



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA**  
**COMUNICACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO**

**“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA  
CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA  
LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL  
PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018”**

**Tesis previa a la obtención del grado  
de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación Social**

**AUTOR**

**STALIN HERNAN ENCARNACIÓN CAÑAR**

**DIRECTOR**

**ING. FAUSTO ALEXANDER BOADA HURTADO MG. SC.**

**LOJA - ECUADOR**

**2018**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado Mg. Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

**CERTIFICA:**

Haber dirigido, asesorado, monitoreado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 193 del Reglamento del Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo del presente trabajo de investigación denominado: **“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018”**. De autoría del Sr. **STALIN HERNAN ENCARNACIÓN CAÑAR**. En consecuencia, la investigación reúne los requisitos formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, 09 de octubre del 2018



**Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado Mg. Sc.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Stalin Hernan Encarnación Cañar, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** Stalin Hernan Encarnación Cañar

**Firma:** 

**Cédula:** 1900811561

**Fecha:** Loja, 11 de Diciembre de 2018

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Stalin Hernan Encarnación Cañar, declaro ser autor de la tesis titulada, “ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018” , como requisito para optar al grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, firmo en la ciudad de Loja, a los once días del mes de Diciembre de dos mil dieciocho.

**Firma:** 

**Autor:** Stalin Hernan Encarnación Cañar

**Número de Cédula:** 1900811561

**Dirección:** Loja, Barrio Peñón del Oeste, Calles: Maximiliano Rodríguez y Perú.

**Correo Electrónico:** stalinhec\_95@hotmail.com

**Teléfono:** 0980298449

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO**

**Presidente:** Lic. José Ángel Iñiguez Cartagena Mg. Sc.

**Primer Vocal:** Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

**Segundo Vocal:** Lic. Vanessa Karina Duque Rengel Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, quiero agradecer a Dios por haberme dado la sabiduría, fuerza y vida para cumplir mis metas.

Agradezco de manera especial a mis padres que me han brindado su apoyo para mi formación profesional y en mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Comunicación Social por haberme permitido ser parte de este centro educativo superior y a la vez culminar la carrera, y, al personal docente por haber contribuido con sus sabios consejos.

*Stalin Encarnación Cañar*

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

*Stalin Encarnación Cañar*

## MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

| ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN                                |   |        |             |                   |          |           |        |  |                    |                       |  |
|--|---|--------|-------------|-------------------|----------|-----------|--------|--|--------------------|-----------------------|--|
| BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN |   |        |             |                   |          |           |        |  |                    |                       |  |
| TIPO DE DOCUMENTO  | AUTOR/<br>TÍTULO DE LA TESIS  | FUENTE | FECHA - AÑO | ÁMBITO GEOGRÁFICO |          |           |        |  |                    | OTRAS DESAGREGACIONES | OTRAS OBSERVACIONES                              |
|  |   |        |             | NACIONAL          | REGIONAL | PROVINCIA | CANTÓN | PARROQUIA  | BARRIO O COMUNIDAD |                       |  |
| TESIS  | STALIN ENCARNACIÓN CAÑAR<br>“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018” | UNL    | 2018        | ECUADOR           | ZONA 7   | LOJA      | LOJA   | EL VALLE, SUCRE, EL SAGRAIO, EL CISNE Y VILCABAMBA | CENTRAL            | CD                    | LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL |

# MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA



## CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN CIUDAD DE LOJA



Fuente: Google maps/ mapa del Cantón Loja



## ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
  - a. TÍTULO
  - b. RESUMEN  
ABSTRACT
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
    - PROPUESTA ALTERNATIVA
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS
    - PROYECTO DE TESIS
    - OTROS ANEXOS

**a. TÍTULO**

“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018”

## **b. RESUMEN**

El siguiente trabajo de investigación pretende dar a conocer el manejo de la publicidad que se realiza en la ciudad de Loja, Vilcabamba y El Cisne por medio de la fotografía turística que se realiza a estos lugares y se difunde a través de los diferentes productos publicitarios como afiches, trípticos, hojas volantes, vallas publicitarias, entre otros. Este trabajo tiene como objetivo conocer el manejo de la publicidad desde el punto de vista institucional y de esta manera contrastar con el punto de vista de la ciudadanía de las localidades estudiadas. Luego se aplicó las herramientas necesarias para tratar de contribuir con una solución satisfactoria al problema encontrado.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se consideró conveniente aplicar los métodos de investigación cualitativo y experimental con los cuales se conjugaron con las herramientas de investigación necesarias y poder llegar al objetivo principal planteado, para después de ello realizar la propuesta que consistió en elaborar un FOTO LIBRO el cual contenga información adecuada y específica para guiar a un turista a uno de los tres lugares que se están tratando en la investigación. Además, dentro de la guía física se encontrarán impresos códigos QR (Quick Response Code) los cuales alojan contenido digital, que harán que la guía sea más eficiente y atractiva para la persona que la está usando. Toda esta información que estará en físico está conectada directamente con un blog que almacena los datos de manera digital que hace esta herramienta publicitaria más amigable con quien la está usando. Asimismo, se ha establecido dentro de los QR una conexión directa con Google Maps para ayudar en el posicionamiento exacto del lugar que se desea visitar.

**PALABRAS CLAVES:** EL CISNE, FOTOGRAFÍA, INVESTIGACIÓN, LOJA, PUBLICIDAD, QR CODE, VILCABAMBA.

## **ABSTRACT**

The following research work aims to publicize the management of advertising that takes place in the city of Loja, Vilcabamba and El Cisne through tourism photography that is made to these places and disseminated through different advertising products such as posters, triptychs, flyers, billboards, among others. This work aims to know the management of advertising from the institutional point of view and thus contrast with the point of view of the citizens of the localities studied. Then the necessary tools were applied to try to contribute with a satisfactory solution to the problem found.

For the development of this research project it was considered convenient to apply the qualitative and experimental research methods with which they were combined with the necessary research tools and to be able to reach the main objective, and after that make the proposal that consisted in elaborating a PHOTO BOOK which contains adequate and specific information to guide a tourist to one of the three places that are being treated in the investigation. In addition, within the physical guide will be printed QR codes (Quick Response Code) which host digital content, which will make the guide more efficient and attractive for the person who is using it. All this information that will be in physical form is directly connected to a blog that stores the data in a digital way that makes this advertising tool friendlier with whoever is using it. Likewise, a direct connection with Google Maps has been established within the QRs to help in the exact positioning of the place to be visited.

**KEY WORDS:** EL CISNE, LOJA, PUBLICITY, PHOTOGRAPHY, RESEARCH, QR CODE, VILCABAMBA.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Este proyecto de investigación está enfocado principalmente en difundir intensivamente la Ciudad de Loja, conjuntamente con las parroquias Vilcabamba y El Cisne, con el fin que compita con otras ciudades que se han establecido como destinos turísticos claves dentro del Ecuador.

Dentro de la investigación existen tres ejes principales que son publicidad, fotografía turística y el desarrollo de una propuesta alternativa.

La publicidad es un punto clave a la hora de posicionar a un lugar dentro del imaginario de las personas, considerando que un buen o mal trabajo será el responsable de hacer que determinado lugar tenga un concepto fijado en el entorno.

El material publicitario que se pretende elaborar en este trabajo pretende contribuir al desarrollo local, aportando con temas precisos a los públicos objetivos que en este caso serían las personas de agencias de viajes, viajeros frecuentes y no frecuentes, además de la localidad en sí que ayuda a la difusión de dicho contenido con lo que se llama la publicidad de boca en boca.

Seguido de esto, se plantea el segundo tema el cual contiene la fotografía turística. La fotografía turística en la Ciudad de Loja se ha desarrollado por parte de las instituciones encargadas de hacer la difusión, pero, este material no ha sido aceptado del todo por las personas de las localidades en las cuales se está realizando el estudio (Ciudad de Loja, Vilcabamba y El Cisne), por lo que ahora se intenta realizar una serie de fotografías cuidando el aspecto estético y técnico que ayuden a llenar los vacíos que existen dentro de la población, además de brindar un apoyo al trabajo ya existente.

Por último, y no menos importante se encuentra la creación de la propuesta alternativa, la cual consiste en la creación de un FOTO LIBRO en donde se puede encontrar los atractivos turísticos principales de la Ciudad de Loja y de las parroquias de Vilcabamba

y El Cisne. El FOTO LIBRO contendrá fotografías y contenido informativo preciso de cada lugar. Dicho contenido estará vinculado directamente con un medio digital por medio del uso de códigos QR. Dentro de este código se encuentran almacenados también las direcciones exactas de cómo llegar a un determinado lugar, todo esto con la ayuda de un teléfono celular inteligente.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **1. PUBLICIDAD.**

En pleno siglo XXI, la forma de vivir y de adoptar un estilo de vida esta proporcionado por lo que se encuentra alrededor de las personas y por lo que estos pueden costear. Todo tipo de contenido publicitario se presenta a los diferentes públicos y este es consumido por medio de los sentidos como la vista y oído, para luego ser adaptado a las necesidades de cada persona.

La publicidad en la actualidad juega un papel muy importante ya que se considerada como una de las principales herramientas para difundir un determinado contenido entre la sociedad. La publicidad está presente en medios impresos como digitales. A la hora de hablar de medios impresos de difusión se puede listar los principales tales como revistas y diarios, que son el punto focal de los publicistas, al considerar que dentro de estas herramientas publicitarias se puede insertar en las páginas gran contenido propagandístico, logrando que el mensaje que se quiere difundir llegue a los públicos planificados. En el libro *La Comunicación Publicitaria* de Enrique Ortega, dice que: “Los diarios son aquella parte de la prensa con una periodicidad diaria o casi diaria que pueden ser adquiridos por el público mediante suscripción o a través de la compra de un determinado ejemplar” (2004, p.77), el autor hace referencia a este medio de comunicación escrito porque es considerado uno de los principales motores de propaganda impresa, al ser adquirido de manera rutinaria por personas con un estatus social lo suficientemente aceptable como para realizar una acción guiada por la información que se lea en un determinado medio impreso.

A partir de la década de 1880, los medios de impresión permitieron la reproducción de fotografías a un precio razonable, pero fue sobre todo con la entrada del nuevo siglo cuando la fotografía pasó a constituirse como parte de la prensa cotidiana y con el tiempo, de la publicidad. (Eguizábal, 2001, p.13)

Dentro del campo publicitario se puede considerar que las personas que están detrás de la creación de un producto publicitario tienen que tomar en cuenta la posible reacción o emociones que van a despertar entre sus consumidores, es decir sus públicos objetivos, ya que depende de esto que se consiga una respuesta positiva ante el material difundido o simplemente una ruina total.

Dentro del campo publicitario encontramos que este tiene relación con otras ramas de estudio, una de ellas es el turismo. Para un buen flujo turístico de determinado lugar es necesario que los encargados de la planificación de una campaña o producto publicitario conozcan lo más importante de aquel determinado lugar u objeto que se desea difundir para obtener una buena respuesta por el consumidor. Para continuar con el estudio es necesario conocer la magnitud que tendrá nuestro producto publicitario, un claro ejemplo local a todo esto, es el anuncio publicitario fallido que utilizó la empresa de carnes WURSTCHEN, que usó una valla publicitaria con la imagen de una mujer sonriendo junto a un pedazo de sangre para llamar la atención de clientes a su tienda, pero esta herramienta publicitaria no consiguió los resultados que se desearon ya que la ciudadanía en sus diferentes públicos lo tomó como una ofensa a la mujer.

## **1.1 FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA**

La producción fotográfica y la publicidad han ido creciendo a pasos agigantados, gracias al desarrollo de la industria gráfica estos se han logrado fusionar correctamente para desarrollar campañas publicitarias exitosas.

Para realizar una campaña fotográfica publicitaria el fotógrafo tiene que considerar varios aspectos para realizar la fotografía. “En la publicidad se funden las grandes corrientes de la fotografía documental, de modas y artística” (Eguizábal, 2001, p.11).



Un punto muy importante que hay que tener en cuenta a la hora de emplear la fotografía publicitaria, es que esta va a estar fusionada con texto al momento del desarrollo de un producto publicitario, es necesario enfatizar esta etapa de la creación, ya que cuando se fusiona texto con fotografía se debe tener cuidado de no crear un producto el cual no esté acorde con lo que se quiere transmitir o que el texto y la imagen no se complementen entre sí. Además, hay que a la hora de diseñar un producto publicitario hay que evitar que este sea antiestético a la vista del consumidor final.

Una buena campaña publicitaria puede medirse en el grado de aceptación de los turistas, y resultado de ello, las personas realizarán una difusión de manera automática generando más visitas del lugar promocionado, esta herramienta publicitaria se la conoce como below de line. Además, si un buen producto publicitario se logra consolidar entre la mente de los públicos por su originalidad y agradable composición armónica en torno a cómo ha sido creada es porque se ha realizado un trabajo y se obtendrán los resultados que se esperaban. Al momento de crear un nuevo producto publicitario se debe escoger el material que vaya acorde a lo que se está creando y evitar crear un producto que sea semejante a alguno ya existente.

## **1.2 MEDIOS PUBLICITARIOS**

La elaboración de un material publicitario nace con la necesidad de que el producto que se cree llegue a las personas y tenga una repercusión positiva. Al momento de tener listo un nuevo producto publicitario se debe escoger porque medio o medios este se va a difundir, para esto hay que tomar en cuenta a que públicos queremos llegar. El medio que se escoge para emitir un contenido es muy importante ya que de este depende también el resultado del material publicitario creado, es decir, si es un producto que ha sido creado para llegar a un público entre los 15 a 25 años, no sería coherente hacer la difusión a

través del periódico, o a su vez si es para un público relativamente adulto usar una plataforma digital.

Dentro de los medios publicitarios encontramos la televisión, la radio, prensa, carteles, vallas y actualmente el internet.

Los medios publicitarios como la televisión, la radio, prensa, carteles, vallas, son los medios tradicionales que comúnmente se usa, sus antecedentes han tenido grandes repercusiones considerando que en épocas como la guerra mundial, estos medios servían para lograr incluir en las filas militares a nuevos reclutas por medio del uso de afiches e incluso posicionar a cierto grupo de personas como enemigos a través del uso de la radio, televisión o cine tal como lo hizo Joseph Goebbels en la segunda guerra mundial.

## **2. PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Un buen destino turístico logra posicionarse en la mente de las personas que lo conocen por un buen uso de la promoción turística. La promoción turística se la puede realizar usando afiches, volantes y material publicitario que se puede emitir por medio de la internet o de manera convencional a través de distribución física del material promocional. En el texto estudios y Perspectivas del Turismo de Castillo Marisol & Castaño Vladimir (2015, p.729) citan a Ejarque (2015, p.231) el cual define la promoción de un destino como “Comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”. Realizar una publicidad adecuada acompañada de un material promocional correcto, logrará, como menciona el autor anteriormente citado, que los diferentes individuos que están involucrados en desarrollar actividades turísticas se sientan atraídos por un determinado lugar al observar el producto promocional que se ha creado, de esta manera se puede

lograr un desarrollo económico y social en un lugar específico al cual se le aplique una correcta publicidad y por ende promoción.

### **3. FOTOGRAFÍA.**

La fotografía es una representación del mundo a la cual la podemos representar en una pieza de papel, un recuerdo congelado a través del tiempo gracias a una cámara fotográfica.

Por medio de la fotografía, podemos captar imágenes que permiten a sus autores expresar sentimientos sin que las personas que la vean los hayan vivido. John Ingledeew creía esto ya que consideraba que: “Muchos fotógrafos sienten la necesidad contar historias con sus fotografías” (2013, p.82).

Esta práctica se la puede evidenciar en el género del fotoperiodismo, rama de la fotografía que trata de contar historias a través de las láminas. Además, en el campo de promoción turística la fotografía muestra por medio de historias cortas en la mayoría de los casos como un determinado producto puede llegar a ser parte de la vida de cada individuo, incluso, en algunas ocasiones las historias contadas que no son para promocionar algún producto llegan a familiarizarse con determinados públicos.

#### **3.1 COMPOSICIÓN**

La composición fotográfica es el arte de encontrar el punto de vista de una cámara que sitúa todos los elementos del sujeto en posiciones visualmente estimulantes dentro del encuadre.

##### **3.1.1 PLANOS**

En el mundo de la fotografía el uso de planos es crucial a la hora de realizar una instantánea ya que con la aplicación de un plano adecuado podremos expresar algún tipo de emoción según lo que deseemos realizar.

Existen varios tipos de planos que aplican según la escena.

### **3.1.2 GRAN PLANO GENERAL**

El gran plano general consiste en una toma abierta de la escena, principalmente este se lo aplica en la captura de paisajes. Las fotografías panorámicas son sin duda el ejemplo más representativo en esta clasificación.

### **3.1.3 PLANO GENERAL**

El plano general consiste en la captura abierta de una escena en la que se puede visualizar la presencia de individuos u alguna situación.

### **3.1.4 PLANO ENTERO**

El plano entero consiste en la captura de una escena con la presencia de un individuo. En esta categoría al individuo se le realiza la captura en donde se puede visualizar todo su cuerpo.

### **3.1.5 PLANO DE CONJUNTO**

El plano de conjunto consiste en la captura de una escena integrada por varios individuos o elementos que ayudan a conformar su composición. Un ejemplo de esta categoría es una fotografía que se le realiza a un equipo de fútbol.

### **3.1.6 PLANO AMERICANO**

El plano americano consiste en realizar una fotografía de un individuo desde las rodillas hacia arriba.

