



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TEMA**

**EL FOTOPERIODISMO COMO ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN PARA IMPULSAR  
EL TURISMO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, POR MEDIO DEL GAD  
PARROQUIAL, AÑO 2021**

**AUTOR**

**ERNESTO ALBERTO DE LA A VILLA**

**TUTOR**

**LCDO. GERZON ALFREDO PANCHANA, MGTR.**

**DOCENTE ESPECIALISTA**

**LCDO. MARTHA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**SUB-LÍNEA**

**COMUNICACIÓN COMUNITARIA**

**LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022**

## **TEMA**

EL FOTOPERIODISMO COMO ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN PARA IMPULSAR  
EL TURISMO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, POR MEDIO DEL GAD  
PARROQUIAL, AÑO 2021

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a dios que me ha dado la fuerza y sabiduría para seguir adelante y no rendirme en este camino universitario, a mis amigos que han estado conmigo, en especial mi grupo Tamara, Josué, Bonny y sobre todo Dalma Lasso y Brenda Guerrero, quienes me han ayudado a superar diversos problemas que he tenido en todos estos semestres, agradezco a mi docente tutor Lic. Gerzon Cochea por la ayuda y guía brindada en el presente trabajo de investigación, a la miss Maribel quien impartió la asignatura, agradezco a Raúl Álvarez (Auronplay) que gracias a sus directos he podido superar muchas cosas y me ha ayudado a sobrellevar el estrés, depresión y no darme por vencido hasta conseguir mis objetivos.

**Ernesto Alberto De La A Villa**

## **DEDICATORIA**

Le dedicó este proyecto principalmente a mis padres Juan De La A y Ana Villa, quienes me han apoyado en mis estudios y han hecho lo imposibles para seguir adelante en mi carrera universitaria, siempre confiando en mí y siendo el motor de motivación para seguir adelante cuando creía que no podía más. A mis abuelas Margot Infante y Blanca Pin, quienes han estado conmigo viéndome crecer todos estos años, brindándome amor y aconsejándome y al resto de mi familia que estuvieron presente en todo este recorrido.

**Ernesto Alberto De La A Villa**

## CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC  
MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 22 de Julio del 2022

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

**Directora de la Carrera de Comunicación**

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: **Ernesto Alberto De La A Villa** con cédula de identidad N°**245000374-0** ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor: **Ernesto Alberto De La A Villa**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: El fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo en la parroquia Anconcito, por medio del GAD parroquial, año 2021

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

**Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.**

**Docente tutor**

**Trabajo Integración Curricular II**

**CI: 0921222972**

**Correo Institucional: gcochea@upse.edu.ec**

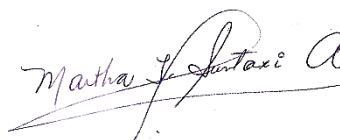
**Cel: 0985518146**

## MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



---

Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



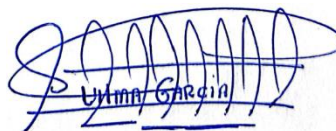
---

Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade, Mgr.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

Lcda. García González Vilma Maribel, Mgr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



---

De La A Villa Ernesto Alberto  
**ESTUDIANTE**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

Quien suscribe: **Ernesto Alberto De La A Villa**, con C.C: **2450003740**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación: **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **EL FOTOPERIODISMO COMO ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN PARA IMPULSAR EL TURISMO EN LA PARROQUIA ANCONCITO, POR MEDIO DEL GAD PARROQUIAL, AÑO 2021**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

**Atentamente**



---

**Ernesto Alberto De La A Villa**

**C.I. 2450003740**

**Correo Institucional: [ernesto.delaavilla@upse.edu.ec](mailto:ernesto.delaavilla@upse.edu.ec)**

**Cel: 0990736906**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA .....	IV
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	V
DERECHOS DE AUTORÍA .....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES .....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT .....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO .....	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Preguntas de investigación.....	4
1.4. Justificación.....	4
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. General .....	5
1.5.2. Específicos .....	5
1.6. HIPÓTESIS.....	6
1.7. Variables.....	6
1.7.1. Variable Independiente: Fotoperiodismo.....	6
1.7.2. Variable Dependiente: Turismo.....	6
1.8. Matriz de operacionalización de Variables.....	6
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.2. Marco conceptual.....	10
2.3. Marco Legal .....	15
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	18
3.1. Tipo de investigación.....	18
3.2. Enfoque de la investigación.....	18
3.3. Diseño de la investigación.....	18
3.4. Métodos de investigación.....	19



3.5.	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	20
3.6.	Universo, población y muestra.....	20
4.	<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	23
4.1.	Procesamiento de la información.....	23
4.2.	Análisis e interpretación de los resultados .....	24
4.3.	Discusión de resultados .....	36
5.	<b>CONCLUSIONES.</b> .....	39
6.	<b>RECOMENDACIONES.</b> .....	40
7.	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	41
8.	<b>ANEXOS</b> .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1; Qué tan importante considera el uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia Anconcito? .....	24
Tabla 2; Qué emoción o sensación le causa al observar esta fotografía? .....	25
Tabla 3;Cuál de estas fotografías es la más impactante para la promoción turística de Anconcito? .....	26
Tabla 4; Qué tan importante es la función de la fotografía en la comunicación? .....	27
Tabla 5; Qué tan importante es la fotografía en el ámbito publicitario? .....	28
Tabla 6; Qué tan importante es la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito? .....	29
Tabla 7; Qué atractivos turísticos le gustaría que sean promocionados en la parroquia Anconcito? .....	30
Tabla 8; Considera que estas fotografías representan la cultura y productividad de la parroquia Anconcito? .....	31
Tabla 9; Qué tan importante es la fotografía para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito? .....	32
Tabla 10; Qué tan importante es el turismo para el desarrollo económico de la parroquia Anconcito? .....	33

## ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICAS/IMÁGENES

Figura 1 ¿Qué tan importante considera el uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia Anconcito? .....	24
Figura 2¿Qué emoción o sensación le causa al observar esta fotografía? .....	25
Figura 3¿Cuál de estas fotografías es la más impactante para la promoción turística de Anconcito? .....	26
Figura 4¿Qué tan importante es la función de la fotografía en la comunicación? .....	27
Ilustración 5¿Qué tan importante es la fotografía en el ámbito publicitario? .....	28
Figura 6¿Qué tan importante es la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito? .....	29
Figura 7¿Qué atractivos turísticos le gustaría que sean promocionados en la parroquia Anconcito? .....	30
Figura 8¿Considera que estas fotografías representan la cultura y productividad de la parroquia Anconcito? .....	31
Figura 9¿Qué tan importante es la fotografía para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito?.....	32
Figura 10¿Qué tan importante es el turismo para el desarrollo económico de la parroquia Anconcito? .....	33

## RESUMEN

En la parroquia Anconcito se han utilizado diversas estrategias para promocionar la parroquia de manera efectiva, y de acuerdo a estudios que fundamentan a la fotografía como un medio viable de promoción, se presenta al fotoperiodismo como una estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconcito y determinar si la correcta aplicación del fotoperiodismo mejorará adecuadamente el impulso del turismo. Bajo esta premisa, se empleó el modelo de metodología aplicada, siguiendo con un diseño de investigación descriptivo no experimental, bajo un enfoque de recolección de datos de carácter mixto, además se utilizó el método de investigación documental, deductivo e investigación de campo. Al respecto, los resultados obtenidos evidenciaron que el fotoperiodismo es aplicado como una buena estrategia de difusión y su correcta aplicación mejora de manera acertada la promoción de diversos lugares, además se evidencia que una buena fotografía tomada de manera más técnica con las reglas de composición y el balance de color causa más impacto en las personas, que una fotografía tomada de manera coloquial. La fotografía es uno de los métodos más efectivo para dar a conocer diversos sucesos, objetos o lugares de forma clara y concisa. Una buena fotografía vale más que mil palabras, es así como se puede lograr de forma más eficaz el impulso del turismo de la parroquia Anconcito.

**Palabras claves:** Fotoperiodismo, estrategia de difusión, impulso turístico.

## **ABSTRACT**

In the Anconcito parish, various strategies have been used to effectively promote the parish, and according to studies that support photography as a viable means of promotion, photojournalism is presented as a dissemination strategy to promote tourism in the Anconcito parish and to determine whether the correct application of photojournalism will adequately improve the promotion of tourism. Under this premise, the applied methodology model was used, following a non-experimental descriptive research design, under a mixed data collection approach, in addition to the documentary, deductive and field research method. In this regard, the results obtained showed that photojournalism is applied as a good dissemination strategy and its correct application improves in a successful way the promotion of various places, it is also evident that a good photograph taken in a more technical way with the rules of composition and color balance causes more impact on people, than a photograph taken in a colloquial way. Photography is one of the most effective methods to show different events, objects or places in a clear and concise way. A good photograph is worth more than a thousand words, this is how you can achieve more effectively the promotion of tourism in the parish of Anconcito.

**Key words:** Photojournalism, dissemination strategy, tourism promotion.

## INTRODUCCIÓN

El actual proyecto de investigación lleva por nombre el fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo en la parroquia Anconcito, por medio del GAD Parroquial.

La parroquia Anconcito, además de ser un puerto de pesca artesanal, cuenta con diversas playas hermosas donde se puede pasar un fin de semana tranquilo, escuchando el sonido de las olas, sintiendo la brisa del mar, acostarse en la arena a tomar el sol y degustar de los muchos mariscos frescos y demás productos del mar que ofrece la parroquia. Es así como Anconcito tiene todo lo necesario para ser un punto de referencia turístico a nivel provincial, y a pesar de que se han realizado diversas acciones para lograrlo no ha habido el resultado que se esperaba. Por ello, es necesario utilizar un nuevo medio de difusión como el fotoperiodismo para el impulso turístico de la parroquia con el objetivo de obtener mayor reconocimiento por parte de la sociedad.

Para la presente investigación se aplicó el enfoque de investigación mixta; este método es el más adecuado para el desarrollo de la investigación debido a que se necesitó tanto de los instrumentos de características cualitativas como lo es la entrevista y cuantitativas en este caso la encuesta para conocer la efectividad del fotoperiodismo como estrategia de difusión. Así mismo el tipo de investigación es de índole aplicada, de diseño descriptivo y no experimental, donde se analizaron las dos variables de la investigación, también el método documental, deductivo e investigación de campo. Para finalizar la población con la que se trabajó son los habitantes de la parroquia Anconcito 11,822 y se tomara como muestra a 368 personas aplicando una formula muestral, el tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple y utilizando criterios de inclusión y exclusión.

