El desarrollo de esta página consiste en explicar cuáles son los lugares turísticos más importantes de la ciudad jardín de Venezuela y mostrar de maneras distintas las características, rutas de camino, formas de contacto y bondades de los mismos. Tanto en esta ruta como en todas las demás, se dispondrá de cuatro sitios que expondrán un sinfín de razones de por qué se debe visitar esta hermosa ciudad.

La disposición de cada uno de los elementos de las distintas rutas plasmadas en esta sección:

- Título de la ruta a seguir: dispuesto con el mismo formato del título principal y acompañado de una descripción y datos relevantes de lugar, en el cual se notará la presencia de enlaces que se conectarán con otros sitios web.

- Imágenes: primero se nota la imagen más representativa del lugar, la cual va acompañada del texto que lo describe, y más abajo se encontrará una galería que expone las fotos más importantes que fueron tomadas en el trabajo de campo de este proyecto. Al hacer clic en cualquiera de ellas, se podrá apreciar el título junto con sus créditos.

- Descarga de documento: este es una opción muy dinámica que está ausente en los sitios web estudiados. Al momento de hacer clic en esta, detalla de manera más amplia el sitio a recorrer a través de una reseña.

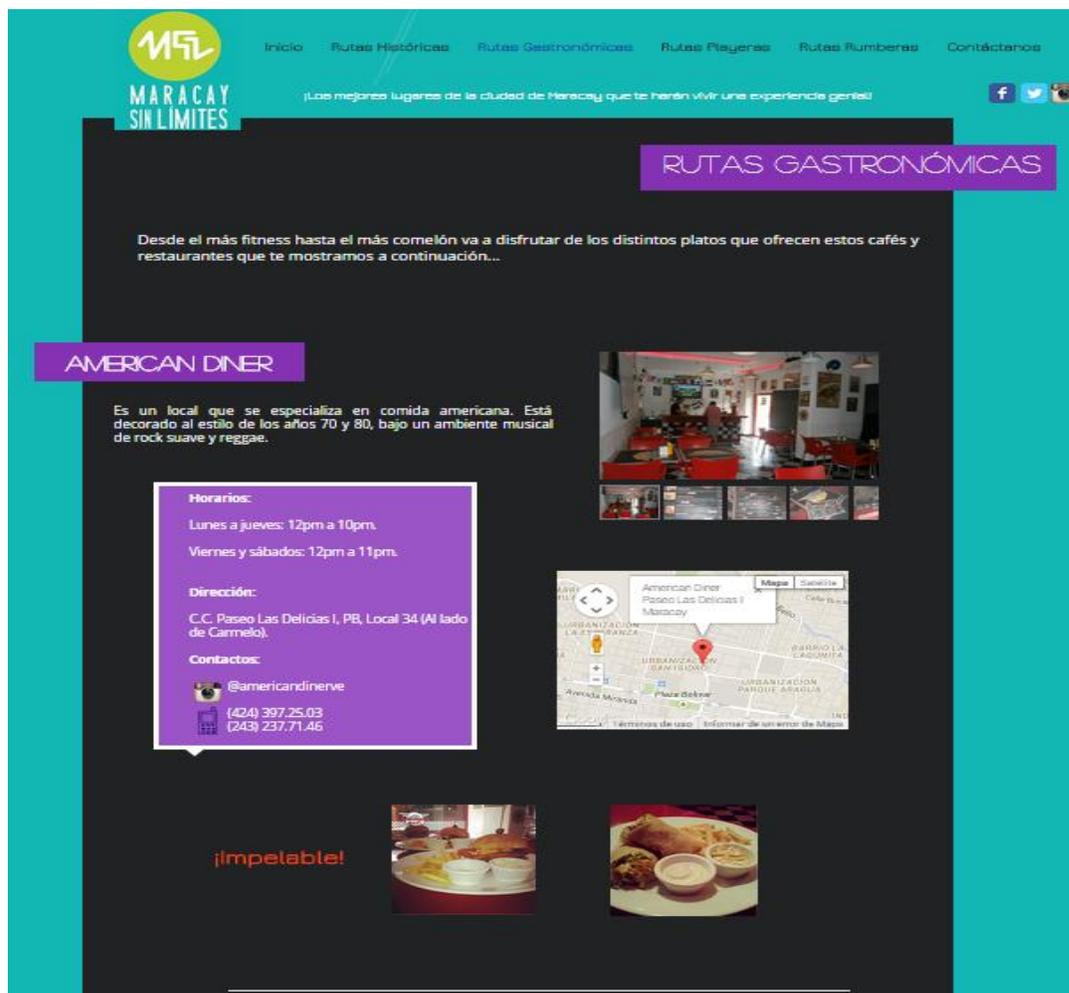
- Líneas de separación: al final de cada sitio se verá una delgada línea blanca, cuya función es separarlos y evitar confusión alguna. Estas están dispuestas en todas las rutas de *Maracay Sin Límites*.

- Elementos finales: botón de “Compartir en Facebook”, de “Tuitear esta información” y “Volver a arriba”. Los dos primeros se introdujeron con el fin de mantener esa interacción con el ciberusuario y la segunda, con el propósito de facilitarle la mejor navegación posible a estos.

- Fondo móvil: cuerpo en negro automático y dispuesto en toda la página, dándole así vida al sitio web.

Por último y no menos importante, a lo largo y ancho de esta y todas las páginas web, se encontrará un sinfín de detalles súper dinámicos e interactivos para mantener la atención de cada usuario que navegue en ellas.

- **Sección “Rutas Gastronómicas”:**



## ÁVILA BURGER



Es un restaurante especializado en hamburguesas e inspirado en el Cerro B Ávila de la ciudad de Caracas. En él podrás compartir con tus amigos y celebrar más de una ocasión.



### Horarios:

Lunes a domingo: 12pm a 10pm.

### Dirección:

Av. Las Delicias, Urb el Bosque,  
Edificio Doña Clemencia, local 23

### Contactos:

@avilaburger

@avila\_burger

(243) 232.56.89

¡Impelable!



Menú Ávila Burger



## LA CAFETERÍA

Es un café - librería en el que podrás degustar postres y bebidas únicas, y pasar un rato agradable leyendo el libro de tu preferencia.



### Horarios:

Martes a sábado: 8am a 6pm.

Domingos de 9am a 4pm.

### Dirección:

Av. Las Delicias, Calle Soublette.

