



República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

Proyecto Final de Carrera

## **BONITA**

Producción de tres cortos turísticos documentales  
para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social



KARLA STEFANIA ALBORNETT PASTRANO

JOSMELIA ALEJANDRA MUÑOZ CASTRO

Profesor Coordinador  
Marielena Ferrer

Caracas, Marzo de 2015

## AGRADECIMIENTOS

Yuraima de Albornett.	Amelia de Muñoz.	Malena Ferrer
Tirso Albornett.	José Muñoz.	Sumito Estevez
José Alberto Albornett.	Régulo Briceño.	Beto Valderrama
Tirso Enrique Albornett	Alejandro Villalba	Mónica Gebrán
Nadia Elnecer.	Fayder Bustamante	Enérida Salcedo
Luisa Rojas de Díaz	Jesús Guerra	Rafael Firrenal
Lida Sánchez	Johan Zambrano	Mireya Meneses
Arturo Millán	Mercedes	José David Briceño
Marianna Reyes.	José Voglar	Artesanos del cercado.

### **-Locales Privados-**

Casa La Bonita I	Mondeque	Umi Sushi & Teppan	Casa de Rubén
0295 Bistro	El Tereque	El Bonguero	El Buen Sabor de la Arepa

## DEDICATORIA

A Dios, el único responsable de que naciera en la mejor familia que pude haber nacido.

A mi hermano por su protección y cuidado .

A Moisés por motivarme a ser su ejemplo.

A Karla porque sin ella este proyecto se hubiese quedado en deseo.

A la Isla de Margarita por abrirme las puertas de su cultura.

A Venezuela porque en definitiva es el mejor país del mundo.

A mis padres, por su amor incondicional, por jamás dudar de mí, por ser ejemplo vivo de perseverancia y calidad humana, por motivarme a alcanzar mis sueños, por simplemente existir en mi vida.

Josmelia Muñoz

Primeramente a Dios por ser mi bastión de vida, por permitirme llegar a este mundo rodeada de infinito amor; a mi mamá por ser el pilar fundamental en mi formación académica, por aguantar cinco años de mis llamadas sin fin (Caracas-Margarita), y por cobijarme con su inmensa luz, definitivamente eres única, de otro planeta; a mi papá por ser el hombre que me consiente en cada uno de mis deseos y me apoya a cumplir mis sueños, ya tengo el pie en la próxima meta ¡vamos juntos con todo papí!; a mis hermanos, por estar pendientes a distancia de que cumpliera con éxito este objetivo, por incentivar me con alegría y chistes, especialmente a mi hermano José Alberto por ayudarme a que mi estadía sola en Caracas fuese cada vez más placentera; a mi sobrino, por llenarme la vida de colores al momento que llamaba a casa; a mi amiga, la mejor compañera de tesis que pude tener, Josmelia, por su inmenso apoyo estos cinco años de carrera universitaria y por hacernos compañía y apoyarnos juntas en este alocado pero muy acertado viaje ¡lo logramos ami!; a Régulo Briceño por su paciencia y por ser uno de los primeros en creer en mi trabajo frente a las cámaras; a nuestra tutora Malena Ferrer, por su ternura, confianza y sus desveladas para guiarnos en este proceso; por último a mi Isla, por permitirme crecer rodeada de magia, esa magia que sólo ella sabe entregarme.

Este trabajo es por y para ustedes ¡gracias infinitas!

Karla Albornett

## TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
 <b>CAPÍTULO I</b>	
1. MARCO METODOLÓGICO.....	9
1.1. Planteamiento del problema.....	9
1.2. Objetivos.....	9
 <b>CAPÍTULO II</b>	
2. SUSTENTO TEÓRICO.....	10
<b>2.1. Turismo</b> .....	
2.1.1. Definición y características .....	10
2.1.2 Turismo como actividad económica .....	12
2.1.3. Promoción turística.....	13
2.1.4. Promoción turística en Venezuela.....	15

<b>2.2. Isla de Margarita</b> .....	17
2.2.1. Identidad geográfica.....	18
2.2.2 Breve recorrido histórico.....	22
2.2.3. Atractivos turísticos.....	23
2.2.3.1. Gastronomía.....	23
2.2.3.2. Cultura .....	26
2.2.3.3. Geografía .....	28
<b>2.3. Promoción turística 2.0</b> .....	34
<b>2.3.1. Internet 2.0</b>	
2.3.1.1. Definición e historia .....	35
2.3.1.2. Características generales .....	36
2.3.1.3. Redes sociales .....	38
<b>2.3.2. Campañas turísticas <i>online</i></b>	
2.3.2.1. Casos exitosos .....	41

## **CAPÍTULO III**

### **3. MANUAL DE PRODUCCIÓN**

<b>3.1 Pre Producción</b> .....	
3.1.1. Cronograma de producción.....	44
3.1.2. Sinopsis.....	46
3.1.3. Justificación estética.....	46
3.1.3.1. Aproximación estética .....	46

3.1.3.2. Referencias audiovisuales .....	47
3.1.3.3. Planteamiento narrativo .....	47
3.1.4. Temática y descripción de personajes.....	48
3.1.5. Escaleta .....	51
3.1.6. Locaciones .....	
3.1.6.1 Informe de locaciones .....	58
<b>3.2. Producción.....</b>	
3.2.1. Plan de rodaje.....	64
3.2.2 Guion Técnico .....	65
3.2.3 Desglose.....	71
3.2.4 Presupuestos.....	79
<b>3.3. Post Producción.....</b>	
3.3.1. Informe de pietaje .....	81
3.3.2. Informe de post producción.....	81
3.3.3. Musicalización.....	82
3.3.4. Créditos.....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS.....	88
GLOSARIO.....	96



## RESUMEN

Margarita es un tesoro cultural, sus tradiciones y costumbres trascienden en el tiempo gracias a los habitantes que conocen el valor incalculable de mantener viva la influencia de sus raíces.

La fusión es significativa en la mayoría de los aspectos culturales margariteños y es a través de una serie audiovisual de tres cortos, que este atractivo contraste se documenta: Bonita.

Gastronomía, cultura y geografía son los tópicos que conforman esta serie. Y en cada uno se busca advertir la variedad de platos típicos, personajes insignes y paisajes característicos; las bondades y cualidades del territorio insular en piezas que no exceden dos minutos y medio de duración e invitan a verlas una y otra vez.

Bonita es una producción pensada desde su origen para ser difundida a través de Internet, gracias a su capacidad de alcance, difusión e influencia y sobre todo el impacto que pueda generar en las llamadas Redes Sociales.



## INTRODUCCIÓN

El canal de información más veloz en la modernidad es la Web, el Internet ha producido importantes cambios en la actualidad pero a su vez éste ha experimentado evoluciones en sí mismo, era costumbre ser sólo receptor de información, pero en estos momentos son los usuarios los productores de contenido.

Esta ventana cambió la manera de conexión con el mundo virtual, ya que ofrece fácil acceso, innumerables opciones de contenido y capacidad de retroalimentación instantánea. Esta herramienta facilita la manera de acercarse y promover el turismo, es por ello que se escogió esta plataforma para difundir la trilogía Bonita.

Las costumbres margariteñas y su manera de fusionarse son el punto esencial de aporte al turismo, por lo que se plasmó en tres cortos parte de lo que la isla ofrece:

**Gastronomía (Bonita a la carta):** Los platos margariteños son diversos, la cocina siempre ha girado en torno a la comida del mar: pescados, langostas, moluscos, entre otros, como condimento se utiliza la fusión de lo salado y lo dulce tomando como ingredientes principales el ají margariteño y el plátano tierno. Esta fusión se reflejó capturando preparaciones, lugares y platos, tradicionales y contemporáneos, que se conjugan para deleitar el paladar del turista.

**Cultura (Bonita hecha a mano):** La música, la pintura, la artesanía, el diseño, se conectan para mostrar al público la fusión perfecta que Margarita ofrece, es por ello que en este corto se reúnen personas insignes que presentan su arte influenciado por sus antepasados.

**Geografía (Bonita en movimiento):** A través de una secuencia de imágenes en movimiento se muestra parte de la diversidad de lugares de gran valor en la cultura de Margarita.

La Web es el canal de difusión idóneo para la trilogía, por la posibilidad que brinda para compartir los contenidos rápidamente, su gran alcance y bajo costo.

## CAPÍTULO I : MARCO METODOLÓGICO

### 1.1. Planteamiento del problema

¿Cómo realizar una serie documental turística acerca de la Isla de Margarita con el propósito de difundirla a través de Internet?

### 1.2. Objetivos

Objetivo general

Producir una serie de cortos documentales turísticos acerca de la Isla de Margarita con el propósito de difundirla a través de Internet.

### 1.3 Objetivos específicos

- Identificar los rasgos geográficos y culturales que identifican a la Isla de Margarita.
- Proponer un formato de guión para tres piezas documentales turísticas acerca de la Isla de Margarita.
- Realizar la pre-producción para una serie documental turística.
- Ejecutar la producción para una serie documental turística.
- Ejecutar la post-producción para una serie documental turística.

## **CAPÍTULO II : SUSTENTO TEÓRICO**

### **2.1 El turismo**

#### **2.1.1. Definición y características**

Los inicios del turismo, para Carlos Vogeler, se remontan a finales del Renacimiento, donde jóvenes ingleses de familias pudientes viajaban durante un largo período (dependía del nivel económico familiar, pero podía llegar a tres o cinco años) por todo el continente Europeo con propósitos de enriquecimiento cultural y experiencia personal. Este movimiento es conocido como “El Gran Tour”. Eva Sánchez (2011) Recuperado el 03 de Marzo de 2015 en [http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web\\_2.0.pdf](http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web_2.0.pdf)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios y/o profesionales. Estas personas se denominan visitantes. Recuperado el 05 de marzo de 2015 en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Visitante>

En el portal Venezuela Tuya, se define turismo como la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive y descansar en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación. Todo apunta a que la clave radica en contemplar de manera directa y personal lo que la cotidianidad no ofrece.

El globo de colores, escrito por Arturo Uslar Pietri, lleva en su contra portada el siguiente texto:

“Está en estas páginas el testimonio reiterado de una inagotable curiosidad por la tierra y la gente. Nada me ha atraído más, ni siquiera los libros, que entrar por un camino nuevo y llegar a una ciudad desconocida. La confrontación continua entre lo que llevamos y lo que encontramos produce una prodigiosa variedad de contrastes y reajustes. Todo lo que nos parecía tan familiar se hace de pronto teatro y novedad. La calle, el habla, los trajes, el alimento, la sensación tan compleja, de cercanía y lejanía, de estar junto a un hombre de otro mundo”.

Puede que “El Gran Tour” contemporáneo no se prolongue tanto tiempo, pero es indiscutible que el “enriquecimiento cultural y la experiencia personal”, junto a los negocios, siguen siendo los motores que impulsan a las personas a viajar.

Se clasifica el turismo según su propósito en : Cultural, deportivo, esparcimiento y de negocio, por su parte Adriana Santoyo afirma que la cultura es realmente el radio dentro del campo de acción de la empresa turística, comprendiendo su geografía, historia, costumbre, tradiciones y folklore. Adriana Santoy, Recuperado el 06 de Marzo de 2015 en <http://adrianasantoyolopez.blogspot.com/2010/07/importancia-socioeconomica-y-cultural.html>

Entre las vertientes del turismo se ubica el catalogado como “sostenible” que se define como:

“La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación.” También definido como "El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones

futuras para satisfacer sus propias necesidades" Revisado el 05 de Marzo de 2015 en <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

### **2.1.2 El turismo como actividad económica**

Todos los países y regiones cuentan con el turismo como una actividad económica que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, etc. Recuperado el 03 de Marzo de 2015 en <http://www.importancia.org/turismo.php>

La diferencia entre una región catalogada turísticamente atractiva y una que no, reside en la atención y cultivo que cada país puede prestarle a esta actividad. Según la Organización Mundial de Turismo, Europa encabezó el crecimiento en términos absolutos, recibiendo 29 millones de turistas internacionales adicionales en 2013, y elevándose así el total a 563 millones. El crecimiento superó la previsión para 2013; Por su parte, Las Américas registraron un incremento de seis millones de llegadas, alcanzando en total los 169 millones.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles; afirma la OMT que el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las fuentes primordiales de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. En el artículo, "El turismo y la atenuación de la pobreza", se resalta el turismo como motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto.

Es obvia la relevancia de invertir, por parte de los gobiernos y estados, en la promoción de su país con el objetivo de atraer visitantes. Es proporcional la inversión en hoteles, restaurantes y sitios de entretenimiento a la cantidad de visitas que recibirá un territorio; Los turistas, marcan la pauta, ya que las divisas de inversionistas se trasladarán donde las personas decidan gastar su dinero.

El Turismo aporta el 5% del PIB mundial y representa el 6% de las exportaciones de servicios mundiales. Es además el cuarto sector exportador, después del petróleo, los productos químicos y la automoción. El turismo representa 235 millones de empleos, o sea uno de cada doce empleos en el mundo. Recuperado el 03 de Marzo de 2015 en <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

### **2.1.3. Promoción turística**

La promoción comprende las actividades que utiliza el mercadeo para presentar y dar a conocer las cualidades y atributos de un producto, y de esta manera persuadir en su compra.

Existe variedad de promociones, entre ellas las que buscan atraer visitantes a cierto territorio con el fin de obtener ganancia económica; Manuel Blanco la define como una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria. Recuperado el 02 de Marzo de 2015 en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322008000200005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322008000200005)

¿Qué se debe tener en cuenta para realizar una promoción turística? Mónica Coutin en su ensayo “Promoción y comunicación Turística” señala que la localización, dimensión, infraestructuras de acceso a través de automóvil, tren, avión, mar, la rentabilidad de la oferta comercial y de las actividades económicas terciarias destinadas al consumidor final y los eventos como elemento dinamizador del atractivo

turístico de la ciudad, son factores que se deben estudiar a profundidad cuando se busca ofrecer un destino. Mónica Coutin (2010) Promoción y comunicación turística Recuperado en <http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>

Los medios tradicionales como: revistas, prensa, canales de televisión, radio y ferias turísticas, siguen siendo una vía útil de promoción; sin embargo la Web 2.0 ha calado en la actualidad para dar a conocer las particularidades de un estado. Las acciones promocionales desarrolladas en la Web generan valor añadido en el *marketing* realizado por vías tradicionales, porque están basadas en la oferta de productos y servicios personalizados; en la asistencia antes, durante y después de la venta; en la conveniencia de acceso de todos los sitios y ocasiones; en la rapidez en adecuar nuevos productos y nuevos precios; en la tranquilidad, seguridad y confianza en las relaciones; en el entretenimiento y ocio en los momentos de búsqueda y compra. Recuperado el 06 de Marzo de 2015 en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322008000200005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322008000200005)

“El rol del turista en la formación de la imagen turística emitida”, es un artículo escrito por Subirana Camprubi, donde se resalta la importancia que posee el turista en la promoción y creación de la imagen turística de un destino, influyendo significativamente a través de la Web 2.0, bien sea participando en foros y *blogs*, así como también compartiendo fotos y videos, contenidos todos que pueden tener repercusión a nivel mundial

En el mismo artículo Smith y Mackay afirman que los videos son herramientas significativas en la creación y promoción de la imagen del destino. Los autores añaden que tales herramientas no sólo demuestran visualmente el destino sino que también comunican los atributos, las características, las ideas y los valores que forman parte de él. La manera de promoción ha evolucionado y se ha movilizó a las plataformas tecnológicas en Internet, aspecto que se profundizará en los apartados Promoción turística 2.0 e Internet 2.0.