La investigación tiene como finalidad impulsar el turismo de la parroquia Anconcito por medio del fotoperiodismo. Como objetivo general se tiene: Proponer al fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconcito esto por medio del GAD parroquial y así obtener un mayor reconocimiento como parroquia. De igual manera, se establecieron tres objetivos específicos: Identificar si el fotoperiodismo es aplicado en la difusión de atractivos turísticos de la parroquia Anconcito; Identificar los atractivos turísticos que pueden ser promocionados de la parroquia Anconcito y Sugerir galerías de exposición fotográfica con los principales atractivos de la parroquia Anconcito.

El proyecto de investigación está desarrollado por cuatro capítulos, cuyo contenido este compuesto de la siguiente forma: En el capítulo I se detalla la descripción del problema que represente la problemática que existe dentro del objeto de estudio, seguida de la formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación, los objetivos tanto general como específicos, la hipótesis, las variables dependiente e independiente y la matriz de variables operacionales.

Por lo consiguiente, en el capítulo II se encuentran los antecedentes que se desarrollan gracias a estudios realizados anteriormente de carácter internacional, nacional y local, además de la elaboración tanto del marco conceptual como el marco legal.

En el capítulo número III se encuentra detallado la metodología que se utilizará en el proceso de investigación, el tipo de investigación planteada, el enfoque al cual apunta la investigación, el diseño y método de investigación, además de las técnicas e instrumentos para obtención de datos que serán empleados con la colaboración de la población y muestra del objeto de investigación.

Por último, se muestra al capítulo IV donde se encuentra abarcado los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos, el procesamiento de la información y como punto final, el análisis interpretación y discusión de datos.

# **1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

## **1.1. Descripción del problema**

La provincia de Santa Elena está conformada por tres cantones; Santa Elena, La Libertad y Salinas las cuales están constituidas por sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Dentro de las parroquias que componen el cantón Salinas se encuentra Anconcito, una parroquia rural que es, además un gran puerto de pesca artesanal, con una extensión de 9,74km<sup>2</sup>, y con una población alrededor de los 11.822 habitantes, los cuales en su mayoría trabajan en la pesca artesanal, transportación y acuicultura, este sector se encuentra gestionado de manera interna por el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial.

Así mismo, se presenta la problemática en la parroquia Anconcito y en su organismo dirigencial como es el GAD parroquial, de acuerdo a la promoción turística, esto es debido al impacto que ha sufrido el sector turístico en los últimos años, siendo la pandemia de la Covid19 una de los factores que más ha afectado, en el 2021 a proporción de los datos del Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de un -62% en América OMT (2022). En Ecuador según datos del Ministerio de Turismo, en su visualizador de información turística del Ecuador se invirtió 137.9 millones de dólares al sector turístico, el cual, en el plano de divisas de ingresos y egresos, de acuerdo a los datos la balanza turística tuvo un saldo negativo de -280MM.

De igual manera, se ha identificado que el organismo no cuenta con un departamento de comunicación, lo cual afectaría al momento de aplicar estrategias comunicativas para la difusión debido a que, al no contar con los conocimientos necesarios sobre estas herramientas y su correcta forma de aplicación, no obtendrían los resultados que se esperan y el reconocimiento al cual se apunta. De acuerdo a estas las causas de la problemática para el impulso turístico fueron la pandemia, debido a que las inversiones en su mayoría iban destinados al sector salud y la falta de conocimientos acerca de la correcta aplicación de estrategias de difusión por la inexistencia de un departamento de comunicación.



## **1.2. Formulación del problema**

Bajo este contexto se plantea la siguiente formulación del problema:

- ¿De qué manera influye el fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la Parroquia Anconcito, por medio del GAD parroquial, año 2021?

## **1.3. Preguntas de investigación**

- ¿De qué manera se identificará si el fotoperiodismo es aplicado para la difusión de los atractivos turísticos de la Parroquia Anconcito?
- ¿Cómo se identificarán los atractivos turísticos que pueden ser promocionados de la Parroquia Anconcito?
- ¿Para qué se sugerirá una exposición fotográfica con los principales atractivos de la Parroquia Anconcito?

## **1.4. Justificación**

La importancia de llevar a cabo una investigación sobre el fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconcito, por medio del GAD parroquial, está justificada debido a que, el escaso reconocimiento que se le da a esta parroquia dentro de la provincia es limitado y al ser una zona costera debería trabajar más en el reconocimiento turístico y brindarle importancia a los lugares que tienen para lograr atraer visitantes.

Por ello, el propósito de este proyecto es que, por medio del fotoperiodismo se impulse el turismo dentro de ella, promoviendo los distintos atractivos turísticos que se encuentran ubicados en la parroquia, con el proyecto se busca colocar a Anconcito como un destino turístico dentro de la provincia y el fotoperiodismo es una herramienta adecuada para alcanzar este propósito, debido a que, gracias a estudios científicos realizados se llevó a cabo

que la fotografía es uno de los puntos más importantes para lograr llamar la atención de los turistas y que despierten en ellos el interés de conocer nuevos lugares.

En la actualidad, el fotoperiodismo se ejerce en realización a problemas políticos o en cuanto situaciones de enfrentamiento de guerras se refiere, pero en esta investigación se lo desarrolla como como una estrategia de difusión turística, y con ella se trata de impulsar el turismo dentro de una parroquia para lograr ser reconocida a nivel provincial.

La investigación se caracteriza por ser “innovadora” debido a que en los casos donde se ha estudiado al fotoperiodismo, no se ha utilizado como estrategia de difusión para impulsar el turismo en diferentes sectores de acuerdo a investigaciones realizadas en el repositorio de la universidad. Bajo este contexto, se cataloga como precursora para futuros trabajos de investigación.

Como beneficiarios se tiene a la parroquia en sí y a sus moradores que laboran en el sector de comercio, debido a que, la ayudará a crecer a nivel económico y social, porque entre más turismo haya más crecerá el reconocimiento social por parte de personas extranjeras a la parroquia, de igual manera su sector económico se verá afectado de manera positiva y ayudará a desarrollar de manera notable dentro de ella.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General**

- Presentar al fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la Parroquia Anconcito, por medio del GAD parroquial.

### **1.5.2. Específicos**

- Identificar si el fotoperiodismo es aplicado en la difusión de atractivos turísticos de la parroquia Anconcito.
- Identificar los atractivos turísticos que pueden ser promocionados de la parroquia Anconcito.

- Sugerir galerías de exposición fotográfica con los principales atractivos de la parroquia Anconcito.

## **1.6. HIPÓTESIS**

¿La Aplicación del Fotoperiodismo mejorará adecuadamente el impulso del turismo de la Parroquia Anconcito?

### **1.7. Variables**

#### **1.7.1. Variable Independiente: Fotoperiodismo**

Para Rivera “Se refiere al trabajo profesional que consiste en el registro gráfico de sucesos de toda índole, para ilustrar y dar relevancia a una noticia publicada en algunos medios de información impresos, periódicos y revistas por ejemplo” (2020, pág. 44).

#### **1.7.2. Variable Dependiente: Turismo**

La Organización Mundial del Turismo (2007) en su glosario de términos de turismo lo define como “Una actividad social, cultural y económica que se basa en el traslado de las personas a diferentes países o sitios que no sean cotidianos por distintos motivos, el turismo abarca diferentes acciones, de las cuales ciertas actividades implican un gasto turístico”

### **1.8. Matriz de operacionalización de Variables**

**(La matriz operacional se encuentra en la sección de anexos)**

## 2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

Explorando otras investigaciones acerca del fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo, se descubrieron las siguientes: En la University of Tennessee, Knoxville. Kaewnopparat (2017) en su tesis doctoral (The Impact of Phtotograpy on Tourism: Photography Construction Perspective) señala lo siguiente:

Las fotografías se utilizan como un medio crucial que los especialistas en marketing integran en todas sus herramientas comunicacionales de publicidad. Como podemos ver en distintos anuncios publicitarios, muchos lugares de viaje enmarcan la belleza de sus localizaciones a través de fotografías con el objetivo de atraer a más viajeros a visitar sus destinos. En la misma línea, los turistas también utilizan fotografías como referentes para sus decisiones sobre dónde pasar sus vacaciones (párr. 1).

Con lo antes mencionado se asegura que uno de los factores cruciales para impulsar el turismo dentro de una localidad, es la fotografía y que esta juega un papel fundamental dentro de las personas al momento de querer escoger un lugar para viajar debido a que la influencia de la imagen es esencial cuando se requiere tomar una decisión.

Por otro lado, Pérez (2017) en su proyecto de investigación (Análisis sobre la influencia de la fotografía como medio de representación visual en la interacción del turismo contemporáneo, la promoción de destinos y las experiencias de viaje, enfocado desde la perspectiva de sostenibilidad) nos dice lo siguiente:

El turismo es una actividad inconsistente que va en continuo movimiento, el cual se ha relacionado de manera directa o indirectamente con diversas disciplinas de la humanidad, dentro de las múltiples estructuras y categorías del turismos, en ellas existen distintas actividades en las cuales el turista o extranjero reclama una vasta serie de servicios y productos de un lugar establecido, que formara parte del consumo que supone la experiencia de viaje, las imágenes fotográficas son un componente crucial para ese desplazamiento turístico en las actividades en relación al turismo (pág. 54).

En la investigación se recalca, como uno de los puntos más primordiales para el consumo turístico a la fotografía, debido a que, este elemento funciona como proceso llamativo para que los turistas puedan tomar en cuenta lo mostrado y despierte en ellos un interés de visitar el lugar u objeto de estudio, teniendo como referencias imágenes provocativas que dan a conocer de manera clara lo que ofrece el destino a elegir.

El fotoperiodismo es utilizado como una herramienta crucial para lograr tener la atención de las personas, además, por medio de su fotografía, se logra transmitir un mensaje con una sola imagen. Calderón (2020) en su investigación (Prensa y fotografía: Análisis del fotoperiodismo en la ciudad de Machala) sostiene que:

El fotoperiodismo es la manera de efectuar periodismo gráfico y resaltar características verídicas por medio de imágenes. Con el fotoperiodismo se manifiesta una moderna visión, una figura distinta sobre un suceso. La fotografía establece la conmoción que tiene el lector sobre lo verdadero. El público genera un inicio de lo real hasta concebir un pensamiento propio. El periodista registra su arte, su modo, su idea con una imagen, que no solo constata el momento, sino más bien, transfiere emociones y sentimientos de quien realizó el registro fotográfico (párr. 1).

Con esto como base, se puede acoger el término de fotoperiodismo como una herramienta de registro, que ayuda a transmitir información y muestra un mensaje a través la fotografía, debido a que no solo se captura un momento, también una sensación. Con la finalidad de poder compartir esa sensación con las demás personas, el fotoperiodista busca causar las mismas emociones al momento de mostrar las imágenes realizadas y que las personas logren captar esa sensación.