### Contactos:

@lacafeteria

@lacafeteria

(417) 494.04.68



¡Impelable!



**LA HAMBURGUESERÍA**

Es un local al aire libre, en el que podrás disfrutar de las mejores carnes y papas condimentadas junto a tu familia y amigos.

**Horarios:**  
Lunes a sábado: 12pm a 3am.

**Dirección:**  
Urbanización Cantarrana, Parque Carlos Raúl Villanueva.

**Contactos:**  
@hamburgueseria\_  
@hamburgueseria\_  
Pnr: 25AA6228

**¡impelable!**

**LH ¿Puedes ARMA LA GOMO TU QUÉERAS**

**LH La Hamburguesería**

Volver a arriba

Los sitios gastronómicos elegidos y considerados los más importantes de la ciudad de Maracay fueron American Diner, Ávila Burger, La Cafetrería y La Hamburguesería. El color seleccionado para caracterizar y diferenciar esta sección de todas las demás fue el violeta moderado, de código Hex 8431B4. El motivo de su elección fue la combinación y armonía de todos los colores que conforman *Maracay Sin Límites*.

La fuente elegida del formato Wix para los títulos y subtítulos de esta sección fue *Marzo*, la cual se seleccionó con motivo a su parecido con cada uno de los sitios estudiados. La idea de que los títulos de las distintas secciones que conforman este sitio web tengan algunas tipografías diferentes es lograr distinguir e identificar de qué tipo de local se está hablando.

Por otra parte, el concepto de esta página consiste en explicar cuáles son los restaurantes y cafés más importantes de la ciudad jardín de Venezuela y mostrar de manera divertida cada una de las características, rutas de camino, formas de contacto y bondades de los sitios mencionados al principio de este apartado.

Estos fueron los elementos colocados en las distintas rutas gastronómicas:

- Descripción de la ruta en estudio: consiste en un párrafo breve que explica el concepto de cada uno de estos restaurantes y cafés.

- Título y descripción del lugar: dispuesto con el mismo formato del título principal y acompañado de una descripción y datos relevantes de lugar.

- Galería de imágenes: herramienta dinámica encargada de mostrar las fotografías más relevantes del lugar. Haciendo clic en cada una de ellas, se ampliará y mostrará sus créditos y su leyenda.

- Caja: esta es del mismo color de los botones de dicha página, cuyo contenido abarca el horario, la dirección y formas de contacto de cada lugar. Haciendo clic en cualquiera de estos se podrá acceder a la dirección gráfica y específica de estos y a las redes sociales reales de los mismos.

- Mapa del lugar: gracias a *Google Maps* el usuario tendrá la oportunidad de ver detalladamente el camino que deberá recorrer para llegar al sitio en cuestión. Moviendo el cursor podrá ampliar la calle o avenida que desee ver con mayor atención.

- Sección “¡Impelable!”: nombre elegido precisamente por el lenguaje manejado últimamente por los jóvenes venezolanos. Rojo fue el color que se decidió utilizar para llamar la atención de los usuarios, ya que su contenido se basa en navegar en *Instagram*

y observar cuáles son los platos, bebidas o productos más demandados, o favoritos, de estos sitios. En el caso de la franquicia Ávila Burger, se añadió la opción de descargar el menú o carta disponible en cualquiera de sus sedes.

- Elementos finales: botón de “Compartir en Facebook”, de “Tuitear esta información” y “Volver a arriba”. Estos se encontrarán en cada una de las rutas. Con un simple clic el usuario podrá volver al inicio de la página en cuestión de segundos, o compartir la información con sus amigos a través de sus redes sociales.

- Fondo móvil: este elemento negro automático está presente en todas las rutas detalladas en este proyecto comunicacional.

Es importante resaltar que cada una de las herramientas utilizadas en esta sección y en todas las demás fue pensada y elaborada, principalmente, en función de las necesidades y exigencias de los jóvenes maracayeros.

- **Sección “Rutas Playeras”:**

El diseño de esta página web se muestra en las páginas siguientes:

## Rutas Playeras

Estamos en el país de las playas más paradisíacas y divinas del mundo, así que prepárate para lo que verás a continuación; seguramente querrás ir corriendo y quedarte un año por allá.

### Bahía de Cata

#### CÓMO LLEGAR

##### Si vas en transporte público

Si sales desde Maracay, te vas desde Merbumar (terminal en Maracay que hace viajes solo a las playas aragüeñas). De ahí se agarra un autobús que te deja en el pueblo de Ocumare de la Costa, y después una bus pequeño que te deja en la redoma de Cata.

##### Si vas en carro particular

Llegas hasta la avenida Universidad, y transitas por ella hasta el final de la misma. Luego, entrarás a la vía Ocumare de la Costa. Sigue derecho, por una hora y media más o menos, hasta que por fin pasas el pueblo de Ocumare de la Costa y te consigas con una redoma. Allí agarras la vía donde señale "Cata". Justo antes de continuar al pueblo de Cata está la playa como tal.



Haciendo [clic aquí](#) podrás ver el mapa de la ruta.



##### LO IMPELABLE

- Comerse unas empanadas de pepitona, camarones, pulpo, entre otros, en uno de los tantos puestos antes de llegar al pueblo de Ocumare de la Costa.

- Llegarse hasta la fábrica de chocolate del pueblo de Cata y comerse unos "Choco-Cata".

- Tomarse una cocada al salir de la vía que conduce a Bahía de Cata.

##### SE COME SABROSO EN...

- Restaurante La Catalana.
- Kiosko El Ensayo.

##### OTROS LUGARES PARA VISITAR

- Playa La Ciénaga o La Ciénaga según sus habitantes.

- Catica, una fabulosa playa sin olas para olvidarse del día a día.

- Playa La Punta o Punta Juan Andrés. Ideal para practicar el surf.



## Choroní



### CÓMO LLEGAR

#### Si vas en transporte público

Toma un bus en el Terminal de Occidente de Maracay, el cual está ubicado al lado del Terminal Central. Este bus te llevará hasta tu destino predilecto: Choroní.

#### Si vas en carro particular

Si sales desde Maracay (poner enlace con la historia de mcy que se colocará ahí en el sitio web), llégate hasta el final de la avenida Las Delicias siguiendo los avisos que señalan "Choroní". Al final de esta avenida empieza la carretera, la cual colinda con el Parque Nacional Henri Pittier. De allí en adelante pasarás por un montón de curvas, hasta llegar a la parte cumbre. Después, la carretera va en bajada, pasando así varios pueblos pequeños, hasta llegar al pueblo de Choroní.