### **3.1.7 PLANO MEDIO**

El plano medio consiste en realizar una captura de un individuo desde su cintura hacia arriba. En este plano encontramos una variación del plano, ya que si se realiza la

fotografía 20cm. aproximadamente de la cintura hacia abajo se lo considera plano medio largo, mientras que si se realiza la captura 20 cm. aproximadamente hacia arriba de la cintura se considera a la fotografía con un plano medio corto.

### **3.1.8 PRIMER PLANO**

El primer plano consiste en una toma de un individuo desde el pecho hacia arriba. Esta escena es usada en la transmisión de noticiero o fotografías empleadas en las identificaciones personales, permisos de conducir, entre otros.

### **3.1.9 PRIMERÍSIMO PRIMER PLANO**

El primerísimo primer plano es también conocido como plano detalle. Este es usado para destacar algo de un individuo u objeto.

Para la aplicación de este plano se debe estar lo más cerca posible y realizar el enfoque, de esta manera se podrá destacar algo especial de una escena.

## **3.2 ANGULACIONES**

Las angulaciones dentro de la fotografía se las usa para resaltar o destacar al individuo u objeto que está dentro de la escena que se va a fotografiar. Las angulaciones van combinadas con un plano en específico, dependiendo de los requerimientos de la fotografía o situación.

### **3.2.1 ANGULACIÓN CENTRAL**

La angulación cenital se logra ubicando la cámara en la parte superior del objeto a fotografiar. La cámara tiene que estar en forma perpendicular.

### **3.2.2 ANGULACIÓN EN PICADO**

La angulación en picado se la toma de una altura mayor de la que se encuentra el sujeto esto hará que el objeto principal de la escena a fotografiar se vea más pequeño.

### **3.2.3 ANGULACIÓN NORMAL**

Para realizar una fotografía con una angulación normal se debe colocar la cámara frente a lo que se quiere fotografiar.

### **3.2.4 ANGULACIÓN EN CONTRAPICADO**

En la angulación contrapicado sucede todo lo opuesto a la angulación es picado, es decir, la cámara se sitúa en una posición inferior al objeto a fotografiar en la escena, esto provoca una sensación de superioridad de objeto a la hora de observar la fotografía.

### **3.2.5 ANGULACIÓN NADIR**

Consiste de una toma en la que el camarógrafo se sitúa por debajo del sujeto a fotografiar. La posición de la cámara es con el objetivo hacia arriba por lo general el fotógrafo esta recostado sobre el suelo para lograr la captura. Al aplicar este tipo de angulación, el objeto o sujeto a fotografiarse se ve más grande de lo normal, este resultado también se consigue el aplicar la angulación en contrapicado.

## **3.3 LUZ**

A la hora de tomar una fotografía hay que tomar en cuenta un factor muy importante como lo es la luz. La luz puede hacer que la captura se buena o mala según su variación. La luz, en fotografía es considerada uno de los principales aspectos a la hora de realizar una fotografía debido a que esta tiene gran influencia en un producto final. (Hunter, Biver, Fuqua, 2008, p.19)

## **4. CÁMARA FOTOGRÁFICA**

Uno de los grandes inventos de la historia de la humanidad es la cámara fotográfica. Ella implicó importantes cambios en la cultura, el arte y la ciencia y fue el inicio para otros inventos, como por ejemplo el cinematógrafo.

Valentina Raurich Valencia expresa su criterio diciendo que:

La cámara fotográfica es entonces una herramienta a disposición de la memoria; sin embargo, al respecto, John Berger (1980) establece una distinción entre las imágenes públicas y las privadas. Las fotografías públicas, al tener contextos de producción y consumo completamente independientes, ofrecen a quien las observa información alejada de toda experiencia vivida. Por el otro lado, las fotografías privadas, producidas y consumidas dentro de un entorno de relaciones sociales cercanas, permanecen y adquieren significado dentro de ese mismo contexto. (2009, p.35)

## **5. FOTOGRAFÍA TURÍSTICA**

En la práctica del turismo realizar fotografías es algo muy importante porque permiten al turista guardar recuerdos de ese lugar, que posiblemente no regrese, o simplemente tiene en su presencia la imagen de una acción que no se repita otra vez.

Se fotografían las situaciones memorables para que perduren en el recuerdo y se utilizan socialmente como dispositivos retóricos que no solo facilitan la narración, sino además actúan como pruebas fehacientes de que el hecho ocurrió. Por otra parte, la práctica del turismo supone el consumo de imágenes previamente construidas por parte de individuos que se desplazan cargando su contexto social, cultural y económico y que, por lo tanto, articulan discursos que reproducen relaciones de poder. (Raurich, 2009, p.37)

Al momento de realizar una fotografía, muchos aspectos deben considerarse. Uno de ellos es que por ejemplo a la hora de realizar fotografía de paisaje, no todo lo que se ve se va a poder capturar con la cámara, para ello debemos ser precisos que elegir para nuestra instantánea y que dejar fuera. “Nunca podrá capturar una única imagen que represente la totalidad de un campo visual, de forma que deberá elegir una porción del paisaje que sea lo suficiente atractiva” (Long, 2015, p.260).

Las historias capturadas por medio de la cámara permiten al turista que luego de realizar su viaje, este comparta su experiencia a través de sus fotografías.

## **6. ANÁLISIS FOTOGRÁFICO**

Para realizar un análisis de fotografía se debe considerar una serie de pasos, ya que se debe considerar la función que va a tener la fotografía a retratarse, según el sitio web reflejándome sugiere lo siguiente a la hora de analizar una fotografía.

## 1 · Visión General

De una mirada general vemos la fotografía, sin fijarnos en los detalles. ¿Nos llama la atención o simplemente pasamos por encima de la imagen? Si no nos llama algún aspecto la atención es que seguramente la imagen le falte algo.

## 2 · Técnica

En un segundo paso nos fijamos en la técnica que usó el autor (velocidad, obturación, profundidad de campo). Si el encuadre es el correcto y el fondo no distrae la imagen. Si la luz es correcta. Fallos menores como horizontes rectos, encuadres cortados. También son importantes otros fallos como enfoque, nitidez, contrastes, salvo que estos estén provocados de una forma deliberada.

## 3 · Composición

Un tercer paso, quizás el más extenso es ver la estructura de la imagen.

Definir los elementos de la imagen y ver cómo están distribuidos espacialmente, si llenan el encuadre o no. Ver si es una composición que usa puntos, líneas, formas geométricas y si hay algún desequilibrio (forzado o no) entre ellas. El uso del espacio vacío y relación entre elementos. El uso del color, si hay dominantes o si se juega con las tonalidades (fríos al fondo y cálidos enfrente). También podemos ver otros elementos de composición como ritmos, texturas.

El recorrido visual de la imagen, si nos permite estar varios segundos viendo la imagen o simplemente nos dirige hacia afuera (los bordes)

## 4 · Significado

Seguramente el más subjetivo, intentar ver que nos quiere transmitir el autor y ver si percibimos lo mismo. Sobre todo, es analizar si hay algún elemento incongruente con el mensaje a transmitir, o algún elemento que nos distraiga, como por ejemplo una imagen



fría con dominantes rojas, oscuridad con un alto brillo, cosas así, o bien elementos que refuercen la idea a transmitir. Sobre todo, evitar ambigüedades en el mensaje.

## **7. SEMIÓTICA DE LA FOTOGRAFÍA.**

EL autor Tourum Karam (2014) dice que la semiótica es el estudio de la imagen y las comunicaciones visuales. Dentro de este estudio se considera el color, formas y composición que forman parte de una imagen. Este concepto brinda una síntesis de lo que se encarga la semiótica, y entendiendo esto se puede realizar un análisis fotográfico, entendiendo que se quiere representar en una fotografía e imaginando nuevas formas de crear un producto que se inserte en la mente de los públicos. “La fotografía amplifica el imaginario, porque lo instala en el dominio colectivo, en las diferentes audiencias a las que está dirigido” (Raurich, 2009, p.34)

La semiótica se encuentra dentro de lo que es la publicidad ya que el encargado de crear un producto debe realizar un análisis para lograr desarrollar una idea en algo material que sea capaz de llamar la atención del consumidor y que esta se propague en masas.

La relación emisor-receptor en la publicidad es más directa porque entrambos manipulan un código ético más ambiguo, más informal, ya que el factor creativo induce una actitud más tolerante y menos significativo que la fotografía informativa. El factor creativo en la fotografía publicitaria no demuestra que el fotógrafo disfruta de plena independencia para trabajar sino lo contrario; el fotógrafo publicitario labora sobre una idea maquinada que está simbolizada en un bosquejo por lo que el margen de creatividad puede ser comprimido. (Patiño, 2015, p20)

## **8. SEMIÓTICA DE LA IMAGEN**

La semiótica de la imagen representa un campo de estudio muy importante dentro de la formación profesional tanto de comunicadores, estudiosos de la fotografía, publicistas y demás personas que se sientan atraídos por el mundo del diseño.

La semiótica consiste en interpretar la forma en la que está interpretada una ilustración a través de sus signos e información visual de este tipo que nos quiere expresar el autor de la captura. Dentro del estudio de la semiología encontramos al semiólogo suizo Fernand de Saussure, quien es citado en el libro Seis Semiólogos en Busca del Lector de los autores Victorino Zecchetto & Manuel Marro & Karina Vicente. Saussure menciona que el signo es una serie de elementos conectados entre sí, la representación visual de algo y su concepto a lo cual denomina significado y significante (1999).

## **9. IMAGEN**

La imagen es un tema muy importante que se debe entender y diferenciar con la fotografía. La Universidad Interamericana para el Desarrollo define a la imagen como un compuesto de puntos, líneas, textura, dimensión entre otros factores, que representan u objeto real o imaginario.

La publicación Los Estudios Visuales de Anna María Guash, menciona que la imagen puede proyectarnos a aspectos humanos o no humanos, basado en este criterio, se puede asegurar que la autora está diciendo algo acertado, ya que en al hablar de imagen en el aspecto publicitario, se puede afirmar que históricamente entre muchos otros tipos de clasificaciones que nos brinda esta categoría se puede evidenciar que el ser humano no siempre es la figura principal dentro de un contenido publicitario.

Dentro del estudio de la imagen nos encontramos con algunas teorías de estudiosos dedicados a analizar y entender cómo se produce este fenómeno.

## **10. TURISMO.**

Según La Organización Mundial del Turismo (2008), “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que

se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”

Algunos autores coinciden con esa definición como es el caso de Graciela Ripoll, que en su libro Turismo Popular redactó lo siguiente:

Turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro: el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar. (1986, p.33)

La misma autora en el año de 1896 definía al turismo, basándose en el concepto de Troisi como una serie de elementos que realizaban las personas con un fin determinado, sea esta salud, ocio, entre otras.

El turismo no solo comprende la actividad de viajar e ir de un lugar a otro, “el turismo es una industria de servicios que comprende una variedad de componentes tangibles” (Raurich, 2009, p.36). Servicios como transporte, hospedaje, alimentación, que se conjugan para en uno solo aportar en el desarrollo de la actividad turística.

Manuel Gurria (1991) consideraba que las personas deben tener una razón específica para realizar un viaje. El viajero debe tener razones como específicas como conocer un lugar nuevo, por comentarios de otras personas, fotografías de revistas de viajes, o salud.

En el siglo XXI la práctica del turismo se desarrolla a grandes magnitudes, las personas se pueden desplazar de un lugar a otro, esto incluye la movilidad de personas entre países, actividad que se la denomina turismo internacional.

El Turismo internacional se desarrolla a gran escala debido a las facilidades con las que las personas cuentan para el desplazamiento. Esta actividad se ha desarrollado desde muchos años atrás, así nos explica Amparo Sancho, en el libro Introducción al Turismo en el cual dice:

En los años cincuenta el, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como, por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones

pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. (2008, p.11)

El turismo internacional nos da la facilidad de conocer lugares más allá de las fronteras. Es muy fácil desarrollar esta actividad, el único requisito necesario es el dinero para adquirir los pasajes necesarios para desarrollarla.

En el libro *Introducción al Turismo* del autor Manuel Gurria Di Bella (1991) dice que la actividad turística se puede realizar en un ambiente de libertad en donde él o los individuos decidan donde y cuando quieren ir sin ningún tipo de presión.

La opinión de este autor se encuentra acertada, considerando que en un ambiente de opresión no se puede desarrollar la actividad de desplazamiento.

La industria del turismo es una actividad que se encuentra en constante desarrollo. Con el uso correcto de una publicidad adecuada, apoyo a los sitios turísticos, esta actividad puede ir evolucionando a grandes casos, pero en el caso de no tener el apoyo suficiente, también puede ir en decline.

### **10.1 TURISMO EN LA CIUDAD DE LOJA.**

Las actividades turísticas en un área urbana la mayoría de las veces para poderse desarrollar van a necesitar el apoyo de las autoridades locales. Los municipios son las entidades responsables del tratamiento correcto que se dé a la publicidad respectiva para lograr una aceptación en los públicos. Amparo Sancho en su libro *Introducción al Turismo* nos explica que:

El turismo merece una mayor atención por parte de las Administraciones públicas, de los investigadores y educadores, y de los profesionales y trabajadores del sector, dado su gran potencial en la generación de renta y empleo y su contribución a la conservación y mejora del entorno natural y cultural. (2008, p.39)

En el Cantón Loja se puede recorrer una serie de lugares según sea la necesidad o el gusto, como por ejemplo encontramos la reserva natural Parque Nacional Podocarpus, “reconocido mundialmente como uno de los bosques húmedos de mayor biodiversidad”

(Castillo, 2015, p.175), en este lugar los visitantes pueden realizar la práctica del turismo ecológico. Una de las actividades que se pueden desarrollar es la toma de fotografías de los cautivantes paisajes que se aprecian durante el recorrido. Jean Francois Chevrier consideraba que: “El paisaje es tradicionalmente un arte de la descripción o de la contemplación” (2007, p.41). El autor llegó a considerar esto debido a una serie de escritos realizados por Nicephore Niépce, a quien se lo considera como el padre de la fotografía, en donde decía que los fotógrafos se dedicaron al arte del paisaje.

Desde el principio, los fotógrafos se dedicaron al arte del paisaje. Nicephore Niépce vivía en el campo, y sus cartas están llenas de comentarios sobre el estado de la naturaleza, los trabajos en los campos y posibilidades de caza según las distintas estaciones (Chevrier, 2007, p.41)

Los atractivos turísticos para que sobresalgan de entre todos los existentes debe tener el apoyo adecuado basado en el aporte que realiza la autora Valentina Raurich Valencia que expresa que “Las atracciones turísticas, por lo general, requieren de un apoyo institucional para sacralizar las visitas. Este apoyo va desde las estrategias gubernamentales, pasando por la elaboración de publicidad en catálogos y guías turísticas” (2009, p.36), caso contrario, corre el riesgo de ser un lugar más en el mapa o que se pierdan en el tiempo por descuido de sus cuidadores y las administraciones públicas pertinentes.

### **10.1.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOJA.**

El destino turístico al que decida ir la persona, en la mayoría de los casos, es un lugar que sea popular entre las personas, por ejemplo, una playa o una ciudad de renombre. Un atractivo turístico es considerado como tal cuando este tiene bastante afluencia de personas que llegan a realizar la actividad de exploración o enriquecimiento cultural. “La importancia de un destino turístico se puede medir por los medios de transporte que lleguen a ese lugar” (Gurria, 1991, p.53)

En la ciudad de Loja se puede desarrollar varios tipos de turismo, tales como: turismo ecológico, religioso, cultural, entre otros. Según la necesidad del turista las diferentes parroquias del cantón Loja nos brindan las facilidades para desarrollar la practica turística.

El cantón Loja cuenta con parroquias rurales y urbanas. Dentro del perímetro urbano de la ciudad encontramos lugares que son representativos, ejemplo de ello está la Plaza de la Independencia o San Sebastián, iglesia La Catedral, la Puerta de la Ciudad, iglesia de Santo Domingo. Fuera del casco urbano, es decir en las parroquias rurales encontramos atractivos turísticos que nos permiten realizar la práctica en mayor parte de turismo ecológico debido a la presencia de senderos y montañas que facilitan su realización.

Dentro de la geografía del cantón se pueden citar los siguientes:

- PLAZA DE LA INDEPENDENCIA O SAN SEBASTIÁN.
- IGLESIA LA CATEDRAL.
- IGLESIA DE SANTO DOMINGO.
- PUERTA DE LA CIUDAD.
- PARQUE RECREACIONAL JIPIRO.
- PARQUE NACIONAL PODOCARPUS
- CERRO MANDANGO.
- SANTUARIO DE EL CISNE
- OTROS.

## **11. LOJA.**

El cantón Loja se encuentra ubicado al sur del Ecuador en la provincia con el mismo nombre. Loja es un cantón con riqueza cultural, es por ello que es llamada la cuna de artistas debido a que grandes personajes de la música y literatura nacional son oriundos de este lugar. Además, es reconocida en el ecuador por la multitudinaria romería de la

Virgen de El Cisne, celebración que se realiza anualmente que atrae a miles de fieles nacionales y extranjeros.

### **11.1 PARROQUIAS DE LOJA.**

El Cantón Loja es la capital de provincia, este cantón se encuentra conformado por parroquias urbanas y rurales con características propias que atraen a visitantes locales, nacionales y extranjeros.

#### **11.1.1 PARROQUIAS URBANAS.**

El término urbano hace referencia a territorio que se encuentra ubicado dentro del perímetro geográfico determinados para una ciudad, La ciudad de Loja cuenta con 6 parroquias rurales las cuales abarcan los atractivos turísticos que atraen a todos quienes visitan este lugar. Gracias a la información recopilada en la página del Municipio de la Ciudad de Loja, en la cual se muestra lo siguiente.