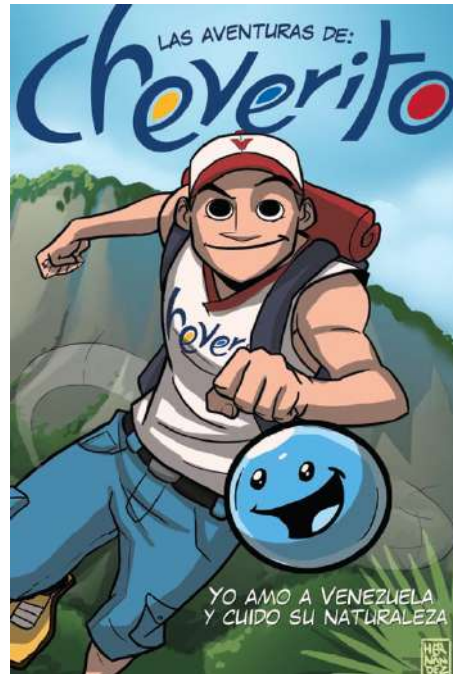
#### **2.1.4. Promoción turística en Venezuela**

El ministro de turismo, Andrés Izarra, señaló que en el 2014 el turismo interno tuvo un aumento del 25%; Sin embargo, el turismo receptivo alcanzó un 8% más que el año anterior, es por ésto que hacer campañas internacionales, afianzar el mercadeo, mejorar la calidad del servicio, invertir en la formación y capacitación de personal y garantizar la seguridad son lo nuevos objetivos planteados por este ministerio.

En julio del 2013 se lanzó la campaña turística “Venezuela, el destino más chévere” que busca elevar la calidad de la oferta turística nacional como también desarrollar un turismo sustentable en el marco de la consciencia ecológica y social que se pretende para sostener el empuje del turismo en Venezuela. Recuperado el 08 de Marzo de 2015 en <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/182831/izarra-lanzara-la-campana-vacaciones-2013-venezuela-el-destino-mas-chevere/>

La manera de promocionar esta campaña, fue por medio de la creación del personaje “Cheverito” que junto a su amigo Eco recorren Venezuela y a través de videos educativos invitan a cuidar el ecosistema. Estos videos son transmitidos por canales televisivos y se encuentran en el canal de YouTube del Ministerio de Turismo venezolano.





La presencia de Venezuela en ferias turísticas como FITUR (Feria internacional de turismo) realizada en España y FIB (Feria internacional Berlín) es parte de la proyección internacional que el gobierno venezolano busca darle al país.

Juan Carlos Báez, presidente del Hotel Dunes, quien por más de veinte años asiste a ferias internacionales resaltó la importancia que tiene la nueva marca país para la atracción de potenciales turistas, comenta : “Estamos con el lanzamiento de la marca país que, en lo personal, me parece que da mucha alegría a la gente que quiere conocer Venezuela, realmente estoy muy satisfecho por la nueva imagen que se está presentando, es mucho más linda y moderna y afirmo con toda seguridad que esta es la mejor que hemos tenido. El *stand* está maravilloso, las estaciones de trabajo, la atención, el servicio y el espacio”, también señaló que la isla de Margarita sigue siendo el destino preferido por las personas que se han acercado al *stand* venezolano, afirma que 90% de las personas que se acercan preguntan por la particular isla. Prensa Mintur “Prensa Mintur (06/03/2015) Turistas del mundo quieren conocer Venezuela,

Recuperado el 08 de Marzo de 2015 en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/turistas-del-mundo-quieren-conocer-venezuela/>

Venezuela intenta proyectarse como un país ecológico, busca educar a través de estos videos a los propios habitantes y de esta manera estar a la altura de los países que desarrollan el turismo sostenible. En la isla de Margarita se desarrolla un plan de desarrollo eco-turístico donde Playa el Agua se proyecta como referencia del turismo sostenible en Venezuela, recuperando sus condiciones ambientales, mejorando y ampliando la oferta turística e incluyendo a la comunidad al proceso productivo en la actividad turística de esa zona. Recuperado el 08 de Marzo en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/plan-maestro-de-desarrollo-ecoturistico-playa-el-agua/>



“Vamos a lanzar una campaña agresiva de mercadeo al exterior, enfocados principalmente en el norte de Brasil”, puesto que la receptividad de esta zona suramericana se ha visto privilegiada por la interconexión aérea Manaus – Margarita. Recuperado el 08 de Marzo de 2015 <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/venezuela-lanzara-campana-turistica-al-norte-de-brasil/>

## 2.2. Isla de Margarita

La Isla de Margarita se ubica en Venezuela y pertenece al Estado Nueva Esparta junto con las islas Coche y Cubagua. Margarita es la mayor de las islas del Caribe venezolano, se encuentra situada al norte de la Península de Paria, entre las latitudes 10° 52' y 11° 11' N y las longitudes 63° 47' y 64° 24' 0. Posee 1.072 km<sup>2</sup> y está

caracterizada por la presencia de dos macizos montañosos unidos entre sí por un istmo de relieve muy bajo, una albufera (La Restinga) y una simple línea de playa.

El macizo occidental se conoce con el nombre de Península de Macanao y el oriental como Paraguachoa (nombre que le daban los indígenas a la isla, que significa lugar de abundancia de peces), aunque es frecuentemente denominado Margarita Oriental. En ella se encuentra la capital del estado, La Asunción y otras importantes ciudades como Porlamar, Pampatar, San Juan Bautista y Juan Griego.

Consulado de Italia en Margarita, recuperado el día 5 de marzo de 2015 en <http://consitaliamargarita.com/historia.php>

### 2.2.1 Identidad geográfica

La división política territorial de Margarita se fragmenta en 10 Municipios, los cuales se detallan a continuación en este mapa neoespartano:



## Población

Según el consulado de Italia en Margarita, el gentilicio de los nativos es margariteños/as y neoespartanos/as. En la isla viven gran cantidad de extranjeros, sobre todo colonias de libaneses, españoles, italianos, alemanes, franceses, holandeses, suecos, noruegos, daneses, argentinos, chilenos, uruguayos, colombianos, chinos, entre otros. También viven personas inmigrantes desde tierra firme venezolana, los cuales son llamados coloquialmente “navegaos”.

La Asunción es la capital política, pero la ciudad más grande es Porlamar, que tiene un poco menos del 25% de la población neoespartana, y más de 1/4 de la población margariteña. La población de Margarita es de más de 400.000 hab., aunque esto tiende a fluctuar en los períodos vacacionales o de temporadas navideñas y festivas cuando, según datos de 2007 del Noticiero regional Telecaribe, llegaron unos 200.000 visitantes, en su mayoría de la zona central y del occidente del país.

Consulado de Italia en Margarita, recuperado el día 5 de marzo de 2015 en <http://consitaliamargarita.com/historia.php>

## Condiciones climatológicas

La situación geográfica de Venezuela por encima del ecuador y por debajo de los 12° de latitud norte la ubica en la zona intertropical del Caribe, quedando expuesta a los vientos alisios, lo que le concede un clima cálido en las tierras bajas de poca variabilidad estacional. Es por ello que el clima en la isla de Margarita se presenta seco, cálido y semi-árido con vegetación xerófila. La evaporación es mayor que la precipitación, lo que garantiza sol radiante y cielo despejado la mayor parte del año. En cuanto a la temperatura media anual es de 27°C, aunque las brisas nocturnas la suavizan situándola entre los 23,8 y los 24,9°C. La máxima supera fácilmente los 34°C. La temporada de lluvia es entre agosto y octubre, y las precipitaciones ocurren generalmente por la noche.

La Isla de Margarita se orienta en sentido oeste-este y comprende dos partes bien diferenciadas, unidas por un istmo. La parte oriental es la más extensa y poblada; la parte occidental está constituida por la península de Macanao. Ambas porciones poseen formaciones montañosas que rondan los 900 metros sobre el nivel del mar, donde se incrementa la pluviosidad, así mismo hacia el interior de la isla se puede disfrutar de un tipo de clima montañoso como en las inmediaciones del Parque Nacional Cerro Copey-Jóvito Villalba, donde se encuentran las nacientes de los principales ríos y quebradas de la isla. El nombre del cerro le viene del árbol Copey, típico de la zona. También se pueden hallar distintas especies tropicales como palmeras, helechos y bromelias. A medida que se sube por el cerro, la temperatura se ubica por debajo de los 20°C. La vegetación va desde el bosque seco de las laderas hasta los bosques húmedos de las cimas, donde las nubes provenientes del mar Caribe depositan su carga de humedad.

Recuperado el día 5 de marzo de 2015 en <http://www.islademargarita.travel/clima-en-la-isla-de-margarita/>

### Actividades económicas

La principal actividad económica tanto de Nueva Esparta como de las demás islas, es sin lugar a dudas el turismo, que se ha desarrollado enormemente gracias a la belleza inigualable de sus playas, la cordialidad de sus habitantes, el clima privilegiado, sus típicos pueblecitos y a la creación en 1966, de la Zona Franca de Margarita (durante el gobierno del Presidente Raúl Leoni) y en 1974, el Decreto de Creación del Puerto Libre de Margarita (en el primer gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez). Ambas medidas destinadas a la atracción de los turistas, no solamente nacionales, sino también extranjeros.

Margarita termina siendo una de las islas del Caribe más atractivas por lo que puede ofrecer al turista: tanto geográficamente, como a través de sus opciones deportivas, casinos, facilidades de vialidad, aeropuertos, restaurantes de comida criolla e internacional, *night clubs*, variedad de hoteles, desde 5 estrellas, hasta posadas con

precios accesibles y tiendas para comprar toda clase de productos de todas partes del mundo

Así como el turismo es la primera actividad económica de Margarita también se debe mencionar otras actividades como: la pesca, el comercio y en menor grado, la agricultura, que a pesar de la riqueza de sus suelos en algunas partes de la isla, no ha podido ser mejor explotada, por la carencia de agua.

Recuperado el día 6 de marzo de 2015 en <http://www.venezuelatuya.com/estados/nuevaesparta.htm>

### Acceso a Margarita

El acceso a la isla por vía aérea está garantizado por los vuelos diarios que ofrecen las líneas comerciales de aviación (nacionales e internacionales). El Aeropuerto Internacional "Santiago Mariño" está ubicado en la costa sur de Margarita, a 19.6 km de Punta de Piedras, en Porlamar y cerca de Punta de Mangle.

Por vía marítima se accesa a través de los servicios de ferry que operan desde Puerto la Cruz y Cumaná hasta Punta de Piedras en Margarita. Desde aquí parte el ferry hacia la Isla de Coche.

Recuperado el día 8 de marzo de 2015 en <http://a-venezuela.com/estados/nuevaesparta/margarita/transporte.shtml>

### Religión

La religión católica es predominante en la isla (herencia de la colonia Española) sin embargo, se acepta la diversidad de cultos.

La Virgen del Valle es una de las principales y más celebradas advocaciones en Venezuela, venerada de un modo particular por los Margariteños. Cada 8 de septiembre, el estado Nueva Esparta y el Oriente del país celebran llenos de júbilo "la

bajada de la Virgen”, momento en el que acuden todos los peregrinos de todas partes de Venezuela a adorarla en su santuario ubicado en El Valle, municipio García.

Miles de fieles provenientes de todo el territorio venezolano se congregan en esta fecha para testimoniar su agradecimiento a la Virgen por los favores concedidos. Durante varios días los devotos acuden a su santuario ubicado en el Valle del Espíritu Santo, donde la imagen de la Virgen permanece vestida con trajes hechos de telas que los mismos fieles obsequian para la ocasión.

También es llamada: La Virgen Milagrosa, Madre de los pescadores, Protectora de los Neoespartanos, Patrona de Oriente y de la Armada venezolana.

Recuperado el día 7 de marzo de 2015 en <http://www.minci.gob.ve/2014/09/virgen-del-valle-cumple-103-anos-de-su-aparicion/>

### **2.2.2 Breve recorrido histórico**

El cronista margariteño Verni Salazar dice: "Es necesario conocer la identidad, para dignificar el ser".

El 18 de marzo de 1525, el Rey de España firma una capitulación con el Licenciado Marcelo de Villalobos, por medio de la cual le daba licencia y facultad, para colonizar la Isla de Margarita.

La Isla de Margarita estaba habitada por los guaiqueríes, una etnia que según Alexander von Humboldt hablaba un idioma emparentado con el warao. Erigida en 1525, la provincia de Margarita es la más antigua de las que en 1777 formaron la Capitanía General de Venezuela. En 1561 Lope de Aguirre llegó a la isla y tomó posesión de ella por un tiempo, antes de marchar a tierra firme. Había dependido de la Real Audiencia de Santo Domingo hasta 1739, cuando fue anexada al Virreinato de Nueva Granada, junto con otras entidades; el 19 de abril de 1810 fue una de las siete provincias venezolanas que declararon su independencia de la Corona Española, y en

1830, al disolverse la República de Colombia (Gran Colombia) y surgir la República de Venezuela independiente, fue también una de sus 13 provincias originales.

En 1864, al dividirse el país en 20 estados y un Distrito Federal, Margarita tomó el nombre de Estado Nueva Esparta, en honor al arrojo y coraje de su pueblo. En 1881 pasó a ser sección del Gran Estado Guzmán Blanco (llamado Miranda desde 1889 hasta 1898). En 1901, dos años después de que se restituyera la autonomía de los estados, retomó el nombre de Nueva Esparta, pero lo pierde otra vez entre 1904 y 1909, período en el cual es incluida en el Distrito Federal como Sección Oriental. Finalmente, en 1909 recupera su condición de estado y en 1948, se anexa a su territorio la isla de Cubagua, manteniendo como Estado el nombre de Nueva Esparta y como isla el de Margarita.