Promover los atractivos turísticos representan una gran importancia en el crecimiento y desarrollo de la comunidad que se propone realizar este objetivo, esto se evidencia en el artículo de Morales y Briones (2021) titulado (La promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local en la ruralidad: caso parroquias rurales del cantón Portoviejo) asegura que:

El turismo es una de las actividades más significativas para promocionar el crecimiento de un pueblo, nación o región. La difusión planificada de atractivos turísticos es una labor fundamental para darse a notar y lograr la atención de los turistas nacionales o extranjeros (párr. 1).

Al igual que el objeto de estudio planteado, esta investigación busca impulsar el turismo de parroquias así que, en base a esto, se puede tomar como referencia puntos importantes que podrían ayudar al desarrollo de la misma, debido a que comparten la idea de promocionar los atractivos turísticos que se encuentran dentro del contexto del artículo académico, la importancia que conlleva hacerlo y los beneficios generados.

De acuerdo a la investigación mostrada anteriormente, se ha establecido que la correcta promoción de los atractivos turísticos trae consigo diversos beneficios para el destino que será promocionado. Yagual (2017) en su trabajo de titulación (El aprovechamiento de los atractivos turísticos como aporte al crecimiento del turismo sostenible en la comuna San Pablo provincia de Santa Elena) se cita lo siguiente:

Se insta que los atractivos turísticos comprenden cuatro principales puntos sean estos sitios, recursos, costumbres y acontecimientos que producen que un determinado lugar sea un sitio interesante para los visitantes cubriendo sus necesidades, consiguiendo que de esta manera sea concurrido el destino más cautivador (párr. 4).

La presente investigación aporta de manera acertada a los puntos fundamentales que comprenden los atractivos turísticos y en base a esta terminología, Anconcito ofrece distintos productos turísticos para el uso de visitantes que se dignan a recorrer esta parroquia y que se busca resaltar por medio de este objeto de estudio, cumpliendo con estos cuatro puntos principales, se determina que el objeto de estudio sirve como sitio de atracción turística.

Carbo (2014) en su trabajo de titulación (Estrategias comunicacionales y su incidencia en el programa periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Año 2013 – 2014) expresa lo siguiente:

Las estrategias son formas o procesos que se crean para la obtención de determinados objetivos. Por ello, se trata de garantizar que su utilización, sea la más apropiada para lograr la meta planteada y disminuir las probabilidades de concluir en una pérdida de todo lo que queremos transmitir, pues, frecuentemente se aprecia una cadena de errores o aspectos negativos en el transcurso comunicacional (pág. 24).

La estrategia a utilizar para impulsar el turismo dentro de la parroquia Anconcito, es el fotoperiodismo y en este se centra el recurso para generar la meta propuesta y asegurar que así se cumpla, siendo la más pertinente gracias a su manejo de fotografía para mostrar los atractivos de esta parroquia.

## **2.2. Marco conceptual**

### **Fotoperiodismo**

El fotoperiodismo como estrategia de difusión busca informar a las personas por medio de fotografías, según Berezin (2017) “Es el registro de situaciones importantes en la vida de los seres humanos, así como de los sucesos, objetos y acontecimientos existentes, por medio de la fotografía en su formato analógico y digital, y su anterior propagación, tanto en los canales impresos y electrónicos” (pág. 15). Sin duda, el fotoperiodismo se establece como un instrumento comunicacional para difundir información de manera más eficaz e impactante y es por su eficacia para capturar momentos que se lo utilizara como medio de difusión.

En cuanto a las características del fotoperiodismo se refiere, está la imagen, que dentro de una noticia es fundamental.

El fotoperiodismo, por medio de la fotografía busca atraer la atención de los individuos, a través de una imagen que repercute en ellas, y visualiza lo verdadero tal y como se muestra, se considera más verás al presentar un acontecimiento que de manera escrita, dado que, éste está abierto a análisis y comentarios. Por otro lado, en la fotografía hipotéticamente no hay espacio para la subjetividad (Boloix, 2019, pág. 10).

Bajo este contexto, el fotoperiodismo funciona como un medio de veracidad que permite tomar a la fotografía como una herramienta visual para llamar la atención y causar impacto entre las personas, lo cual conllevaría que por medio de su imagen los individuos capten lo que se desea transmitir.

### **Fotografía**

La fotografía es una herramienta de comunicación que nos permite plasmar momentos mediante una imagen, según Rivera (2020) afirma con la fotografía “Se procura registrar lo vinculado a un suceso, persona u objeto en un sitio y periodo establecido, esto es, por medio, del momento retratado con una cámara” (párr. 1) De tal modo, la fotografía se establece como un método sutil para presentar un objeto de forma llamativa y clara, sin lugar a dudas o interpretaciones erráticas.

Se considera a la fotografía como un implemento de demostración grafica acerca de objetos, sucesos o situación.

Las fotografías despiertan muchos sentimientos en las personas, paz, alegría, intriga, ante un hallazgo o costumbre. Las emociones pueden cambiar de acuerdo a la fotografía y a

su interpretación, lo que se muestra por medio de una imagen se puede asimilar sin necesidad de estar allí, en pocas palabras concede viajar solo con una fotografía (Labinal, 2015, pág. 9).

En consecuencia, la fotografía puede lograr transmitir una sensación por medio de una sola imagen y ahondar en los sentimientos de las personas, para volver a percibir la misma sensación que adoptaban ante el suceso fotografiado, por ello, la fotografía es un medio atemporal en cuanto a la transmisión de sensaciones se refiere, porque no importa cuánto tiempo pase, cada vez que veas la fotografía de un lugar, momento de tu vida o de alguna persona, vas a recordar cómo te sentías en ese momento.

### **Comunicación**

Como comunicación se entiende a la acción de transmitir información entre un emisor y el receptor, según Almeida (2017) “La comunicación es la emisión, transmisión y/o recepción de mensajes por varios medios, procesos y técnicas tradicionales empleándose de manera vocal y textual y las descodificaciones que se interpreta en forma de símbolos y signos” (pág. 28). Con relación a lo antes mencionado, la comunicación es un proceso que necesita de varios elementos para que esta sea cumplida de manera clara, no se puede comunicar sin un emisor que transmita un mensaje y sin un receptor que reciba la información, de esta manera, se lograra cumplir una correcta comunicación. Sabiendo esto, se establecerá una buena comunicación con los habitantes del objeto de estudio al momento de promocionar sus atractivos turísticos.

La comunicación se caracteriza por ser fundamental y estar presente en todo ámbito dentro de una sociedad.

La comunicación es uno de los cuatros puntos propagados que orientan al servicio certero y la variación. Si se quiere modificar los sucesos se tiene que expresar. La comunicación logra comprender a tu audiencia. Si les prestas atención, se logrará mejorar de manera seguida tu dedicación de trabajo y las exigencias de las personas de acuerdo a su atención. Como lo dice Zugaro and Zugaro (2017), citado por (Fassl, 2018, pág. 11)

Dado que la comunicación forma parte de nuestra vida cotidiana y cada acto que hacemos significa una transmisión de información, es fundamental expresar de manera clara el mensaje que queremos transmitir para no generar conflictos de lenguaje o información erradica y perjudicial.



## **Publicidad**

Con publicidad se entiende como una estrategia de marketing y comunicación con el fin de lograr presentar un producto de manera llamativa, según Apuke (2018) “La publicidad involucra la comunicación sobre un producto u organización mediante la colocación de noticias sobre el mismo en los medios sin pagar directamente por tiempo y espacio” (pág. 32). Por lo consiguiente la publicidad está destinada a dar a conocer a las personas un servicio con el fin de despertar un interés en ellas, por medio de diversos canales de difusión. En este caso, se utilizará como medio de difusión publicitario al fotoperiodismo para cumplir con la finalidad de la publicidad de dar a conocer lo que se quiere vender, en esta investigación serían los atractivos de la parroquia Anconcito.

La publicidad se caracteriza por el gran impacto que genera a las personas sobre el producto que está promocionando.

En primer lugar, como trabajo principal que se tiene de la publicidad es la promoción del producto, llamar la atención de toda la audiencia a la que va dirigida, promover las ideas relacionadas a sus servicios, para lograr la meta que se tiene en cuanto al anunciante. En segundo lugar, es primordial mencionar que la publicidad dentro del ámbito de producción y explotación de sí misma, es un movimiento económico (Qin, 2019, pág. 363).

En base a lo mencionado la publicidad para que sea efectiva y se cumpla debe de interesar al público, pero esta debe ser elaborada de manera que resalte de manera despanpanante el servicio que ofrece y lograr su objetivo para generar beneficios de reconocimiento y posicionamiento.

## **Turismo**

Se puede definir al turismo como una actividad social, que consiste en visitar diferentes lugares que llamen la atención de las personas, según Holden (2016) "El turismo es el efecto de la dinámica del desarrollo económico y social (...) que tienen lugar en el entorno de las sociedades de las que proceden los turistas" (pág. 6). Bajo este contexto el turismo se rige como una actividad de recreación que adoptan las personas para vivir nuevas experiencias, conocer nuevos panoramas y descubrir nuevas culturas y sus tradiciones.

El turismo se caracteriza por ser una actividad que económicamente beneficia al sitio al que está dirigido.

El turismo tiene transcendencia en la economía, en el entorno natural y construido, en la población local del destino y los mismos visitantes. Debido a estas diversas impresiones, la condición y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios obtenidos por los visitantes, y la gama de agentes interesados en el turismo o afectados por él, deben adoptar un enfoque integrado (Mota, 2016, pág. 19)

Esto quiere decir, que el turismo no solo depende de los distintos atractivos turísticos que se encuentra en el lugar a visitar, también influye la sostenibilidad que exista para preservar en óptimas condiciones el valor turístico.

### **Atractivos Turísticos**

Los atractivos turísticos pueden ser visto como la razón por el cual los turistas escogen el lugar para disfrutar de sus vacaciones. El MINTUR (2018)“ Los valores en una muestra de acuerdo a sus características naturales, culturales y oportunidades para la acción del patrimonio turístico. Es un componente principal para la dirección, planificación, ejecución y apreciación en cuanto al turismo y su destino” (2018, pág. 31). Así pues, se puede definir como atractivos turísticos el motor principal de interés de los turistas para decidir el destino a elegir y que cumplan con sus respectivas expectativas.

Los atractivos turísticos se caracterizan por ser llamativos y relevantes en el sector que se encuentran, pero además de esto se necesita conocer cómo se clasifican.

De acuerdo con Metodología planteada por el MINTUR del año 2017, esta categorización está estructurada en dos clases: En la clasificación de atractivos naturales se obtienen diversos ejemplos como son: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, playas. En la clasificación de manifestaciones culturales tenemos varios tipos como son: arquitectura, folclore, realizaciones técnicas y científicas, acontecimientos programados Salazar, et. al. (2020, pág. 174).

En base a esta clasificación, se ubicará a los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito en sus respectivas clasificaciones y afirmar que cumplen con las normativas establecidas para ser un atractivo turístico como tal.