#### **EL SAGRARIO.**

Partiendo de la intersección que se produce del eje de la vía nueva a Zamora con la proyección de línea imaginaria entre los mojones 12 y 13 del Perímetro Urbano de la ciudad de Loja (701229,33 - 9658743,56), siguiendo el eje de la vía retornando a la ciudad hasta alcanzar las coordenadas (701143,94 - 9558630,57); para luego desplazarse en sentido Este-Oeste para llegar a la proyección de las coordenadas (700816,34 - 9558626,26), desde éste punto dirigiéndose hacia el norte recorriendo una longitud de 69,54 metros hasta encontrar la proyección de las coordenadas (700811,71 - 9558697,92), sobre el camino que es una proyección de la calle Bruselas, para siguiendo por ésta hacia el occidente por la línea de colindancia de la Urbanización del Chofer San Cayetano y la Urbanización del Colegio de Arquitectos para empalmar con la calle Praga, dirigiéndose

por ésta hasta interceptarse con el eje de la calle París y recorrer ésta en sentido sur y encontrar la intersección con el eje de la Avenida Zoilo Rodríguez, luego siguiendo el eje de ésta última en sentido sur-norte hasta alcanzar la intersección con la Avenida Santiago de las Montañas y la calle Daniel Álvarez para continuar por ésta hacia el oeste alcanzando el puente sobre el río Zamora. Tomando el cauce del río hacia el norte hasta la confluencia con el río Malacatos. A partir de éste punto se sigue el cauce del río Malacatos aguas arriba alcanzando las inmediaciones del puente emplazado en la calle Azuay, a partir del cual siguiendo el eje de la calle señalada hacia el Este hasta llegar a la intersección con el eje de la calle Juan José Peña, para seguir por ésta hacia el Sur hasta la intersección con la calle Catacocha, continuando por ésta hacia el Oriente hasta la proyección del eje de la calle Ángel B. Carrión, desplazándose por la misma en sentido Sur hasta alcanzar el eje de la vía Parque Podocarpus, por la que continuará siguiendo su eje hasta interceptarse con la proyección de la línea imaginaria del Perímetro Urbano (PU) de la ciudad entre el mojón # 5 y la confluencia de la quebrada Mendieta y el Río Zamora con coordenadas 700957.05 - 9556460.30. A partir de este punto continúa con la delimitación oriental del Perímetro Urbano de la ciudad recorriendo los mojones 6, 7, 8, 9, 10, 11, y 12, para a partir de éste último orientarse hacia el mojón # 13 (PU) hasta interceptarse con el eje de la vía nueva Zamora (701229.33 - 9558743.56) que es el punto de partida de la delimitación de esta parroquia.

### **SUCRE.**

A partir del puente vehicular sobre el río Malacatos a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, siguiendo el curso del mismo hacia el norte hasta alcanzar la confluencia con el río Zamora, para continuar con el cauce del mismo igualmente hacia el norte hasta el puente emplazado en el eje de calle Jaime Roldós, desde donde se dirige hacia el sur occidente hasta interceptarse con la desembocadura de la Avenida Pablo Palacio en el



distribuidor de tráfico del sector denominado Cristo Rey, a partir de este punto por el eje de la misma avenida se continúa en sentido occidental hasta alcanzar las coordenadas (696330.60 – 9561066.10), en donde toma el sendero que separa las barriadas conocidas como Colinas de Belén y Congoya, siguiendo por dicho camino hacia el sur hasta interceptarse con el eje de la Av. Isidro Ayora o Vía a la Costa, coordenadas (696823.39 - 9560303.62), para continuar dirigiéndose hacia el occidente hasta encontrar el mojón # 26 del Perímetro Urbano de la ciudad. A partir de este punto se recorre la línea imaginaria del Perímetro Urbano atravesando los mojones 27, 28, y 29 continuando por la misma línea (PU) hasta interceptarse con el eje del camino antiguo al sitio Guachichambo (695672.27 - 9555535.14), tomando este camino de regreso a la vía antigua a Catamayo o Eugenio Espejó en las coordenadas (696105.67 - 9555814.77), desde donde retorna hasta la calle Chiclayo para recorrerla en sentido nor-oriental hasta la vía (696358.53 - 9556089.22) que permite empalmar con la Avenida Ángel Felicísimo Rojas (696411.11 - 9556018.93), eje de vía por el que siguiendo en sentido sur oriental se intercepta nuevamente con la vía Eugenio Espejo para luego recorriendo el eje de ésta llegar a la altura de la calle Paraguay y luego girar hacia el occidente hasta interceptarse con el cauce de la quebrada. Shushuhuayco en las coordenadas (697773.66 - 9556964.51). Desde este punto siguiendo el cauce de la quebrada hasta encontrar el eje de la vía Villonaco y continuar por ésta hasta alcanzar nuevamente la calle Eugenio Espejo, desde donde por el eje de esta última se dirigirá hacia el sur para interceptarse con el eje de la calle Quinara, por esta calle se dirige hacia el oriente hasta que la proyección de su eje se intercepte con el de la Avenida Manuel Carrión Pinzano, por la que continuará hacia el sur hasta la intersección de la Avenida Alonso de Mercadillo, por esta última dirigiéndose hacia el oriente hasta llegar al puente vehicular sobre el río Malacatos que constituye el inicio de la delimitación de esta parroquia.

## **EL VALLE.**

Partiendo de la confluencia de los ríos Malacatos y Zamora continúa recorriendo el cauce de este último atravesando la ciudad de Sur a Norte hasta alcanzar la confluencia con la quebrada Lágrimas o Cumbe, que constituye parte del Perímetro Urbano (PU), en donde se emplaza el mojón # 22 (PU), a partir de este punto se realiza un recorrido en forma inversa de los mojones 21, 20, 19, 18, 17, 16, 15, 14, y 13 que conforman la delimitación norte y oriental del Perímetro Urbano de la ciudad. A partir de éste último y orientándose hacia el mojón # 12 (PU) se alcanza la intersección con el eje de la vía a Zamora (701229,33 - 9558743,56), luego continúa siguiendo el eje de la vía retornando a la ciudad hasta alcanzar las coordenadas (701143,94 - 9558630,57) para luego desplazarse en sentido Este-Oeste para llegar a la proyección de las coordenadas (700816,34 - 9558626,26) desde este punto dirigiéndose hacia el norte recorriendo una longitud de 69,54 metros hasta encontrar la proyección de las coordenadas (700811,71 - 9558697,92) sobre el camino que es una proyección de la calle Bruselas, para siguiendo por ésta hacia el occidente y continuar por la línea de colindancia de la Urbanización del Chofer San Cayetano y la Urbanización del Colegio de Arquitectos para empalmar con la calle Praga, dirigiéndose por ésta hasta interceptarse con el eje de la calle París y recorrer ésta en sentido sur y encontrar la intersección con el eje de la Avenida Zoilo Rodríguez, luego siguiendo el eje de ésta última en sentido sur-norte hasta alcanzar la intersección con la Avenida Santiago de las Montañas y la calle Daniel Álvarez, para continuar por ésta hacia el oeste alcanzando el puente sobre el río Zamora, luego se continua por el cauce del río hacia el norte hasta la confluencia con el río Malacatos, que es el punto de origen de la delimitación de esta parroquia .

## **SAN SEBASTIÁN.**

Partiendo de la confluencia del río Malacatos con la quebrada Namanda punto situado en el perímetro Urbano de la ciudad, siguiendo el cauce del mismo río en sentido norte hasta llegar a las inmediaciones del puente vehicular emplazado en el eje de la calle Azuay, a partir del cual, siguiendo el eje de la calle señalada hacia el Este hasta llegar a la intersección con el eje de la calle Juan José Peña, para seguir por ésta hacia el Sur hasta la intersección con la calle Catacocha, continuando por ésta hacia el Oriente hasta la proyección del eje de la calle Ángel B. Carrión, desplazándose por la misma en sentido sur hasta alcanzar el eje de la vía Parque Podocarpus por la que continuará siguiendo su eje hasta interceptarse con la proyección de la línea imaginaria del Perímetro Urbano (PU) de la ciudad entre el mojón # 5 y la confluencia de la quebrada Mendieta y el Río Zamora con coordenadas (700957.05 - 9556460.30). A partir de éste punto se recorre en sentido inverso el lindero Este por los mojones 5, 4, 3, 2, y 1. Luego desde el mojón # 1 (PU) que se halla sobre la quebrada Namanda recorriendo su cauce aguas abajo hasta encontrar el mojón # 32 (PU) localizado en la margen oriental del puente existente en la vía a Malacatos, continuando por el cauce de la quebrada hasta la confluencia con el río Malacatos que es el punto de partida de la delimitación.

## **PUNZARA.**

Partiendo del puente vehicular sobre el río Malacatos a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, dirigiéndose por el eje de dicha vía hacia el occidente hasta alcanzar la intersección con la Avenida Manuel Carrión Pinzano, siguiendo por ésta hacia el sur hasta la prolongación de calle Quinara por la que se dirigirá al occidente hasta interceptarse con el eje de la calle Eugenio Espejo, se continúa hacia el norte hasta la calle Epiclachima y se continúa hacia el occidente hasta alcanzar la vía Villonaco por la que se descende hasta llegar al puente sobre la quebrada Shushuhuayco. Tomando el cauce de ésta, sigue

aguas arriba hacia el sur hasta ubicar las coordenadas (697773.66 - 9556964.51), para luego dirigirse hacia el este hasta la altura de la calle Paraguay para encontrar nuevamente el eje de la vía Eugenio Espejo por la que siguiendo en sentido suroccidental llegar a interceptarse con la Avenida Ángel Felicísimo Rojas que permitirá continuar por su eje hacia el norte llegar a las coordenadas (696411.11 - 9556018.93), tomando luego hacia el occidente por la vía que permite llegar a la calle Chiclayo, coordenadas (696358.53 - 9556089.22), vía por la que se retornará al sur hasta alcanzar el eje de la vía Eugenio Espejo. Por esta vía siguiendo su eje en dirección al noroccidente a la altura de las coordenadas (696105.67 - 9555814.77), para tomar la vía conocida como camino antiguo al sitio Guachichambo hasta interceptarse con la línea imaginaria del Perímetro Urbano en las coordenadas (695672.27 - 9555535.14). A partir de este punto se recorre los mojones 30 y 31 del trazado establecido para el Perímetro Urbano y se continúa igualmente por el mismo trazado hasta la confluencia de la quebrada Namanda con el río Malacatos. En este punto se continúa por el cauce del río en dirección norte siguiendo su curso hasta el puente emplazado a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, que es donde se inicia la delimitación de esta parroquia.

### **CARIGÁN.**

A partir del puente vehicular emplazado en la calle Jaime Roldós sobre el río Zamora, continúa por esta calle hacia el occidente hasta interceptarse con la desembocadura de la Avenida Pablo Palacio en el distribuidor de tráfico del sector denominado Cristo Rey, a partir de este punto por el eje de la misma avenida se continúa en sentido occidental hasta alcanzar las coordenadas (696330.60 – 9561066.10), en donde toma el sendero que separa las barriadas conocidas como Colinas de Belén y Congoya, siguiendo por dicho camino hacia el sur hasta interceptarse con el eje de la Avenida Isidro Ayora o Vía a la Costa (696823.39 - 9560303.62), para continuar dirigiéndose hacia el occidente hasta encontrar

el mojón # 26 del Perímetro urbano de la ciudad. Desde el mojón # 26 (PU) se recorre en forma inversa los mojones 25, 24, 23, y 22 del Perímetro Urbano, para localizándose sobre la confluencia de la quebrada Lágrimas o Cumbe con el río Zamora, seguir el curso de este último aguas arriba hacia el sur hasta alcanzar el puente alineado con la calle Jaime Roldós, que es el punto de partida de la delimitación de esta parroquia.

### **PARROQUIAS RURALES.**

Para la realización de la presente se pretende analizar la publicidad de las parroquias Vilcabamba y El Cisne por ser las más representativas dentro del ámbito turístico.

Es estas parroquias son muy diferentes es su geografía, clima e incluso en la forma de hacer turismo, ya que en El Cisne se realiza principalmente lo que se denomina turismo religioso mientras que en Vilcabamba cunetas con cerros entre otros atractivos que nos da la oportunidad de realizar turismo ecológico, de aventura. Cada una de estas parroquias cuenta con zonas para todo tipo de personas.

### **EL CISNE.**

Es una de las Parroquias rurales del cantón Loja, con una topografía muy accidentada y de difícil acceso.

La orografía de esta zona es muy irregular, las pendientes del terreno sobrepasan el 100%, sin embargo y a pesar de estas condiciones existen una población que depende en buena forma de las actividades agrícolas y ganaderas. Los terrenos están muy erosionados y deforestados.

El Cisne, fue nombrada Parroquia Rural en el año de 1986. La Parroquia El Cisne se encuentra a 70 Km de Loja.

El 30 de mayo y el 15 de agosto se celebran sus principales festividades. Inmediatamente después de la festividad de agosto, se realiza un acto religioso muy

impresionante ya que los devotos llevan en sus hombros la hermosa imagen hasta la ciudad de Loja, la tarde del 20 de agosto ingresa a Loja la Virgen del Cisne para presidir las festividades religiosas, comerciales y agrícolas que desde 1824 se efectúan el 8 de septiembre, según decreto del Libertador Simón Bolívar. El 1ro de noviembre retorna a la parroquia en hombros de sus devotos.

### **VILCABAMBA.**

Hacia el sur, en la Provincia de Loja, se encuentra Vilcabamba, el “**Valle de los Longevos**”. Miles de turistas y peregrinos llegan todos los años, atraídos por la belleza natural de este pueblo y por la longevidad de sus habitantes.

Se ha comprobado que su tiempo de vida es superior al del resto del mundo, muchos de ellos sobrepasan los cien años de edad; esto se atribuye a los bajos índices de enfermedades, la estabilidad del clima, la temperatura y el agua con propiedades especiales.

Vilcabamba, que en quichua significa “**Valle Sagrado**”, es un lugar de asombroso colorido y belleza, está bañado por los ríos Chamba y Uchima, posee un clima delicioso y acogedor, con elevaciones de poca altura que lo convierten en un paisaje sugestivo, se lo considera un “**Paraíso Perdido**” en las montañas.

## **12. TEORÍA DE GESTALT**

La Teoría de la Gestalt pertenece a estudios de psicología donde uno de los representantes de esta teoría es Max Wertheimer. En esta teoría se revela según Lorella,(2016) los principios de la teoría de esta corriente: es decir, descubrir porque el cerebro humano tiende a interpretar un conjunto de elementos diferentes como un único mensaje, y cómo nuestra mente agrupa las informaciones que recibimos en categorías mentales que nosotros mismos hemos establecido.

Esta teoría ayuda a entender cómo se produce el fenómeno de análisis en nuestra mente. Este fenómeno consiste, aplicando este concepto a una interpretación de una fotografía, se evidencia que el ser humano descompone la imagen hecha de un conjunto para empezar a analizarla tal cual y no a los objetos individualmente.

### **13. COMUNICACIÓN EN MASAS**

El modelo de Lasswell se publicó, en 1948, en su artículo “Estructura y Función de la Comunicación de Masas” donde es posible conocer la presencia de las concepciones conductistas o behavioristas en el panorama científico de la época, las cuales pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos. (Harold Dwight Lasswell).

Hoy en día con el constante desarrollo de la tecnología, las nuevas plataformas digitales se hacen presentes de manera transitoria, esto ha hecho posible que esta comunicación llegue con mayor número de receptores o públicos, pero este desarrollo de comunicación no solo trae consigo beneficios, sino que también abarca contrariedades que deben ser tratadas con cautela con el fin de evitarlas. Según el teórico británico Denis McQuail (1983) la comunicación enfrenta cuatro elementos principales: la tecnología, la situación política, económica social y cultural de una sociedad.

Estos elementos se conjugan todos y se apoyan entre sí para llevar una idea a un público determinado, teniendo en cuenta el mensaje que se quiere emitir, ya que, si en la actualidad se emite un contenido de carácter político este estará dirigido para un público adulto, en cambio sí se emite una promoción de una fábrica de juguetes, este mensaje será más llamativo para un público infantil. En este sentido, a la hora de realizar publicidad se debe emitir la idea principal por medio de la herramienta que se esté utilizando, tomando en cuenta los elementos anteriormente mencionados.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **METODOLOGÍA**

#### **MÉTODO ANALÍTICO**

Con la aplicación de este método a esta investigación se pretendió realizar un desglose de la información recopilada para comprender detalladamente el manejo del proceso publicitario que se le está dando a la fotografía y se determinó la calidad de la promoción turística que se realiza a la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.

#### **MÉTODO CUALITATIVO**

Con la aplicación de este método se procuró conocer la situación actual de las personas que viven en las parroquias rurales y urbanas de la ciudad y ver la forma en la que ellos ven el desarrollo y la promoción del turismo en su sector, para así determinar las oportunidades y debilidades en el ámbito turístico. Este método utiliza una variedad de instrumentos lo cual permite al investigador hacer uso de ellos acorde a sus necesidades. En esta investigación se usó las entrevistas y observación de campo.

#### **MÉTODO EXPERIMENTAL**

Para emplear este método primeramente se aplicó las técnicas descritas anteriormente ya que al aplicar este procedimiento se recopilaron datos finales para terminar la investigación. Con este método se pudo conocer la reacción de las personas ante la propuesta ya desarrollada.

### **TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS.**

#### **ENTREVISTAS**

Con esta herramienta de investigación se pudo recolectar datos reales. Datos que fueron recopilados en charlas con personas que se desenvuelven en el mundo turístico además con fotógrafos que pueden dar su aporte al desarrollo de la investigación.