Según el Consulado de Italia en Margarita, recuperado el día 5 de marzo de 2015 en <http://consitaliamargarita.com/historia.php>

### **2.2.3 Atractivos turísticos**

En la Isla de Margarita se pueden hacer muchas cosas. Hay para todos los gustos y edades, es ésto lo que sucede con las playas, además, existen paseos para conocer: castillos, iglesias, atractivos naturales; así mismo se puede practicar un sinfín de deportes acuáticos y a la vez es uno de los mejores lugares del mundo para la práctica del *windsurf* y *kitesurf*, también hay una cancha de golf ubicada en el Hotel Hesperia en la localidad de Pedro González y en Macanao se puede montar a caballo en un interesante recorrido, y es de gran ayuda que todo esté cerca pues se puede llegar a los destinos dentro de la isla transitando algunas autopistas y caminos que atraviesan esta tierra. Para los que quieran conocer más, tienen la opción de tomar una excursión a las islas cercanas como: Coche, Cubagua y Los Frailes.

Recuperado el día 3 de marzo de 2015 en <http://www.venezuelatuya.com/margarita/index.htm>



### 2.2.3.1 Gastronomía

Recorrer los caminos de la gastronomía venezolana, es conocer un mundo de sabores, colores y aromas inolvidables. Se puede asegurar que la historia nacional se desarrolló paralela al calor de los fogones venezolanos, a medida que ha pasado el tiempo han variado las costumbres y los sueños, la historia sigue su curso, pero en cada nueva creación en la cocina venezolana sigue existiendo la raíz de sus antepasados, el acento indígena, y la variedad de especias y sabores de la colonia.

Recuperado el día 4 de marzo de 2015 en <http://www.venezuelatuya.com/cocina/gastronomia.htm>

El Estado Nueva Esparta formado por, Margarita, Coche y Cubagua, como tierra vinculada a los productos del mar, cuenta con una deliciosa cocina basada en pescados y mariscos. Durante años, la elaboración de estos apetitosos platillos ha marcado historia en manos de conocidos cocineros regionales. Junto con la tradicional habilidad común del margariteño han hecho del arte culinario insular un excelente atractivo turístico, famoso nacional e internacionalmente.

Esta isla cuenta con restaurantes contemporáneos e internacionales que se especializan en comida: italiana, china, francesa, peruana, japonesa y mexicana.

Las comidas típicas, que mejor representan la gastronomía local, son el delicioso Pastel de Chucho, preparado con raya, plátano maduro y huevos y el Sancocho de Pescado. Ambos platos comparten la succulenta sazón margariteña con la frescura de los pescados, así mismo, existen otros platos originales y deliciosos como: la tripa ´e perla, ensalada de botuto, el consomé de chipi-chipi, la crema de guacuco y siete potencias. Las famosas empanadas de cazón son obligadas en el recorrido del visitante, y los dulces también forman parte de esta gastronomía: El Piñonate y el Dulce de Lechosa preparados en Fuentidueño son clásicos de la cocina margariteña.

Recuperado el día 7 de marzo de 2015 en <http://www.margaritagastronomica.com.ve/margarita-fusion/margarita-paraiso-gastronomico>

“Al Pastel de Chucho se le coloca un fondo de margarina y luego una capa muy fina de la salsa bechamel... de una bechamel bien hecha, que le da una textura bien hermosa al pastel... y luego le colocas una capa de plátano, colocas el queso, el chucho y luego la bechamel... y así una capa sobre la otra y la bechamel va haciendo el pegamento...” Rubén Santiago. Recuperado el día 7 de marzo de 2015 en <http://fernandoescorcia.blogspot.com/2014/10/pastelde-chucho-o-la-creacion-de-una.html>

Esta exhuberancia gastronómica ha permitido la creación de diferentes ferias para el deguste de la misma, algunas se señalan a continuación:

#### Ferias gastronómicas en Margarita:

- 1)- FERIA del Piñonate (Fuentidueño)
- 2)- FERIA del Papelón (La Rinconada)
- 3)- FERIA de la Empanada (San Juan, Juan Griego, El Valle y La Asunción)
- 4)- FERIA del Erizo (Laguna de Raya)
- 5)- FERIA del Malacho (Boca de Río, Macanao)
- 6)- FERIA del Cuiñche (Taguantar)
- 7)- FERIA de los Frutos del Mar (Chacachacare, Tubores)
- 8)- FERIA del Mejillón (La Guardia)

- 9)- Feria del Pan del año (La Asunción)
- 10)- Porlamar Gastronómico (Porlamar)
- 11)- Feria de la Fosforera (Pampatar)
- 12)- Feria del Chivo (Los Robles)
- 13)- Festival de la Hallaca Margariteña (Maneiro)
- 14)- Feria del Sapo Bocón (Guaraguao, Porlamar)
- 15)- Feria del Pulpo (Playa Moreno, Pampatar)
- 16)- Feria de las Recetas Asuntinas (La Asunción)
- 17)- Feria de la Dulcería Sanjuanera (Fuentidueño)
- 18)- Feria de la Vieira y el Cucharón (Isla de Coche)
- 19)- Feria del Sancocho Margariteño (Playa La Galera, Juan Griego)
- 20)- Feria del Sancocho Sanjuanero, la Empanada y el Chivo (San Juan)
- 21)- Sabores de Pampatar (Fortín de La Caranta, Pampatar)
- 22)- Feria de la Empanada Porlamar (Hotel Bella Vista, Porlamar)
- 23)- Expo Salón Margarita Gastronómica (Hotel Bella Vista, Porlamar)
- 24)- Feria de la Sardina (Guaraguao – El Brasil, Porlamar)
- 25)- Feria del Guacuco (Playa Guacuco, Arismendi)
- 26)- Feria de la Empanada Asuntina (Festividades Nuestra Señora de La Asunción)
- 27)- Feria del Coco (Museo Pueblos de Margarita - Taguantar)

Recuperado el día 7 de marzo de 2015 en <http://fernandoescorcia.blogspot.com/2014/08/catalogo-de-ferias-gastronomicas.html>

“El único lugar de Venezuela, donde han entendido que el amor entra por la boca es en Margarita”. Rubén Santiago.

### **2.2.3.2 Cultura**

“La artesanía en tiempos pasados (no muy distantes de éstos) dio renombre y fama a Margarita en lugares remotos y proporcionó la forma de subsistencia a centenares de margariteños que ejecutaban aislada o colectivamente estas actividades; pero que en los actuales momentos, debido al desequilibrio surgido entre las llamadas sociedades de consumo y sociedades de producción, ha venido mermando vertiginosamente, dando tumbos y volteretas, hasta el extremo de estar en un período de casi extinción, por no decir algo peor”. Cheguaco (Cronista margariteño).

Recuperado el día 5 de marzo de 2015 en <http://www.cheguaco.org/PDF/Libros/ARTESANIA.pdf>

El primer testimonio de los inicios de la actividad alfarera en el territorio margariteño corresponde al yacimiento arqueológico conocido como Playa El Agua, cuyas características son bastante similares a otras referencias procedentes de la región Carúpano-Paria y su antigüedad ha sido calculada entre 350 a 1.150 años después de Cristo. Ahora bien, históricamente hablando, la expresión más genuina y mejor acabada de esta tradición se encuentra hoy día representada en las numerosas piezas

tanto de naturaleza utilitaria como ornamental elaboradas por los artífices del barro de la población de El Cercado.

El destacado escritor oriental Alfredo Armas Alfonzo, al reconocer lo valioso y refinado de la producción alfarera insular señalaba: “En Margarita, a la cerámica le sacan brillo como al oro viejo, como al cobre de los antiguos aposentos”. En relación con los zapatos “maqueros”, aun cuando, hasta el presente, no existen pruebas documentales que señalen la práctica de esta actividad durante los años coloniales en dicha población, resulta importante resaltar que la elaboración artesanal de esta prenda de vestir es también de muy vieja data en la región insular.

Cabe señalar que durante la época colonial los distintos rubros agrícolas cultivados en la Isla así como los variados productos artesanales elaborados en este territorio e igualmente, los indígenas y los negros nacidos en el espacio geográfico insular que se comercializaban en otras latitudes, eran considerados como “frutos de la tierra, labranza y crianza”. En ese sentido, se observa por ejemplo, cómo en el año 1606 fueron despachados desde Margarita hacia Cumaná, como “frutos de la tierra”, 20 pares de zapatos y 15 pares de chinelas de hombre y de mujer. Igualmente, en ese mismo año se exportaron hacia Cumaná, también como “frutos de la tierra”, cinco docenas de cordobanes, es decir, pieles curtidas de cabras. Sobre la base de tales antecedentes, cabría preguntarse si resulta o no válido, a los fines de impulsar la economía regional, fomentar estas actividades artesanales de tal manera que, tanto los diversos ceramios como los zapatos “maqueros”, pudieran nuevamente gozar de su merecida y reconocida fama.

Recuperado el día 7 de marzo de 2015  
en <http://cronistasdenuevaesparta.blogspot.com/>

He aquí las diferentes actividades artesanales desarrolladas en la Isla de Margarita según su población:

POBLADO	ACTIVIDAD ARTESANAL DESARROLLADA
Santa Ana	Chinchorros
La Vecindad	Hamacas
El Maco	Calzado de cuero y sandalias (alpargatas)
El Cercado	Alfarería, barro y loza ornamental
San Juan Bautista	Sombreros de cogollo, carteras y orfebrería

### 2.2.3.3 Geografía

Margarita tiene una gran variedad de playas. Hay para todos los gustos: con o sin olas, con o sin gente, con o sin viento, con o sin hoteles, con o sin pescadores, con o sin servicios, restaurantes y toldos. Hay para el gusto de cada quien. A continuación se describirán algunas playas de Margarita, saliendo desde Porlamar, dándole la vuelta a la isla en el sentido contrario a las agujas del reloj.

-Pampatar: Esta bahía, dominada por el Castillo de Pampatar es compartida por pescadores y bañistas, es de aguas tranquilas y sin olas, apropiada para un chapuzón rápido o para ir con niños.

-Guacuco: Es una de las buenas playas de Margarita. Cerca de Porlamar, con sombra, concurrida pero no tanto como las playas del norte, con olas, es una excelente opción.

-Parguito: Hoy en día una de las playas de moda. Más pequeña que playa El Agua, con grandes olas, siendo así el lugar preferido por los surfistas. Tiene excelentes restaurantes y kioscos, también está dotado con servicio de duchas y toldos.

-El Agua: Es la playa clásica de Margarita, la favorita de mucha gente. Muy larga: una caminata de ida y vuelta de punta a punta puede tardar más de una hora. Aquí se practican deportes acuáticos como montar en moto de agua.

-Manzanillo: Es una bahía de pescadores, que empieza a ser muy utilizada por los amantes de las playas. No tan concurrida y muy agradable. Similar a la playa de Puerto Cruz.

-Zaragoza: Es una playa tranquila y familiar cerca de Juangriego, sin olas y con buenos restaurantes. Se practican diferentes deportes acuáticos como: remar en *kayak*.

-Caribe: Una de las playas que se ha puesto de moda en los últimos años. Cerca de Juangriego, tiene buenas olas y buenos locales especializados en alimentos marinos.

-Punta Arenas: Para los que buscan una buena playa, tranquila, con pocas olas pero mucha arena y poca gente, ésta es la mejor opción. Eso sí, está lejos de la ciudad, en la punta de Macanao, en el extremo oeste de la isla.

-El Yaque: Justo detrás del aeropuerto, uno de los mejores lugares en todo el mundo para hacer *windsurf*. La playa no tiene olas y es muy agradable (si no le molesta el viento) por el espectáculo de los “windsurfistas”. Recomendable para visitarla con niños. En la zona con palmeras hay varios restaurantes muy buenos.

-La Propia: Es una playa libre de comercio, para acceder a ella debes hacerlo vía marítima, se toma un bote desde Manzanillo para llegar hasta su orilla.

Recuperado el día 7 de marzo de 2015 en <http://www.venezuelatuya.com/margarita/playas.htm>

Para una experiencia amena y divertida, se proponen una lista de 76 actividades a realizar en diferentes lugares en la isla:

1. Asistir a un evento en "Casa La Bonita".
2. Ver el atardecer desde El Fortín La Galera.
3. Probar la ensalada de catalana en el Restaurante La Casa de Rubén.
4. Hacer ejercicio en La Caracola.
5. Comer Cachapas en el puesto de la señora Yuraima en La Vecindad.
6. Visitar la Iglesia del Valle.
7. Comer raspao en el Valle.
8. Montarse en un atractivo acuático en playa Zaragoza.
9. Comer dulce de lechosa en Fuentidueño.
10. Subir el Cerro Copey y contemplar la vista desde su altura.
11. Comer piñonate en Fuentidueño.
12. Llevar de recuerdo un budare hecho por las artesanas del Cercado.
12. Comprar un sombrero de cogollo en Fuentidueno.
13. Comer un asopado de mariscos en el Restaurante El Fondeadero.
14. Rumbear en playa El Yaque.
15. Tomar el safari hacia Macanao.
16. Comer pargo en el Restaurante El Bonguero en Juan Griego.
17. Comprar unos zapatos maqueros en El Maco.
18. Probar el piñonate del Restaurante Mondeque.



19. Tomarse un café y comer una milhoja en la Panadería Fresier.
20. Tomar vino a la luz de la luna en el Restaurante Guayoyo.
21. Comer pastel de chucho en el Restaurante El Tereque.
22. Visitar El Castillo San Carlos Borromeo en Pampatar.
23. Lanzarse del tobogán "Churunmerú" en Parque El Agua.
24. Subir el faro de Punta Ballena.
25. Hacer *snorkel* en los Frailes.
26. Pasear por los túneles de La Restinga.
27. Comer empanadas de pabellón criollo en Playa Parguito.
28. Tomarse un jugo de caña del camión que se estaciona en la Av. Luisa Cáceres de Arismendi.
29. Comer empanadas de queso y berenjena en Santa Ana.
30. Contemplar el monumento natural "Las tetas de María Guevara".
31. Cabalgar en el Rancho Catabucán.
32. Conocer El Laberinto Tropical.
33. Comer pan de leche de la panadería San Juan Don Bosco en La Asunción.
34. Asistir a la Feria de la Fragata (8 de agosto).
35. Asistir a la Fiesta de la Virgen del Valle.
36. Asistir a la Feria de la empanada.
37. Tomarse una margarita en el Restaurante La Tequila.
38. Saltar del puente de La Restinga.

39. Comerse una arepa de explosión marina en Conejeros.
39. Jugar golf en el Hotel Hesperia de Pedro González.
40. Tomar sol y relajarte en una tumbona en Playa Caribe.
41. Tomarse un jugo de fruta natural en Conejeros.
42. Visitar la Casa de la Vinotinto.
43. Practicar *windsurf*, *paddle*, *kayak*, o *kitesurf* en El Yaque.
44. Conocer el pueblo artesanal "El Cercado".
45. Pescar en el muelle de Pampatar.
46. Comer arroz a la marinera en el Restaurante El Remo
47. Jugar *bowling* en Rattan Plaza.
48. Comer shawarma en el local "Don Pepito" en Calle El Hambre.
49. Contemplar el museo vial de día.
50. Visitar el museo "Pueblos de Margarita".
51. Tomarse una foto con la vista de Manzanillo de fondo.
52. Visitar la Iglesia del Cristo del Buen Viaje en Pampatar.
53. Visitar el museo Diosesano del Valle.
54. Comer ostras en la playa del Concorde.
55. Comer pizza preparada a leña en el Restaurante Il Nonno.
56. Disfrutar del parque de diversiones Diverland.
57. Montar burro en Musipán.
58. Lanzarse del muelle en Playa Valdez.