## **Cultura**

La cultura se puede definir como un conjunto de características que diferencian a una sociedad. Kumar, et. al. (2017) afirma que “La cultura es una particularidad del hombre, es proyecto para vivir. Es el asentamiento de la vida humana, es una suma mental, racional y materiales, conocimientos tecnológicos y productos. A este proceso los antropólogos llaman cultura” (pág. 9). En base a esto, la cultura es un conjunto del todo que se forma por medio de nuestros conocimientos, creencias y costumbres, las cuales definen a una persona como miembro de una sociedad.

Una sociedad se puede caracterizar por su cultura, la cual se denota por su adaptación a los aprendizajes de su vida cotidiana.

La cultura es el resultado nativo de las interacciones sociales que disponen los grupos ya sea en sociedades u organizaciones. Cuando y donde quiera que las personas se junten con el tiempo, la cultura se desarrolla. La cultura se estudia de nuestros familiares, ambiente, amigos y otros a través de la enculturación y el comportamiento aprendido. Se transmite en el grupo a través de formas de socialización tales como observación, instrucción, recompensa, castigo y experiencia Kumar, et. al. (2017, pág. 13).

Durante toda su vida las personas van adoptando nuevas experiencias y debido a eso se forma una identidad cultural que consiste en la unión de diversos elementos plasmado dentro del grupo social al que pertenece, la cultura es algo que nos pertenece y diferencia de otras sociedades, es enriquecimiento y las personas al sentir curiosidad, buscan conocer y aprender acerca de nuevas culturas.

## **Sociedad**

Una sociedad está conformada por un grupo de personas que buscan vivir en armonía. Kumar, et. al. (2017) describe a la sociedad “Como un grupo de gente que comparten una cultura común, emplea un área territorial explícita y que se aprecia como una entidad unida y distinta” (pág. 6). Bajo este contexto la sociedad no solo es la unión de un grupo de persona, pues para que exista una sociedad ese grupo de personas deben interactuar entre sí y compartir diversas características.

Una sociedad se caracteriza por su cultura, su gente y su identidad, pero existen otros factores que inciden en ella.

La sociedad no es un solo organismo para la comodidad de los seres, más bien es todo el sistema de relaciones sociales. El lazo social de la madre y el hijo, de esa manera, se da a conocer en su comportamiento recíproco. Es este objeto social y no el medio biológico. La verdadera naturaleza de la sociedad no es gracia a los factores externos de interdependencia de semejanza o autoridad, sino en el estado de ánimo de los seres que componen la sociedad Kumar et. al. (2017, pág. 7)

Por ello, una sociedad debe ser unida, teniendo al compañerismo como una de sus bases y comprendiendo a cada una de las personas que la integran y así, poder desarrollar una vida llena de armonía.

### **2.3. Marco Legal**

En esta sección se evidenciará los fundamentos legales en los que se basa el proyecto de investigación.

#### **(Código Ético Mundial para el Turismo, CMET, 2001)**

La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su estandarización y empobrecimiento.

#### **(Ley del turismo del Ecuador, MINTUL, 2014)**

**Art.3.** literal b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;  
c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Literal a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

**(Ley de la propiedad intelectual de Ecuador, 1998)**

**Art. 41.** El autor de una obra fotográfica o el realizador de una mera fotografía sobre una persona, deberá contar con la autorización de la persona fotografiada, y a su muerte, de sus causahabientes, para ejercer sus derechos de autor o conexos, según el caso. La autorización deberá constar por escrito y referirse específicamente al tipo de utilización autorizada de la imagen. No obstante, la utilización de la imagen será lícita cuando haya sido captada en el curso regular de acontecimientos públicos y responda a fines culturales o informativos, o se realice en asociación con hechos o acontecimientos de interés público.

**Art. 49.** La persona natural o jurídica que hubiere encargado artículos periodísticos, trabajos, fotografías, gráficos u otras obras susceptibles de publicación a través de periódicos, revistas u otros medios de difusión pública, tiene el derecho de publicar dichas obras por el medio de difusión previsto en el encargo, así como de autorizar o prohibir la utilización de la obra por medios similares o equivalentes a los de su publicación original. Queda a salvo los derechos de explotación del autor en medios de difusión diferentes, que no entrañen competencia con la publicación original.

**(Ley orgánica de comunicación de Ecuador, 2019)**

**Art. 91.6.-** Publicidad. Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones.

**(Código Orgánico de Ordenamiento territorial y descentralización, COOTAD)**

**Art. 64.-** Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, literal g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico

especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

Estas leyes sirven de apoyo en el desarrollo del proyecto de investigación en el ámbito legal debido a que estas, se relacionan de manera efectiva con el presente tema, en cuanto a contenidos comunicativos, publicitarios, fotográficos y turístico se refiere, y el cumplimiento que estas deben de seguir, en algunos casos las posible consecuencias de romperlas, así que, por medio de estas leyes se buscara cumplir de manera adecuada, sin desobedecer algún reglamento y seguir de manera correcta el proceso de investigación, cabe recalcar que toda las leyes impuestas en este marco legal están vigentes en el estado Ecuatoriano.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación.**

La investigación llevada a cabo es de índole aplicada. Escudero y Cortez (2018) indican que “La investigación aplicada se basa en los resultados prácticos de carácter teórico para brindar una mejor solución ante una problemática establecida de manera inmediata” (pág. 19). Por lo consiguiente, esta investigación es la más idónea a utilizar para el desarrollo del proyecto debido a que, está orientado con fundamentos de manera teórica y en conjunto a sus resultados mostrarán el efecto que tiene el fotoperiodismo como estrategia de difusión.

#### **3.2. Enfoque de la investigación.**

El trabajo para presentar se basa en una metodología de investigación con un enfoque mixto; Como lo dice Di Silvestre (2015), citado por Ochoa, et. al. (2020). Define a la metodología de carácter mixto como “Una estrategia de investigación, por la cual se fusionan la metodología de tipo cualitativo y cuantitativo. Esto genera la unidad de análisis y así responder a las interrogantes de la investigación planteada y a su vez lograr probar su hipótesis” (pág. 18). Por ello, esta investigación empleó este método debido a que se utiliza el enfoque cualitativo para conocer la aplicación del fotoperiodismo en las instituciones encargadas de la parroquia Anconcito, también, el enfoque cuantitativo, sirvió para recolectar información sobre atractivos turísticos y la fotografía, que después se emplearon de manera grafica para luego ser analizados de forma que justifique la investigación a realizar.

#### **3.3. Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación es descriptivo. La investigación descriptiva es como el desarrollo y planificación del proyecto de investigación, esta permite dar un estudio más detallado, ordenado y certero de todo lo que se estudia de manera más exacta (Tinto, 2013, pág. 138). Lo cual, permitió precisar de manera detallada las variables: Fotoperiodismo y turismo que serán analizadas durante un lapso de tiempo.

Así pues, se utilizó también la investigación no experimental. Hernández (2014) menciona que son “Estudios elaborados sin el manejo deliberado de variables y en los que la investigación está compuesta por medio de un análisis” (pág. 152). Debido a que el proyecto

de investigación se basa en analizar, la investigación no experimental es la más idónea dado que, esta sirve para observar los fenómenos a investigar en su ambiente habitual en base a un contexto ya existente.

### **3.4. Métodos de investigación.**

Se utilizó el método de investigación de campo, según Escudero y Cortez. (2018) “Esta investigación se desarrolla con la confianza de que el investigador obtenga de manera más fiable el proceso de levantamiento de resultados y su aplicación, todo esto es realizado en el sitio del objeto de investigación” (pág. 20). Con este método se busca obtener de manera más acertada la obtención de datos para el desarrollo de la investigación debido a que, al trabajar de manera directa dentro del objeto de estudio la información recaudada se obtiene de manera más segura, lo cual conlleva a entablar un control de las variables y levantamiento de información más confiable.

También, se empleó el método de investigación deductivo. Rodríguez y Pérez (2017) Afirman “que este método hace referencia, que gracias a la elaboración de un juicio de forma general se llegaba a un conocimiento de forma particular. Las generalizaciones parten como premisas racionales para efectuar argumentaciones de un carácter más singular” (pág. 11). Por medio de este método, se comprobará que los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito cumple con lo establecido para ser llamado un atractivo, de acuerdo a los organismos oficiales de turismo.

Por lo consiguiente, la fuente de datos o estrategia de investigación es documental, según Rizo (2015) “Este método consiste en la obtención de información por parte de investigaciones documentales” (pág. 23). Con este método, se obtendrá información de fuentes secundarias documentadas por autores anteriores, y serán relacionados a los resultados que se obtengan mediante los instrumentos elaborados, los resultados que se obtengan, serán netamente evaluados por el investigador en cuestión.



### **3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.**

Como técnicas e instrumentos para la obtención de datos se utilizó un cuestionario de preguntas que será medida bajo el instrumento de la escala de Likert, que presentaran las siguientes respuestas: Muy importante (1), importante (2), moderadamente importante (3), poco importante (4) y nada importante (5). Una encuesta puede ser definida como un instrumento para obtener datos mediante preguntas.

La encuesta se define como un instrumento de recolección de datos por medio interrogantes aplicadas a los sujetos con el objetivo de conseguir de forma metodológica medidas acerca de las definiciones que provienen de una problemática de investigación anteriores López y Fachelli (2015, pág. 8). Por ello, se utilizará esta técnica para lograr un mejor resultado en cuanto a la obtención de datos de manera más transparente y confiable.

Adicionalmente se utilizó la entrevista. Folgueiras (2016) comenta que “La finalidad de la entrevista es adquirir datos de manera oral y particular acerca de sucesos, vivencias, comentarios de personas. Por lo general, conlleva la participación de dos o más personas” (pág. 2). El instrumento a emplear es una guía de preguntas estructurales, según Varguillsd y Ribot (2007) “Se utilizan para demostrar las respuestas obtenidas de los entrevistados a partir de procesos anteriores y esto logra evidenciar la verificación de la idea que se obtiene” (pág. 8). Se realizarán cinco preguntas que corresponden a la variable independiente y dependiente, las cuales serán efectuadas a dirigentes de los departamentos encargados de la comunicación y turismo del Municipio de Salinas y GAD parroquial. Por tal motivo, esta técnica de recolección de datos resultara útil para conocer las gestiones realizadas dentro del objeto de investigación de acuerdo a los objetivos planteados

### **3.6. Universo, población y muestra.**

Como población finita se tienen a los moradores de la parroquia Anconcito. La población se puede definir como todo nuestro objeto de estudio, debido a que de allí se sacarán los datos para realizar el trabajo de investigación. Vara (2012) afirma “Que la población es la unión de todas las personas que están en un mismo territorio y comparten características en común” (pág. 221). Bajo este contexto. La población es de 11,822 personas las cuales conforman los habitantes de Anconcito.