Haciendo [clic aquí](#) podrás ver el mapa de la ruta.



#### LO IMPELABLE

- Tomarte una guarapita de "La guarapa de la mamá de Lolo".
- Subir la montaña.
- Ir al malecón de Choroní.
- Visitar alguno de los trapiches.
- Visitar los picos.

#### SE COME SABROSO EN...

- Restaurante Morá.
- Restaurante Cotoperix.
- Restaurante del Alemán.
- Tasca- Restaurante El Abuelo.

#### OTROS LUGARES PARA VISITAR

- Playa Grande.
- Puerto Colombia.
- Quebrada de Parapara, con un maravilloso tobogán de piedras.
- El Pozo de Los Colores.

#### UN POCO MÁS SOBRE CHORONÍ: Entrevista a Guillermo Guzmán, guía turístico de Choroní. →

Una mirada a Choroní

## CÓMO LLEGAR



### Si vas en transporte público

Prácticamente es el mismo proceso que se hace para llegar a Cepe (poner link). Procedes a tomar un bus en el Terminal de Occidente de Maracay, el cual está ubicado al lado del Terminal Central. Luego, éste te deja en el terminal de Puerto Colombia. Allí agarras un peñero hasta Chuao. El mar es la única vía para llegar hasta esta famosa playa.



### Si vas en carro particular

Cruza toda la avenida Las Delicias y toda la que atraviesa el Parque Nacional Henri Pittier (colocar link). Pasa toda la carretera vía Choroni y llégate hasta Puerto Colombia. Justamente allí podrás agarrar un peñero que te transporte directamente hasta Chuao.



## LO IMPELABLE

- Probar el cacao de la Casita de Francisco y Leida, a orillas del río.
- Ir a la cascada El Duro.
- Presenciar la presentación de los Diablos de Chuao, La Caída.



## SE COME SABROSO EN...

- A orillas de la playa: El Fogón de Judith.



## OTROS LUGARES PARA VISITAR

- Playa Valle Seco.



**UN POCO MÁS SOBRE CHUAO:** Entrevista a Rafael Vidal, encargado de la Hacienda de Cacao de Chuao->



Chuao desde sus habitantes.docx



Show More

Cuyagua





Show More

**CÓMO LLEGAR**

 **Si vas en transporte público**

Si sales desde Maracay, te vas desde Merbumar (terminal en Maracay que hace viajes solo a las playas aragüeñas). De ahí se agarra un autobús que te deja en el pueblo de Ocumare de la Costa, y después una bus pequeño que te deja en el pueblo de Cuyagua. Seguido a esto, puedes agarrar otro bus más pequeño o en camionetas tipo Jeep que te dejan en la orilla de la playa; o simplemente puedes optar por caminar, solo que es un poco lejos. Otra vía puede ser agarrar un peñero desde Ocumare de la Costa que te llevará directamente a la playa Cuyagua.

 **Si vas en carro particular**

Llegas hasta la avenida Universidad, y transitas por ella hasta el final de la misma. Luego, entrarás a la vía Ocumare de la Costa. Sigue derecho, por una hora y media más o menos, hasta que por fin pasas el pueblo de Ocumare de la Costa y te consigas con una redoma. Allí agarras la vía donde señale "Cata" y "Cuyagua", y ¡listo!

Haciendo [clic aquí](#) podrás ver el mapa de la ruta. 

 **LO IMPELABLE**

- Comerse una buena arepa en el "Rancho López". Local ubicado en la arena de Cuyagua.
- Llegarse hasta Pozo Arena.
- Comerse unos "Besitos de coco" que venden en el pueblo de Cuyagua.

 **SE COME SABROSO EN...**

- Restaurante Goyo.
- El Caney de Chicha.

 **DEPORTES QUE SE PRACTICAN EN CUYAGUA**

- Surf.
- Skimboarding.
- Bodyboarding.

 Compartir  Tweet 

[Volver a arriba](#)

Las playas más concurridas de los alrededores de la ciudad jardín de Venezuela son Bahía de Cata, Cuyagua, Choróni y Chuao, motivo suficiente para decidir recrearlas en *Maracay Sin Límites*. El color escogido para caracterizar y diferenciar esta sección de todas las demás fue el azul oscuro, de código Hex 2C639A. Su elección se debió a su significado según la psicología del color: mar.

La fuente distintiva de esta página web es *Reklame Script*, la cual se seleccionó por su semejanza a los logotipos de Cuyagua y a las olas formadas por los mares de las playas.

El concepto de esta sección se basa en demostrar a través de imágenes, rutas de accesos, entrevistas y otros tipos de complementos interactivos el porqué se debe visitar cada una de estas hermosas playas.

Las secciones que representan a esta página son las que se muestran a continuación:

- “Cómo llegar”: le ofrece al público la ruta que debe tomar a cualquiera de estas playas tanto en transporte público como en carro propio o particular. Además, posee un ícono que al darle clic, abrirá en *Google Maps* el tiempo exacto y recorrido detallado que se tomará la persona en llegar a la playa deseada.

- “Lo impelable”: especifica las actividades que no se pueden dejar de hacer en cualquiera de las playas o pueblos aledaños a estas.

- “Se como sabroso en”: representa los restaurantes o tascas que deben visitarse al momento de estar en cualquiera de estas playas.

- “Otros lugares para visitar”: las playas cercanas y lugares representativos de la playa en cuestión que también se pueden visitar. Además, en el caso de Cuyagua, existe una sección llamada “Deportes que se practican en Cuyagua”, cuyo contenido se enlaza directamente a lo que es la actividad en sí.

- Imágenes: esta sección se ve plasmada en dos modalidades: la fotografía principal, y una galería dinámica que muestra las fotos más peculiares que se tomaron en cada una de estas playas paradisíacas. Haciendo clic en cualquiera de ellas, se ampliará y detallará la misma.

- Otros elementos: videos grabados por los autores de este proyecto comunicacional, cuyo concepto consiste en explicar el recorrido o llegada a la Bahía de Cata o a playas cercanas a Choróní. Y entrevistas con opción a descargar que muestran detalles más intrínsecos de cada uno de estos paisajes.