59. Tomarse un mojito frozen en el Restaurante 0295 Bistro.
60. Comer Teppan en el Restaurante UmiSushi&Teppan.
61. Comer calamares rebosados en Casa Guacuco.
62. Hacer buceo en Coche.
63. Tomarse una foto con el farallón de Constanza de fondo.
64. Pasear por la Av. Santiago Mariño.
65. Comprar un chinchorro en Santa Ana.
66. Comprar un mapire en Pedro González.
67. Visitar la Iglesia Parroquial Santa Ana del Norte.
68. Comer pescado frito, acompañado con jugo de papelón con limón en cualquier local que encuentres en una orilla de playa.
69. Contemplar la esfera de Jesús Soto.
70. Comer empanadas en el puesto de la señora Enérida (al lado de la Iglesia de La Asunción).
71. Visitar Coche.
72. Visitar la ciudad perdida de Cubagua.
73. Manejar moto de agua en Playa Zaragoza.
74. Subir la montaña de Playa Parguito.
75. Sentarse una tarde en el Restaurante Casa Jardín en la plaza de La Asunción a disfrutar de un buen tinto de verano y de música margariteña en vivo.
76. Comer una arepa mixta acompañado con un batido de frutas en el Restaurante “El Buen Sabor de la Arepa”

### 2.3. Promoción turística 2.0

Según Eva Sánchez Amboage en su artículo “El Turismo 2.0 un nuevo modelo de promoción turística” como consecuencia del empleo masivo de Internet, el perfil del cliente ha cambiado, llegando a convertirse en lo que los entendidos llaman “*Adprosumer*”. Se unen en este término distintos conceptos: AD (anuncio), PRO (productor), SUMER (consumidor). Es ésta una forma de resumir al nuevo cliente de la Web 2.0, el que recomienda, participa de la promoción y consume un producto.

¿Cómo puede evolucionar la forma de promover el turismo? ¿De qué manera la Web 2.0 puede ser un catalizador del turismo? La manera tradicional de obtener información acerca de un país o destino es acudir a una agencia de viaje, leer un artículo en alguna revista o ver un documental en televisión; El modo operativo contemporáneo, como se describe en el párrafo anterior, amerita las experiencias y comentarios de los usuarios y es en base a estas que se cataloga un destino.

“El turista, y con él, el turismo han cambiado a lo largo de los años, el cliente se vuelve más exigente, sabe y tiene información de lo que compra y como tal exige una calidad y un producto o servicio que se adapte a sus necesidades. En este contexto cobran gran importancia las nuevas tecnologías, en especial las Redes Sociales. Ya no sirve que la empresa o administración nos intente convencer de “lo bueno que es su producto” se necesita además, que otros clientes o usuarios den su propia opinión, aconsejen y convenzan de que un producto o un servicio es apto para la compra.” Sánchez Amboage, Eva (29-07-2011). *El turismo 2.0. un nuevo modelo de promoción turística*. Recuperado el 05 de Marzo de 2015 en [http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web\\_2.0.pdf](http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web_2.0.pdf)

## 2.3.1. Internet 2.0

### 2.3.1.1. Definición e historia

La Web 2.0 es la respuesta a la necesidad de los usuarios y audiencias de opinar, intervenir y ser productores del contenido que se publica en la Web. Originalmente la Web era una plataforma estática donde solo un grupo reducido eran emisores de mensajes.

La **Web 2.0** se definió como la etapa en la cual los sitios Web se integraban con los medios y redes sociales para lograr interacción entre todos los usuarios de Internet, lo cual ha implicado que se pasó de un diálogo de múltiples generadores de contenido a múltiples consumidores y viceversa. “ Daniel Rodríguez, 10 de Marzo de 2013 ¿La Web 3.0 ya llegó y no nos dimos cuenta? <http://www.negocioseninternet.com.ve/2013/03/10/la-web-3-0-es-la-web-movil/>

El término "Web 2.0" fue utilizado por primera vez en enero de 1999 por Darcy DiNucci, consultor en diseño de la información electrónica. En su artículo, "El futuro fragmentado", DiNucci escribe: La Web se entenderá no como pantallas completas de texto y gráficos, sino como un mecanismo de transporte, el éter a través del cual pasa la interactividad. Docsetools, recuperado el 24 de Febrero de 2015 [http://docsetools.com/articulos-para-saber-mas/article\\_45586.html](http://docsetools.com/articulos-para-saber-mas/article_45586.html)

Lev Grossman explica:

“Es una historia acerca de la comunidad y la colaboración en una escala nunca antes vista. Se trata del compendio cósmico de conocimiento de Wikipedia y la red de YouTube del pueblo de millones de canales y la metrópoli en línea MySpace. Se trata de los muchos que arrebatan el poder de unos pocos y ayudándose unos a otros por nada y lo que no sólo va a cambiar el mundo, sino también cambiar la forma en que el mundo cambia”. Docsetools, recuperado el 24 de Febrero de 2015

Coinciden los tres autores en la posibilidad de *feedback* y en la oportunidad de generar información por parte de los usuarios, hecho que realmente conectó al mundo. Uno de los avances más impactantes fue la posibilidad de conocer la noticia de una

manera más rápida y directa, por parte de los propios protagonistas y testigos. Para el año 2000, 361 millones de personas tenían acceso a internet, doce años después, en el 2012, eran 2,4 mil millones los conectados a la Web. La Tecnología ha contribuido a esta mega conexión, puesto que ya no es necesario un ordenador o computadora para acceder a la Web, los *smartphone* y *tablets* son una opción efectiva y más económica. 7 de mayo del 2013, Noticias Académica, ¿cuántas personas en el mundo usan Internet? Recuperado el 02 de Marzo de 2015 en <http://www.academica.mx/observatorio/noticias/¿cuántas-personas-en-el-mundo-usan-internet>

¿La Web 3.0 ya llegó y no nos dimos cuenta? De la misma manera en que evolucionó la Web 1.0 , existe un concepto no muy definido acerca de lo que es la Web 3.0, llamada Web semántica, hace referencia a la transformación de la Web en una base de datos, un movimiento hacia la fabricación de contenido accesible para múltiples buscadores, la influencia de la Inteligencia Artificial. Por otra parte, en la **Web 3.0** se estaría en capacidad de interactuar a través de espacios tridimensionales que permitieran tener una **Visión 3D** en las pantallas o lo que se define como la **Web 3D**. Recuperado en el 05 de Marzo de 2015 en <http://web30websemantica.comuf.com/web30.htm>

### **2.3.1.2. Características generales**

El inmediatez es una de las peculiaridades de esta evolucionada web, La posibilidad de conocer las noticias, ver publicaciones, compartir con amigos o allegados contenidos y obtener respuestas en tiempo real la afirman como interactiva. La creación de herramientas de colaboración como los *wikis* o los *blogs*, es lo que en principio motivó a la audiencia a participar de una manera significativa, tanto es así , que en la actualidad la mayoría de las paginas Web, *blogs*, redes sociales poseen un espacio donde los usuarios pueden comentar su agrado o desagrado como también acotar alguna información en la publicación.

La más profunda de las transformaciones de la Web 2.0 reside en la reinención de la manera en que la información circula por la red, democratizando y poniendo a disposición de todos los usuarios la capacidad de programar el comportamiento de diferentes flujos de datos que interactúan entre sí de maneras hasta hace poco inimaginables. Revisado el 03 de Marzo de 2015 en [http://es.wikibooks.org/wiki/Web\\_2.0/Definición\\_y\\_caracter%ADsticas\\_más\\_importantes](http://es.wikibooks.org/wiki/Web_2.0/Definición_y_caracter%ADsticas_más_importantes)

Otra de las particularidades que se desprende de la actual fase de Internet, es el protagonismo de los usuarios *amateur*. Hoy los usuarios cuentan con los instrumentos para construir sus propios medios de comunicación (nanomedios) sin requerir de conocimiento en periodismo, ni en lenguajes de programación o un equipo de cómputo de última generación. Recuperado el 02 de Marzo de 2015 <http://www.planetaweb2.net/capitulos.html>

Según O'Reilly, siete son los principios constitutivos de las aplicaciones Web 2.0: la Web como plataforma; el aprovechamiento de la inteligencia colectiva; la gestión de la base de datos como competencia básica; el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software; los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad; el software no limitado a un solo dispositivo; y las experiencias enriquecedoras de los usuarios.

El hombre ontológicamente tiene un carácter social y gregario, por el simple hecho de nacer en una familia crece con la necesidad de comunicarse, una de las características más relevante de esta plataforma es la facilidad y simplicidad con que las personas pueden transmitir pensamientos, recuerdos y anécdotas; Las *social networking* o redes sociales son parte fundamental de esta evolución, ya que ha contribuido a una conexión entre personas no solo por interés sino afectivamente, siendo contribuyente al cultivo de relaciones interpersonales.

Según Cristóbal Cobo Romaní existen suficientes ejemplos que evidencian por qué el desarrollo de la Web 2.0 no es sólo tecnológico sino que principalmente de orden social. Dicho de otro modo, la Web 2.0 no inventa la colaboración entre las personas,

pero sí ofrece un enorme abanico de posibilidades para facilitar el intercambio y cooperación entre individuos.

La Web 2.0 no está atada a ordenadores, gracias a las constantes innovaciones que las empresas móviles desarrollan, se puede acceder a internet de una manera simple; Hugo Pardo Kuklinski, en el libro “Planeta Web 2.0” escribe el “*Mobile devices y aplicaciones Web 2.0. La sociedad en la red móvil*” donde aclara el impulso de la industria de fabricantes y operadores hacia los móviles de tercera generación (3G), ha creado una infraestructura apta para promover la movilidad física más la conectividad, de la mano del crecimiento de un *empowered web consumer* a partir del uso de las aplicaciones Web 2.0. Dicha convergencia genera la *Mobile Web 2.0*, o sea la interacción entre las aplicaciones Web 2.0 y los *mobile devices*.

### **2.3.1.3. Redes sociales**

En la actualidad hablar de redes sociales es cotidiano, un término muy popular en el léxico contemporáneo; Francesc Gómez Morales en su texto “El pequeño libro de las redes sociales” compara la red de una portería de fútbol con una red social; explica que sólo se necesitan dos elementos: Las personas, que serían cada uno de los nudos de la red, y las relaciones entre las personas, que serían los fragmentos de cuerda entre nudo y nudo.

Tal y como explican en su obra “Conectados”, Christakism y Fowler las redes sociales se pueden dividir en Redes Sociales Virtuales y Redes Sociales Reales. Conservan las mismas características, aunque bien es cierto que las relaciones son distintas. La interacción entre personas en las Redes Sociales Virtuales es mucho más abierta (en muchas ocasiones se agrega a gente con la que no se contactaría en una relación social real), entre otras muchas posibilidades permiten mantener y recuperar relaciones sociales reales y facilitan la conexión entre las redes. La diferencia principal entre ambas Redes es, como su propia palabra indica, que unas necesitan de las nuevas tecnologías para llevarse a cabo y las otras no. Sánchez Amboage, Eva (29-07-2011). El turismo 2.0 un nuevo modelo de promoción turística. Recuperado el 05 de Marzo de 2015 en [http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web\\_2.0.pdf](http://politecnicojic.edu.co/luciernaga6/pdf/web_2.0.pdf)



Escribe Elvis J Belian Díaz Marquis;

Hoy en día el término "red social " se le atribuye a los diferentes sitios o páginas de internet que ofrecen registrarse a las personas y contactarse con infinidad de individuos a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, entre otros. Revisado el 05 de Marzo de 2015 en <http://www.monografias.com/trabajos84/redes-sociales/redes-sociales.shtml#ixzz3TX4XJTWQ>

El autor añade que las redes sociales han sido un fenómeno en estos últimos años, no sólo las utilizan personas para comunicarse de una forma instantánea, intercambiar ideas, reencontrarse con otras personas, compartir e intercambiar información en diferentes medios, sino también están siendo utilizadas por grandes corporaciones, organizaciones y compañías para promover sus productos y servicios, es una forma amplia de comunicación para las corporaciones y compañías ya que tienen un encuentro más cercano con sus consumidores o afiliados.

Según la página de análisis y estadísticas (<http://postcron.com/es/blog/todas-las-tendencias-en-redes-sociales-2014-infograficos-estadisticas-y-tips/>) las plataformas más utilizadas para distribuir contenido son Facebook con un 89%, Twitter con 80%, YouTube con 72% y Linked in con 71%.

Existen variedad de redes sociales, pero sin duda Facebook, Twitter y Youtube son las que más impacto, influencia y popularidad han adquirido desde su invención; Facebook por su parte ofrece la posibilidad de crear un perfil personal y compartirlo con amigos, como también, promocionar una empresa, un evento o producto; Twitter, catalogado como un *microblogging*, permite compartir noticias, comentarios o cualquier texto que no exceda los 140 caracteres, el *trending topic* y el *retweet* son sus grandes diferenciadores.

Según Josefina Casas en su artículo "Tendencias en redes sociales 2014" la elaboración de videos, en el uso de contenido para *marketing*, se apodera de un 72%,

por lo que no es extraño que YouTube sea una de las redes sociales más visitadas diariamente. Se puede llevar su nombre al español como “tu canal”, y fue creado por tres californianos en busca de un portal donde se compartieran videos personales de una máxima duración de diez minutos. En la actualidad se carga contenido de todo tipo en esta plataforma, desde videos musicales, tutoriales para cualquier disciplina, películas completas y episodios televisivos; Su proyección es tan grande que lo dueños de Google, lo compraron un año y medio luego de su creación; se ha escogido como canal de difusión de importantes discursos como ha sido la ventana de muchos talentos anónimos.