Por otro lado, la muestra, según. Vara (2012) “Es un extracto de la población, obtenidos por medio de uno de los métodos lógicos muestrales” (pág. 221). Se tomó como muestra a 368 personas, las cuales, fueron elegidas para responder la encuesta a realizar y así obtener datos concretos, que servirán para el desarrollo del objeto de estudio. En este caso para la selección de esta, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión: Se incluyeron a una gran parte de la población de Anconcito, se excluyó a las personas de 0 a 9 años debido a que la edad en la que se encuentran y el tipo de conducta que se genera a esa edad no cuentan aun con la formación suficiente para contemplar responder las preguntas de manera sensata y causaría ciertos sesgos en las encuestas a realizar.

A continuación, se evidencia la fórmula que se utilizó para sacar la muestra correspondiente.

$$n = \frac{k^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * P * Q}$$

Dónde:

N = El tamaño de la muestra

N = Población o Universo

K = Constante que depende del nivel de confianza (95%=1.96)

E = Error muestral deseado (0.05)

P = Posibilidad que se cumpla (0.50)

Q = Posibilidad que no se cumpla (0.50)

Teniendo en cuenta que la población es de 11,822 y que se excluyó a los niños de 0 a 9 que según datos del Sistema Nacional de Información (SNI) representan 3,285 daría como resultado una población de 8,537 a la cual se le aplicaría la fórmula de muestreo.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 8.537}{(0.05^2 * (8,537 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = \frac{8198}{0.0025 * 8,536 + 0.9604}$$

$$= \frac{8198}{2230}$$

$$n = 368$$

Para culminar este capítulo, se menciona que se trabajó con el muestreo aleatorio simple Ozten y Manterola (2017) afirman que “todas las personas de la población a estudiar pueden ser incorporadas de manera igualitaria a la muestra” (pág. 228). De esta manera la obtención de la muestra resulta más certera y exacta.

## **4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Procesamiento de la información.**

Se interpretó los datos de acuerdo al tema y a los objetivos planteados de la investigación, este instrumento se lo aplicó a 368 personas las cuales representan la muestra de la población de la parroquia Anconcito, los resultados fueron procesados a través del programa IBM SPSS Stactistics, para un mejor análisis y mayor eficacia, donde se demuestra la importancia de la fotografía para promoción turística y como la fotografía despierta sentimientos en las personas. Por otro lado, en la entrevista se evidenció la aplicación del fotoperiodismo como medio de difusión y como este se considera un buen medio de promoción.

A continuación, se va a explicar de manera más detallada los resultados obtenidos por los instrumentos aplicados.

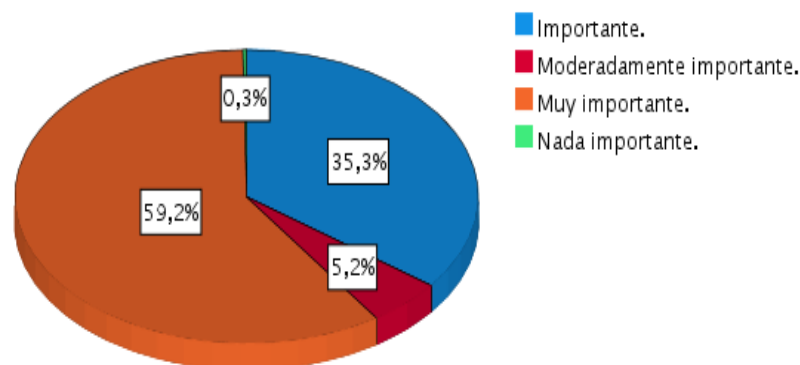
## 4.2. Análisis e interpretación de los resultados

*Tabla 1 ¿Qué tan importante considera el uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia Anconcito?*

Escala	Frecuencia
Muy importante	218
Importante	130
Moderadamente importante	19
Nada importante	1
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

*Figura 1 ¿Qué tan importante considera el uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia Anconcito?*



**Fuente:** Tabla de frecuencia  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### Análisis

Los encuestados de la parroquia Anconcito respondieron a la primera interrogante, acerca de la importancia del uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia de la siguiente manera: El 59,2% considera que el uso de la fotografía es muy importante para promocionar turísticamente la parroquia Anconcito; el 35,3% lo considera importante y tan solo el 5,2% lo considera moderadamente importante; no obstante, existe un 0,3% de los encuestados que la considera poco importante. De acuerdo a las respuestas generadas, se puede evidenciar que las personas consideran que la fotografía es una herramienta significativa para la promoción turística del sector y de igual manera su uso es de gran relevancia para dar a conocer el lugar.

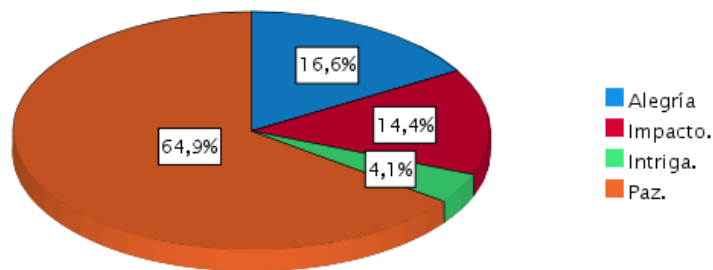
**Tabla 2: ¿Qué emoción o sensación le causa al observar esta fotografía?**



Escala	Frecuencia
Paz	239
Impacto	53
Intriga	15
Alegría	61
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 2: ¿Qué emoción o sensación le causa al observar esta fotografía?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

**Análisis.**

Con respecto a esta segunda interrogante, los encuestados respondieron que el 64,9% sintieron paz al observar la fotografía; al 16,6% le causo alegría y el 14,4% sintió impacto, sin embargo, hubo un 4,1% que les causo intriga. Por medio de esta herramienta se logra percibir un sentimiento o sensación, que se encuentra enlazado con el paisaje de uno de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito.

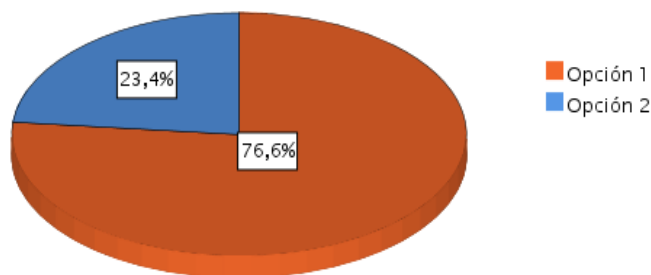
**Tabla 3** ¿Cuál de estas fotografías es la más impactante para la promoción turística de Anconcito?



Escala	Frecuencia
Opción 1	282
Opción 2	86
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 3** ¿Cuál de estas fotografías es la más impactante para la promoción turística de Anconcito?



**Fuente:** Tabla de frecuencia  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### **Análisis.**

En base a la interrogante comparativa realizada, los encuestados respondieron de la siguiente forma: el 76,6% prefirió la opción número 1, pero hubo un 23,4% que se inclinó por la opción número 2. Con esto se evidencia que las personas prefieren la fotografía tomada de manera más estética, de acuerdo a su composición, colores, tonos, etc. Al contrario de la fotografía empleada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia que necesita emplear una fotografía mejor compuesta.

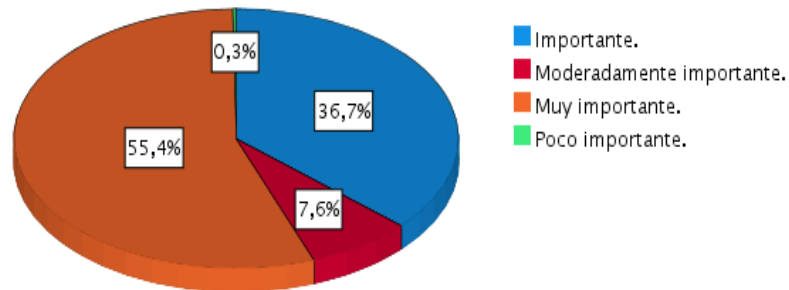
*Tabla 4 ¿Qué tan importante es la función de la fotografía en la comunicación?*

Escala	Frecuencia
Muy importante	204
Importante	135
Moderadamente importante	28
Poco importante	1
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

*Figura 4 ¿Qué tan importante es la función de la fotografía en la comunicación?*



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### **Análisis**

Respecto a esta pregunta acerca de la función de la fotografía en la comunicación, los encuestados respondieron de manera certera que el 55,4% la considera muy importante; el 36,7% importante y tan solo el 7,6% la considera moderadamente importante, pero existe un 0,3%. De acuerdo a los resultados la importancia de la fotografía en el ámbito comunicacional, es notable debido a que transmite un mensaje por medio de su imagen.



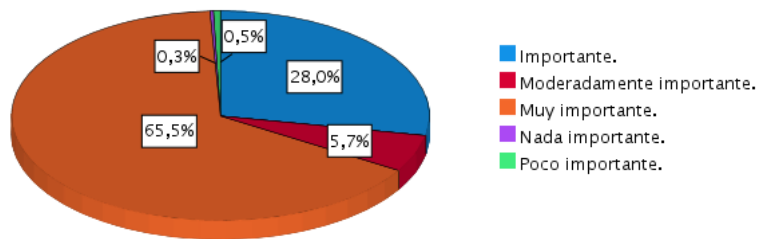
**Tabla 5: ¿Qué tan importante es la fotografía en el ámbito publicitario?**

Escala	Frecuencia
Muy importante	241
Importante	103
Moderadamente importante	21
Poco importante	1
Nada importante	2
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 5: ¿Qué tan importante es la fotografía en el ámbito publicitario?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### Análisis

De acuerdo a la quinta pregunta, los habitantes de la parroquia Anconcito respondieron que el 65,5% considera que en el ámbito publicitario la fotografía es muy importante; el 28,0% importante; el 5,7% la considera moderadamente importante; el 0,5% nada importante y un 0,3% poco importante. Según los datos obtenidos se puede observar que la fotografía es un medio fundamental para el ámbito publicitario y por ello, se utilizará a la misma para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito.

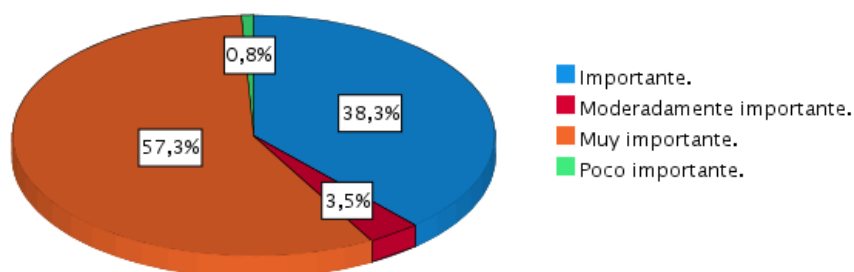
**Tabla 6: ¿Qué tan importante es la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito?**

Escala	Frecuencia
Muy importante	211
Importante	141
Moderadamente importante	13
Poco importante	3
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 6: ¿Qué tan importante es la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### Análisis.