## **TRABAJO DE CAMPO**

Para la aplicación de esta herramienta de investigación se acudió a los diferentes lugares mencionados en el presente proyecto en donde se trabajó directamente en la obtención de información de cada sitio además se realizó fotografías que posteriormente sirvieron para el desarrollo de la propuesta de tesis.

## **f. RESULTADOS**

### **ANÁLISIS FOTOGRÁFICO**

#### **OBJETIVO N. 1:**

- **Analizar la difusión turística fotográfica de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

El análisis fotográfico se realizó después de una recopilación de fotografías que se consiguieron en diferentes instituciones encargadas de realizar difusión turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.

El análisis fotográfico permitió conocer el nivel aproximado de la técnica que utilizan las instituciones, además de saber qué importancia dan a los atractivos a la hora de tomar una fotografía para realizar un producto publicitario.



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Material impreso.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana,   |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a las personas a festejar el carnaval en la parroquia de Vilcabamba.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Habitantes de Loja y visitantes acudan a la parroquia de Vilcabamba a disfrutar el feriado de carnaval.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La imagen usada para la promoción del carnaval no es correcta, ya que se debería usar una fotografía que muestre una de las actividades que se desarrollan netamente durante los días de celebración.  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Existe la presencia de un gran plano general con angulación frontal. La fotografía no cuenta con un punto de atracción por lo que el peso visual se encuentra distribuido de manera general. Existe presencia de colores fríos. Además, se ha aplicado la ley de los tercios. La fotografía posee luz natural. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Juventud Lojana y ciudadanía de provincias vecinas.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a las personas que los festejos de carnaval en la parroquia de Vilcabamba son agradables.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Alrededor de 4 mil personas aprox. acudieron a la parroquia a disfrutar del feriado de carnaval.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que expresa por medio de un plano general la euforia que se vive en las festividades, el uso de ella muestra de manera directa como es esta festividad en la parroquia.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Equilibrio entre colores cálidos y fríos con presencia de un plano general y ángulo frontal. El peso visual se encuentra en la parte frontal de la fotografía a pesar de no contar un punto focal específico. Presencia de profundidad de campo. Posee luz natural. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y provincias del sur del país.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Disfrutar de las festividades de carnaval en la parroquia Vilcabamba.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Personas de las provincias del Azuay y Zamora Chinchipe acudieron en el feriado de carnaval a la parroquia de Vilcabamba.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía corte la parte de la pileta que es un elemento importante para explicar es la celebración durante el feriado de carnaval.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Fotografía con plano de conjunto y angulación frontal, existe convergencia entre colores cálidos y fríos, el punto de atracción se encuentra en el lado izquierdo del encuadre. La fotografía posee profundidad de campo y es asimétrica. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una de las actividades que se realizan en la parroquia durante las festividades de carnaval.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Visitantes ingresaron a la parroquia atraídos por las actividades que se desarrollaron.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía visualmente atractiva, porque muestra la cabalgata en un plano adecuado, lo que hace que se pueda apreciar de manera correcta la actividad.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Cuenta con profundidad de campo, el movimiento ha sido congelado para apreciar las expresiones de los jinetes y al caminar de los caballos, cuenta también con angulación frontal y balance de blancos. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una de las actividades que se realizan en la parroquia durante las festividades de carnaval.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Visitantes ingresaron a la parroquia atraídos por las actividades que se desarrollaron.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía muestra de manera correcta la actividad que se está desarrollando, aunque se podría evitar cortar las extremidades de los bailarines de la parte de atrás y mostrar todo su cuerpo.                           |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Predominan los colores fríos. La captura ha sido tomada con un plano general y ángulo frontal. Existe contraste entre los danzantes, el piso y la población. El peso visual se encuentra en la parte inferior del encuadre. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar el Cerro Mandango como un atractivo turístico de la parroquia Vilcabamba.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas que disfrutan del turismo de montaña acuden a este lugar con el fin de caminar hasta la cima. Durante el feriado de carnaval se desarrollaron caminatas a este lugar por parte de los visitantes.    |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La imagen muestra un plano general del cerro Mandango en un día adecuado para practicar hiking. Esta fotografía se la pudo haber tomado usando un plano entero y angulación frontal que mostraría mejor el lugar. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Cuenta con equilibrio de colores cálidos predominando los colores fríos en la fotografía. Además, se aprecia un plano general con angulación contrapicado, lo cual le da realce a la majestuosidad del cerro.     |





### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a recorrer por el Sendero de la Cascarilla que conduce desde la ciudad de Loja hasta la parroquia Vilcabamba.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | La práctica de actividades deportivas como caminatas y ciclismo han aumentado en este sector de la ciudad.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que tiene el color verde saturado, lo cual hace que la fotografía muestre un lugar adecuado para la práctica de turismo ecológico.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Colores caídos en su totalidad. Cuneta con punto focal central, ángulo frontal, movimiento congelado y profundidad de campo. Existe contraste entre el fondo y el color del caballo y el jinete. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a recorrer por el sendero de la cascarilla que conduce desde la ciudad de Loja hasta la parroquia Vilcabamba.                |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | La práctica de actividades deportivas como caminatas y ciclismo han aumentado en este sector de la ciudad.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que tiene el color verde saturado, lo cual hace que la fotografía muestre un lugar adecuado para la práctica de turismo ecológico. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presencia de colores cálidos y fríos, también profundidad de campo. Plano de conjunto con angulación frontal. Fotografía asimétrica.                 |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a recorrer por el sendero de la cascarilla que conduce desde la ciudad de Loja hasta la parroquia Vilcabamba.                |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | La práctica de actividades deportivas como caminatas y ciclismo han aumentado en este sector de la ciudad.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que tiene el color verde saturado, lo cual hace que la fotografía muestre un lugar adecuado para la práctica de turismo ecológico. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía cuenta con un plano entero con existencia de contraste, además se ve un movimiento congelado, profundidad de campo y simetría en s.    |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a recorrer por el sendero de la cascarilla que conduce desde la ciudad de Loja hasta la parroquia Vilcabamba.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | La práctica de actividades deportivas como caminatas y ciclismo han aumentado en este sector de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que tiene el color verde saturado, lo cual hace que la fotografía muestre un lugar adecuado para la práctica de turismo ecológico.                                    |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Es una fotografía lineal en donde se puede apreciar contraste de colores. Ha sido tomada usando un ángulo frontal y plano conjunto. Aquí se puede ver que predominan los colores fríos. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada. |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Visualmente plana, no resalta un punto focal altamente atractivo, en esta fotografía se pudo realizar con una obturación lenta, de esta manera captar la espuma y de mejor manera la reacción de las personas.       |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía ha sido tomada usando un plano general en donde predominan los colores cálidos, también cuenta con diferentes puntos focales y tiene ángulo contrapicado.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada. |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía visualmente atractiva, que conjuga todos sus elementos para dar un mensaje claro a quien la ve.  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Posee un punto focal central con contraste, además de profundidad de campo. La fotografía tiene angulación frontal y plano general.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada. |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía visualmente atractiva, que conjuga todos sus elementos para dar un mensaje claro a quien la ve.  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Tiene punto focal central con contraste, además de profundidad de campo, ángulo en picado y plano general.   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada. |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía visualmente atractiva, que conjuga todos sus elementos para dar un mensaje claro a quien la ve.  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Punto focal central, contraste, profundidad de campo, ángulo frontal, plano general.   |





### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que no es suficientemente atractiva al estar tomada de una ubicación que no favorece a la situación, es decir, que si se usara un plano general con angulación en picado se obtendría mejores resultados, se debe jugar con la composición. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Contraste, plano conjunto, ángulo frontal, profundidad de campo, asimétrica, lineal.  |



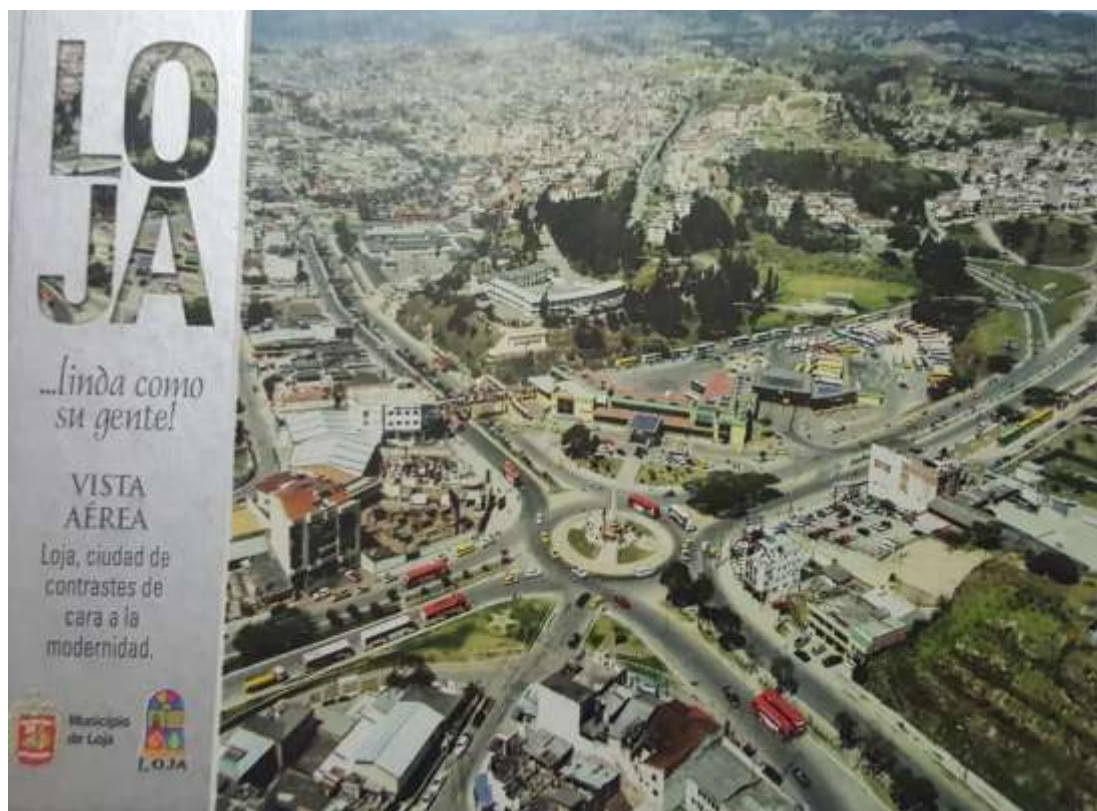
### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la población que no sale de la ciudad que puede disfrutar de las festividades sin la necesidad de viajar, en este caso, acudiendo a la programación realizada por el municipio en el Barrio Nueva Granada. |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Los habitantes de la ciudad de Loja acudieron hasta el barrio Nueva Granada a disfrutar del feriado de carnaval sin salir de la ciudad.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que capta la atención de quien la ve y siente la felicidad que se está viviendo en ese momento a través del niño que es parte esencial dentro de la composición.                                   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Contraste de colores en donde los colores cálidos son los que pre denominan, punto focal central con presencia de profundidad de campo, ángulo frontal, plano general. Ley de la mirada.                             |



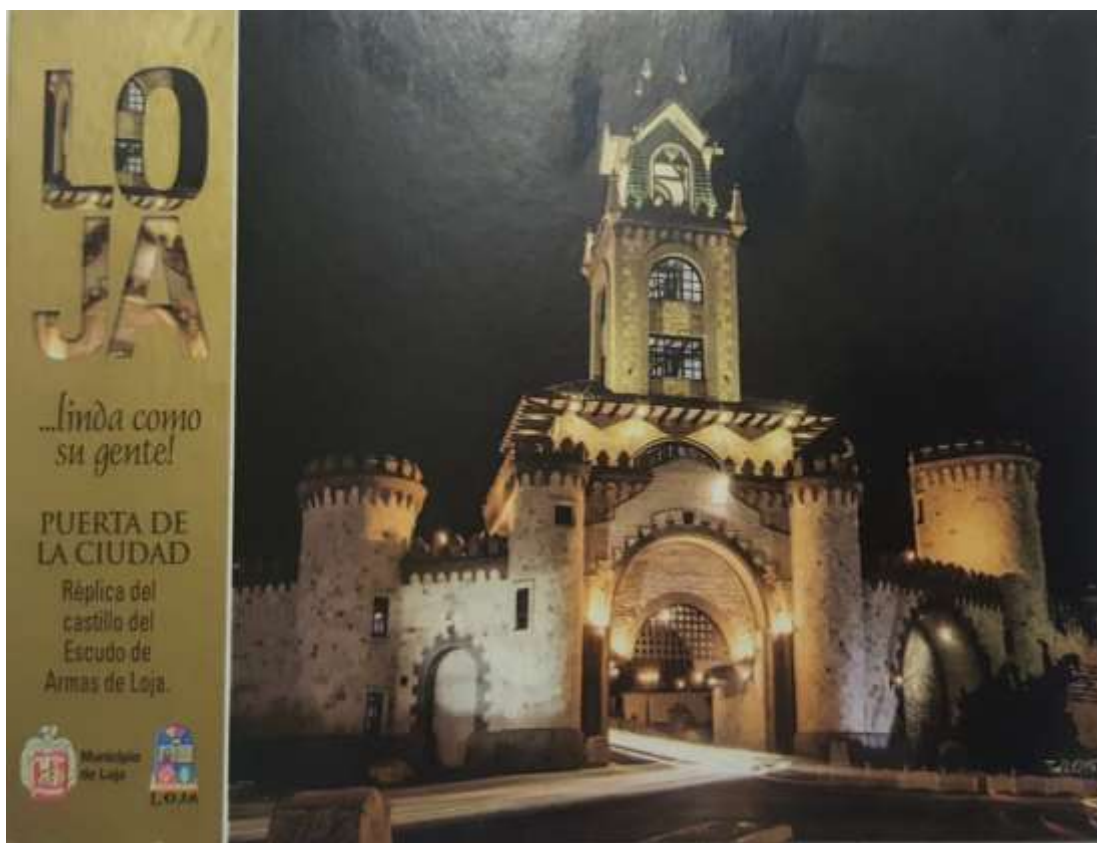
### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Fotografía Postal/ Material impreso.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar la calle Lourdes como un atractivo turístico de la ciudad, ya que es parte de una serie de estructuras antiguas de estilo colonial y es parte de la historia de la ciudad.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Durante el transcurso del día pocas personas van a este lugar a realizarse fotos, conocer y visitar los establecimientos comerciales que aquí existen.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Falta de luz en el escenario fotográfico lo que hace que la fotografía sea algo escueta a la hora de llamar la atención del turista, se podría haber considera hacer la captura desde el centro de la calle, ubicando el cielo en el centro del encuadre y así aprovechar mejor la luz natural. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Predominan colores fríos, lineal, profundidad de campo, ángulo frontal, plano general, asimétrico   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Fotografía Postal/ Material impreso.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar la ciudad como un centro urbano atractivo.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Miles de visitantes viajan hasta Loja con el fin de conocer todo lo que esta les puede ofrecer.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Las postales que se encuentran de la ciudad de Loja no están funcionando como método de promoción de la ciudad, las personas ingresan a la ciudad atraídos por comentarios de otras personas. La postal tiene una fotografía que no muestra lo que dice el mensaje en la parte izquierda, por lo cual no es correcta.                                   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | En la fotografía se puede apreciar de un plano general del norte de la ciudad, con angulación en picado. No existe la presencia de un punto de atracción ya que el peso visual está distribuido en toda la fotografía. predominan los colores fríos que se contrastan con los colores cálidos representados en los buses. Existe composición simétrica. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Fotografía Postal/ Material Impreso.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a la Puerta de la Ciudad, que es uno de los principales lugares turísticos de la ciudad de Loja.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas acudieron a este lugar a conocer sobre la historia de lo que representa esta edificación para la ciudad. Además, este sitio ubicado al norte de la ciudad ha sido parte de muchas historias de parejas que acuden a este lugar a fotografiarse en el día de su boda. |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Muestra un escenario atractivo de un atractivo turístico representativo de la ciudad de Loja  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Plano entero, angulación frontal, luz artificial, Presencia de colores cálidos y fríos, existente color neutro, simetría y ritmo.   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Fotografía Postal/ Material Impreso.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y visitantes.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar el Parque Eólico Villonaco como un atractivo turístico de la ciudad de Loja.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas locales visitan el lugar y gente de otros lugares acuden a este sitio.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía en parte muestra lo que es el atractivo en sí, pero si se realizara una toma abriendo más el plano se conseguiría mejores resultados.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Cuenta con plano general y angulación en picado, además hay presencia de colores fríos. La fotografía ha sido tomada usando luz natural. Tiene profundidad de campo con movimiento congelado, simetría y ritmo. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Fotografía Postal/ Material Impreso   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar la romería como uno de los principales atractivos turísticos que tiene la ciudad   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Cada año la romería atrae visitantes de distintas partes del mundo.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía a pesar de estar con un enfoque mal realizado, transmite un sentimiento de fe y una mezcla de emociones para las personas que practicantes de la religión. Para conseguir mejores resultados se podría abrir más el plano y usar una angulación en picado. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Es un plano general con angulación picado; existe ley de la mirada, peso visual, profundidad de campo, constan colores fríos y cálidos, luz natural.   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar cómo se adecuan las calles de la ciudad para el Festival Internacional de Artes Vivas.                               |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas acudieron a la ciudad durante la celebración del FIAVL.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía no es la adecuada ahora expresar las festividades de la época navideña.  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presenta un plano general con angulación frontal, colores fríos y cálidos, además de profundidad de campo, simetría y ritmo. |





### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar unos de los escenarios del Festival de Artes Vivas listo para recibir a los visitantes.                       |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas acudieron a la ciudad durante la celebración del FIAVL.....   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La imagen transmite serenidad en uno de los espacios culturales de la ciudad  |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Plano general, angulación contrapicada, existe colores fríos y cálidos, peso visual, simetría, ritmo, ley de tercios. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una nueva forma impulsar el desarrollo turístico aprovechando el Festival de Artes Vivas. (Fiesta de la luz)   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas se dieron cita en las diferentes localidades en las cuales se celebró el festival de la luz durante la celebración del FIAVL.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía usada en la primera fiesta de la luz muestra proyecciones sobre lugares representativos de la ciudad como iglesias y teatros, al ser este el primer evento realizado de este tipo debería haber usado elementos fotográficos que llamen más la atención de las personas. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía presenta un plano entero dentro de la composición con una angulación contrapicado, también existe la presencia de colores fríos, dando realce los colores cálidos, además tenemos la presencia de simetría.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una nueva forma impulsar el desarrollo turístico aprovechando el Festival de Artes Vivas. (Fiesta de la luz)   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas se dieron cita en las diferentes localidades en las cuales se celebró el festival de la luz durante la celebración del FIAVL.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía usada en la primera fiesta de la luz muestra proyecciones sobre lugares representativos de la ciudad como iglesias y teatros, al ser este el primer evento realizado de este tipo debería haber usado elementos fotográficos que llamen más la atención de las personas. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presenta un plano general con angulación picada, profundidad de campo, además de colores fríos y cálidos, simetría, peso visual y contraste.   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una nueva forma impulsar el desarrollo turístico aprovechando el Festival de Artes Vivas. (Fiesta de la luz).  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas se dieron cita en las diferentes localidades en las cuales se celebró el festival de la luz durante la celebración del FIAVL.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía usada en la primera fiesta de la luz muestra proyecciones sobre lugares representativos de la ciudad como iglesias y teatros, al ser este el primer evento realizado de este tipo debería haber usado elementos fotográficos que llamen más la atención de las personas. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía cuenta con un plano general con angulación en picado, además, se puede apreciar que hay profundidad de campo, contraste, peso visual, colores fríos y cálidos, color neutro (negro) y simetría.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar una nueva forma impulsar el desarrollo turístico aprovechando el Festival de Artes Vivas. (Fiesta de la luz).  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Muchas personas se dieron cita en las diferentes localidades en las cuales se celebró el festival de la luz durante la celebración del FIAVL.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía usada en la primera fiesta de la luz muestra proyecciones sobre lugares representativos de la ciudad como iglesias y teatros, al ser este el primer evento realizado de este tipo debería haber usado elementos fotográficos que llamen más la atención de las personas. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía presenta un plano general con angulación en contrapicado con contraste, presencia de colores fríos y cálidos, simetría y color neutro (negro).   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a las personas haciendo uso de los espacios, en este caso las calles para realizar expresiones artísticas e invitar al resto de personas a que se unan.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Miles de personas durante los días de celebridades acudieron a las calles a realizar una de las principales actividades que consistía en pintar sobre las calles. |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que logra su propósito de creación, es decir, captar la atención de las personas para que acudan a expresar su arte en las calles.              |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Fotografía con plano general y angulación frontal, ley de la mirada, presencia de colores fríos y cálidos, asimetría y luz natural.                               |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar que durante la celebración del Festival Internacional de Artes Vivas todos pueden mostrar su talento.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Durante la celebración del Festival de Artes Vivas, una gran cantidad de personas asistieron a las diferentes actividades que se realizaban en las calles.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que logra su propósito de creación, es decir, captar la atención de las personas para que acudan a expresar su arte en las calles.        |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Fotografía con plano general y angulación frontal, ley de la mirada, además, existe asimetría, ritmo lineal, colores fríos, cálidos y profundidad de campo. |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar que durante la celebración del Festival Internacional de Artes Vivas todos pueden mostrar su talento.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Durante la celebración del Festival de Artes Vivas, una gran cantidad de personas asistieron a las diferentes actividades que se realizaban en las calles. |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Es una fotografía que logra su propósito de creación, es decir, captar la atención de las personas para que acudan a expresar su arte en las calles.       |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Fotografía con Plano medio y angulación frontal, ley de la mirada, peso visual, colores fríos, cálidos y profundidad de campo.                             |





### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Dar a conocer que los fuegos artificiales son parte de la celebración.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | El sitio recibió la visita de personas con el fin de sacar una fotografía o para disfrutar la temporada en familia por los lugares que han sido adecuados.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | En la fotografía no se logra apreciar la torre ya que se destaca por esencia de los fuegos artificiales, se debería considerar mostrar la torre que es una representación importante de la ciudad combinándolos con los otros elementos dentro de la composición. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Plano entero, angulación contrapicada, colores cálidos, peso visual, color neutro.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Difundir a Loja como una ciudad agradable para disfrutar la navidad en familia, la ciudad es adecuada según la ocasión.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | El sitio recibió la visita de personas con el fin de sacar una fotografía o para disfrutar la temporada navideña en familia por los lugares que han sido adecuados para la ocasión.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía logra transmitir el mensaje por la cual ha sido creada, pero, en el aspecto de composición se debería abrir el plano para apreciar la forma del árbol en su totalidad. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Fotografía con plano general y angulación frontal, cuanta con peso visual, profundidad de campo, colores cálidos y fríos, además de asimetría, ritmo y color neutro (negro).         |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Ciudadanos y visitantes se sientan atraídos por los lugares que ofrece la ciudad.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | El sitio recibió la visita de personas con el fin de sacar una fotografía o para disfrutar la temporada en familia por los lugares que han sido adecuados.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Esta fotografía ha sido usada para transmitir la temporada navideña, pero, en realidad no logra ese propósito. En cuanto a composición, la fotografía se vería bien si no fuera por la forma cilíndrica que se encuentra, al no contar con un objetivo correcto se ha aplicado una combinación de imágenes, la cual ha dado un resultado que no es el correcto para este tipo de publicidad. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presenta plano general y angulación frontal, profundidad de campo con peso visual, colores cálidos y fríos, color neutro (negro).  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostar a la ciudadanía que la celebración navideña ha llegado a la ciudad.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | El sitio recibió la visita de personas con el fin de sacar una fotografía o para disfrutar la temporada en familia por los lugares que han sido adecuados.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía la ser tomada con obturación lenta da la sensación de gran afluencia de autos en la zona, pero carece de figuras humanas que son el elemento principal dentro de la celebración navideña, además, el mostrar el tráfico de la ciudad no muestra el mejor mensaje de la temporada, por lo que se debería escoger mejor la fotografía antes de ser publicada. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presenta un plano general con angulación frontal, colores cálidos y fríos, también hay profundidad de campo, ritmo y simetría.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Municipio de Loja/ Redes Sociales (Facebook) / Digital  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana   |
| <b>MENSAJE</b>          | Difundir a Loja como una ciudad agradable para disfrutar la navidad en familia, la ciudad es adecuada según la ocasión.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | El sitio recibe la visita de personas con el fin de sacar una fotografía o para disfrutar la temporada en familia por los lugares que han sido adecuados.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Transmite una sensación de alegría debido a las festividades y a la vez quietud debido a la falta de personas. Esta imagen tiene una buena composición ya que sus elementos se encuentran ubicados de manera proporcional de forma que se integran en una buena foto. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía cuenta con un plano general y angulación frontal, además existe profundidad de campo, simetría, presencia de colores fríos, cálidos y color neutro (negro).   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Loja.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar que en la ciudad se puede realizar turismo religioso por medio de la imagen de San Sebastián, y los festejos que se realizan en la ciudad de Loja en su honor.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas, aparte de la romería se sienten atraídos por las iglesias de la ciudad, en este caso, en las festividades de San Sebastián las personas acudieron a los festejos programados en conmemoración.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La representación de la imagen de San Sebastián muestra una de los festejos anuales de la ciudad de Loja, esta fotografía se pudo realizar usando un mejor plano, que resalte los obsequios florales que se encuentran debajo de la estatua y así mostrar un lugar más acogedor a la persona que la está mirando. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presenta plano entero con angulación frontal, colores fríos y cálidos, la fotografía ha sido tomada con luz artificial, además existe la presencia de la ley de mirada.   |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y población nacional.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar la Central Eólica Villonaco como una atracción turística.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas acuden a la ciudad con el fin conocer este lugar.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La imagen este atractiva pero no muestra la realidad para lo cual está siendo usada. Este plano muestra muy poco de este lugar, por lo que se debería modificar la composición para obtener un mejor resultado. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | La fotografía presenta un plano general con angulación frontal, existe también profundidad de campo, colores fríos, cálidos y peso visual.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Loja y población nacional.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a disfrutar del feriado de carnaval en la ciudad de Loja.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Personas se interesan por pasar los días de carnaval en la ciudad   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La imagen este atractiva pero no muestra la realidad para lo cual está siendo usada. Además, al usar este tipo de plano se pierde detalle de la arquitectura del lugar.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Existe la presencia de plano entero con angulación en contrapicado, la fotografía cuenta con peso visual, colores cálidos y fríos, simetría, también hay ritmo, presencia de ley de mirada, y se observa luz natural en su composición. |





### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Redes Sociales (Facebook)/ Digital.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y población nacional.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Invitar a la ciudadanía a disfrutar del feriado de carnaval en la ciudad de Loja.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Visitantes arribaron a la parroquia.  |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía ha sido usada para promocionar el carnaval de Vilcabamba, en reemplazo se pudo usar otra que sea más representativa y que transmita un mejor mensaje. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Cuenta con un plano general y angulación frontal, colores fríos y cálidos, además de peso visual y simetría.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Agenda de programación   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Loja y población visitante   |
| <b>MENSAJE</b>          | Dar a conocer las actividades que se realizan en los diferentes teatros en celebración del festival internacional de artes vivas.                                 |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas saben los horarios en los que se desarrollaran las actividades, por ende, acudieron a estos centros de manera oportuna para no causar contratiempos. |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | La fotografía no es atractiva visualmente, cuenta con mucho color negro lo que hace que pierda la tonalidad y características de la infraestructura.              |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presencia de plano entero con angulación en contrapicado, colores fríos y cálidos, existe también profundidad de campo y color neutro (negro).                    |

## CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO



|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Tríptico/ Material impreso.  |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Ciudadanía Lojana y población nacional.   |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a Loja como potencia turística a la población ecuatoriana.  |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | No todas las personas se atraen por el contenido del material publicitario emitido por las instituciones encargados de realizar difusión turística, en este caso, el afiche que se difunde a por medio de la Coordinación Zonal de Turismo Zonal 7 no es lo suficientemente atractivo lo que hace que este no cumpla con su objetivo de atraer personas a la Ciudad.                            |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | No causa gran impacto debido a la falta de creatividad a la hora de crear el afiche, se debería tomar en cuenta a la hora de realizar la fotografía que será usada en un determinado producto publicitario la importancia que este tiene para la localidad, en este caso las iglesias son de gran importancia, pero no cumple con el objetivo de mostrar una ciudad con visión a grandes cosas. |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | Presencia de plano general con angulación frontal, profundidad de campo, además de peso visual, colores fríos y cálidos, y luz natural dentro de su composición.  |



### CUADRO DE ANÁLISIS FOTOGRÁFICO

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>EMISOR</b>           | Ministerio de Turismo/ Valla publicitaria.   |
| <b>PÚBLICO OBJETIVO</b> | Locales y visitantes.  |
| <b>MENSAJE</b>          | Mostrar a las personas una de las iglesias que se considera un atractivo turístico de la ciudad.   |
| <b>REPERCUSIÓN</b>      | Las personas que ven la imagen se sienten ligeramente atraídos, pero no acuden al lugar gracias a este producto publicitario, sino que usan otras fuentes de información para conocer más de un determinado lugar.   |
| <b>VISIÓN GENERAL</b>   | Valla publicitaria descuidada que sirve para hacer promoción turística en la cual se presente una imagen sin el plano en su totalidad, por cual pierde muchas de sus características en donde puede estar la clave para atraer a los turistas.   |
| <b>COMPOSICIÓN</b>      | En la fotografía aprecia un gran plano general con angulación frontal. Además, se puede ver presencia de profundidad de campo en donde el punto de atracción sería la iglesia que es la que recibe el peso visual en la fotografía. También existe presencia de los tercios. La imagen cuenta con colores fríos en la mayoría de su composición. |

## ENTREVISTAS

### OBJETIVO N. 2:

- **Recolectar información de los lugares turísticos de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

Como resultado de la aplicación de las entrevistas se pudo recopilar información de actores importantes dentro del tema a estudiar, evidenciando que las personas tienen criterios divididos a la hora de pronunciarse sobre la publicidad de las localidades de estudio. Además de eso se dio cumplimiento a unos de los objetivos planteados, ya que se pudo tener clara la situación en la que se encontraba la promoción por medio de fotografía, una visión óptima para mejorar la difusión turística a través de la fotografía.

| ING. DIEGO CASTRO<br>DIRECTOR DE LA UNIDAD DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE LOJA | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA   | OBSERVACIÓN   |
|---|----------------------------------|---|---|---|
|   | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne se maneja de forma correcta?   | Considero que sí, nosotros como Municipio de Loja contamos con un registro fotográfico, de esta manera realizamos un producto publicitario según las necesidades.   | El Municipio de Loja por medio de su Unidad de Turismo están trabajando de buena manera en lo concerniente a la parte de difusión turística de la ciudad y parroquias. Aunque se encuentra un gran déficit en la realización de material publicitario que se difunde a través del ITUR, dicho material se encuentra desactualizado y no es atractivo. La creación de un material publicitario nuevo, ayudara a sobreponerse a la situación actual en la que se encuentra la publicidad turística, por lo que la realización de una propuesta alternativa ayudaría de gran manera al desarrollo local. |
|   | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar las localidades antes mencionadas, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ellas? | Sí, cuando necesitamos en este caso en el Municipio de Loja realizamos tomas de cosas específicas como para mostrar lo mejor.   |   |
|   | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad de Loja, Vilcabamba y El Cisne?                     | Nosotros trabajamos con una variedad de imágenes que son íconos en la ciudad entre ellos están la Puerta de la Ciudad, torre de San Sebastián, hay una serie de fotografías que se pueden tomar según las necesidades, este mismo método lo aplicamos en las parroquias de Vilcabamba y El Cisne. |   |
|   | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar las localidades sería conveniente?                                      | Sería bueno, pero esta debería acoplarse con las necesidades institucionales para que luego esta pueda tener un uso práctico.   |   |

| <b>PATRICIO ESPINOZA</b><br><b>ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL</b><br><b>MINISTERIO DE TURISMO- COORDINACIÓN ZONAL 7</b> | <b>TITULO</b>                            | <b>PREGUNTA</b>  | <b>RESPUESTA</b>   | <b>OBSERVACIÓN</b>  |
|--|--|--|--|---|
|  | <b>PUBLICIDAD</b>                        | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la ciudad de Loja y las parroquias de Vilcabamba y El Cisne se maneja de forma correcta?   | Creo que sí, nosotros tratamos de hacer una difusión por igual, ahora estamos trabajando con la campaña los cuatro mundos del sur, que es una estrategia publicitaria que promociona a todas las provincias de la zona 7 de manera equitativa. | <p>El ministerio de turismo a través de la coordinación zonal 7, hace uso de la red social FACEBOOK para difundir su contenido. Este contenido es algo carente en cuanto al tema fotográfico de los lugares de estudio que se pretenden realizar en esta investigación, aquí se gran cantidad de contenido compartido correspondiente a otras jurisdicciones, y se enfoca en sobresalir con el tema de la campaña de los cuatro Mundos del Sur, por lo que desarrollar un material publicitario dedicado a las ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne sería conveniente ya que daría publicidad de manera concreta a estas localidades, teniendo futuros resultados satisfactorios para el desarrollo de cada lugar.</p> |
|  | <b>FOTOGRAFÍA TURÍSTICA</b>              | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar las localidades antes mencionadas, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ellas?    | Si, como antes mencione, ahora estamos trabajando con la campaña los 4 mundos del sur, aquí manejamos mucho lo que es el tema fotográfico para difundir lo mejor que tiene cada lugar.   |   |
|  | <b>ATRACTIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES</b> | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad de Loja, y de las parroquias de Vilcabamba y El Cisne? | Loja tiene mucho potencial turístico para explotar al igual que las parroquias, pero creo que los lugares que ahora se encuentran representados en distintos productos publicitarios son los que más sobresalen.                               |   |
|  | <b>PROPUESTA ALTERNATIVA</b>             | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar las localidades sería conveniente?   | Estaría bien, ya que ayudaría al desarrollo turístico siempre y cuando sea un buen material.   |   |

| ERIKA JIMÉNEZ<br>INGENIERA EN HOTELETERÍA Y TURISMO | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA  | OBSERVACIÓN  |
|---|----------------------------------|---|--|--|
|   | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la ciudad de Loja se maneja de forma correcta?  | Creo que la publicidad debe estar en constante adelanto o mejoramiento, innovar es bueno y aumenta el conocimiento de los turistas acerca de los lugares que existen.  | La promoción que se hace de la ciudad puede mejorar en grandes magnitudes, siempre y cuando todos los actores del ámbito turístico y comunicación trabajen de la mano para lograr un desarrollo óptimo. El desarrollo de la propuesta alternativa, abriría las puertas a nuevas formas de hacer publicidad en la ciudad, y ayudaría a que las instituciones encargadas de realizar promoción turística tengan en cuenta las nuevas tecnologías que se pueden usar, de esta manera estar actualizados con las herramientas tecnológicas que existen en la actualidad para utilizarlas a su favor. |
|   | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | Actualmente se puede observar esto a través de redes sociales, y pienso que es muy buena la fotografía que existe en Loja, varias personas se dedican a esto y lo hacen muy bien, muestran nuestra ciudad a través de la fotografía. |  |
|   | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa pueden ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad?                              | Se deberían los que representen más a la ciudad.   |  |
|   | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Sería totalmente favorable la existencia de esta herramienta, existiría más facilidad para que los turistas se informen, para captar la atención de los mismo, considero necesario la creación de esto.                              |  |