Asimismo, se considera necesario acotar que cada uno de los íconos, imágenes prediseñadas o *clips art* colocados en esta ruta y en el resto de ellas, se agregaron con la intención de ubicar rápidamente el tema a tratar sin necesidad de leer un título. Toda esta facilidad se hizo por dos razones: primero, para cumplir con la teoría del diseño web, y segundo, para satisfacer las necesidades de cada joven maracayero que tenga la curiosidad de visitar este sitio web.

- **Sección “Rutas Rumberas”:**

**MARACAY SIN LÍMITES**

Inicio | Rutas Interiores | Rutas Gastronómicas | Rutas Playas | Rutas Rumberas | Contactanos

¡Los mejores lugares de la ciudad de Maracay que te harán vivir una experiencia genial!

## RUTAS RUMBEROS

Estos son solo algunos de los lugares ideales para pasar una noche distinta con la compañía que deseas. Desde lo más pachangoso hasta lo más relax que te puedas imaginar, vas a conseguir en esta lista de rutas rumberas...

### BUKOVA BAR & LOUNGE

Si lo que quieres es pasar un rato super chill y disfrutar de la noche con una musiquita pop o R & B, definitivamente este local es ¡para tí!

**Dirección:**  
Av. Las Delicias, Centro Comercial Paseo Las Delicias I, PB.

**Contáctalos a través de:**

- @bukovabar
- @bukovabar
- Bukova
- www.bukovabar.com
- bukova.admon@gmail.com

(243) 233.69.32 / (424) 375.05.37

Con tan un solo un clic puedes ampliar

**RUTA RUMBERA BUKOVAR INFOGRÁFICO**

Haz doble clic en cualquiera de estas imágenes para verla con detalle:

## EL CONEY DE LOS DELICIOS

### Dirección:

Avenida Las Delicias con calle Comercio,  
Urbanización La Foresta, Ceproaragua.

### Contáctalos a través de:



@latabila.cepro

[www.elmenuvirtual.com/latabila](http://www.elmenuvirtual.com/latabila)

[elconeydelasdelicias@gmail.com](mailto:elconeydelasdelicias@gmail.com)



(243) 242.80.10 / (414) 403.54.92

Si andas buscando un lugar mucho más relajado,  
donde compartir un rato y tomar buenos tragos, no  
dudes en visitar este local. Además, es ideal para  
ver los partidos de tu deporte favorito.



Con tan un solo clic puedes ampliar  
esta infografía.

¡MÁS QUE UN BAR, UN ESPACIO PARA  
COMUNICARTE Y CONVIVIR!

EL LOCAL, DISEÑADO EN  
LOS TONOS DE  
NUESTRO LOGO Y LA  
MUCHA LA PASIÓN  
COMUNICARTE EN  
TUO POR NUESTRO  
SERVIDOR.

LOS FAVORITOS DEL BAR  
SON LOS DE PASIÓN,  
REGULAR Y POP.

SE SIRVEN TODAS  
LAS BEBIDAS DE PASIÓN,  
REGULAR Y POP.

¡MÁS QUE UN BAR,  
UN ESPACIO PARA  
COMUNICARTE Y CONVIVIR!

¡MÁS QUE UN BAR,  
UN ESPACIO PARA  
COMUNICARTE Y CONVIVIR!

¡MÁS QUE UN BAR,  
UN ESPACIO PARA  
COMUNICARTE Y CONVIVIR!

Haz doble clic en cualquiera de estas imágenes  
para verla con detalle.



## MORGAN BISTRO & PUB

Si estás en busca de un point al estilo europeo, música super variada y con unas buenas promociones, te sugerimos ir a este local. Sus instalaciones se prestan para bailar hasta que el cuerpo aguante.



### Dirección:

Av. 19 de abril, calle Carabobo, en frente de la redoma "La Fuente".

### Contáctalos a través de:

 Morgan Bistro & Pub  
 @morganbistro  
 @morganbistropub  
morganbistro@gmail.com

Con tan un solo un clic puedes ampliar esta infografía:



Haz doble clic en cualquiera de estas imágenes para verla con detalle.





En primera instancia, se hace necesario explicar que la superposición extraña de los elementos en cada una de las imágenes mostradas anteriormente no se verá reflejada al momento de ingresar al sitio web como tal. Este detalle se presentó acá, simplemente, por la necesidad de querer mostrarlos todos sin dejar por fuera a alguno. De hecho, no hay mejor presentación y mejor vista de *Maracay Sin Límites* que la que se muestra a través de la Internet. Pues la armonía y coherencia de cada uno de los detalles se notará con facilidad apenas se cargue dicho sitio en cualquier explorador.

Los locales nocturnos maracayeros más visitados y con los servicios más estupendos son: Bukova Bar & Lounge, El Caney de Las Delicias, Morgan Bistro & Pub y Kiwi Restaurant & Lounge. Por las razones redactadas anteriormente es que se decidió reseñarlos en *Maracay Sin Límites*.

El color escogido para caracterizar y diferenciar esta sección de todas las demás fue el rojo vivo, de código Hex FF401B. Su elección se debió a algunos de sus significados según la psicología del color: emoción y energía; sentimientos y deseos que, generalmente, se apoderan de las personas al momento de visitar o pasar un tiempo prudente en un local nocturno donde se pueda bailar y pasar un rato divertido.

Además, la fuente distintiva de esta página web es *Monoton*, perfecta para describir cualquier lugar que se preste para bailar y pasar una noche distinta con las amistades.

El concepto de esta sección se basa en demostrar a través de imágenes, infografías y otros complementos interactivos el porqué se debe visitar cada uno de estos sitios nocturnos.

Estas son las secciones que conforman esta página de estilo rumbero:

- Descripción, dirección y redes sociales del local. Todas están dispuestas de manera armónica, ofreciendo la opción de dar clic y navegar en *Google Maps* y en las distintas redes sociales de los sitios nocturnos, demostrando así, a través de videos, que sí se deben visitar.

- Imagen principal del sitio nocturno. Al hacer clic en ella se ampliará para mostrar las bondades del lugar.

- Infografía alusiva a cada local. Cada una de estas fue creada, específicamente en *Adobe Photoshop* de acuerdo a las características propias de cada discoteca, mostrando así toda la información que se necesite saber de ella. Al momento de hacer clic con el *mouse*, se podrá detallar y apreciar el concepto de cualquiera de estos sitios nocturnos. Además, en la parte inferior derecha de cada una, se dispone de unos enlaces que muestran directamente el tipo de fiestas que se dan en estos sitios.