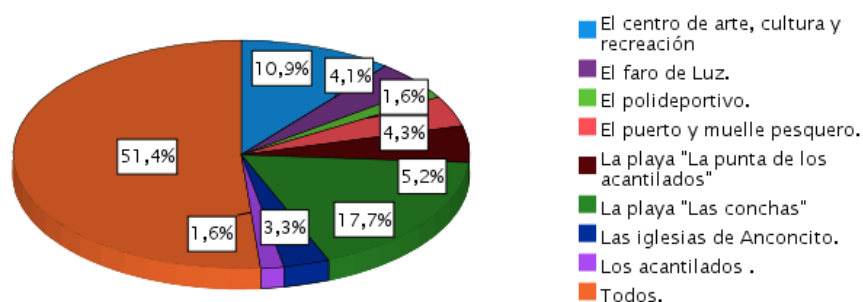
El público objetivo respondió a la siguiente interrogante de esta manera: el 57,6% considera que la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito es muy importante; el 38,3% importante; el 3,5 lo considera moderadamente importante y existe un 0,8% que considera poco importante. Como se puede observar los datos obtenidos arrojaron, que promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito es muy importante para sus residentes.

*Tabla 7: ¿Qué atractivos turísticos le gustaría que sean promocionados en la parroquia Anconcito?*

Escala	Frecuencia
La playa “Las conchas”	65
La playa “La punta de los acantilados”	19
Los acantilados.	6
El faro de Luz	15
El centro de arte, cultura y recreación.	40
El polideportivo	6
Las iglesias de Anconcito	12
El puerto y muelle pesquero	16
Todos	189
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

*Figura 7: ¿Qué atractivos turísticos le gustaría que sean promocionados en la parroquia Anconcito?*



**Fuente:** Tabla de frecuencia  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### Análisis.

Los residentes de la parroquia respondieron de la siguiente manera el 51,4% considera que se deben promocionar todos los atractivos turísticos; el 17,7% considera la promoción de la playa “Las conchas”; el 10,9% al centro de arte, cultura y recreación; el 5,2% a la playa “la punta de los acantilados”; el 4,3% al muelle y puerto pesquero; el 4,1% al faro de luz; el 3,3% las iglesias de Anconcito; el 1,6% a los acantilados y otro 1,6%.

1,6 al polideportivo. De acuerdo a estos resultados, la ciudadanía expresa, que todos los atractivos turísticos deben ser promocionados en la parroquia Anconcito.

**Tabla 8** ¿Considera que estas fotografías representan la cultura y productividad de la parroquia Anconcito?

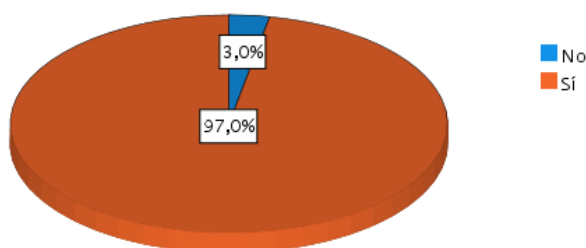


Escala	Frecuencia
Si	282
No	86
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 8** ¿Considera que estas fotografías representan la cultura y productividad de la parroquia Anconcito?



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### **Análisis.**

En base a esta octava pregunta, los encuestados respondieron que un 97,0% consideran que sí y el 3,0% respondieron que no. En base a los resultados obtenidos, se evidencia que estas dos fotografías pueden ser utilizadas para promocionar, dar a conocer la cultura de la parroquia, al igual que su productividad.

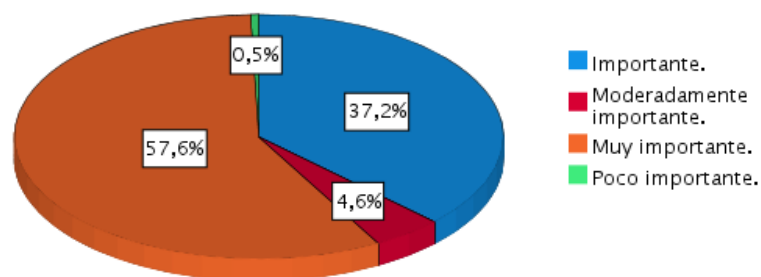
**Tabla 9: ¿Qué tan importante es la fotografía para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito?**

Escala	Frecuencia
Muy importante	212
Importante	137
Moderadamente importante	17
Poco importante	2
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 9: ¿Qué tan importante es la fotografía para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa.

### **Análisis.**

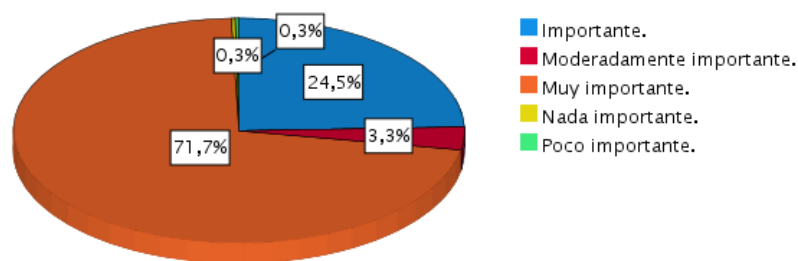
En la penúltima interrogante, el público objetivo respondió que el 57,2% considera que la fotografía es muy importante para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito; el 37,2% importante; el 4,6% moderadamente importante y un 0,5% poco importante. En base a las respuestas obtenidas, se refleja que la fotografía funciona como un medio muy importante para divulgar las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconcito.

**Tabla 10** ¿Qué tan importante es el turismo para el desarrollo económico de la parroquia Anconcito?

Escala	Frecuencia
Muy importante	264
Importante	90
Moderadamente importante	12
Poco importante	1
Nada importante	1
<b>Total</b>	<b>368</b>

**Fuente:** Encuesta a la población de la parroquia Anconcito.  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

**Figura 10** ¿Qué tan importante es el turismo para el desarrollo económico de la parroquia Anconcito?



**Fuente:** Tabla de frecuencia  
**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa

### **Análisis.**

En la última pregunta los encuestados de la parroquia Anconcito manifestaron que el 71,7% considera que el turismo es muy importante en el desarrollo económico de la parroquia Anconcito; el 24,7% importante; el 3,3% moderadamente importante y el 0,3% poco importante, pero de igual manera existe un 0,3% que considera nada importante. En cuanto a los resultados obtenidos, se evidencia que el turismo contribuye económicamente para el desarrollo de la parroquia.

*Tabla 11 análisis de resultados de la entrevista realizadas.*

A continuación, se detallará la otra técnica a implementar en el presente proyecto de investigación como lo es la entrevista. Se ejecutará una entrevista. Folgueiras. (2016) afirma “El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan como mínimo dos personas”(p. 2). Para ello, será necesario la implementación del instrumentos guía de preguntas, las cuales contará de cinco preguntas y sus resultados, serán analizados cualitativamente. Cabe mencionar que esta técnica será aplicada a tres personas que tienen relación con los organismos que participan para la promoción turística de la parroquia Anconcito.

Entrevistado: Lic. Flor Carbo	Especialidad: Lic.En Comunicación social.	
Entrevistado: Lic. Carlos Lama	Especialidad: Lic. En Administración de turismo.	
Entrevistado: Lic. Alex Cevallos	Especialidad: Lic. Educación parvularia.	
Entrevistado:		
Entrevistador: Ernesto De La A		
Pregunta	Análisis	Observación
Variable independiente		
¿Qué estilo fotográfico utilizan para la promoción turística del cantón?	El foto-reportaje es el más idóneo, debido a que tiene la ventaja de plasmar por medio de la fotografía los diferentes paisajes que se encuentran en el cantón salinas, además, se argumenta por medio de texto explicativo lo que se encuentra en cada lugar turístico.	En relación a esto Berezin (2017) afirma que “Es el registro de situaciones importantes en la vida de los seres humanos, así como de los sucesos, objetos y acontecimientos existentes, por medio de la fotografía en su formato analógico y digital, y su anterior propagación, tanto en los canales impresos y electrónicos”. Por ello, se lo presenta como una manera eficaz de promoción.
¿Han utilizado el fotoperiodismo para promover turísticamente un sector?	Debido a su carácter comunicativo. Se ha utilizado positivamente al fotoperiodismo como un medio para conocer de manera más profunda	Rivera (2020). Por su parte afirma que “se pretende documentar lo relacionado a un acontecimiento, sujeto u objeto en un lugar y

	sectores no muy concurridos, también otras cuestiones desconocidas por parte de la ciudadanía y diversas actividades realizadas.	tiempo determinado, esto es mediante el registro capturado con una cámara”. Así pues, cumple la función de dar a conocer, en este caso un sector por medio de la fotografía.
¿Considera al fotoperiodismo una buena estrategia de difusión?	El fotoperiodismo debido a su imagen y texto logra una mayor impresión ante la ciudadanía de manera efectiva, y es utilizado como una estrategia de difusión acertada, debido a que, por medio de la fotografía se puede mostrar lo que se quiere dar a conocer y el texto sirve de complemento para lograr una mejor divulgación.	En relación (Boloix, 2019). Afirma lo siguiente “El fotoperiodismo por medio de la fotografía busca atraer la atención de los individuos, a través de una imagen que repercute en ellas, y visualiza lo verdadero tal y como se muestra,”. Esto conlleva, que por medio del fotoperiodismo se difunda información para su posterior publicación en medios.
Variable dependiente		
¿Cuáles son los atractivos turísticos que han identificado en la parroquia Anconcito?	Se clasifican en tres tipos: Naturales: Playas y Acantilados. Culturales: Iglesias, primer poso petrolero de Ecuador, tradición de la mesa de muertos, faro de luz, puerto pesquero. Recreativos. Polideportivo y plaza central de Anconcito.	En contraste con esto el MINTUR (2018) afirma lo siguiente “Un atractivo turístico es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio”. Bajo este contexto se puede afirmar que los atractivos turísticos de Anconcito



		cumplen con lo establecido por el MINTUR.
¿Qué tipo de gestiones comunicacionales han hecho para promover los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito?	Se ha gestionado la elaboración de diversos contenidos en relación a la promoción turística, por medio de videos, fotografías, entrevistas, reportajes, aplicación móvil, redes sociales y spot publicitarios en medios de comunicación radial.	Esto se relaciona con lo que afirma Apuke (2018). “La publicidad implica la comunicación sobre un producto u organización mediante la colocación de noticias sobre el mismo en los medios sin pagar directamente por tiempo y espacio”. Por ello, se vincula con la publicidad, dado que han utilizados diversas gestiones comunicacionales para la promoción turística de la parroquia Anconcito.