| MALENA SILVA<br>CIUDADANO DE LOJA – HOSTAL MI CASA | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA  | OBSERVACIÓN  |
|--|----------------------------------|---|--|--|
|  | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la ciudad de Loja se maneja de forma correcta?  | Yo considero que no, mire hay muchas cosas con las que se puede hacer publicidad de la ciudad, pero no se hace, si preguntamos a un turista, ellos prefieren ir a Vilcabamba sea de donde sea, y creo que aquí hay mucho para ofrecer. | Las personas desconocen mucho del material publicitario que el que se cuenta para promocionar la ciudad, ciertas fotos que han podido observar creen que es todo, a lo cual considero se debería poner más énfasis. Al realizar la propuesta alternativa con el objetivo de difundir la ciudad de Loja y las parroquias de Vilcabamba y El Cisne, se estaría contribuyendo al sector hotelero y a todos quienes convergen en la actividad turística, ya que, al ingresar mayores visitantes a las diferentes localidades, mejores ingresos tendrían cada establecimiento según su actividad. |
|  | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | De cierta forma se puede decir que sí, pero hay lugares que no se los toma casi en cuenta en la propaganda local, como la reserva del Podocarpus.  |  |
|  | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad?                              | Por decir algunos, estaría el Parque Nacional Podocarpus, San Sebastián, La Catedral y los lugares que siempre se muestran.  |  |
|  | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Creo que si es algo interesante y atrae visitantes estaría bien.   |  |

| DR. DIEGO GUERRERO<br>PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE VILCABAMBA | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA  | OBSERVACIÓN   |
|---|----------------------------------|---|--|---|
|   | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a Vilcabamba se maneja de forma correcta?   | Pienso que no, al no contar con los recursos suficientes no nos permite realizar una campaña publicitaria como quisiéramos.  | A pesar de que la parroquia es conocida entre los turistas por la publicidad que se realiza de boca en boca, a este lugar no se lo ha explotado turísticamente de la manera correcta, ya que no existe un fondo especial para el turismo, esto hace que las autoridades estén conformes con el apoyo que reciben de otras instituciones. Vilcabamba es una parroquia con un gran potencial turístico, realizar un material publicitario de este lugar impulsaría de gran manera la economía del lugar, además de que mejoraría la imagen de la localidad. |
|   | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | Creo que sí, con lo poco que hemos hecho como GAD parroquial y con ayuda de del Gobierno municipal hemos logrado dar una buena imagen a la parroquia.  |   |
|   | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad?                              | Nosotros siempre aprovechamos los espacios de recreación. Vilcabamba no solo es la parte social, no solo es el baile, no solo es la música. También aprovechamos los atractivos turísticos, como lo dije, los espacios de que se puede tener contacto con la naturaleza como son los senderos, el río, el cerro Mandango.  |   |
|   | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Claro que sí, todo lo que apunta el desarrollo turístico de nuestra parroquia de cualquier sector es importante y los aportes que realmente se depositan en el gobierno parroquial a través de las diferentes entidades u organizaciones son bienvenidos y nosotros de alguna manera con autoridades responsables tratamos al máximo de coordinarlos a efectos de que se pueda consolidar en algo bueno para la parroquia. |   |

| SR. AUGUSTO GAONA<br>CIUDADANO DE VILCABAMBA | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA  | OBSERVACIÓN   |
|--|----------------------------------|---|--|---|
|  | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la Vilcabamba se maneja de forma correcta?  | No, porque no hay suficiente publicidad y de la que existe es deficiente, por ende, no hay un manejo adecuado de la publicidad.  | Las personas locales de Vilcabamba no se encuentran contentos con el trato publicitario que se le da a la parroquia ya que consideran que es un lugar que tiene mucho que ofrecer pero que es poco explotado. Las habitantes están de acuerdo que se realice algún tipo de publicidad que ayude a mejorar la forma en que se la ve a la parroquia sin importar si esto se realiza por parte de entes ajenos a estas tareas de promoción turística., que se debería realizar por instituciones encargadas netamente de ello. |
|  | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | En realidad, no, porque casi no existe publicidad, hay muy poca.   |   |
|  | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa pueden ser usados en los productos publicitarios de la parroquia de Vilcabamba?                             | Pienso que El agua de hierro, el cerro Mandango.   |   |
|  | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Si es interesante, aplicar la tecnología en las parroquias y como no aquí ya que la tecnología ahora está en todo prácticamente. |   |

| ANNIE LULÚ<br>RESIDENTE ESTADOUNIDENSE EN VILCABAMBA | TÍTULO  | PREGUNTA  | RESPUESTA                                    | OBSERVACIÓN   |
|--|---|---|--|---|
|  | PUBLICIDAD  | ¿De qué manera te enteraste de Vilcabamba?  | Por medio de una conversación con una amiga. | Muchos de los residentes extranjeros de Vilcabamba acuden a este lugar especialmente por el estilo de vida que pueden tener ahí y el clima. La gran mayoría se enteran de este lugar por medio de personas que viven o conocen el lugar más no por un medio publicitario oficial que les permita tener una idea del lugar. Crear un tipo de publicidad virtual sería factible, ya que utiliza el medio digital como lo es la internet, de esta manera se puede llegar a mayor cantidad de personas alrededor del mundo. |
| ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES                     | ¿Qué piensas que es lo que atrae a extranjero a Vilcabamba? | Me gusta mucho el clima, la tranquilidad y el paisaje por esto vivo en Vilcabamba, y creo que esa es la razón por la que muchos otros extranjeros residen aquí también. |  |   |

| <p style="text-align: center;">HERNAN MACAS<br/>PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE EL CISNE</p> | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA  | OBSERVACIÓN  |
|---|----------------------------------|---|--|--|
|   | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a El Cisne se maneja de forma correcta?   | Aún falta, las instituciones no se preocupan mucho por publicitar el lugar, no pasa de pequeños eventos que no llegan a las personas.  | <p>En la parroquia de El Cisne, existe una gran deficiencia de productos turísticos publicitario para dar a conocer el lugar, las instituciones que están encargadas no han realizado un buen trabajo en este aspecto. La autoridad principal siente que prácticamente no se hace nada y esta opinión es compartida también por los locales. Crear promoción turística a través de un medio publicitario que sea atractivo sería de gran beneficio, pero esta parroquia, ya que ayudaría al crecimiento local y a mejorar el estilo de vida de sus habitantes.</p> |
|   | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | Se muestra en parte, pero se podría hacer un trabajo mejor, haciendo un trabajo siempre y cuando se haga una manipulación correcta a la hora de la edición.                                      |  |
|   | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad?                              | Existen varios lugares que se pueden listar, pero lamentablemente no existe la facilidad para acceder, por ende, el santuario de El Cisne es la única atracción turística que podemos encontrar. |  |
|   | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Sería muy factible, siempre en bienvenido un apoyo nuevo con el fin del desarrollo de la parroquia.  |  |

| TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA   | OBSERVACIÓN   |
|----------------------------------|---|---|---|
| PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a El Cisne se maneja de forma correcta?   | La promoción como parroquia no hay ninguna, lo único que se le da publicidad es a la virgen y es lo único que se puede encontrar.   | Existe descontento en la población que expresa que las autoridades locales como de la región encargadas del turismo no hacen nada por el desarrollo de la parroquia, las instituciones se han encargado de cobrar los impuestos correspondientes según el negocio y no hay un beneficio retroactivo que haga que fomente la calidad en cuanto a servicio que brindan los diferentes tipos de negocios. Falta mucho por hacer y la parroquia tiene mucho por ofrecer, pero si las cosas siguen así, todo va por mal camino. La creación de algo que sea innovador ayudaría en gran manera el progreso de El Cisne, y sería un gran ejemplo para las instituciones encargadas de promocionar turísticamente el lugar. |
| FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | En realidad, aquí hay muchos sitios por explotar, pero nadie hace nada en las diferentes instituciones, todo lo que existe para vender la parroquia se hace bajo la Diócesis de Loja y no es equitativo, por lo cual creo que la fotografía que existe trata de vender lo que es netamente religioso. |   |
| ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa puedes ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la ciudad?                              | Hay muchas rutas que se pueden ofrecer, pero por falta de apoyo y desunión en la población no se desarrolla el turismo local a gran escala.   |   |
| PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Estaría bien, ya que el cisne tiene mucha riqueza que ofrecer, y promocionarlo sería chévere.   |   |

EDUARDO CHAMBA  
 PROPIETARIO DE LA HOSTAL EL FARAÓN-EL CISNE

| <p style="text-align: center;">SERGIO CHINCHAY</p> <p style="text-align: center;">GUÍA DE TURISTAS EN EL MUSEO DEL SANTUARIO DE EL CISNE</p> | TITULO                           | PREGUNTA  | RESPUESTA   | OBSERVACIÓN   |
|--|----------------------------------|---|---|---|
|  | PUBLICIDAD                       | ¿Considera usted que la publicidad que se le da a la parroquia de El Cisne se maneja de forma correcta?   | Realmente es una pena que las autoridades no trabajan dando publicidad, casi nada los turistas llegan a la parroquia atraídos por la imagen de la virgen, pero publicidad no hay nada, las autoridades de la provincia no hacen nada por publicitar el lugar, eso es nulo. Lo única publicidad que existe es la que se encuentra en la página web del santuario, pero de ahí no hay nada en terminales no otro sitio. | <p>La promoción que existe de la parroquia de El Cisne es casi nula, por lo que moradores del lugar que están inmersos en el ámbito turístico notan la falta de preocupación de autoridades y ven reflejado esto en la poca afluencia de visitantes en lo que va del año, excepto en los meses de agosto que por obvias razones acuden al lugar. Si se promocionara a El Cisne de mejor manera se podría obtener buenos resultados ya que esta parroquia tiene mucho que ofrecer.</p> |
|  | FOTOGRAFÍA TURÍSTICA             | Hoy en día tenemos gran cantidad de material fotográfico para promocionar su localidad, ¿Considera usted que la fotografía que existe muestra lo mejor de ella? | Realmente no y es una pena, ya que la parroquia tiene mucho que ofrecer.  |   |
|  | ATRATIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES | ¿Cuáles son los lugares turísticos que usted piensa pueden ser usados en los productos publicitarios que se realizan de la parroquia?                           | Aquí en la parroquia existen muchos lugares que lamentablemente no están bien adecuados, pero creo que dar a conocer el santuario estaría perfecto.   |   |
|  | PROPUESTA ALTERNATIVA            | ¿Cree usted que realizar un producto digital fusionando el tema tecnológico y comunicacional para promocionar la localidad sería conveniente?                   | Claro que sí, es muy grande trabajar el tema del turismo, considero que yo y todo pueblo estaríamos muy contentos de que dieran a conocer la parroquia a través de los medios, usando tecnología.   |   |

### **OBJETIVO N. 3:**

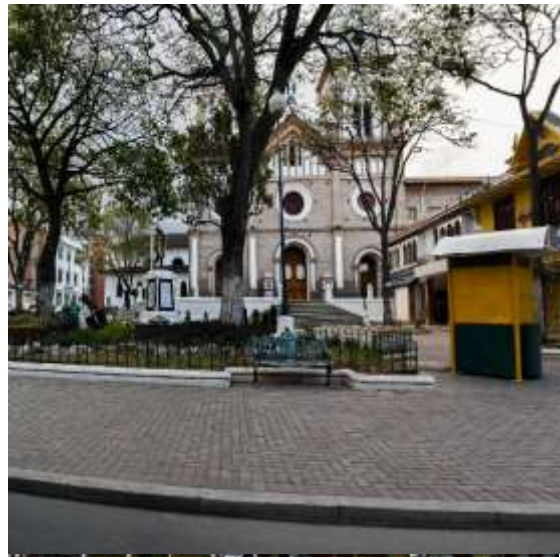
- **Realizar fotografía turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

El proceso de realización de fotografías en determinados lugares de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne dan cumplimiento al tercer objetivo con el fin de tener material pertinente para el correcto desarrollo de la propuesta alternativa.

### **FOTOGRAFÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA**









FOTOGRAFÍA EN LA PARROQUIA EL CISNE



## FOTOGRAFÍA EN LA PARROQUIA VILCABAMBA



## **g. DISCUSIÓN**

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación, se considera de suma importancia los resultados obtenidos luego de la aplicación de las técnicas de campo, en las cuales se consideraron el uso de entrevistas, observación directa en los determinados lugares de estudio y la intervención directa del investigador para realizar fotografías para ser utilizadas según corresponda en el desarrollo de la investigación.

### **OBJETIVO GENERAL**

Para el desarrollo del presente objetivo se pretendía **Analizar la publicidad fotográfica turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne para la promoción de sus atractivos turísticos durante el período noviembre 2017-marzo 2018.**

Este objetivo se desarrolló de manera satisfactoria por medio de la aplicación de las entrevistas realizadas a actores principales en lo que corresponde a los campos turísticos y publicitarios como directores de turismo, comunicadores sociales, presidentes de juntas parroquiales, ingenieros en hotelería y turismo, propietarios de hostales, guías turísticos y población que se ve involucrada en el campo turístico y publicitario.

De las entrevistas aplicadas a los encargados de los departamentos de Turismo del Municipio de Loja y el departamento de comunicación social de la Coordinación Zonal 7 del Ministerio de Turismo los resultados fueron en su mayoría positivos. Por parte del departamento de turismo del Municipio de Loja consideran que aún se puede mejorar el material existente, mientras que en la Coordinación Zonal 7 del Ministerio de Turismo, expresan que el material publicitario existente está bien, y que ellos no pueden centrarse en un solo lugar ya que deben manejar la publicidad de toda la zona sur por igual.

En cuanto a la población que es propietaria de lugares de hospedaje en la ciudad de Loja expresan que en parte si está bien, pero que se debería trabajar más en explotar la ciudad como un referente turístico, esto se ve contrastado en las parroquias, las opiniones de las personas entrevistadas poseedoras de un negocio en Vilcabamba sienten que no se hace énfasis en promocionar a la parroquia como se debería ya que el medio por el cual los turistas llegan a la localidad es por comentarios de otros turistas. El cisne es una parroquia en la cual las personas opinan que no se hace nada por promocionar a la parroquia como un destino turístico, aquí hay mucho que ofrecer, pero el descuido de las autoridades encargadas ha hecho que este lugar sea referente como atractivo turístico únicamente por el Santuario de la Virgen de El cisne.

A todo esto, podemos agregar que la publicidad que existe de los lugares que han sido considerados para estudio de la investigación no es mucha, y que la manera de dar a conocer determinada localidad es en el mayor de los casos por la difusión de boca en boca.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- **Analizar la difusión turística fotográfica de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

Para dar cumplimiento se realizó un recorrido por las instituciones locales que se encargan de difundir material publicitario de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne. Aquí se pudieron recolectar postales, volantes, entre otro tipo de publicidad, además se realizó un recorrido por las calles de la ciudad para conseguir publicidad que está expuesta en vallas, encontrando las principales en las vías de acceso a la ciudad de Loja por la zona sierra.

También se realizó el recorrido de recopilación de material publicitario en las parroquias Vilcabamba y el cisne en donde no se obtuvieron resultados satisfactorios, ya

que no se pueden encontrar publicidad. Además, se desarrolló un seguimiento digital con el fin de complementar el material publicitario encontrado mediante el recorrido físico, en donde se añadió una gran cantidad de material fotográfico para el análisis correspondiente.

- **Recolectar información de los lugares turísticos de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

Luego de realizar la recolección y conocer cuál es la situación en la que se encuentra en el manejo turístico publicitario de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne se procedió a realizar entrevistas con temas específicos según la persona que se iba a entrevistar, donde hubo puntos de vista diferentes desde el aspecto institucional al punto de vista ciudadano. Las entrevistas ayudaron a tener claro que la publicidad que existe de las tres localidades no es lo suficientemente atractiva para las personas que viven en los lugares de estudio, más aún en las parroquias en las que no están nada contentas con el accionar de las autoridades. En cuanto a las personas extranjeras mencionan que ellos en la mayoría escucharon del lugar donde viven por personas que han estado y les han comentado.

- **Realizar fotografía turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.**

Para el cumplimiento del penúltimo objetivo se realizó un recorrido por los lugares más representativos de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne para realizar fotografía para usarla en el desarrollo de la propuesta alternativa. Los lugares visitados fueron tomados en cuenta gracias a la aplicación de las entrevistas, en donde los habitantes de determinada localidad opinaron sobre cuáles serían los lugares que les gustaría que salieran en un producto publicitario futuro. Tomando en cuenta estas

recomendaciones se trató de realizar el mejor de los trabajos con el fin de conseguir un material adecuado para el desarrollo de una propuesta alternativa correcta.

**• Crear un FOTO LIBRO que permita acceder a información turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne de forma análoga- digital mediante la aplicación de códigos QR.**

Para el desarrollo del último objetivo se han tomado en cuenta todas las recomendaciones recopiladas en las entrevistas y con las fotografías que han sido tomadas por el investigador se ha podido realizar favorablemente un producto publicitario que ha sido considerado atractivo y fácil de usar. La idea de fusionar la tecnología y la comunicación ha sido la parte principal en el desarrollo de todo lo que implica la propuesta, ya que al aplicar códigos QR para ayudar a difundir un lugar turístico acompañado de un material físico ha sido considerado algo atractivo para ofrecer a las personas que realizan visitas a los lugares de estudio.