- Galería dinámica de imágenes. El estilo de estas fue pensado en el concepto que tiene una fiesta o “rumba” como tal, es decir, esa especie de alboroto o bululú que muchas veces se vive en un local nocturno venezolano. Concepto que no está mal visto, ya que manifiesta perfectamente la percepción de diversión de cualquier joven maracayero.

Finalmente, es importante resaltar que la organización de todos estos elementos, el diseño web y cada una de las herramientas utilizadas en *Maracay Sin límites* estuvieron ligados y guiados por diseñadores expertos y por la teoría estudiada del diseño web como tal.

- Sección “Contáctanos”:

## Contáctanos

Si deseas contactarnos para emitir comentarios, suministrar información o simplemente opinar sobre este sitio web o su contenido, comunícate con nosotros a través de las siguientes direcciones. Estaremos encantados de saber y conocer de ti.

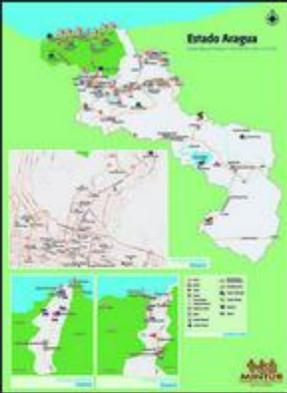
### Maracay Sin Límites

Dirección: La Morita I, Maracay, estado Aragua, Venezuela.

Correo  
E.: maracaysinlimites@hotmail.com

Teléfonos: (+58 243) 5116999  
(+58 416) 7178956





Nombre	Mensaje
Email	
Asunto	
<b>Enviar</b>	

[Volver a arriba](#)

**Maracay Sin Límites** es un sitio web creado por jóvenes y para jóvenes, con el fin de mostrar a través de diversas rutas ([Rutas Históricas](#), [Rutas Gastronómicas](#), [Rutas Playacas](#) y [Rutas Buzimberas](#)) y de la forma más Interactiva posible, los distintos sitios turísticos y de recreación que se encuentran en esta “Ciudad Jardín”.

Esta idea surgió a finales del 2013, luego de percibir que en Internet no se ha abordado ampliamente el tema turístico de esta ciudad que esconde innumerables lugares que, sin duda, pueden ofrecer una experiencia única a sus visitantes.

Se pretende que **Maracay Sin Límites** se posicione como la principal referencia en la búsqueda de destinos turísticos de recreación para aquellos jóvenes que buscan diversión en esta ciudad o que quieren conocerla un poco más.

Como todo sitio web, *Maracay Sin Límites* también cuenta con una sección de contacto, permitiendo así el mejoramiento de la interacción o *feedback* entre los usuarios y los creadores de dicha plataforma.

El lado izquierdo cuenta con la dirección, mapa de ubicación, correo electrónico, teléfonos de contacto y redes sociales de los autores *Maracay Sin Límites*. Y el lado derecho contiene el Quiénes Somos de este proyecto comunicacional, acompañado de un mapa del estado Aragua, y un formulario de contacto que, al llenar los datos, los creadores recibirán en la bandeja de entrada de su correo electrónico la información redactada por el usuario.

Por otra parte, es de suma importancia acotar que la navegabilidad, usabilidad, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y demás factores utilizados dentro de esta página web y todas las demás, se plasmaron pensando siempre en las necesidades y exigencias del target estudiado y de los posibles usuarios del mismo.

#### **4.2.3. Post- Producción**

Una vez finalizada la creación del sitio web, se realizó una serie de pruebas y de evaluaciones profundas, para así poder descartar cualquier tipo de errores que pudieran afectar la usabilidad o navegabilidad de <http://maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1>.

Estas pruebas consistieron en leer todo el contenido expuesto, probar todos los enlaces insertados, descargar los archivos disponibles, cargar los videos, enviar correos desde el formulario de contacto, y abrir el sitio web desde distintos navegadores y computadores, para así tener la certeza de que *Maracay Sin Límites* funciona con el mínimo margen de error posible.

El demo de <http://maracaysinlimites.wix.com/maracaysinlimites1> se probó directamente desde el navegador *Google Chrome*, como un sitio *html*, donde se corroboró que este está funcionando correctamente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A lo largo del presente trabajo de grado se ha empleado gran cantidad de recursos aprendidos durante los diez semestres cursados en la Escuela de Comunicación Social de nuestra Alma Mater, la Universidad Central de Venezuela. Se ha investigado, redactado, realizado entrevistas, grabaciones, edición de videos, infografías, reseñas, toma de fotografías, entre otros recursos empleados, con la finalidad de abordar e interrelacionar tres temáticas fundamentales para nuestra investigación: Maracay, sitio web y turismo.

En tal sentido, se dio origen al proyecto del sitio web: *Maracay Sin Límites*, que luego de meses de elaboración, arrojó datos concluyentes y evidenció los principales resultados obtenidos.

En estricto orden de elaboración del trabajo, el primer aporte surgió a partir de la investigación de los antecedentes, en donde se constató que a pesar de que hay varios trabajos enfocados al abordaje del turismo y del sitio web, no existe una referencia puntual que integre elementos dinámicos, informativos y periodísticos en un sitio web específico dedicado al turismo en Maracay. Además, se debe aclarar que el vacío informativo existente con respecto a la información turística y de recreación de la ciudad de Maracay, fue el principal hecho que nos impulsó a la creación del proyecto *Maracay Sin Límites*.

En el segundo capítulo, se abordó de manera amplia el tema de Internet, contenido que conllevó a afirmar que actualmente es una de las plataformas comunicacionales con mayor penetración en el mundo y en Venezuela. Realidad que nos sirvió de fundamento para garantizar que en la actualidad una de las mejores opciones para que se propague la información de los atractivos turísticos y recreacionales de la ciudad de Maracay, es este medio, ya que proporciona recursos únicos de multimedialidad y dinamismo esenciales para captar la atención de nuestro público, en particular: los jóvenes.

En el tercer apartado, se consideró pertinente explorar sobre las publicaciones digitales, llegando a la conclusión que el medio electrónico es el más empleado para la publicación de un proyecto, debido a la exorbitante capacidad de distribución y alcance que

éste proporciona. De igual manera, se puntualizó que el éxito de un sitio web radica en la creatividad del diseño, impacto visual, la interactividad y el tratamiento informativo.