Las redes sociales han revolucionado la forma en que las empresas publicitan sus productos, ya que éstas le permiten saber las tendencias, es decir, lo que los consumidores necesitan, desean y exigen. A través de los *likes*, comentarios, seguidores y contenido compartido se puede percibir donde tiene el mundo sus ojos, y es allí donde las redes sociales se convierten en negocio. Otra manera de conocer dónde se centra la atención de las personas es por medio del SEO (*Search engine optimization*) optimización para el motor de búsqueda, utilizado por Google, sugiere, en principio, un listado de opciones según lo más solicitado y segundo un orden en las páginas, por su calidad en el contenido. Recuperado el 04 de marzo de 2015 en <http://postcron.com/es/blog/seo-para-blogs-la-guia-basica/>

La permanencia en el tiempo de las redes sociales, está apoyada en la adaptación a las nuevas tecnologías móviles; El 71% de los usuarios utilizan un dispositivo móvil para acceder a una red social, Expertos en Marketing y desarrolladores de aplicaciones móviles alegan lo importante de estar atentos e invertir en su desarrollo. Josefina Casas (2014), Tendencias en redes sociales 2014: Datos , infográficos y estadísticas, recuperado el 05 de Marzo de 2015 en <http://postcron.com/es/blog/todas-las-tendencias-en-redes-sociales-2014-infograficos-estadisticas-y-tips/>

## **2.3.2. Campañas turísticas *online***

### **2.3.2.1. Casos exitosos**

¿De qué depende la popularidad de un destino? Se puede deber a su belleza, cultura , gastronomía, historia, posibilidad de inversión, paisajes entre otros factores. La publicidad juega un rol determinante en el posicionamiento de un lugar a visitar. Acarrea un alto costo por parte de cualquier gobierno invertir en campañas para atraer a los turistas, pero si éstas resultan exitosas, la retribución será mucho mayor a la inversión inicial.

Se cataloga como exitosa una campaña que en principio logre dar a conocer de una manera creativa los factores distintivos del destino, atraiga a los visitantes y logre que las personas se conecten con el concepto de la campaña

“El mejor trabajo del mundo” fue una campaña promovida por el estado de Queensland, Australia, donde se ofrecía 100.000 dólares por ser el cuidador de esta isla durante seis meses. La oferta laboral se publicó en periódicos extranjeros, solicitando un video por cada inscripción, donde se mencionara la isla y su deseo de acudir. Se recibió 34.000 videos para optar por el cargo, la Web sucumbió por este acontecimiento y llegó a convertirse en una campaña viral, logrando miles de búsquedas en la Web y la completa atención de los medios de comunicación de todo el mundo. El turismo aumentó en un 25% , con una inversión inicial de 1.7 millones de dolares. La mayor prueba del éxito obtenido fue el relanzamiento de la campaña, ofreciendo seis diferentes empleos en distintas localidades del país. Sofía Duarte (02 de Febrero de 2014) Análisis de la campaña “El mejor empleo del mundo” recuperado el 05 de Marzo de 2015 en <http://es.slideshare.net/sofiaduarteg/el-mejor-empleo-del-mundo-sofa-duarte>.



En el año 2011, El Gobierno de Gran Bretaña, extiende la invitación a ser elegidos como el destino soñado del 2012. Mediante videos, celebridades hacían pública su personal invitación a Gran Bretaña, y de esta manera celebrar el Jubileo de Diamante de la Reina Isabel II como también los juegos paraolímpicos y olímpicos de los cuales eran sede. La idea se propagó y no se limitó a la invitación por parte de personalidades sino que todo habitante daba la bienvenida a sus contactos por medio de las redes sociales. 4.6 millones de visitantes es la meta que se trazó para los cuatro años de campaña, en Marzo del 2013 se calculó la visita de 1,92 millones de extranjeros, 25% más del objetivo para esa fecha. Recuperado el 04 de Marzo de 2015 en <http://www.visitbritain.org/marketing/marketingprogramme.aspx>



La campaña internacional de marca país: Perú, fue todo un éxito. Mediante un video de tres minutos, se narra el mensaje que un hombre se da a sí mismo 20 años antes por medio de una grabación mientras viajaba por Perú. Una semana posterior al lanzamiento de la campaña, el video se convirtió en uno de los más vistos en Internet y el tercero en YouTube en la categoría “Viaje y eventos”. Se publicó en varios idiomas entre los cuales esta el ingles, portugués y alemán. Recuperado el 05 de Marzo de 2015 en <http://internacional.peru.info/es/posts/articulo/1790/campana-internacional-de-la-marca-pais-es-un-exito-en-internet>



## CAPÍTULO III: MANUAL DE PRODUCCIÓN

### 3.1.1. Cronograma de Producción

#### Pre - producción

- Análisis de la temática.
- Elección de los tópicos de cada corto.
- Elección de los talentos.
- Elección de las locaciones.
- Selección del camarógrafo.
- Elaboración de un cronograma en función de la disponibilidad de los talentos.
- Seleccionar fecha de vuelo.
- Compra de los pasajes aéreos.
- Elaboración del plan de rodaje.
- Selección del diseñador gráfico.

Desde septiembre -  
2014  
  
hasta Diciembre -  
2014

- Videos
- Internet
- Teléfonos
- Pasajes aéreos

## Producción

- Pautar talentos

- Grabar corto:

- Cultural
- Gastronómico
- Geográfico

Desde Enero - 2015  
hasta Febrero -  
2015

- Cámara profesional
- Lentes
- Micrófono
- Rebotador
- Trípode
- Grúa
- Memoria externa
- Laptop
- Cámara fotográfica
- Planilla release
- Autorización de locales
- Agua

## Post – producción

- Edición
- Selección de la música de cada corto
- Pietaje

Desde Febrero – 2015  
Hasta Marzo - 2015

- Final Cut
- CD

### **3.1.2. Sinopsis**

Empanada de cazón y ceviche, zapato maquero y vestido coctel, sushi y Pastel de Chucho, jugo de caña y mojito, Juan griego y Pampatar; Contrastes y fusiones, la cotidianidad margariteña, son documentados en tres cortos que buscan promover el turismo de la Isla de Margarita, mostrando sus bondades e inigualable belleza. Exponen parte de su gastronomía, cultura y lugares emblemáticos. De la mano de sus protagonistas, generadores de idiosincrasia neoespartana, se captura una porción de su inmenso atractivo, pero suficiente para catalogarla como Margarita Bonita.

### **3.1.3 Justificación estética**

#### **3.1.3.1 Aproximación estética**

Dinámica y atractiva son los adjetivos que encierra el estilo de la trilogía. Dinámica porque es ideada para la web, es breve; fácil de cargar, reproducir y compartir; como también crea expectativa de un siguiente video. Atractiva, siguiendo las necesidades de un producto turístico que busca mostrar la belleza de un destino, la alta calidad de imagen y fotografía permiten que se observe lo colorido y radiante de Margarita. El ritmo acelerado intenta que el espectador se mantenga alerta y los movimientos de cámara procuran capturar descriptivamente la variedad de actividades que se desarrollan en la isla.

#### **3.1.3.2 Referencias audiovisuales**

- La serie **Eat, Move & Learn – Rick Mereki** : La división de pantalla, que utilizó el editor para presentar la variedad de platos que aparecen en el video, la secuencia de



cambios en el fondo con distintos paisajes simulando caminata continua y el dinámico ritmo que los tras abarcan.

- **Rise up - Günther Gheeraert** - Se emularon la repetición de planos detalles que en este video aparecen y se esa manera se crea conexión con la actividad realizada.

### **3.1.3.3 Planteamiento narrativo**

**Bonita a la Carta:** Busca resaltar la fusión entre la gastronomía, tanto tradicional como contemporánea, que existe en la isla de Margarita, es por ello que se escogió a personas, lugares y platos que contrastan y se complementan. Sumito Estévez, la Sra. Enerida y Rubén Santiago son ejemplos de la cultura gastronómica de la isla, y junto a restaurantes como el Tereque, 0295, UmiSushi&Teppan reflejan que el paladar margariteño está lleno de fusión.

**Bonita hecha a mano:** Se escogieron a diversas personas que engrandecen la cultura margariteña con el trabajo de sus manos. La Sra. Luisa Rojas con 94 años elabora los sombreros de cogollo autóctonos de la Isla. Por su parte Arturo Millán con su simbolismo ha exportado obras plástica a todo el continente; Beto Valderrama representante de la música margariteña, con su mandolina como compañera le ha mostrado al mundo cómo suena un polo margariteño.

Nadia Elnecker, diseñadora de moda; Fayder Bustamante, estilista; Sra. Mercedes, artesana de zapatos maqueros y Mireya Meneses , artesana de hamacas también son parte de esta fusión en la cultura margariteña.

**Bonita en Movimiento:** El propósito de este video, es mostrar de una manera creativa, la gran cantidad de lugares culturales que se pueden visitar en la Isla de Margarita. Se escogieron instituciones , monumentos y paisajes en distintos municipios del estado insular. Castillos, plazas, iglesias, miradores, playas fueron visitadas para exponer la diversidad de destinos.

### 3.1.4. Temática y descripción de personajes

La selección de los talentos estuvo basada en personalidades insignes y voceros de la cultura neoespartana, tanto tradicional como contemporánea, de manera que al unirlos en un cortometraje se observe los contrastes que en la Isla de Margarita conviven.

Cada uno de los personajes hace vida y cultura en Margarita. Aparece el collage del primer plano de personas que contribuyeron en la elaboración de la trilogía Bonita.

## Bonita hecha a mano

**Beto Valderrama:** Músico margariteño, oriundo del Cercado, reconocido mundialmente por tocar la mandolina.

**Contacto:** Personal

**Arturo Millán:** Artista plástico Margariteño, apodado el maestro de los símbolos.

**Correo:** [arturomillan247@gmail.com](mailto:arturomillan247@gmail.com)

**Nadia Elnecer:** 22 años, estudió diseño de moda en Canadá, su atelier se ubica en Pampatar.

**Ig:** @NadiaElnecerAtelier

**Tlf:** 04123010608

**Sra. Mercedes:** Artesana margariteña, realiza zapatos maqueros.

**Contacto:** Personal

**Luisa Rojas de Díaz:** Artesana margariteña, con 94 años elabora sombreros de cogollo. Municipio San Juan.

**Contacto:** Personal

**Mireya Meneses:** Artesana margariteña, tejedora de hamacas. Taguantar.

**Contacto:** Personal

**Faider Bustamante:** Estilista margariteño

**Contacto:** Personal

**Ig:** @FayderBustamante

## Bonita a la Carta

**Sumito Estévez:** Chef venezolano, nacido en Merida. Dueño del Rest. Mondeque, uno de los más importantes de Margarita.

**Contacto:** Personal

**Ig:** @SumitoEstevez

**Tw:** @SumitoEstevez

**Rubén Santiago:** Chef margariteño, creador del cuajado de chucho, ingrediente principal del pastel de chucho, plato tradicional de la isla.

**Tlf:** 04248078313

**Jesús Guerra:** Margariteño,  
pescador.

**Contacto:** Personal

**Sra. Enérida:** Empanadera  
margariteña, tiene 43 años  
preparando empanadas en La  
Asunción.

**Contacto:** Personal

## Bonita en movimiento

Karla Albornett: Margariteña,  
músico, estudiante de  
comunicación social.

Correo: [kalbornett@gmail.com](mailto:kalbornett@gmail.com)

Tlf: 04147911796/04166958258

Ig: @KarlaAlbornett

Tw:@KarlaAlbornett

Josmelia Muñoz: Caraqueña,  
estudiante de comunicación  
social.

Correo: [munozjosme@hotmail.com](mailto:munozjosme@hotmail.com)

Tlf: 04141507574

Ig: @josmejosme

Tw:@josmejosme

Se eligió ser parte del talento para crear empatía con la audiencia, agregarle un aspecto jovial y procurar que el espectador se identificase con rostros no conocidos, recreando la experiencia de cualquier visitante. Karla Albornett, margariteña, invita a los nativos a profundizar en la belleza de la ínsula; y Josmelia Muñoz, caraqueña, refleja lo que padecen la mayoría de las personas que visitan la isla, la necesidad de volver y conocer más de ella.

### **3.1.5. Escaleta**

#### **Bonita a la carta**

##### **Escena 1 Sumito y Jesús Guerra (pescador) Playa Juventud.**

Pescador desenredando una red.

Muestra de una cesta llena de pescados.

Se muestra al pescador colocando todos los pescados en la pesa.

Sumito llega al mercado.

Sumito escoge el pescado.

El pescador envuelve el pescado y se lo entrega a Sumito.

Sumito y el Pescador se dan las manos, en forma de despedida.

Sumito se retira de la playa.

##### **Escena 2 Restaurante La Casa de Rubén**

Fachada del Restaurante Casa de Rubén.

Rubén entrega el plato a la cámara.

Rubén se ríe con la cámara.

##### **Escena 3 Restaurante El Tereque**

Fachada del Restaurante El Tereque.

Lida (dueña del Tereque) riéndose.

#### **Escena 4 Restaurante El Buen Sabor de la Arepa**

Fachada de la arepera.

Se muestran las arepas en la plancha.

Se muestra la preparación de la arepa.

Cocinera le entrega la arepa a un cliente.

Se muestran dos clientes comiéndose la arepa.

Cocinera le entrega la arepa a la cámara.

Rafael (dueño del local) se ríe con la cámara.

La cocinera se ríe con la cámara.

#### **Escena 5 Mondeque**

Fachada de Mondeque.

Se muestra a Sumito preparando el ceviche en su cocina.

Sumito concentrado.

Se muestra la decoración del ceviche.

Se muestra el ceviche listo.

#### **Escena 6 Puesto de empanadas de la Sra. Enérida**

Se muestra el puesto de Enérida.

La Sra. Enérida bromeando (dicharachera).

Se muestra la empanada saliendo de freírse.

Enérida le entrega la empanada a Sumito.

Sumito comiendo empanada.

Enérida dándole un besito a Sumito.

### **Escena 7 0295 Bistro GastroBar**

Fachada de 0295.

Se muestra la cocina.

Se muestra el local.

Se muestra la preparación del mojito.

El Bartender entrega el mojito a la cámara

El mesonero vestido de negro riéndose

### **Escena 8 UmiSushi&Teppan**

Se muestra el show del teppan.

Josmelia y Karla observando el show.

Se muestran las manos del sushero preparando el sushi.

Se muestra la preparación y decoración del sushi.

### **Escena 9 El Bonguero**

Se muestra a los enamorados espontáneos.

Se finaliza con la secuencia de rostros diciendo "te invito a ver, oler, escuchar, tocar y probar a Margarita, nuestra isla bonita"

+ Se deben capturar tomas de apoyo (rostros de comensales, atmósfera en el restaurant y audio del ambiente)

## **Bonita hecha a mano**

### Escena 1

Beto Valderrama tocando “La Guacuquera”.

Arturo Millán remojando el pincel en la paleta.

Artesano moldeando la cerámica.

Artesana tejiendo una hamaca.

Nadia dándole puntadas a un vestido.

Señora Mercedes cortando la suela del zapato maquero.

Fayder maquillando.

Sra. Luisa tejiendo el sombrero.

Sra. Luisa cociendo los sombreros.

Beto Valderrama tocando la parte de la canción adrede a la continuidad del corto.

### Escena 2

Continuidad de los 360 intercalados de Fayder, Artesana (hamacas) y Nadia.

### Escena 3

Se muestra el atelier de Nadia.

Se muestra el vestido listo.

### Escena 4

Se muestra el negocio artesanal.

Artesana tejiendo.