**Fuente:** Entrevista realizada a miembros del Municipio de Salinas y al presidente del GAD parroquial.

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa, 2022.

### 4.3. Discusión de resultados

En consecuencia, los resultados hallados garantizan de manera verídica que una fotografía es una estrategia de difusión para el impulso y promoción turística de una localidad.

En cuanto a la relación de resultados de las encuestas, en la primera pregunta se obtuvieron los siguientes datos: 59,2% muy importante y 5,2% moderadamente importante, en base a esto. Se puede enlazar con el criterio de esto Boloix (2019) afirma que por medio de la fotografía busca atraer la atención de los individuos, a través de una imagen que repercute en ellas, y visualiza lo verdadero tal y como se muestra.

Por otra parte, el 64,9% de los encuestados sentían paz al observar la fotografía y un 4,1% intriga, esto se conecta con lo dicho por Labinal (2015) cuya idea parte que la fotografía despierta sentimientos y emociones con imágenes captadas de la realidad y que estas en la localidad pueden generar paz e intriga, de acuerdo a la fotografía utilizadas por el proceso de investigación, las cuales fueron paisajista y que se conectan de manera emotiva.

La importancia de la promoción turística según Mota (2016) señala que, el turismo tiene transcendencia en la economía, en el entorno natural y construido, en la población local del destino y los mismos visitantes. Por lo tanto, se vuelve importante que se realice la promoción de los atractivos turísticos es ahí que el 57,3% considera muy importante la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito y un 3.5% moderadamente importante.

Así mismo, se señala que en relación a si la fotografía presentada representa la cultura y productividad de la parroquia Anconcito el 76,6% de los encuestados votos que sí y el 23,4% que no. Esto se enlaza con Kumar, et. al. (2017) que afirma, la cultura se transmite en el grupo a través de formas de socialización, tales como observación, instrucción, recompensa, castigo y experiencia. Lo cual se evidencia en la relación a las fotografías que muestra como las personas responden de manera efectiva a la representación de la labor.

A continuación, se identifica que el fotoperiodismo es una estrategia de difusión aplicada de forma efectiva y los resultados no muestran premisas negativas respecto a la aplicación del fotoperiodismo. Por ello, se vuelve importante la utilización del fotoperiodismo para la promoción turística de la parroquia Anconcito.

En relación con las entrevistas, los investigados manifestaron que el fotoperiodismo es el más idóneo, debido a que tiene la ventaja de plasmar por medio de la fotografía los diferentes paisajes que se encuentran en el cantón Salinas, además, se argumenta por medio de texto explicativo lo que se encuentra en cada lugar turístico. En relación a esto Berezin (2017) afirma “Es el registro de situaciones importantes en la vida de los seres humanos, así como de los sucesos, objetos y acontecimientos existentes, por medio de la fotografía en su formato analógico y digital, y su anterior propagación, tanto en los canales impresos y electrónicos”. Por ello, se lo presenta como una manera eficaz de promoción.

De manera general, los entrevistados manifestaron en la segunda interrogante lo siguiente: Debido a su carácter comunicativo. Se ha utilizado positivamente al fotoperiodismo como un medio para conocer de manera más profunda sectores no muy concurridos, también otras cuestiones desconocidas por parte de la ciudadanía y diversas actividades realizadas. Rivera (2020) por su parte afirma que “Se procura registrar lo

vinculado a un suceso, sujeto u objeto en un sitio y periodo establecido, esto es, por medio, del momento retratado con una cámara”.

De manera general, los entrevistados manifestaron en la tercera interrogante lo siguiente: El fotoperiodismo debido a su imagen y texto logra una mayor impresión ante la ciudadanía de manera efectiva, y es utilizado como una estrategia de difusión acertada, debido a que, por medio de la fotografía se puede mostrar lo que se quiere dar a conocer y el texto sirve de complemento para lograr una mejor divulgación. En relación (Boloix, 2019) Afirma lo siguiente “El fotoperiodismo por medio de la fotografía busca atraer la atención de los individuos, a través de una imagen que repercute en ellas, y visualiza lo verdadero tal y como se muestra”.

De manera general, los entrevistados manifestaron en la cuarta interrogante lo siguiente: Se clasifican en tres tipos: Naturales: Playas y Acantilados. Culturales: Iglesias, primer pozo petrolero de Ecuador, tradición de la mesa de muertos, faro de luz, puerto pesquero. Recreativos. Polideportivo y plaza central de Anconcito. En contraste con esto el MINTUR (2018) afirma lo siguiente “Se valoran en una muestra de acuerdo a sus características naturales, culturales y oportunidades para la acción del patrimonio turístico. Es un componente principal para la dirección, planificación, ejecución y apreciación en cuanto al turismo y su destino”.

De manera general, los entrevistados manifestaron en la quinta pregunta; se ha gestionado la elaboración de diversos contenidos en relación a la promoción turística, por medio de videos, fotografías, entrevistas, reportajes, aplicación móvil, redes sociales y spot publicitarios en medios de comunicación radial. Esto se relaciona con lo que afirma Apuke (2018) “La publicidad implica la comunicación sobre un producto u organización mediante la colocación de noticias sobre el mismo en los medios sin pagar directamente por tiempo y espacio”.

## 5. CONCLUSIONES.

- La fotografía es un medio fundamental para la promoción turística de un sector, esto se ve argumentado en los resultados obtenidos y de acuerdo a las ideas planteadas por diversos teóricos. Por ello, el fotoperiodismo procura ser una alternativa viable para la promoción turística de diversos sectores, dado que, ya existen instituciones que lo están poniendo en práctica para dar a conocer lugares que habitualmente no son concurridos.
- De acuerdo a los resultados adquiridos, se pudo identificar que el fotoperiodismo es aplicado como una estrategia de difusión en el municipio de Salinas, pero esto no se ve evidenciado en el GAD parroquial de Anconcito. Por ello, esta organización debe de aplicar de manera correcta y profesional al fotoperiodismo para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito y así obtener una mayor acogida por parte del público objetivo y de esta manera generar una mejor imagen de sus posesiones turísticas.
- Así mismo, se han identificado los atractivos turísticos que posee la parroquia Anconcito, lo cual conlleva, que haya una mayor organización al momento de promocionarlos por medio del fotoperiodismo y en base a los criterios de la ciudadanía que han elegido cuales deben ser difundidos.
- Por ello, se llegó a la conclusión que la implementación de una galería de fotos con los diversos atractivos turísticos de la parroquia Anconcito, mejoraría la imagen turística de la parroquia, y esto implicaría que haya un excelente trabajo fotográfico por parte del GAD parroquial de Anconcito, debido a que, se pudo dar a notar que las personas prefieren una fotografía más profesional y estética para promocionar los atractivos que poseen dentro de la parroquia a una que carece de técnica y estilo.
- Los resultados obtenidos por medio de los métodos cualitativos y cuantitativos arrojaron que la fotografía es una herramienta de promoción muy importante y se ha evidenciado que una fotografía tratada de manera más estética y con un estilo es más llamativo, por ello se llegó a la conclusión que el GAD parroquial de Anconcito debe cambiar su estilo fotográfico para mostrar fotografías que no carezcan de estética, color y técnica, todo en base a los datos que se obtuvieron en los instrumentos planteados.

## **6. RECOMENDACIONES.**

- Se recomienda la utilización de técnicas y estilos fotográficos que vayan de acuerdo al fotoperiodismo y su acción de promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito.
- Se recomienda cambiar el estilo fotográfico y mejorar la fotografía que se emplea en la institución en base a las reglas de composición y técnicas fotográficas.
- Se recomienda la elaboración de una galería fotográfica donde se exhiban todos los atractivos turísticos identificados en la parroquia Anconcito.
- Se recomienda tener en cuenta los resultados obtenidos por medio de los instrumentos para lograr un trabajo más competente en base a lo dictado por el público objetivo de la parroquia.
- Se recomienda utilizar este trabajo para futuras investigaciones con temáticas parecidas para un contraste de información, todo esto en base al aporte científico.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, S. (2 de Febrero de 2017). *Vamos comunicar? : uma investigação no setor terciário do Concelho de Viseu sobre a comunicação interna nas organizações e a motivação dos colaboradores*. Recuperado el 2021, de Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa: <http://hdl.handle.net/10400.14/21933>
- Apuke, O. (may de 2018). Understanding the Concept of Publicity in Public Relations : A Synoptic Review. *ResearchGate* , 32-33. doi:10.12816/0046066. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/324835716\\_Understanding\\_the\\_Concept\\_of\\_Publicity\\_in\\_Public\\_Relations\\_A\\_Synoptic\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/324835716_Understanding_the_Concept_of_Publicity_in_Public_Relations_A_Synoptic_Review)
- Berezin, V. (2017). Исторические и социально-эстетические. En V. Berezin, *Фотожурналистика : учебник для академического бакалавриата* (pág. 226). Moscú, Rusia : Yurayt. Recuperado el 2021, de <https://static.my-shop.ru/product/pdf/207/2069843.pdf>
- Boloix, E. (Junio de 2019). *Fotoperiodismo 3.0 los periódicos generalistas españoles y catalanes en Instagram*. Recuperado el 2022, de CEU Repositorio institucional: <http://hdl.handle.net/10637/11345>
- Calderón, J. (12 de Marzo de 2020). *Prensa y fotografía: Análisis del fotoperiodismo en la ciudad de Machala*. Recuperado el 2021, de Repositorio Digital de la UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15685>
- Carbo, F. (Julio de 2014). *Estrategias comunicacionales y su incidencia en el programa periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Año 2013 – 2014*. Recuperado el 2021, de repositorio universidad estatal peninsula de santa elena : <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3800>
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de Repositorio Digital de la UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12501>
- Fassl, M. (17 de Junio de 2018). *Internal communication and leadership: the effects on teams' performances*. Obtenido de Model University: <https://www.modul.ac.at/research/student-research/bachelor-theses>
- Folgueiras, P. (30 de mayo de 2016). *La entrevista*. Obtenido de DIPÓSIT DIGITAL de la Universitat de Barcelona: <http://hdl.handle.net/2445/99003>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico D.F.: McGraw Hill. Recuperado el 24 de Junio de 2022
- Holden, A. (2016). *Environment and tourism* (third edition ed.). New York, United Kingdom: Routledge. Obtenido de [https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&as\\_ylo=2015&as\\_yhi=2022&q=Environment+and+Tourism&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2015&as_yhi=2022&q=Environment+and+Tourism&btnG=)
- Kaewnopparat, J. (Agosto de 2017). *The Impact of Phtotograpy on Tourism: Photography Construction Perspective*. Recuperado el 2021, de TRACE Tennessee Research and Creative Exchange: [https://trace.tennessee.edu/utk\\_graddiss/4631/](https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/4631/)