Con respecto al turismo, se llegó a entender que existen gran cantidad de modalidades y clasificaciones, pero sea cual sea el caso, Venezuela reúne un potencial enorme que en muchos estados no está siendo considerado y en la mayoría de los casos existen lugares que no tienen el espacio publicitario adecuado para darse a conocer y aumentar la cantidad de visitantes.

En el caso específico de la ciudad de Maracay, se evidenció que la ciudad jardín del país es una de las localidades con mayor riqueza natural del territorio nacional, incluyendo las playas y paisajes de Choroní, Cuyagua y Cata, además de que posee el parque nacional más antiguo del país, Henri Pittier. Aunado a esto, se constató que también tiene lugares históricos como el Museo Aeronáutico y la Plaza de Toros Maestranza César Girón, y espacios como restaurantes y locales nocturnos de gran reconocimiento y trayectoria.

Por ello es que la esencia fundamental de este trabajo de grado ha sido diseñar un sitio web que sirva como instrumento para dar a conocer de manera más amplia los sitios turísticos y de recreación más importantes de la ciudad de Maracay. Y que a su vez, sirva de herramienta para que los jóvenes puedan considerar las opciones suministradas y al mismo tiempo, consumir informaciones con un tratamiento informativo de calidad.

Con la creación de *Maracay Sin Límites* se busca sembrar las bases para que aumente la producción de sitios web dedicados a promocionar el turismo y la recreación en las diferentes localidades del territorio venezolano.

Por este motivo, se recomienda e incentiva a que más comunicadores sociales se involucren en la labor de crear sitios web que ofrezcan contenidos interactivos, pero sin descuidar el tratamiento periodístico profesional.

También, se sugiere aumentar el trabajo integrado de diferentes medios de comunicación para publicitar las bondades turísticas y recreacionales que contempla Venezuela dentro de sus linderos, con el fin de posicionar esta actividad económica en el país y generar retribuciones acordes al potencial que ostenta.

Maracay Sin Límites, sin duda significó un gran reto, en cuanto a lo personal, por ser el producto de la constancia, disciplina y perseverancia; y en cuanto a lo profesional por ser el resultado de cinco años académicos de continuo aprendizaje. Es por ello que la conclusión y recomendación más importante, del trabajo de grado presentado, es que nunca hay que rendirse para alcanzar las metas y siempre hay que buscar superarse para ser ejemplo de una nueva generación de comunicadores responsables y comprometidos.

## REFERENCIAS

(Según la 6ta edición de las Normas A.P.A.)

### Documentos y reportes técnicos

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2000). Reunión de expertos en Comercio Electrónico y Turismo. Ginebra. Extraído el 10 de Julio de 2014, desde <http://unctad.org/es/Docs/c3em9d2.sp.pdf>
- Ministerio del Poder Popular para el Turismo (2013). Estadísticas Básicas de la Actividad Turística. Caracas. Extraído 10 de julio de 2014 desde: <http://www.mintur.gob.ve/descargas/ESTADISTICASENE-NOV2013.pdf>

### Fuentes vivas

- Acosta, Abraham. Habitante de Ocumare de la Costa de Oro.
- Carillo, Mariano. Dueño del local nocturno Morgan Bistro & Pub.
- Carreño, Richard. Socio de Ávila Burger de Maracay.
- De Dios, José. Socio de Kiwi Restaurant & Lounge.
- Delahaye, Pascal. Dueño del local gastronómico American Diner.
- Fagúndez, Rosa. Comunicadora Social.
- Fernández, Adolfo. Ingeniero en Computación.
- González, Adriana. Comunicadora Social.
- Guerrero, Andrés. Ingeniero en Computación.
- Guerrero, Catherine. Dueña del local gastronómico La Cafebrería.
- Guzmán, Desireet. Diseñadora Gráfica.
- Guzmán, Guillermo. Guía turístico y habitante del pueblo de Choroní.
- Luna, Orlando. Comunicador Social experto en publicaciones digitales.
- Martínez, Andrés. Diseñador Gráfico.
- Mayora, Jesús. Habitante y pescador de Cepe.
- Milán, César. Diseñador Gráfico especialista en diseño web.
- Peña, Daniela. Turista de Cuyagua.
- Peña, Rubén. Antropólogo.
- Polo, Jorge. Ingeniero en Sistema.

- Rodríguez, Orlando. Dueño del local El Caney de Las Delicias.
- Sue, Chema. Dueño del local nocturno Galenos Beach Club.
- Sue, Chine. Dueño del local gastronómico La Hamburguesería.
- Terán, Omaira. Psicólogo.
- Terenzani, Alejandro. Comunicador Social.
- Vera, Verónica. Asesora en gestión turística.
- Vidal, Rafael. Encargado de la Hacienda de Cacao de Chuao.

## **Libros**

- Arias, F.G. (2006). El proyecto de investigación. Caracas: Editorial Episteme.
- Badia, F. (2002). Internet: Situación actual y perspectiva. Barcelona, España: Caja de ahorro y pensiones Barcelona “ La Caixa”.
- Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el proyecto de investigación. Caracas, Venezuela: Consultores Asociados.
- Borrero, L. (2003). Tecnologías de la información en la Internet. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Castells, M. (2000). Internet y la sociedad red. Conferencia de presentación del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Universidad Abierta de Cataluña.
- Cobo, S. (2012). Internet para periodistas. Kid de supervivencia para la era digital. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Complutense, Editorial. (2002). Diccionario de Internet. Madrid, España: Editorial Complutense S.A.
- Crystal, D. (2001). El lenguaje e Internet. Madrid, España: Cambridge University Press.
- Gabatel, A. (2008). Desarrollo del Agroturismo en Venezuela, Realidad o Utopía. Venezuela: Editorial Academia ISSN 1690-3226.
- Hechavarría, A. (1997). Las publicaciones electrónicas: un concepto, una Clasificación y un análisis de su impacto en los profesionales de la información. Congreso Internacional de la Información. La Habana, Cuba: IDICT, del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente de la República de Cuba.