Se muestra la hamaca lista.

#### Escena 5

Se muestra el zapato maquero.

#### Escena 6

Artesano sacando el aire a la masa.

Artesano moldeando la masa.

Artesano dando el último detalle a la cerámica.

Se muestran las cerámicas listas.

#### Escena 7

Las manos de la artesana tejiendo.

Sra. Luisa tejiendo.

Sra. Luisa cociendo en la máquina.

Aguja de la máquina entrando al sombrero.

Se muestra el sombrero listo.

#### Escena 8

Cada uno de los artistas riendo.

Luisa dando un beso a la cámara.

Se finaliza con la secuencia de rostros diciendo: "Te invito a ver, oler, escuchar, tocar, probar a Margarita, nuestra Isla Bonita".

## **Bonita en movimiento**

Ráfaga de imágenes que simulen una recta caminata con el constante cambio de paisajes en el fondo.

### **Escena 1**

-Bahía de Juan Griego.

-Castillo Santa Rosa.

-Catedral Nuestra Señora de La Asunción.

-Muelle de Pampatar.

-Muelle de Juan Griego.

-Parque Bicentenario.

-Iglesia Nuestra Señora del Valle.

-Palacio Municipal de La Asunción.

-Casa La Bonita I.

-Castillo San Carlos Borromeo.

-Calle entre montañas frente a Playa Caribe.

-Fortín La Galera (erigido).

-Autopista de Juan Griego

-Playa La Galera.

-Playa Caribe.

-Plaza Bolívar de Pampatar.

-Pueblo Las Piedras, Juan Griego.

-Iglesia Cristo del Buen Viaje.

-Plaza Luisa Cáceres de Arismendi en La Asunción.

-Calle colonial entre la Catedral de La Asunción y el Restaurante Casa Jardín.

## **Escena 2**

- Restaurante Casa Jardín.
- Calle La Marina Juan Griego.
- Casa colonial de Piedras en Pampatar.
- Muro de Piedras con trinitarias (Vía al Faro Punta Ballenas) en Pampatar.

## **Escena 3**

- Entre peñeros en la Bahía de Juan Griego.
- Iglesia de Santa Ana.
- Fortín La Galera.
- Playa Caribe.
- Capilla de La Asunción.
- Calle de Pampatar (Vía al Faro Punta Ballena).
- Palacio Municipal de Pampatar.
- Bulevar de Juan Griego junto a la iglesia San Juan Evangelista.
- Castillo San Carlos Borromeo.
- Iglesia Cristo del Buen Viaje.
- Castillo San Carlos Borromeo.
- Bahía de Juan Griego al atardecer.
- Bahía de Juan Griego al amanecer.
- Castillo Santa Rosa.

### 3.1.6. Locaciones

#### 3.1.6.1 Informe de locaciones

##### Bonita a la carta

Producción Margarita Bonita	Fecha: 08/01/2015
Sitio	Rest. Mondeque
Contacto	Sumito Estévez
Teléfono	
Dirección	Pampatar
Disponibilidad	08/01/2015
Horario disponible	7:00 am – 11:00 am
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	15 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 08/01/2015
Sitio	Puesto empanada
Contacto	Sra. Enérida
Teléfono	
Dirección	Asunción
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	5:00 am – 2:00 am
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	25 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Natural

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	El Buen Sabor
Contacto	Rafael Franenal
Teléfono	0424-8102007
Dirección	Guatamare
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	6:00 am – 1:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	25 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	Rest. 0295
Contacto	Johan Sambrano
Teléfono	0412-3590890
Dirección	Costa azul
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	A partir de 8:00 pm
Estacionamiento	Disponible
Tiempo distancia de casa	25 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	UmiSushi&Teppan
Contacto	Mónica Gebrán
Teléfono	0424-5953424
Dirección	Costa Azul
Disponibilidad	06/02/2015
Horario disponible	2:00 pm – 6:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	25 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	El Bonguero
Contacto	Carmen Mariño
Teléfono	
Dirección	Juan Griego
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	12:00 m – 10:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	El Tereque
Contacto	Lida
Teléfono	0416-3984584
Dirección	Altagracia
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	12:00 m – 4:00 pm
Estacionamiento	Disponibile
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	Casa de Rubén
Contacto	Rubén Santiago
Teléfono	0295-2645969
Dirección	Av. Santiago Mariño
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	12:00 m – 6:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	20 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Artificial

## Bonita hecha a mano

Producción Margarita Bonita	Fecha: 05/02/2015
Sitio	Casa Luisa Rojas
Contacto	Luisa Rojas
Teléfono	
Dirección	San Juan
Disponibilidad	Todos los días
Horario disponible	8:00 am – 6:00pm
Estacionamiento	Disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Bajo
Condiciones de iluminación	Natural

Producción Margarita Bonita	Fecha: 05/02/2015
Sitio	Local Artesanal
Contacto	Mireya
Teléfono	0426-3866361
Dirección	Tacarigua
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	2:00 pm - 5:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Alto
Condiciones de iluminación	Natural

Producción Margarita Bonita	Fecha: 05/02/2015
Sitio	Casa Sra. Mercedes
Contacto	Mercedes
Teléfono	0295-2570331
Dirección	EL Maco
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	2:00pm - 5:00pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Artificial

Producción Margarita Bonita	Fecha: 05/02/2015
Sitio	Taller de arte
Contacto	Arturo Millán
Teléfono	0414-5427186
Dirección	La Arboleda
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	8:00pm - 5:00pm
Estacionamiento	Disponible
Tiempo distancia de casa	20 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Artificial

<b>Producción Margarita Bonita</b>	<b>Fecha: 05/02/2015</b>
Sitio	Escuela de artesanos
Contacto	Beto Valderrama
Teléfono	0426-4869379
Dirección	El Cercado
Disponibilidad	Jueves
Horario disponible	2:30pm - 5:00pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Natural

<b>Producción Margarita Bonita</b>	<b>Fecha: 05/02/2015</b>
Sitio	Atelier
Contacto	Nadia Elnecer
Teléfono	0412-3010608
Dirección	Pampatar
Disponibilidad	Días de semana
Horario disponible	9:00 am – 7:00 pm
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	15 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Natural

## Bonita en movimiento

Producción Margarita Bonita	Fecha: 07/02/2015
Sitio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Castillo de Santa Rosa.</li> <li>- Capilla de la Asunción.</li> <li>- Catedral Nuestra Señora de la Asunción.</li> <li>- Plaza Luisa Cáceres de Arismendi</li> <li>- Calle colonial.</li> <li>- Restaurante Casa Jardín.</li> </ul>
Dirección	Asunción
Disponibilidad	Todos los días
Horario disponible	Tofo el día
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	30 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Natural

Producción Margarita Bonita	Fecha: 06/02/2015
Sitio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muelle de Pampatar.</li> <li>- Castillo San Carlos de Borromeo.</li> <li>- Plaza Bolívar.</li> <li>- Iglesia Cristo de buen viaje.</li> <li>- Casa colonial.</li> <li>- Faro Punta ballena.</li> </ul>
Dirección	Pampatar
Disponibilidad	Todos los días
Horario disponible	Tofo el día
Estacionamiento	No disponible
Tiempo distancia de casa	15 min
Condiciones de ruido	Moderado
Condiciones de iluminación	Natural



<b>Producción Margarita Bonita</b>	<b>Fecha: 07/02/2015</b>
<b>Sitio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortín de La Galera.</li> <li>- Bahía de Juan Griego.</li> <li>- Muelle de Juan Griego.</li> <li>- Parque Bicentenario.</li> <li>- Autopista.</li> <li>- Playa Caribe.</li> <li>- Playa la Galera</li> <li>- Pueblo Las Piedras.</li> <li>- Calle la Marina.</li> <li>- Casa Bonita I.</li> </ul>
<b>Dirección</b>	Juan Griego
<b>Disponibilidad</b>	Todos los días
<b>Horario disponible</b>	Todo el día
<b>Estacionamiento</b>	No disponible
<b>Tiempo distancia de casa</b>	30 min
<b>Condiciones de ruido</b>	Moderado
<b>Condiciones de iluminación</b>	Natural

## 3.2. Producción

### 3.2.1 Plan de rodaje

HORA	JUEVES 08/01/2015	JUEVES 05/02/2015	VIERNES 06/02/2015	SABADO 07/02/2015
08:00 AM	PLAYA JUVENTUD - TOMA PESCADORES			SANTA ANA – TOMA LUGARES
09:00 AM	LA ASUNCIÓN – TOMA EMPANADAS	GUATAMARE – TOMA AREPAS	PAMPATAR – TOMA ESTILISMO	ASUNCIÓN – TOMA LUGARES
10:00 AM	PAMPATAR – TOMA MONDEQUE	PAMPATAR – TOMA ATELIER		JUAN GRIEGO – TOMA LUGARES
11:00 AM		ALTAGRACIA – TALLER DE ARTE		
12:00 M		AV. SANTIAGO MARIÑO - CHUCHO	ALMUERZO	
1:00 PM		TACARIGUA – TOMA HAMACAS	COSTA AZUL – TOMA SUSHI	
2:00 PM		SANTA ANA – TOMA TEREQUE (ALMUERZO)	PAMPATAR – TOMA LUGARES	
3:00 PM		EL CERCADO – TOMA ARTESANÍA	ASUNCIÓN - TOMA LUGARES	
4:00 PM		EL MACO – TOMA ALPARGATAS	JUAN GRIEGO – TOMA LUGARES / EL BONGUERO	
5:00 PM		SAN JUAN - TOMA SOMBREROS		
6:00 PM				
7:00 PM				
8:00 PM			COSTA AZUL – TOMA 0295 BISTRO	

### 3.2.2. Guión Técnico

<ul style="list-style-type: none"><li>• Agrupación: One Republic feat Alesso.</li><li>• Canción: If I lose myself tonight.</li><li>• Productor musical: Alesso.</li><li>• Compositores: Ryan Tender Brent Kutzle Zach Filkins Benny Blanco</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>BONITA EN MOVIMIENTO</b> (Corto lugares)</p> <p>Ráfaga de imágenes que simulen una recta caminata con el constante cambio de paisajes en el fondo.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Bahía de Juan Griego</li><li>-Castillo Santa Rosa</li><li>-Catedral Nuestra Señora de La Asunción</li><li>-Muelle de Pampatar</li><li>-Muelle de Juan Griego</li><li>-Parque Bicentenario</li><li>-Iglesia Nuestra Señora del Valle</li><li>-Palacio Municipal de La Asunción</li><li>-Casa La Bonita</li><li>-Castillo San Carlos Borromeo</li><li>-Calle entre montañas frente a Playa Caribe</li><li>-Fortín La Galera (erigido)</li><li>-Autopista de Juan Griego</li><li>-Playa La Galera</li><li>-Fortín La Galera</li><li>-Playa Caribe</li><li>-Plaza Bolívar de Pampatar</li><li>-Catedral Nuestra Señora de La Asunción</li><li>-Pueblo Las Piedras, Juan Griego</li><li>-Fortín La Galera</li><li>-Muelle de Juan Griego</li><li>-Iglesia Cristo del Buen Viaje</li><li>-Plaza Luisa Cáceres de Arismendi en La Asunción</li><li>-Calle colonial entre La Iglesia de La Asuncion y el Restaurante Casa Jardín</li><li>-Restaurante Casa Jardín</li><li>-Calle La Marina Juan Griego</li><li>-Casa de Piedras en Pampatar</li><li>-Muro de Piedras con trinitarias (Vía al Faro Punta Ballenas) en Pampatar</li><li>-Fortín La Galera</li><li>-Entre peñeros en la Bahía de Juan Griego</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Iglesia de Santa Ana</li> <li>-Fortín La Galera</li> <li>-Playa Caribe</li> <li>-Playa Caribe</li> <li>-Capilla de La Asunción</li> <li>-Fortín de La Galera</li> <li>-Calle de Pampatar (Vía al Faro Punta Ballena)</li> <li>-Palacio Municipal de Pampatar</li> <li>-Boulevard de Juan Griego con la iglesia San Juan Evangelista.</li> <li>-Castillo San Carlos Borromeo</li> <li>-Iglesia Cristo del Buen Viaje</li> <li>-Castillo San Carlos Borromeo</li> <li>-Bahía de Juan Griego al atardecer</li> <li>-Bahía de Juan Griego al amanecer</li> <li>-Castillo Santa Rosa</li> </ul>
--	--

<p style="text-align: center;"><b>Musicalización</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Canción instrumental:</b> La Guacuquera.</p> <p style="text-align: center;"><b>Compositor:</b> Beto Valderrama Patiño</p>	<p style="text-align: center;"><b>Bonita Hecha a Mano</b> (Corto Cultural)</p> <p>Plano detalle de las manos de Beto Valderrama tocando "La Guacuquera".</p> <p>Plano detalle de las manos de Arturo Millán remojando el pincel en la paleta.</p> <p>Plano detalle de las manos del artesano moldeando la cerámica.</p> <p>Plano detalle de las manos de la artesana tejiendo.</p> <p>Plano detalle de las manos de Nadia haciéndole puntadas a un vestido.</p> <p>Plano detalle de las manos de la señora Mercedes cortando la suela del zapato maquero.</p> <p>Plano detalle de las manos de Fayder maquillando.</p>
--	--

	<p>Plano detalle de las manos de la Sra. Luisa tejiendo un sombrero de cogoyo.</p> <p>Plano detalle de las manos de la Sra. Luisa cociendo los sombreros.</p> <p>Plano americano de Beto Valderrama tocando la parte de la canción adrede a la continuidad del corto.</p> <p>Continuidad de los 360° intercalados de Faider, artesana de hamacas y Nadia.</p> <p>Plano general del atelier de Nadia. Plano general del vestido listo.</p> <p>Plano general del negocio artesanal. Plano en picada de la artesana tejiendo. Plano detalle de la hamaca lista.</p> <p>Plano detalle de la Sra. Mercedes mostrando el zapato dándole vueltas.</p> <p>Plano detalle del artesano sacando el aire a la masa de arcilla. Plano medio del artesano moldeando la masa. Plano detalle del Señor dando el último toque a la cerámica. Plano general de las cerámicas listas.</p> <p>Dolly in del taller de Arturo Millán hasta llegar al artista. Plano secuencia del detalle del pincel remojando en la paleta y luego retocando la "X" en la pintura.</p> <p>Plano detalle de las manos tejiendo. Plano general de la Sra. Luisa tejiendo. Plano detalle de la Sra. Luisa cociendo en la máquina. Plano detalle de la aguja de la maquina entrando al sombrero.</p>
--	---