## **h. CONCLUSIONES**

- Las instituciones encargadas de la promoción turística de la ciudad y las parroquias no están generando suficiente contenido para difundir los lugares turísticos existentes.
- Las fotografías que se usan en un material publicitario no son en relación con el mensaje que se quiere transmitir con el producto a difundir.
- Las comunidades de los diferentes lugares estudiados aspiran contar con una mejor forma de publicidad para el desarrollo de sus localidades.
- Entes de promoción turística locales no están aprovechando todos los medios que se pueden utilizar para hacer publicidad.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Se propone la implementación de una FOTO LIBRO turístico con información relevante de cada sitio investigado con contenido digital por medio del uso de códigos QR.
- Se sugiere a las instituciones encargadas de la promoción turística usar imágenes que vayan acordes a lo que se está haciendo publicidad.
- Se aconseja que se dé mayor atención a las parroquias rurales de El cisne y Vilcabamba para ayudar a su desarrollo turístico y por ende económico.
- Se recomienda realizar capacitaciones de actualización en torno a promoción turística adecuada en los departamentos de Turismo y Comunicación Social de las instituciones encargadas de la difusión turística, esto con el fin de que el talento humano que trabaja en estas dependencias reconozca las herramientas comunicacionales que existen en la actualidad y las usen a su favor.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE LA**  
**COMUNICACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROPUESTA ALTERNATIVA**

CREAR UN FOTO LIBRO QUE PERMITA ACCEDER A INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE DE FORMA ANÁLOGA- DIGITAL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE CÓDIGOS QR.

**AUTOR**

STALIN HERNAN ENCARNACIÓN CAÑAR

**DIRECTOR**

ING. FAUSTO ALEXANDER BOADA HURTADO MG. SC.

**LOJA-ECUADOR**

**2018**

## **1. TÍTULO**

CREAR UN FOTO LIBRO QUE PERMITA ACCEDER A INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE DE FORMA ANÁLOGA- DIGITAL MEDIANTE LA APLICACIÓN DE CÓDIGOS QR.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

- Crear un FOTO LIBRO que permita acceder a información turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne de forma análoga- digital mediante la aplicación de códigos QR.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Difundir los lugares turísticos más representativos de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.
- Promover el turismo local por medio de la creación material publicitario fusionando temas comunicacionales y tecnológicos.
- Elaborar una propuesta alternativa denominada RUTA 35 para promocionar la Ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.

## **3. JUSTIFICACIÓN**

Después de desarrollar una investigación con el fin de recopilar información sobre los productos publicitarios fotográficos que se difunde por parte de las instituciones encargadas de desarrollar propaganda para la promoción de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne, se puede concluir que hay carencia en cuanto al manejo de la creación de los productos publicitarios, considerando que según la opinión de los actores principales como habitantes de los lugares que han sido estudiados, los

cuales están sumamente inconformes con el trabajo que se desarrolla en sus localidades. Además, expresaron que el material publicitario existente es escueto ya que hay veces que ven una fotografía en diferentes situaciones las cuales no tienen que ver con lo que se quiere promocionar.

La propuesta alternativa tiene como finalidad desarrollar un nuevo producto publicitario, aplicando el manejo de temas comunicacionales a la hora de crear el contenido fusionándolos con el uso de tecnología, empleando el manejo de códigos QR. De esta forma se pretende crear un producto innovador y lo suficientemente atractivo para el usuario y cómodo a la hora de usar.

La elaboración del producto comunicacional será una labor ardua, empleando talento humano bajo las normas técnicas adecuadas que son de gran importancia para poder transmitir la idea principal al consumidor final y obtener los resultados esperados.

#### **4. PÚBLICO OBJETIVO**

Considerando que en la actualidad las personas hacen uso de la tecnología desde muy temprana edad, se ha establecido que el presente trabajo sirve para crear promoción de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne. Esta propuesta está dirigida para un público de entre 18 y 50 años de edad, siendo esta las edades en las que las personas realizan viajes, ya sea por el hecho de conocer un nuevo lugar o simplemente establecerse en una residencia tranquila para disfrutar de un retiro laboral.

#### **5. PROPUESTA**

Para la elaboración de la propuesta alternativa denominada RUTA 35, se ha establecido la creación de un Foto Libro, en donde se encontrará información necesaria para saber de uno de los lugares que han sido objeto de estudio en el presente trabajo de

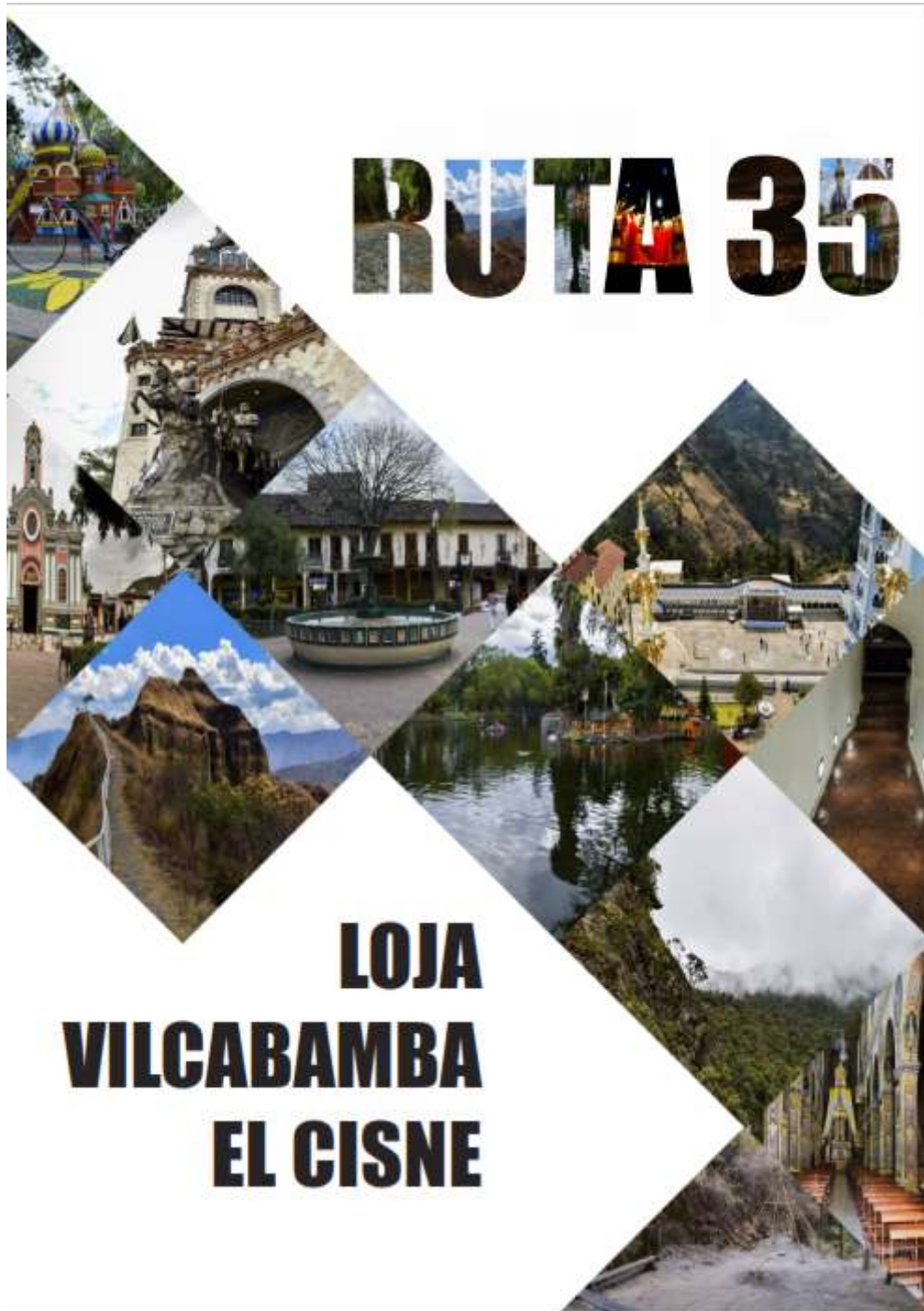
investigación. esta Foto Libro servirá como una guía física para las personas que deseen recorrer la ciudad de Loja o las parroquias Vilcabamba y el Cisne, ya que además de encontrar información y fotografías de determinado lugar, la guía albergara una serie de códigos QR que podrán ser utilizados a través de una aplicación móvil que el usuario podrá descargar según su preferencia. Para poder dar lectura a los diferentes códigos que contendrán vínculo directo con contenido multimedia del lugar que deseen conocer, además se podrá acceder a la dirección de una determinada ubicación por medio de la utilización del GPS que hará más fácil la forma de llegar al lugar deseado.

La información estará disponible de manera digital en un blog creado específicamente para almacenar el contenido vinculado con el Foto Libro para que la persona que está usando la guía pueda escoger si la quiere usar de manera física o digital, según su comodidad.

Como material adicional se podrá encontrar todas las fotografías creadas en una página social que está acorde con la demanda actual. La red social que se ha creado ha sido Instagram que es una de las más influyentes en la actualidad.

FOTO LIBRO

ruta 35



## INTRODUCCIÓN

RUTA 35 ha sido creado después de un estudio realizado en la Ciudad de Loja , Vilcabamba y El Cisne, donde se determinó crear un producto publicitario amigable con el usuario, usando herramientas tecnológicas que vayan acorde con los tiempos actuales.

Este FOTO LIBRO contiene información y fotografías de los diferentes lugares turísticos de la Ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.



## INSTRUCCIONES DE USO

Siga las recomendaciones de uso para un correcto manejo del FOTO LIBRO.

- Asegurese de tener una conexión a internet.
- En su Smartphone descarga la aplicación QR CODE READER o cualquiera de su preferencia para poder ingresar por medio de los códigos QR al contenido multimedia que encontrará en las páginas de la guía.
- Realice con su cámara un enfoque adecuado a los códigos QR para acceder a su contenido.





# LOJA

La ciudad de Loja se encuentra ubicada al sur del Ecuador en la provincia del mismo nombre.

Loja es una ciudad que se ha dado a conocer por ser cuna de grandes personajes de la historia del Ecuador. Esta ciudad además de ser de gran importancia a nivel nacional, cuenta con atractivos turísticos espectaculares para las diferentes prácticas del turismo.

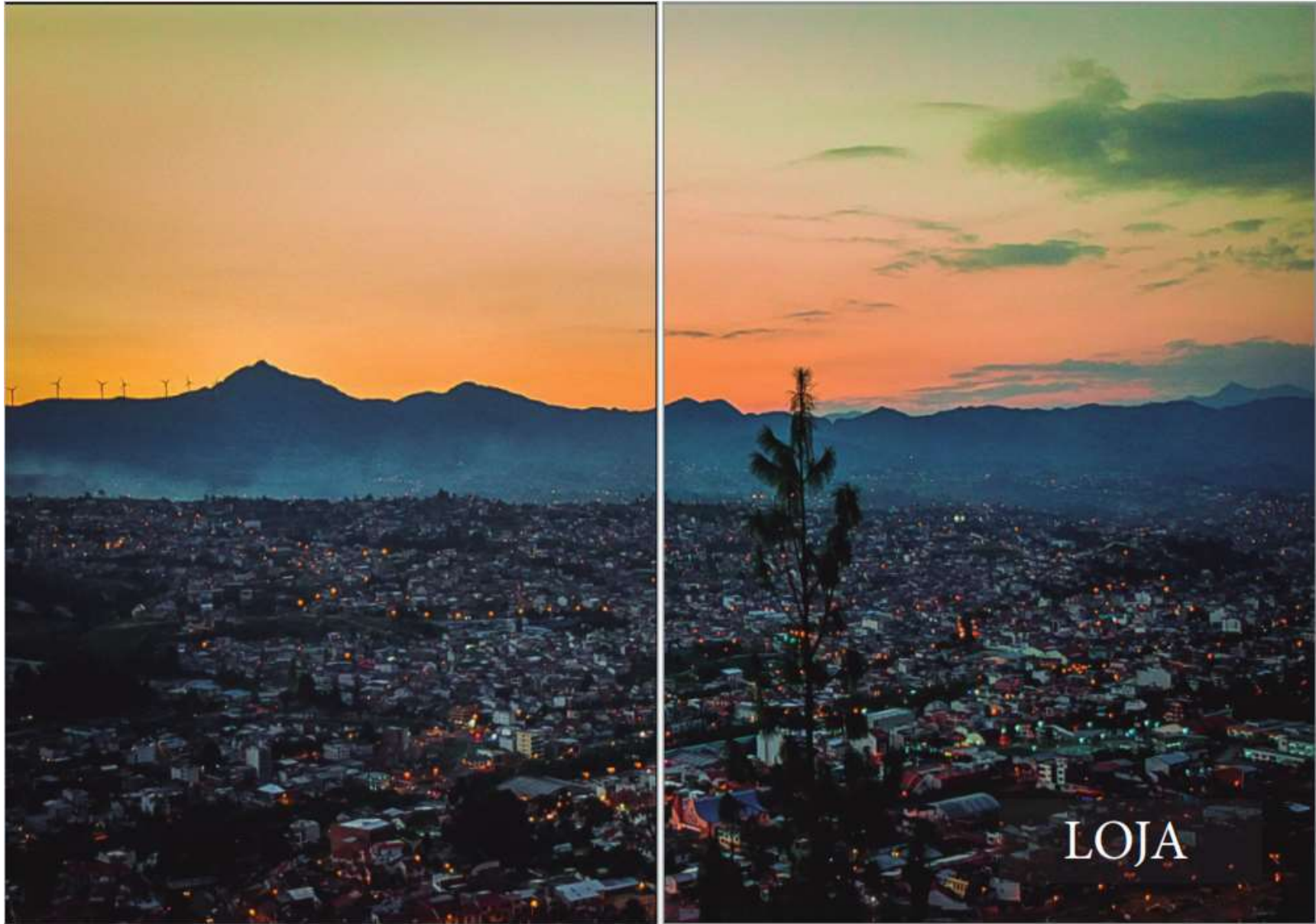
Dentro de lo que concierne a turismo de ámbito religioso se encuentran las iglesias, estas esconden en sus interiores y arquitectura mucha de la historia de la conquista española. Para la práctica de turismo de montaña se encuentran el Parque Nacional Podocarpus, esta reserva natural del Ecuador cuenta con gran variedad de flora y fauna para el goce de sus visitantes. Loja es una ciudad rica en cultura para compartir con todas las personas que a ella llegan, los cuales en ciertas ocasiones acogen esta ciudad con miras al futuro, para ser su hogar.



Desde el año 2016 en la ciudad se desarrolla un festival el cual ha sido denominado “FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS LOJA”, a este evento acuden personas de diferentes partes del territorio nacional y del mundo tanto a visitar como a exponer sus manifestaciones artísticas en los diferentes espacios que se crean para este tipo de actividades.



UBICACIÓN





## IGLESIA CATEDRAL

La Iglesia Catedral se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Loja frente a la Plaza Central. Esta construcción cuenta con un altar tallado y bañado en pan de oro, en la parte alta hay un órgano tubular alemán que fue traído a la iglesia por Monseñor José Maréa Masiña.

La iglesia es de estilo ecléctico con elementos historicistas, neoclásicos y corintios. Esta iglesia fue construida en el año 1920 y desde entonces se le ha realizado cuatro restauraciones siendo la última en el año

2004, es una de las más grandes del Ecuador y más importantes para los seguidores del catolicismo ya que todos los años, en el mes de agosto, recibe la visita de miles de feligreses y turistas nacionales como extranjeros debido a la presencia de la Virgen de El Cisne, quien es traída en romería desde la Basílica de El Cisne.

Frente a la iglesia se encuentra ubicada la plaza central, en donde se halla ubicada una estatua en honor a Bernardo Valdivieso, quien fue un

impulsador de la educación lojana.

En esta plaza se realizan todos los días lunes el acto cívico en donde participan las autoridades de la ciudad, delegaciones de instituciones, fuerza pública e invitados.



UBICACIÓN

## IGLESIA DE SANTO DOMINGO

La Iglesia Santo Domingo fue construida en el año de 1557 y terminada en 1600. Es una iglesia de estilo ecléctico con historicismo románico, remates góticos en sus torres. La pintura y decoración interior fue realizada por Fray Enrique Mideros.

En el interior de la iglesia se aloja la imagen de la Virgen del Rosario traída desde Sevilla en el año 1550. Además, en esta iglesia se encuentra la imagen del Cristo Crucificado.

La construcción de la iglesia es

de ladrillo visto con dos torres en la parte frontal en medio de las cuales se encuentra una estatua de Santo Domingo de Guzmán, a quien le debe su nombre.

Las paredes interiores de la iglesia están decoradas con frescos, que narran la historia de la comunidad Dominicana, pintados por Fray Enrique Mideros en el año de 1930.

Junto a la iglesia encontramos una plazoleta y el monumento a Manuel Carrón Pinzano ubicado en el centro de la

plaza. Este ilustre lojano fue el autor del movimiento Federalista lojano en el año 1853.

Las personas acuden a esta plaza muchas de las veces con el fin de alimentar a la gran cantidad de palomas que habitan en el lugar.



UBICACIÓN





## PLAZA DE SAN SEBASTIÁN

La Plaza de San Sebastián es uno de los elementos más atractivos de la ciudad de Loja.