- Mandini, R. (1990). Venezuela Tierra Mágica. Venezuela: Editorial Binev, C.A.
- Mariño, R. (2005). Diseño de Páginas Web y Diseño Gráfico. Metodología y Técnicas para la implementación de Sitios Web y para el Diseño Gráfico. España: Ideas propias Editorial.
- Porras, S. (2012). El Hatillo Digital: Diseño de un sitio Web turístico y de información general sobre el municipio El Hatillo del estado Miranda. (Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social). Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- Quesada, R. (2007). Elementos del Turismo. Costa Rica : Editorial Unidad Estatal a Distancia.
- Quintero, V. (2004-2005). La guía Valentina Quintero. Caracas: Grupo Soluciones Gráficas Editorial Arte.
- Salaverría, R. (2005). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla, España; Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Twemlow, A. (2007). ¿Qué es el diseño gráfico? España: Editorial Gustavo Gili, S.

### **Referencias de fuentes electrónicas en línea**

- Acción Mk. (2013). Las 10 características más importantes que una página web debe ofrece. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://www.accionmk.com/las-10-caracteristicas-mas-importantes-que-una-pagina-web-debe-cumplir/>
- Alonso, P. (2007). Navegabilidad. Extraído el 15 de agosto de 2014 desde <http://teknokultura.rrp.upr.edu/pdf/alonso.pdf> .
- Cabero, J. (2005). Cibersociedad y juventud: la cara oculta (buena) de la Luna. Extraído de <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>.
- Cultura Aragua. Extraído el 26 de julio de 2014 desde <http://www.culturaaragua.com>.
- Doctor PC. (2010). 10 principios generales de usabilidad en sitios web. Extraido el 3 de agosto de 2014 desde <http://notebookypc.com/10-principios-generales-de-la-usabilidad-en-sitios-web>.

- Enlaplaya.org. Playas del Estado Aragua. Extraído el 20 de julio de 2014 desde [http://enlaplaya.org/playas\\_del\\_estado\\_aragua.htm](http://enlaplaya.org/playas_del_estado_aragua.htm)
- Franco, G. (2008). Cómo escribir para la web. Extraído el 3 de agosto de 2014 desde <file:///C:/Users/Jerem%C3%ADas/Downloads/Como%20escribir%20para%20la%20WEB.pdf>.
- Flavian, C & Gurrea, R. ( 2003). El empleo de Internet como nuevo canal de distribución: un análisis de sus principales ventajas e inconvenientes. Extraído el 15 de agosto de 2014 desde [http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_DYC/DYC\\_2003\\_72\\_64\\_78.pdf](http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2003_72_64_78.pdf)
- Gil, M. Internet: Un Medio de Comunicación. Modalidad Lingüística Andaluza. Medio de Comunicación y aula. Extraído el 17 de agosto de 2014 desde <http://www.uhu.es/aprela/documentos/libros/modalidad%20linguistica.pdf#page=28>
- Guzmán, A (2011). Aprovechamiento Turístico de la Recreación y el deporte: Una realidad para Bogotá. Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte de la Alcaldía Mayor de Bogotá.\_\_\_\_Extraído el 21 de julio desde <http://www.bogotamasactiva.gov.co/files/ngela%20Guzm%C3%A1n%20-%20APROV%20TUR%20REC%20Y%20DPTE.pdf>.
- Hernández, M (2004). Las tecnologías de la información en la industria del turismo. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://www.monografias.com/trabajos16/industria-turismo/industria-turismo.shtml#ixzz37W2UF52b>.
- Informe 21. (2014). Ingreso de turistas a Venezuela, estable en 2013 en 1,2 millones de visitas. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://informe21.com/economia/ingreso-de-turistas-a-venezuela-estable-en-2013-en-12-millones-de-visitas>.
- Instituto Nacional de Estadística. Estado Aragua. Población por municipio según sexo y grupos de edad especial. Indicadores de relaciones demográficas, 2012. Maracay. Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://www.ine.gov.ve/documentos/see/sintesisestadistica2012/estados/Aragua/index.htm>.
- Manchon, E. (2003). Principios generales de usabilidad de sitios web. Extraído el 25 de julio de 2014 desde [http://www.alzado.org/articulo.php?id\\_art=56](http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=56).

- Maracay Extrema. Extraído el 23 de julio de 2014 desde <http://www.maracayextrema.com/me/>.
- Martínez, S. (2013). Contenido creativo para tu sitio Web o blog. Extraído el 16 de julio de 2014 desde <http://www.tusasistentesvirtuales.com/contenido-creativo-sitio-web-blog/#axzz2tWfUyjMa>.
- Mckelvey, R. (1999). Gráficos para el Hiperespacio. Diseño para Internet. Editorial Mc Graw Hil. Extraído el 17 de agosto de 2014 desde [http://books.google.co.ve/books?id=V1\\_cCydXKAEC&pg=PA111&dq=Internet+y+sus+caracter%C3%ADsticas&hl=es-419&sa=X&ei=5NG5U4vKMpHisASu-YHYBQ&ved=0CB0Q6AEwAQ#v=onepage&q&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=V1_cCydXKAEC&pg=PA111&dq=Internet+y+sus+caracter%C3%ADsticas&hl=es-419&sa=X&ei=5NG5U4vKMpHisASu-YHYBQ&ved=0CB0Q6AEwAQ#v=onepage&q&f=false).
- Melendez, L. Las redes o la vida. Entrevista a Luis Carlos Diaz. Extraído el 27 de agosto de 2014 desde <http://www.revistadominical.com.ve/noticias/actualidad/luis-carlos-diaz--el-guru-de-las-redes.aspx>.
- Mencher, M. (2000). News Reporting and Writing. Editorial Eighth. Extraído el 3 de agosto de 2014 desde [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-6-Bibl/7-6-01.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-6-Bibl/7-6-01.htm).
- Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Directorio de los Fondos Mixtos Estadales de Turismo. Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://www.mintur.gob.ve/fondosMixtos.php>.
- Meyer, L. (2013). El impacto del internet en la industria del turismo. Santiago de Chile. Extraído el 5 de julio de 2014, desde <http://www.diarioturismo.cl/9464/impacto-internet-industria-turismo>.
- Ofifacil.com. (2010). Ideas creativas para hacer una página web de una casa rural-turismo rural. Extraído el 10 de agosto de 2014 desde <http://www.ofifacil.com/ofifacil-ideas-creativas-crear-hacer-pagina-web-tienda-moda-alta-costura-fashion-ropa-complementos.php>.
- Orozco, H. & Vásquez, D. (2012). Destinos: Propuesta y diseño de una revista turística de dedicada a promocionar los espacios turísticos de Venezuela. (Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela). Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://saber.ucv.ve/jspui/handle/123456789/3370>.