	<p>plano 360 del sombrero listo</p> <p>Primer plano de:  Arturo Millán.  Nadia Elnecer.  Artesana de hamacas.  Fayder Bustamante.  Artesano de cerámica.  Beto Valderrama.  (todos riendo)  Luisa dando beso a la cámara</p> <p>Se debe finalizar con la secuencia de rostros diciendo "te invito a ver, oler, escuchar, tocar, probar a Margarita, nuestra Isla Bonita.</p>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Canción instrumental:</b> <b>Happy</b></li> <li>• <b>Compositor: SophonicMedia</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Bonita a la carta</b> (corto gastronómico)</p> <p>Plano detalle de las manos de un pescador desenredando una red.</p> <p>Plano detalle del pescador colocando los pescados en la pesa</p> <p>Plano general de sumito llegando al mercado</p> <p>Plano americano de sumito escogiendo el pescado</p> <p>Plano americano del pescador colocando el pescado en la pesa.</p> <p>Plano detalle del pescado en la pesa</p> <p>Plano americano de Sumito escogiendo el pescado</p>
---	---

	<p>Plano americano del pescador entregandole el pescado a Sumito</p> <p>Plano medio de Sumito y el Pescador despidiendose</p> <p>Plano general de Sumito retirandose del mercado y caminado por la orilla de la playa</p> <p>Plano medio inferior de Sumito retirándose de la playa con con el pescado en una bolsa</p> <p>Plano general de Sumito retirándose de la playa, en medio de dos peñeros</p> <p>Fachada de Casa Rubén Señor Ruben entregando el plato a la cámara Primer plano riéndose</p> <p>Fachada del Tereque Primer plano riéndose</p> <p>Fachada Arepera El Buen Sabor Plano detalle de la preparación de la arepa Plano medio de la cocinera mostrando la arepa a la cámara.</p> <p>Primer plano de Rafael riéndose (moreno , dueño del local) Primer plano del Ruben riéndose Primer plano de la Sra Arepera riéndose Primer plano de Lida riéndose Primer plano del pescador riéndose</p> <p>Mondeque</p> <p>Plano General de la fachada de Mondeque Dolly in en el interior de Mondeque Plano general dentro del Restaurante Plano general puesto Enérida Plano americano de la Sra Enerida bromeando ( dicharachera)</p>
--	---

	<p>Close up de la señora</p> <p><b>PANTALLA DIVIDIDA</b> Plano americano de Sumito (de frente y perfil) preparando el ceviche en su cocina</p> <p>Close Up de Sumito concentrado</p> <p>Plano detalle de las manos de sumito preparando el ceviche y a los segundos <b>PANTALLA DIVIDIDA</b>, aparecen las manos de la Sra. Enérída en la otra mitad de la pantalla con la preparación de la empanada (mostrando las diferencias en la preparación)</p> <p>Fachada de 0295 Bistro. Plano general del local Preparación del mojito Bartender entregando el mojito a la cámara</p> <p>UmiSushi&amp;Teppan Plano detalle del Show de teppan Plano detalle de la manos del sushero Planos detalles de la preparación y decoración del sushi</p> <p>El Bonguero</p> <p>Plano general enamorados en la playa Plano general enamorados caminando Plano medio de los enamorados tomando vino en una mesa</p> <p>Plano detalle de la decoración del ceviche</p> <p>Plano detalle empanan friendose</p> <p>Plano americano de la señora sirviendo la empanada a Sumito</p> <p>Plano americano de Sumito dándole un besito a la señora Enerida</p>
--	---



	<p>Plano americano de Sumito comiendo empanada</p> <p>Se debe finalizar con Sumito diciendo "te invito a ver, oler, escuchar, tocar, probar a Margarita, nuestra Isla Bonita".</p>
--	--

### 3.2.3. Desglose

Se utilizó la cámara **Canon 5DMACK2, Go pro Hero 4, Lente 28 mm y Lente serie blanca 100/400 canon.**

HORA RODAJE: 08:00 AM		FECHA: 08/ 01 / 2015	
HORA LLAMADO: 7:00 AM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>1</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN: Sumito llega a la playa y compra un pescado , socializa con el pescados y se retira con una bolsa
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : PLAYA JUVENTUD			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: - Sumito Estévez - Jesús Guerra
	Rebotador		
<b>NOTAS:</b> Comprar refrigerios , la bolsa y el pescado que sumito se llevará.			

HORA RODAJE: 09:00 AM		FECHA: 08/ 01 / 2015	
HORA LLAMADO: 8:30 AM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>2</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN: Proceso de preparación de una empanada. Sumito saluda a la Sra. Enerida , y se come una empanada.
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : PLAZA LA ASUNCIÓN			
OBSERVACIONES: se debe ver movimiento de personas			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: - Sumito Estévez Sra. Enerida
	Rebotador	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 10:00 AM		FECHA: 08/ 01 / 2015	
HORA LLAMADO: 9:30 AM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>3</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN: Sumito prepara un ceviche Venezuela en la cocina. Tomas de apoyo del restaurante..
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : Restaurante Mondeque			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: - Sumito Estévez
	Rebotador y lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 9:00 AM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 8:30 AM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>4</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN: Preparación de una arepa y plano general del local
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : EL BUEN SABOR			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO:
	Rebotador y lámpara	Micrófono unidireccional	Cocinera Rafael Franenal
NOTAS:			

HORA RODAJE: 12::00 M		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 12:00 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>5</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN :Rubén le ofrece pastel a la cámara, plano de la fachada
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : RESTAURANTE CASA RUBÉN			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: RUBÉN SANTIAGO
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 02:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 1:30 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>6</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN:Primer plano de la Sra. Lida Sonriendo
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN :EL TEREQUE			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 01:00 PM		FECHA: 06/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 1:00 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>7</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN:Preparación de Teppan y Sushi
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : UMI SUSHI & TEPPAN			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 06:00 PM		FECHA: 06/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 5:30 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>8</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN : Pareja a la orilla de la bahía y sentados tomando vino.
	EXT	NOCHE	
LOCACIÓN : BONGUERO			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 08:00 PM		FECHA: 06/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 07:30 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia	
ESCENA : <b>9</b>	CORTO : Bonita a la carta		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN : Preparación de un mojito , ambiente del local , mesoneros
	EXT	NOCHE	
LOCACIÓN : RESTAURANTE 0295			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: Albornett, Karla Muñoz, Josmelia
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			



HORA RODAJE: 10:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 09:40 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>1</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN : Nadia dando puntadas a vestido Y decoración del atelier
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : ATELIER NADIA			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: NADIA EL NECER
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 11:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 11:00 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>2</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN : Arturo Millán pintando y tomas de apoyo del taller.
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : TALLER DE ARTURO MILLAN			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: ARTURO MILLAN
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 01:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 12:40 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>3</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN :Mireya tejiendo un hamaca y planos de apoyo del local
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : NEGACIO ARTESANAL EN TACARIGUA			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: MIREYA MENECEs
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 03:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 2:40 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Jasmelia	
ESCENA : <b>4</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN :Elaboración de una cerámica, clases de cuatro y Beto Valderrama tocando mandolina
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : ESCUELA ARTESANAL			
OBSERVACIONES: hay menores presente			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: MIREYA Beto Valderrama
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			

HORA RODAJE: 05:00 PM		FECHA: 05/ 02 / 2015	
HORA LLAMADO: 4:40 PM		DIRECTOR: Albornett, Karla Muñoz, Josmelía	
ESCENA : <b>6</b>	CORTO : Bonita hecha a mano		
	INT / EXT	DÍA/ NOCHE	DESCRIPCIÓN :Elaboración de los sombreros de cogoyo
	EXT	DÍA	
LOCACIÓN : SAN JUAN			
OBSERVACIONES:			
NECESIDADES TÉCNICAS			
CÁMARA	ILUMINACIÓN	SONIDO	TALENTO: Sra. Luisa
	Lámpara	Micrófono unidireccional	
NOTAS:			



### 3.2.4. Presupuesto

#### Presupuesto estimado

PRODUCCIÓN			
Cantidad/días	Descripción	Costo unitario Bs. F	Total
2	Pasaje aéreo	2.200,00	4.400,00
4	Alquiler de equipos	20.000,00	80.000,00
4	Honorarios del camarógrafo	4.000,00	16.000,00
42	Comida	500,00	21.000,00
8	Transporte	Propio	-----
2	Estilista	4500,00	9000,00
		Sub-total	130,400,00
POSTPRODUCCIÓN			
20	Honorarios editor	1500,00	30.000,00
1	Paquete Gráfico	8500,00	8.500,00
		Sub-total	38.500,00
		<b>TOTAL</b>	<b>168.900,00</b>

## Presupuesto real

<b>PRODUCCIÓN</b>			
Cantidad/días	Descripción	Costo unitario Bs. F	Total
4	Pasaje aéreo	2200,00	8.800,00
4	Alquiler de equipo	7500,00	30.000,00
4	Honorarios camarógrafo	2500,00	10.000,00
42	Comida	300,00	12.600,00
8	Transporte	Propio	-----
2	Estilista	4500,00	9000,00
		<b>Sub-total</b>	<b>70.400,00</b>
<b>POSTPRODUCCIÓN</b>			
20	Honorarios del editor	1.000,00	20.000,00
1	Paquete Gráfico	8000,00	8000,00
		<b>Sub-total</b>	<b>28.000,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>98.400,00</b>

### **3.3. Post Producción**

#### **3.3.1. Informe de pietaje**

Se realizó un pietaje general, hecho a mano, luego de ver la totalidad del material recolectado, estos datos los utilizó el editor como guía para el momento de edición.

#### **3.3.2. Informe de post producción**

**Editor:** Régulo Briceño

**Programa de edición:** Adobe premier

**Horas de edición:** 20 horas

**Sesiones de edición:** 6 sesiones

**Tipo de PC:** (no posee marca) armada especialmente para edición

**Respaldo de disco duro:** Se contó con una memoria de un tera de la cual se ocupó 32 gb.

### 3.3.3. Propuesta de musicalización

#### **Bonita a La Carta** (Corto gastronómico):

- Canción instrumental: Happy
- Compositor: SophonicMedia

#### **Bonita Hecha a Mano** (Corto Cultural):

- Canción instrumental: La Guacuquera
- Compositor: Beto Valderrama Patiño

#### **Bonita en Movimiento** (Corto de Lugares):

- Agrupación: One Republic feat Alesso.
- Canción: If I lose myself tonight.
- Productor musical: Alesso.
- Compositores: Ryan Tender  
Brent Kutzle  
Zach Filkins  
Benny Blanco

### **3.3.4. Créditos**

**Dirección:** Karla Albornett

Josmelia Muñoz

**Producción:** Karla Albornett

Josmelia Muñoz

**Camarógrafo:** Régulo Briceño

**Editor:** Régulo Briceño

**Diseñador Gráfico:** Alejandro Villalba

**Maquillaje:** Fayder Bustamante

**Staff:** José Alberto Albornett

Tirso Albornett

José David Briceño

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

- El turismo ha sido y será un importante ingreso de dinero que contribuye a la expansión económica de estados y países.
- En un país como Venezuela, son necesarias, campañas que reactiven el turismo, y coloquen la marca Venezuela como competidor representativo frente a la marca país de los destinos más concurridos a nivel mundial.
- Deben existir campañas que puedan ser apoyadas por entes privados, ya que en un país polarizado, generaría confianza y empatía.
- El rango documental es una manera de acercarse a los personajes, costumbres y cultura de un destino, lo que lo hace distinto y turista quiere conocer.
- La difusión por la web 2.0, en específico redes sociales, son necesarias para dar a conocer un estado o una región, las marcas país dominantes buscan integrar a los usuarios a través de estas plataformas.

### Recomendaciones

- Cuando se plantea realizar grabaciones en otro estado, es imprescindible planificar con un tiempo de antelación considerable. La compra de boletos aéreos es determinante en la realización del plan de rodaje.
- Realizar la producción con tiempo previo a la fecha de entrega y de esta manera contar con el tiempo necesario para solucionar imprevistos como:  
La ausencia de un talento, la enfermedad por parte de algún miembro de la producción, retraso de grabaciones por incumplimiento de horario o pauta, etc.
- Contratar un *crew* local, para evitar gastos adicionales como el traslado y hospedaje, así como también utilizar los conocimientos que poseen del territorio.

## BIBLIOGRAFÍA

### Fuentes electrónicas

<https://www.gov.uk/britainisgreat>

<https://vimeo.com/33035384>

[http://www.visitbritain.org/mediaroom/archive/\\_2013/index.aspx](http://www.visitbritain.org/mediaroom/archive/_2013/index.aspx)

<http://www.bbc.com/news/uk-15019587>

<http://www.visitbritain.org/marketing/marketingprogramme.aspx>

<http://internacional.peru.info/es/posts/video/2365/road-to-machu-picchu---peru-in-4k>

<http://peru21.pe/2012/07/03/actualidad/promperu-presenta-nueva-campana-marca-pais-2031481>

<http://blogs.gestion.pe/anunciosluegoexistes/2012/07/la-marca-peru-iii-internacional.html>

<http://internacional.peru.info/es/posts/articulo/1790/campana-internacional-de-la-marca-pais-es-un-exito-en-internet>

<http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>

<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-12-12/el-turismo-internacional-un-motor-de-la-recuperacion-economica>

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Concepto-y-Caracteristicas-Del-Turismo/135980.html>

<http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/Áreas/EducaSensib/SensibilizaciónAmbient al/Campañas/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>

<http://institutoiberoamericano.com.ve/justificacion.htm>

<https://www.youtube.com/watch?v=Nn4anIznuWg>

[http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_annual\\_report\\_2013\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf)

<http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000500006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000500006&script=sci_arttext)

<http://www.marcasturisticas.org/images/stories/publicaciones/expertos/esterchaoshernandezrolturistaformacionimagenturistica.pdf>

<http://es.slideshare.net/lauraedm24/resumen-promocion-turistica-udo>

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322008000200005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322008000200005)

<http://www.marcasturisticas.org/index.php/publicaciones-relacionadas/capitulos-libros/76-recursos/publicaciones-58061>

<http://es.slideshare.net/Oliversblog/promociona-turistica?related=1>

<http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>

<http://adrianasantoyolopez.blogspot.com/2010/07/importancia-socioeconomica-y-cultural.html>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/venezuela-lanzara-campana-turistica-al-norte-de-brasil/>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/flujos-turisticos-reportan-un-25-de-incremento-en-estas-vacaciones/>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/cheverito-impulsara-con-sus-extremas-aventuras-una-nueva-cultura-ecoturistica/>

[http://www.margaritainfo.com/vermischtes\\_sol\\_de\\_margarita\\_es.htm](http://www.margaritainfo.com/vermischtes_sol_de_margarita_es.htm)

[http://www.mintur.gob.ve/mintur/descargasweb/Presentacion\\_Ministro\\_estatica.pdf](http://www.mintur.gob.ve/mintur/descargasweb/Presentacion_Ministro_estatica.pdf)

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/turistas-del-mundo-quieren-conocer-venezuela/>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/plan-maestro-de-desarrollo-ecoturistico-playa-el-agua/>