- Kumar, A., Ranjan, M., Roy, D., & Hasnai, N. (2017). *Bloque-2 Sociedad y Cultura*. (IGNO, Ed.) Recuperado el 20 de Mayo de 2022, de eGyanKosh: <http://egyankosh.ac.in/handle/123456789/41250>
- Labinal, G. (2015). Le monde dévoilé par l'image. *Terra Brasilis*, 2-16. doi:<https://doi.org/10.4000/terrabrasilis.1571>. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/terrabrasilis/1571>
- López, P., & Fachelli, S. (febrero de 2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Recuperado el 2021, de dipósit digital de documents de la UAB: <https://ddd.uab.cat/record/163567>
- MINTUR. (2018). *MANUAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS*. Obtenido de AME Virtual: <https://amevirtual.gob.ec/manual-de-atractivos-turisticos/>
- Morales, J., & Briones, E. (30 de Enero- Abril de 2021). La promoción de atractivos turísticos para impulsar el desarrollo local en la ruralidad: caso parroquias rurales del cantón Portoviejo. *Recus*, 6(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.33936/recus.v6i1.2492>. Recuperado de: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/2492>
- Mota, C. (18 de julio de 2016). *Le système touristique comme un facteur de développement local dans les moyennes villes à travers des attractifs: le cas de Fafe au Portugal*. Obtenido de DUGIDocs: <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/13378>
- Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). Comprensión epistemológica del tesista sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. *Dialnet*, 1-10. Recuperado el 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407375>
- OMT. (4 de Marzo de 2007). *UNWTO*. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de Glosario de términos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (6 de Junio de 2022). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20%C3%BAltimo%20Bar%C3%B3metro%20del,del%20primer%20trimestre%20de%202021.>
- Ozten, T., & Manterola, C. (Marzo de 2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>. Recuperado de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext)
- Pérez, C. (2017). *Análisis sobre la influencia de la fotografía como medio de representación visual en la interacción del turismo contemporáneo, la promoción de destinos y las experiencias de viaje, enfocado desde la perspectiva de sostenibilidad*. (P. U. Pereira, Ed.) Recuperado el 2022, de UTP Universidad Tecnológica de Pereira : <https://repositorio.utp.edu.co/items/526585e9-3da2-4262-97b1-1bc8cfdad610>
- Qin, Y. (Agosto de 2019). Research on the Characteristics of Modern Advertising Culture. *Scientific Research and Academic Publisher*, 5. doi:10.4236/jss.2019.78026. Recuperado de: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=94619>

- Rivera, J. (2020). *El fotoperiodismo en los medios impresos: aplicaciones prácticas y estudio de la imagen en el sol de San Luis*. Recuperado el 20 de Junio de 2022, de Universidad Complutense Madrid: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64368/>
- Rizo, J. (2015). *Técnicas de investigación documental*. Recuperado el 25 de Julio de 2022, de Repositorio Institucional UNAM Managua: <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/12168>
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Redalyc*, 1-26. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20652069006>
- Salazar, M. S., Tierra, T. N., & Salas, C. E. (Agosto de 2020). Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad Capirona en la parroquia de Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo. *Conciencia Digital*, 3(3.1), 168-188. doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i3.1.1379>. Recuperado de: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/1379>
- Tinto, J. (29 de enero de 2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizada para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de orig. *redalyc.org*, 40. Recuperado el 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55530465007>
- Vara, A. (2012). *7 Pasos para una tesis exitosa* (Tercera Edición ed.). Chiclayo, Perú: USMP. Recuperado el 21 de Marzo de 2022
- Varguillas, C., & Ribot, S. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *redalyc.org*, 15. Recuperado el 2022, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>
- Yagual, M. (Octubre de 2017). *El aprovechamiento de los atractivos turísticos como aporte al crecimiento del turismo sostenible en la comuna San Pablo provincia de Santa Elena*. Recuperado el 2021, de repositorio universidad estatal peninsula de santa elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4153>



## 8. ANEXOS

### Anexo 1

Matriz de Operacionalización de Variables

Tema /Título	Variables de Estudio	Definición	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
El fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la Parroquia Anconcito, año 2021.	Fotoperiodismo	El fotoperiodismo es un género periodístico que tiene como objetivo representar y comunicar a través de fotografías determinados acontecimientos, personajes, temáticas o sucesos. Los periodistas que se dedican a este género se denominan reporteros gráficos o fotoperiodistas.	El fotoperiodismo es un género periodístico que tiene como objetivo representar, publicitar y comunicar a través de fotografías determinados acontecimientos. Los periodistas que se dedican a este género se denominan reporteros gráficos o fotoperiodistas.	Fotografía  Comunicación  Publicidad	Importancia Emociones Técnicas  Mensajes Función Elementos  Promoción Incentivar Estrategias	Ordinal  Escala de likert  Este modelo de medición servirá para la clasificación y el orden de los datos.

	Turismo	<p>El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.</p>	<p>El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual para descubrir nuevos patrimonios dentro de una sociedad, el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.</p>	<p>Atractivos turísticos</p> <p>Cultura</p> <p>Sociedad</p>	<p>Atención Influencia Atributos</p> <p>Identidad Conocimiento Tradiciones</p> <p>Desarrollo Organización Orientación</p>	
--	---------	--	---	---	---	--

**Elaborado por:** Ernesto Alberto De La A Villa

## Anexo 2

### Técnicas e instrumentos de validación

#### Instrumento de validación: entrevista

**Técnica:** Entrevista no estructurada  
**Instrumento:** Cuestionario-Fotoperiodismo  
**Tema:** El fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconcito, por medio del GAD parroquial, año 2021  
**Objetivo:** Identificar si el fotoperiodismo es aplicado como un medio de difusión y a su vez conocer sobre la relevancia que le han dado a la parroquia Anconcito en el ámbito turístico.

#### Instrumento

<b>Entrevistado: Flor Carbo</b> <b>Cargo:</b> jefa del departamento de comunicación del Municipio de Salinas.	Especialidad Lcda. Comunicación Social	
<b>Carlos Laman</b> <b>Cargo:</b> director de turismo del Municipio de Salinas.	Lcdo. Administración de Turismo.	
<b>Alex Cevallos</b> <b>Cargo:</b> presidente del Gad parroquial de Anconcito.	Lcdo. Educación Parvularia.	
<b>Entrevistador:</b> Ernesto De La A Villa		
Preguntas	Respuesta	Observación
¿Qué estilo fotográfico utilizan para la promoción turística del cantón?		
¿Han utilizado el fotoperiodismo para promover turísticamente un sector?		
¿Considera al fotoperiodismo una buena estrategia de difusión?		
¿Cuáles son los atractivos turísticos que han identificado en la parroquia Anconcito?		
¿Qué tipo de gestiones comunicacionales han hecho para promover los atractivos turísticos de la parroquia Anconcito?		

  
Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana.  
**Juez Experto**  
C.I:0921222972

## Anexo 3

### Encuesta

#### INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario de preguntas - Fotoperiodismo

Tema: El fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconito, por medio del GAD parroquial, año 2021

Objetivo: Recolectar datos sobre el fotoperiodismo y su uso como estrategia de difusión para promoción turística de la parroquia Anconito.

Escala: Muy importante, importante, moderadamente importante, poco importante, nada importante

1. ¿Qué tan importante considera el uso de la fotografía para promocionar turísticamente la parroquia Anconito?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

2. ¿Qué emoción o sensación le causa al observar esta fotografía?



- Intriga
- Impacto
- Alegría
- Paz
- Indiferencia

3. ¿Cuál de estas fotografías es la más impactante para la promoción turística de Anconito?



4. ¿Qué tan importante es la función de la fotografía en la comunicación?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

5. ¿Qué tan importante es la fotografía en el ámbito publicitario?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

6. ¿Qué tan importante es la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Anconito?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

7. ¿Qué atractivos turísticos le gustaría que sean promocionados en la parroquia Anconito?

- La playa "Las conchas"
- La playa "La punta de los acantilados"
- Los Acantilados.
- El faro de luz.
- El puerto y muelle pesquero.
- El centro de arte, cultura y recreación.
- El polideportivo.
- Las iglesias de Anconito.
- Todos.

8. ¿Considera que estas fotografías representan la cultura y productividad de la parroquia Anconito?



- Sí
- No

9. ¿Qué tan importante es la fotografía para dar a conocer las costumbres y tradiciones de la parroquia Anconito?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

10. ¿Qué tan importante es el turismo para el desarrollo económico de la parroquia Anconito?

- Muy importante.
- Importante.
- Moderadamente importante.
- Poco importante.
- Nada importante.

Ledo. Gerson Alfredo Cochea Panchana.  
Juez Experto  
C.I.: 0921222972

## Anexo 4

### Evaluación de instrumento

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO  
Nombre del instrumento: Cuestionario - escribir la variable independiente


Indicadores	Criterios	Deficiente		Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES		
		0 - 5	6 - 10	11 - 15	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	46 - 50	51 - 55	56 - 60	61 - 65	66 - 70	71 - 75	76 - 80	81 - 85	86 - 90		91 - 95	96 - 100
ASPECTOS DE VALIDACIÓN																						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				28	
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					28
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					58
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					55
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					88
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					98
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					98
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					99
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					98

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

PROMEDIO: 87.5

Santa Elena, 7 de Julio del 2022

Lado: Gerzon Alfredo Cochera Parichaza  
C.I. 0901222972  
Teléfono: 098558246  
Email: gcochea@upe.edu.ec




Anexo 5

Validez de contenido del instrumento

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	De La A Villa Ernesto Alberto	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
El fotoperiodismo como estrategia de difusión para impulsar el turismo de la parroquia Anconcito, por medio del Gad parroquial, año 2021		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Encuesta y Entrevista	
Objetivo:	Recolectar datos sobre el fotoperiodismo y su uso como estrategia de difusión para promoción turística de la parroquia Anconcito.  Identificar si el fotoperiodismo es aplicado como un medio de difusión y a su vez conocer sobre la relevancia que le han dado a la parroquia Anconcito en el ámbito turístico.	
Dirigido a:	Habitantes de la Parroquia Anconcito, Identidades gubernamentales que participan en la parroquia.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Cochea Panchana Gerzon Alfredo	
Documento de Identidad:	0921222972	
Grado Académico:	Cuarto nivel	
Especialidad:	Gestión de Marcas	
Experiencia Profesional (años):	20 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia: Aplicar encuesta		

Fecha: Santa Elena, 7 de julio del 2022

  
 Ldo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana.  
 Juez Experto  
 C.I: 0921222972

## Anexo 6

Entrevistas a los miembros del municipio de Salinas.





## Anexo 7

Divulgación de la encuesta a los habitantes de la parroquia Anconcito.