- Pérez, J. (1998) Actualidad y perspectivas de las publicaciones electrónicas. ACIMED 6 (2). Extraído el 20 de julio de 2014 desde [http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol6\\_2\\_98/aci05298.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol6_2_98/aci05298.htm).
- Poster, M. ( 2001). What´s the matter with the Internet. Extraído el 5 de agosto de 2014 desde <http://rtrejo.files.wordpress.com/2012/04/internet-la-gran-conversacion-iberoamericana-berlín-2002.pdf>.
- Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. Vigésima segunda edición. Extraído el 5 de julio de 2014 desde <http://www.rae.es/>.
- Salaverria, R. (2005). Redacción Periodística en Internet. Extraído el 3 de Agosto de 2014 desde ([http://www.comunicadordigital.com/librodigital/pdf/17-3\\_modelo\\_salaverria.pdf](http://www.comunicadordigital.com/librodigital/pdf/17-3_modelo_salaverria.pdf)).
- Sánchez, I. Ciudad Maracay. Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://www.mcy.com.ve/index.php>.
- Silva Fernández, R (2009). Bases legales del turismo en Venezuela. Caracas. Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://www.monografias.com/trabajos66/bases-legales-turismo-venezuela/bases-legales-turismo-venezuela2.shtml>.
- Sojo, A. (2003). El Periodismo en Internet. Extraído el 24 de Julio de 2014 desde [http://books.google.co.ve/books?id=ZEdwZs\\_Z3LAC&pg=PT206&dq=Venezuela+y+la+Internet&hl=es-419&sa=X&ei=n7rAU9ClO8HJsQSdg4D4BQ&ved=0CDYQ6AEwBQ#v=onepage&q=Venezuela%20y%20la%20Internet&f=false](http://books.google.co.ve/books?id=ZEdwZs_Z3LAC&pg=PT206&dq=Venezuela+y+la+Internet&hl=es-419&sa=X&ei=n7rAU9ClO8HJsQSdg4D4BQ&ved=0CDYQ6AEwBQ#v=onepage&q=Venezuela%20y%20la%20Internet&f=false).
- Tendenciasdigitales.com. (2013) Cámara Venezolana de Comercio Electrónico. Estadísticas de Internet en Venezuela. Extraído el 20 de julio de 2014 desde [http://www.cavecom-e.org.ve/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=130&category\\_id=31&Itemid=112](http://www.cavecom-e.org.ve/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=130&category_id=31&Itemid=112).
- Tendenciasdigitales.com. (2012). Estudio: la penetración de Internet en Venezuela. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://tendenciasdigitales.com/1433/la-penetracion-de-internet-en-venezuela-alcanza-40-de-la-poblacion/>.
- Tendenciasdigitales.com. (2014) Infografía: Uso de Internet en Latinoamérica. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://tendenciasdigitales.com/2000/infografia-usos-de-internet-en-latinoamerica/>.

- Trejo, R. Internet como expresión y extensión del espacio público. Extraído el 10 de agosto desde <http://rtrejo.files.wordpress.com/2012/04/internet-como-expresic3b3n-del-espacio-pc3bablico-matrizes-2-2009.pdf>.
- Trejo, R. (2002). Internet, la gran conversación. Extraído el 14 de agosto de 2014 desde <http://rtrejo.files.wordpress.com/2012/04/internet-la-gran-conversacic3b3n-iberoamericana-berlc3adn-2002.pdf>.
- Valero, I. Periodismo digital: perfil del periodista digital en medios de comunicación venezolanos. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://www.comunicadordigital.com/librodigital/>.
- Valles, D. (1999). Las tecnologías de información y el turismo. Extraído el 19 de julio de 2014 desde <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-142-1999-pag3-24-83551.pdf>.
- Wearesocial.net. El uso del Internet en Latinoamérica. Extraído el 22 de julio de 2014 desde <http://wearesocial.net/>.
- Wikipedia. Información de la ciudad de Maracay, estado Aragua. Extraído el 28 de junio desde <http://es.wikipedia.org/wiki/Maracay>.
- Woehr, D. Tipos de publicaciones digitales. Extraído el día 18 de junio de 2014, desde [http://www.ehowenespanol.com/tipos-publicaciones-digitales-lista\\_383012/](http://www.ehowenespanol.com/tipos-publicaciones-digitales-lista_383012/).
- (2008). Proyecto del Turismo. Extraído el 17 de julio de 2014 desde <http://julianaviveturismo.blogdiario.com/categoria/general/>.

### **Trabajos de grado**

- Areán Sosa, K. (2012). [www.notiturismo.net](http://www.notiturismo.net). Un espacio cibernético dedicado a impulsar el turismo venezolano como fuente de noticia. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Bustamante Guerrero, K. y Zuloaga Ruiz A. (2009). Turismo Cultural. Una posibilidad para el estado Bolivariano Miranda. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Artes. Universidad Central de Venezuela. Caracas.

- Damore, L. y Santander, D. (2008). [www.venezuelacine.com](http://www.venezuelacine.com): Diseño e implementación de un sitio web informativo sobre el cine venezolano. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Das Dores, D. & Montenegro A. (2011). Conociendo a Venezuela. Propuesta de diseño y elaboración de una guía de turismo venezolana. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Extraído el 17 de julio de 2014 desde <http://saber.ucv.ve/jspui/handle/123456789/1535>.
- Duverge, A. y Mora, R. (2013). ZigzagTV: Diseño de una WebTV dirigida al público juvenil urbano de Venezuela. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Guapuriche, C. & Mijares, N. (2002). Diseño de una página Web para incentivar el turismo en San Francisco de Yare. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- Hoyos Arriens, A. (2011). [www.trujilloenfotos.com](http://www.trujilloenfotos.com): Diseño y creación de un sitio web dedicado a la fotografía del estado Trujillo. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Rivera Sánchez, C. (2008). Las publicaciones digitales como recurso de información en las bibliotecas universitarias. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciada en Bibliotecología. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México. Extraído el 20 de julio de 2014 desde <http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/bibliotecologia/textos-apoyo-docencia/rivera-sanchez-claudia.pdf>
- Romero, Y. (2001). Fotografía documental de Venezuela: Creación de un sitio web para la promoción de la fotografía documental. Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Extraído el 15 de julio de 2014 desde <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAP4690.pdf>