<http://www.conapri.org/ArticleDetailIV.asp?articleid=504008&CategoryId2=14538>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/conoce-a-cheverito-y-descarga-sus-aventuras/>

<http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/cap-1-cheverito-te-invita-a-conocer-venezuela/>

<http://consitaliamargarita.com/historia.php>

<http://www.islademargarita.travel/clima-en-la-isla-de-margarita/>

<http://www.venezuelatuya.com/estados/nuevaesparta.htm>

<http://www.minci.gob.ve/2014/09/virgen-del-valle-cumple-103-anos-de-su-aparicion/>

<http://www.venezuelatuya.com/margarita/index.htm>



<http://www.venezuelatuya.com/cocina/gastronomia.htm>

<http://www.margaritagastronomica.com.ve/margarita-fusion/margarita-paraiso-gastronomico>

<http://fernandoescorcia.blogspot.com/2014/10/pastelde-chucho-o-la-creacion-de-una.html>

<http://fernandoescorcia.blogspot.com/2014/08/catalogo-de-ferias-gastronomicas.html>

<http://www.cheguaco.org/PDF/Libros/ARTESANIA.pdf>

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

[http://es.wikipedia.org/wiki/Nueva\\_Esparta#Cultura](http://es.wikipedia.org/wiki/Nueva_Esparta#Cultura)

<http://www.venezuelatuya.com/margarita/playas.htm>

<http://soloenmargarita.blogspot.com/p/municipios-del-estado-nueva-esparta.html>

<http://www.nuevaesparta.gob.ve/>

<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

## ANEXOS













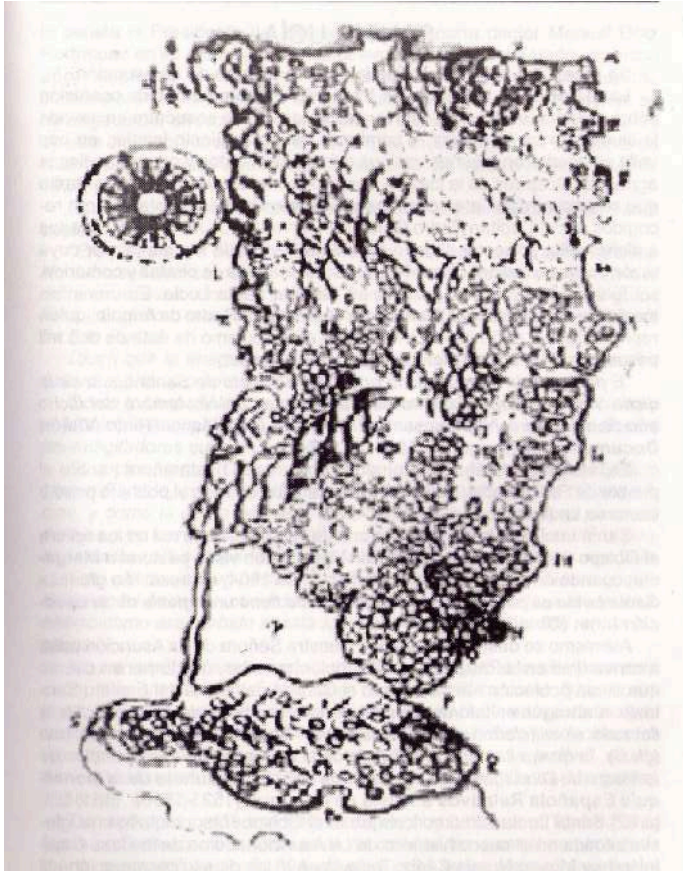
**Bandera de Margarita**



**Escudo de Nueva Esparta**



Mapa de la Isla de Margarita en 1661, elaborado por Juan Betín.



## Mapa de Nueva Esparta





## Himno de Nueva Esparta

Letra: M.A. Mata Silva

Música: B. Rodríguez Bruzual

Coro

Gloria a Margarita, ¡la perla de oriente!  
Gloria a Nueva Esparta, ¡Patria del valor!  
que nunca se apague su estrella fulgente,  
su estrella de gloria, libertad y amor.

I

Coronas de nubes la de Matasiete,  
cinturón de espumas el Caribe Mar,  
y es el heroísmo su escudo y ariete,  
su rito el trabajo, la gloria su altar.  
En la magna lucha levanta primero  
cual iris sagrado, nuestro pabellón;  
y nunca lo rinde su brazo guerrero,  
pues ella es el faro de la insurrección.

II

Su ilustre espartano, la fama pregona,  
la historia la ciñe de lauro inmortal.  
Sus hijos son héroes de Marte y Belona,

sus héroes son hijos de Homero y Mistral.

Siete estrellas blancas, sagradas y bellas  
la patria coronan bordando su azul  
Margarita es una de las siete estrellas  
y llena de rayos el cerúleo tul.

III

Le dieron renombre de heroica y divina,  
renombre que esplende cual nimbo en su sien  
con Luisa la mártir, la egregia heroína  
Arismendi, Gómez, Mariño y también  
Maneiro, Figueroa, Lares y Fermín  
y Díaz, Aguirre, Solva (Cayetano)  
y al par de mil héroes del Campo Antolín.

IV

Unidos sus hijos en santa armonía por Ley de  
existencia, el noble deber  
el yugo arrojemos de la Tiranía cada vez que el  
yugo nos quiera imponer  
y siempre guardemos con nuestra bravura la  
sagrada herencia de la Libertad,  
y siempre nos una por nuestra ventura con

lazos de flores la fraternidad.

## **Festividades**

### **Enero**

3: Juan Evangelista. Juan griego  
6: Reyes Magos. El Poblado  
6: Nuestra Señora de Altagracia.  
Altagracia  
10: Bautismo del Señor. Guacuco  
20: San Sebastián. Tacarigua, San  
Sebastián

### **Marzo**

Carnavales (varía). Juan  
griego, Porlamar y la Isla de Coche  
19: San José. Paraguachí  
26: Fundación de Porlamar

### **Abril**

19: Beato Pedro González Thelmo.  
Pedro González  
Semana Santa (varía)

### **Mayo**

3: Cristo del Buen Viaje. Pampatar  
Velorios de la Cruz: Municipios  
Antolín del Campo, García,  
Arismendi, Marcano y Tubores  
4: Movimiento Independentista de  
Margarita  
13: Nuestra Señora de Fátima. Los  
Chacos, La Arboleda y Los Bagres  
15: San Isidro Labrador. Tacarigua  
24: María Auxiliadora. La Guardia,  
Isla de Coche

El Santo Caracol, Juan griego

### **Junio**

6: Sagrado Corazón de Jesús.  
Tacarigua  
13: San Antonio de Padua.  
Municipios Antolín del Campo, Díaz,  
Maneiro, Marcano, Mariño, García y  
Tubores  
24: San Juan Bautista. San Juan  
29: San Pedro Apóstol. San Pedro  
de Coche

### **Julio**

16: Nuestra Señora del Carmen.  
Municipios Antolín Del Campo, Díaz,  
Maneiro, Marcano, Mariño Y  
Tubores  
26: Nuestra Señora de Santa Ana.  
(La tercera en importancia) Santa  
Ana del Norte  
31: Conmemoración de la Batalla de  
Matasiete

### **Agosto**

2: Nuestra Señora de los Ángeles.  
Los Millanes  
7: San Cayetano. Las Marvales  
8: Conmemoración de la Batalla del  
Fuerte. Juan griego  
10: San Lorenzo. San Lorenzo en El  
Maco

15: Nuestra Señora de La Asunción. La Asunción; veneran a la Virgen durante todo el mes de agosto  
26 y 27: Semana del Aire. Playa El Agua  
28: San Agustín. Manzanillo y El Espinal  
30: Santa Rosa de Lima. Villa Rosa y El Espinal

### **Septiembre**

8: Nuestra Señora del Valle. Patrona de Oriente y de La Armada Venezolana, El Valle Del Espíritu Santo  
11: Nuestra Señora de Coromoto. La Isleta y en San Francisco  
24: Nuestra Señora de Las Mercedes. Punta de Piedras y en Pampatar  
29: San Rafael Arcángel. Atamo, Boca de Pozo y Guinima. Nuestra Señora Del Rosario. El Guamache

### **Octubre**

4: San Francisco de Asís. San Francisco de Macanao y Boca del Río  
7: Nuestra Señora del Rosario. El Bichar, en la Isla de Coche  
12: Nuestra Señora del Pilar. Los Robles

15: Santa Teresa de Jesús. Las Hernández  
16: Santa Eduvigis. Juan griego  
24: San Rafael. San Francisco de Macanao  
28: San Judas Tadeo. Los Robles San Simón Apóstol. Punta de Piedras

### **Noviembre**

1: Día de todos los Santos  
3: San Martín de Porres. Chacachacare y en La Otra Banda  
17: Santa Isabel. Municipio Arismendi  
18: la chinita. Margarita, Coche y Cubagua-en las iglesias\*  
27: Nuestra Señora de la medalla Milagrosa. Guayacancito

### **Diciembre**

6: San Nicolás de Bari. Porlamar  
7: Nuestra Señora de la Caridad del Cobre. Guamache  
8: La Inmaculada Concepción. Juan griego  
12: Nuestra Señora de Guadalupe. Robledal  
15: San Rafael. San Francisco de Macanao  
27: San Juan Evangelista. Juan griego

## GLOSARIO

Según el diccionario de la Real Academia Española:

- **Istmo:** Lengua de tierra que une dos continentes o una península con un continente.
- **Paraguachoa:** Abundancia de peces.
- **Neoespartano:** Persona natural de Nueva Esparta. Perteneciente o relativo a este Estado de Venezuela.
- **Gentilicio:** Perteneciente o relativo al linaje o familia.
- **Latitud:** Distancia que hay desde un punto de la superficie terrestre al Ecuador, contada en grados de meridiano.
- **“Navegaos”:** Adjetivo margariteño que utilizan los nativos de esta ínsula a las personas que cruzan el mar para asentarse en la Isla de Margarita.
- **Intertropical:** Perteneciente o relativo a los países situados entre los dos trópicos, y a sus habitantes.
- **Xerófilo:** Se dice de todas las plantas y asociaciones vegetales adaptadas a la vida en un medio seco.
- **Precipitaciones:** Agua procedente de la atmósfera, y que en forma sólida o líquida se deposita sobre la superficie de la tierra.
- **Pluviosidad:** Cantidad de lluvia que recibe un sitio en un período determinado de tiempo.
- **Copey:** Árbol de la familia de las Gutíferas, de mucha altura, hojas dobles y carnosas, flores inodoras amarillas y rojas, con apariencia de cera, y fruto esférico, pequeño y venenoso.
- **Bromelias:** Planta de género tropical americano.
- **Júbilo:** Viva alegría, y especialmente la que se manifiesta con signos exteriores.
- **Cronista:** Persona que tiene por oficio escribir crónicas.
- **Guaiquerí:** Se dice del individuo de un pueblo amerindio que habitaba la isla venezolana de Margarita.
- **Warao:** Etnia indígena venezolana.
- **Arrojo:** Osadía, intrepidez.
- **Coraje:** Impetuosa decisión y esfuerzo del ánimo, valor.
- **Windsurf:** Deporte que consiste en deslizarse por el agua sobre una tabla especial provista de una vela.

- **Culinario:** Perteneciente o relativo a la cocina
- **Sancocho:** Comida cocinada con agua, sal y algún otro condimento
- **Cazón:** Pez selacio del suborden de los Escuálidos, de unos dos metros de largo, de cuerpo esbelto y semejante al del marrajo, pero la aleta caudal no es semilunar y la cola carece de quillas longitudinales en su raíz. Tiene los dientes agudos y cortantes.
- **Piñonate:** Dulce de lechosa verde, cocido en miel de azúcar.
- **Papelón:** Pan de azúcar sin refinar.
- **Cuinche:** Especie de bagre (llamado así por los nativos de Nueva Esparta).
- **Mejillón:** Molusco lamelibranquio marino, con la concha formada por dos valvas simétricas, convexas, casi triangulares, de color negro azulado por fuera, algo anacaradas por dentro, y de unos cuatro centímetros de longitud. Tiene dos músculos aductores para cerrar la concha, pero el anterior es rudimentario. Vive asido a las rocas por medio de los filamentos del biso. Es muy apreciado como comestible.
- **Fosforera:** Plato gastronómico tradicional del Estado Nueva Esparta.
- **Vieira:** Molusco comestible.
- **Alfarero:** Fabricante de vasijas de barro cocido.
- **Chinelas:** Calzado a modo de zapato, sin talón, de suela ligera
- **Kayak:** Embarcación en la que uno, dos o cuatro tripulantes sentados utilizan remos de dos palas.
- **Mapire:** Cesto cilíndrico de boca ancha, tejido con fibras de hojas de palmera o de cocuiza, provisto de tiras para llevarlo en la espalda y usado por los indios para guardar y transportar alimentos o útiles de trabajo.
- **Cogollo:** Brote que arrojan los árboles y otras plantas.
- **Orfebrería:** Arte del orfebre
- **Orfebre:** Persona que labra objetos artísticos de oro, plata y otros metales preciosos, o aleaciones de ellos.
- **Alpargatas:** Calzado de lona con suela de caucho.
- **Chinchorros:** Hamaca ligera, tejida de cordeles o fibra.
- **Contemporáneo:** Perteneciente o relativo al tiempo o época en que se vive
- **Marketing:** Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda
- **Stand:** Instalación dentro de un mercado o feria, para la exposición y venta de productos.
- **Ecoturismo:** Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.
- **Metrópoli:** Ciudad principal, cabeza de la provincia o Estado.
- **Amateur:** Aficionado a algo con cierto conocimiento de la materia de que se trata.

- **Nanomedios:** Medios de comunicación pequeños creados por las personas. Cada persona puede crear un nanomedio por ejemplo: creando un canal de youtube y generando contenido.
- **Networking:** Red de contactos que maneja una persona. Las *Social Networking* son las plataformas que sirven para mantener o crear una red de contactos.
- **Mobile devices:** Se traduce “dispositivos móviles” , aquellos objetos que permiten acceder a la Web.
- **Empowered web consumer:** Se traduce “apoderamiento del consumidor web” y se refiere al dominio de los usuarios en la web.
- **Microblogging:** Plataforma social que permite a los usuarios compartir contenido breve, el más popular es Twitter.
- **Trending Topic:** Temas en boga. Son las palabras clave que se utilizan en un transcurso de tiempo y permiten ver que tan popular se volvió un tema. Normalmente su popularidad se reduce a horas o minutos.
- **Retweet:** Función que permite la re-publicación de un tuit, citando al usuario autor, a nuestros seguidores
- **Likes:** se traduce “me gusta”, se refiere a la posibilidad que posee la audiencia de mostrar su agrado, en una foto o contenido compartido, dándole click a un botón. La cantidad de *likes* o me gusta son públicos y reflejan la popularidad del emisor.