En el centro de esta plaza se levanta una torre de 32 metros de altura, en cuya cumbre se encuentra un reloj de cuatro esferas y en su base encontramos cuatro relieves que indican los hechos más sobresalientes en la historia de Loja.

La plaza se encuentra ubicada entre las calles Simón Bolívar, Bernardo Valdivieso, Alonso de Mercadillo y Calle Lourdes, está rodeada por construccio-

nes de estilo colonial, con amplios portales, balcones de madera tallada y aleros tradicionales.

Rodean a la plaza, construcciones de estilo antiguo, con amplios portales, balcones de madera tallada y aleros. En el lado sur está la vieja iglesia de San Sebastián, la casa conventual y el mercado sur, lugar en el que se ha venido realizando una feria semanal de productos agrícolas todos los domingos y ferias de emprendimientos realizadas por el gobierno municipal.

En la Plaza de San Sebastián se realizan cada semana los Jueves Culturales, en donde los actores principales son personajes que quieren expresar y demostrar su talento en frente de las personas que se dan cita a este evento.



UBICACIÓN

## PUERTA DE LA CIUDAD

La Puerta de la Ciudad se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Loja, esta construcción de estilo medieval fue edificada entre los años 1998- 1999. Se dice que la Puerta de la Ciudad es un representación del escudo de Loja.

La Puerta de la ciudad fue entregada por el Rey Felipe II de España en 1571, simboliza la Ciudad fortaleza, desde donde salían las expediciones de conquista al Amazonas y a la Región de El Dorado.

La entrada esta conformada por el Puente Bolívar que cuenta con luminarias de estilo colonial, este puente se sitúa sobre el río Malacatos, hay también un castillo y las esculturas de Don Quijote y su fiel compañero, Sancho.

El turista puede visitar cuatro salas de exposiciones temporales, un almacén de publicaciones y artesanía lojana, una cafetería y un mirador desde donde se puede observar parte de la zona céntrica de la ciudad de Loja.



UBICACIÓN





Plaza de Santo Domingo.



Pileta ubicada en la Plaza de San Sebastián.



Monumento en honor a Bernardo Valdivieso ubicado en la Plaza Central de la Ciudad de Loja.



Ingreso al centro de la ciudad por la Puerta de la Ciudad.



## PARQUE LINEAL LA TEBAIDA

El Parque Lineal La Tebaida está ubicado al Sur de la ciudad de Loja. Este parque cuenta con una gran variedad de escenarios naturales, en donde se puede observar especies de árboles y arbustos nativos. Además forma parte del proyecto de regulación hidráulica del río Malacatos.

En el parque se puede encontrar un Muelle Bar con características arquitectónicas de culturas de la región amazónica del Ecuador. Aquí se puede saborear deliciosos platos típicos lojanos y comida

rápida.

El Parque Lineal La Tebaida está totalmente rodeado de naturaleza. Los visitantes pueden disfrutar de las cascadas ornamentales y la belleza del paisaje. Otros de los lugares más visitados son las canchas de voley y fútbol, pista de bicicros, chozones y zonas de camping.

El parque ofrece una variedad de actividades recreativas mediante las cuales los niños y adultos pueden aprender sobre muchas cosas.

El Parque Lineal La Tebaida es un lugar propicio para la recreación, el deporte, el disfrute en sano esparcimiento, la recreación pasiva, el interactuar institucional. Por ello, se vislumbra como el sitio ideal de los lojanos para disfrutar del tiempo libre.



UBICACIÓN

## PARQUE RECREACIONAL JIPIRO

El Parque Recreacional Jipiro que en idioma palta significa lugar de descanso, cuenta con una extensión de 10 hectáreas aproximadamente.

Este parque constituye una de las principales atracciones de Loja. Es considerado como único en el país debido a su composición. Una de sus características principales son los nueve Troncos etno-culturales representados con réplicas de las más destacadas expresiones arquitectónicas y culturales de la humanidad. A las 10 hectáreas que compo-

nen este parque les rodea los ríos Zamora y Jipiro, cuenta con el "Monumento a los romeriantes", constituido por el Chaso lojano con su mujer, la chola cuencana y el zambo peruano con su gallo de pelea.

El Parque Recreacional Jipiro se integra con el área cultural que preside el Teatro Nacional Benjamín Carrion y el Conservatorio Nacional de Música Salvador Bustamante Celi.

El parque posee una laguna en donde hay un parque náutico, que tiene una venus en el

centro de la isla, en donde, además se encuentran gran variedad de aves que ahí habitan.

Este centro de recreación es el primer parque temático del Ecuador dedicado a promover la unidad de la familia y la sociedad.



UBICACIÓN





## CENTRAL EÓLICA VILLONACO

Se constituye en un proyecto emblemático del Estado ecuatoriano que se encuentra operando de forma normal y continua desde el 2 de enero de 2013.

Con el fin de ofrecer una visita completa y una mejor experiencia, la central tiene un centro de interpretación, destinado a la recepción de visitantes. El recorrido inicia con un video corto y una explicación sobre la construcción de la obra, donde destacan la intervención de 250 ecuatorianos. Una de las experiencias que más atrae a los visitantes, es el cruce por el túnel de viento, donde los turistas comprueban la fuerte velocidad. Finalmente, se hace un recorrido por los senderos y mirador desde el cual se pueden apreciar los once aerogeneradores y una vista panorámica de la Ciudad de Loja. Verlos de

cerca, suele ser uno de los momentos más esperados por el público.

Durante todo el año, turistas nacionales, extranjeros y público en general puede visitar gratuitamente esta impresionante central eólica. Los horarios son: 08h00 a 17h00, de lunes a domingo y feriados.



UBICACIÓN

## PARQUE NACIONAL PODOCARPUS

El Parque Nacional Podocarpus se encuentra en una zona de gran biodiversidad en la Región Sur del Ecuador. Esto hace que sea un testimonio claro de la influencia de las montañas en tierras tropicales, una de las principales razones de la extraordinaria biodiversidad del Ecuador. La zona donde se encuentra Podocarpus es considerada un sitio de importancia mundial para la conservación de la biodiversidad.

Por esta razón, junto a otras áreas de la zona como el Parque Nacional Yacuri y la Reserva Biológica Cerro Plateado, desde 2007 forma parte de la Reserva

de Biosfera Podocarpus - El Cónдор, un reconocimiento otorgado por la UNESCO. Esta área alberga una gran superficie de páramos, bosques nublados y zonas de matorral, fundamental para la preservación y continuidad de los ecosistemas del sur del Ecuador y norte de Perú.

En los bosques montañosos de Cajanuma se han registrado 70 especies de árboles y en sus páramos 135 plantas vasculares. Adicionalmente, se considera un sitio de concentración de especies endémicas, con 40 especies de flora exclusivas de esta zona. Para ingresar al parque por el

sector Cajanuma se debe recorrer una distancia de 8 Km. en donde previo al ingreso se debe realizar un registro de entrada. Durante el ascenso al refugio se puede observar distintas especies de aves como colibríes, pavos de campo, entre otros. Al llegar al refugio ubicado en la parte alta del parque, el visitante puede decidir si hacer uso de las instalaciones que brinda la cabaña o realizar camping.



UBICACIÓN





Pista de bicicletas ubicada a la salida por el sur del Parque Recreacional Jipiro, además de ciclismo las personas suelen practicar patinaje en esta sección del parque.



Sendero junto a la laguna en el Parque Lineal La Tebaida, actividades como caminata, running, paseo por bicicleta se suelen realizar en este y otros espacios del parque.



Centro de conferencias en la Central Eólica Villonaco, aquí se muestra a los visitantes mediante simulación la velocidad y furza del viento, esto es captado mdiante una habitación que recibe el aire para hacer posible la demostración.



Mirador en la parte alta al terminar el sendero del Oso de Anteojos, aquí se aprecia la variedad de fauna que existe en el lugar.



## VILCABAMBA

Vilcabamba en Kichwa, HUILLO-PAMBA, que significa “Valle Sagrado”, a 40 Km., de la ciudad de Loja, es un valle a 1.700 metros sobre el nivel del mar, regado por los ríos Chamba y Uchima. Sus casas están construidas con tapia, adobe y madera, con patios interiores y amplios portales. Se cultiva maíz, maní, plátano, tabaco, caña de azúcar, yuca, cítricos y frutales. Un alto porcentaje de su población llega a longevo, con sus facultades vitales intactas y no es raro encontrar un anciano centenario realizando faenas agrícolas como cualquier agricultor de 40 o 50 años. Es la razón por la cual se le conoce como “Isla de la longevidad” que llama la atención de los científicos y turistas. Atribuyen la buena salud de los longevos al agua de los ríos que la rodean, capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo.

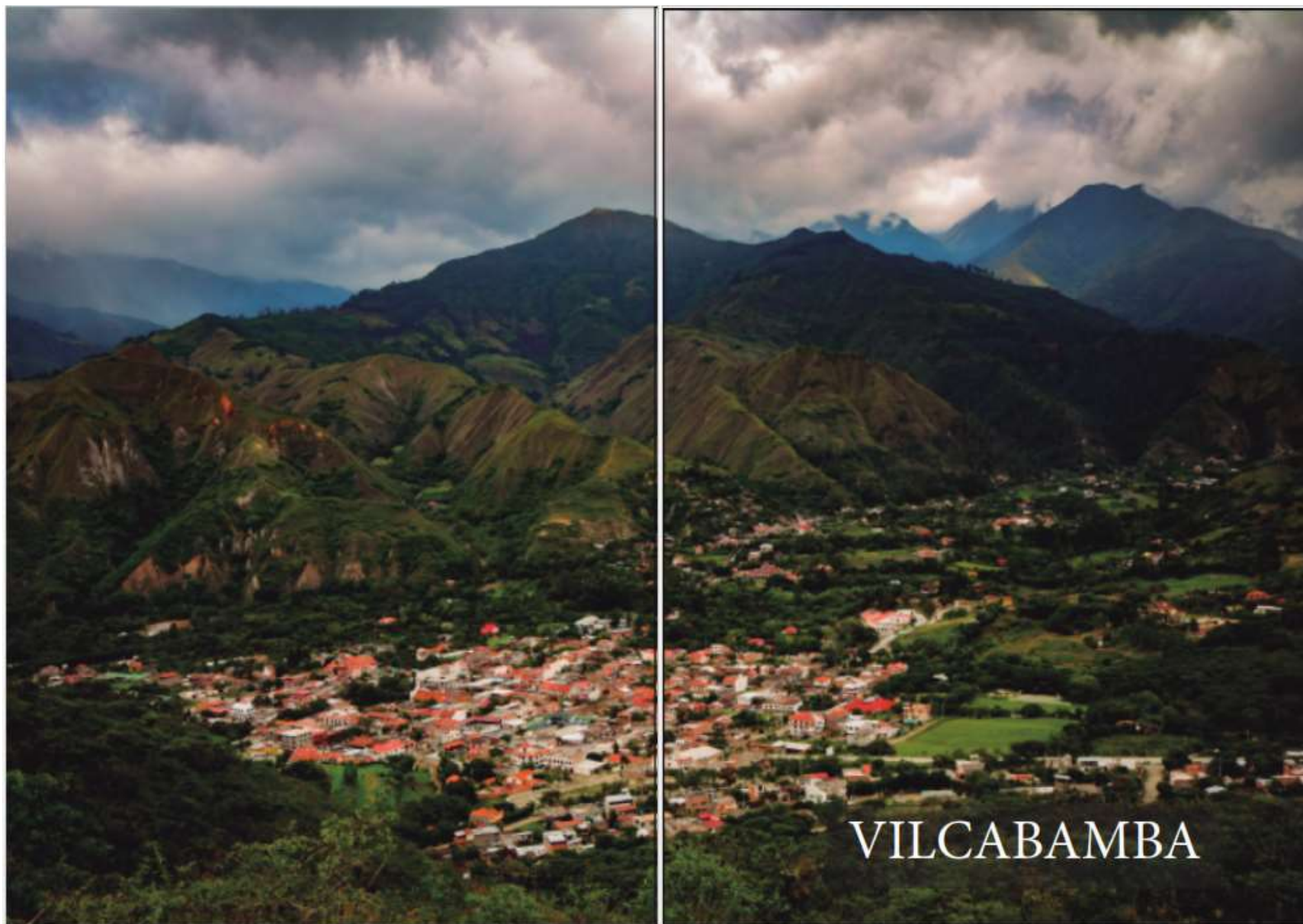
Su gente es tranquila y amable, en su mayor parte dedicados a la agricultura. Vilcabamba ha sido y es el lugar que ha llamado la atención de científicos. A este centro de curiosidad mundial, donde un alto porcentaje de la población alcanza a vivir más de 100



años. La retina de ancianos de más de 120 años, casi no existe diferencia alguna con la de una persona de 45 años que vive en la ciudad. En igual forma los análisis que se desprenden de los electrocardiogramas son sorprendentes; conservan sus arterias permeables y su corazón completamente sano. En la actualidad esta parroquia rural perteneciente al Cantón Loja acoge a ciudadanos de múltiples nacionalidades del mundo que son atraídos por el estilo de vida que se encuentra en el lugar además de otro sin número de maravillas que aquí en-



UBICACIÓN





## CERRO MANDANGO

El Cerro Mandango está en un punto clave de los cinco valles que forman la cuenca suroriental del cantón Loja: Valle de Vilcabamba, Tumianuma, Quinara, Masanamaca y Malacatos, que son el principal atractivo turístico por sus condiciones naturales, geográficas, ecológicas y de salud.

Desde la cumbre del cerro se puede apreciar todo el valle de Vilcabamba

en su esplendor, este lugar es perfecto para quienes aman la naturaleza y disfrutan de un lugar pacífico lleno de aire fresco.

Durante el ascenso se puede apreciar aves que viven en el lugar.



UBICACIÓN

## AGUA DE HIERRO

El Agua de Hierro se encuentra ubicado al sur del Ecuador, en la parroquia Vilcabamba de la provincia de Loja. Este lugar lleva este nombre a las características del agua y su sabor que es básicamente a hierro. Aquí se realizan terapias principalmente a personas de la tercera edad e individuos que sufren de problemas en la columna, artritis, entre otras dolencias, ya que se ha descubierto según análisis elaborados al agua, que esta cuenta con aproximadamente 14 minerales, los cuales

influyen directamente en la salud de las personas que se someten a un tratamiento.

El Agua se encuentra en una especie de pozo que sirve de reservorio natural. Este lugar se encuentra ubicado dentro de una propiedad privada por lo que es necesario llamar antes de realizar una visita al número (+593) 984346981 y preguntar por Edilma Cruz- PROPIETARIA.



UBICACIÓN





Sendero de ascenso al Cerro Mandango



Vista del Valle de Vilcabamba desde El Cerro Mandango.



Patio de recibimiento en la propiedad en donde se encuentra ubicado el reservorio del agua de hierro.

## EL CISNE

Es una parroquia de la provincia de Loja - Ecuador, está ubicada a 74 km de la ciudad de Loja a una altura de 2440 msnm., Cuenta con una población de 1532 habitantes. Es considerada como una de las parroquias rurales más importantes de Loja y uno de los centros religiosos católicos más significativos del país.

Fue nombrada Parroquia Rural en el año de 1986. El 30 de mayo y el 15 de agosto se celebran sus principales festividades. Luego en agosto, se realiza un acto religioso importante para los católicos del país, una procesión en devoción a la Virgen de El Cisne hasta la ciudad de



Loja, la tarde del 20 de agosto ingresa a Loja la imagen para presidir las festividades religiosas, comerciales y agrícolas que desde 1824 se efectúan el 8 de septiembre, según decreto de Simón Bolívar.



UBICACIÓN



EL CISNE



## SANTUARIO DE EL CISNE

La Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe del Cisne, ubicada en la parroquia El Cisne, de la Diócesis de Loja, fue declarada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana como Santuario Nacional.

A 70 kilómetros de Loja, sobre una cumbre de 2440 metros de altura, con una temperatura promedio de 7 a 10 grados, una población de 1.532 habitantes y en medio de un humilde caserío, se levanta un enorme Templo Gótico, muy concurrido durante todo el año.

El templo es imponente en sí y mayor grandiosidad le da su ubicación en la cumbre de una escarpada montaña y rodeado de modestas construcciones tradicionales. En su

interior se venera una imagen de la Virgen María que fue tallada en cedro, a fines del siglo XVI por Don Diego de Robles.

Toda Loja dedica seis meses al año a peregrinaciones, misas y fiestas con música en honor a esta virgen. Las peregrinaciones empiezan el uno de mayo, por el mes de María.

El templo fue construido con los elementos de la arquitectura gótica y su tamaño y color contrasta con la sencillez de las casas campesinas del poblado del mismo nombre. Su ubicación en la cumbre de la montaña la convirtió en destino apropiado para el cumplimiento de penitencias, por esto, miles de fieles llegan cada año, en el mes de septiembre,

a rendirle tributo y a pedir bendiciones. En el mes de agosto se realiza una procesión impresionante.

La procesión que se lleva a cabo es increíble, pues son miles de personas que caminan cumpliendo los tradicionales votos y todos pugnan por la suerte de cargar la imagen un momento durante el trayecto de 74 kilómetros que se recorren en tres días.



UBICACIÓN

## MUSEO SANTURAIIO DE EL CISNE

El museo se sitúa en el extremo sur del santuario. Aquí se encuentran almacenados los regalos y antigüedades que datan de hace más de 400 años.

El museo cuenta con un guía que da una explica-

ción clara y precisa de las cosas que ahí se almacenan.

A este lugar se puede acceder de lunes a domingo ya que las puertas no se cierran.





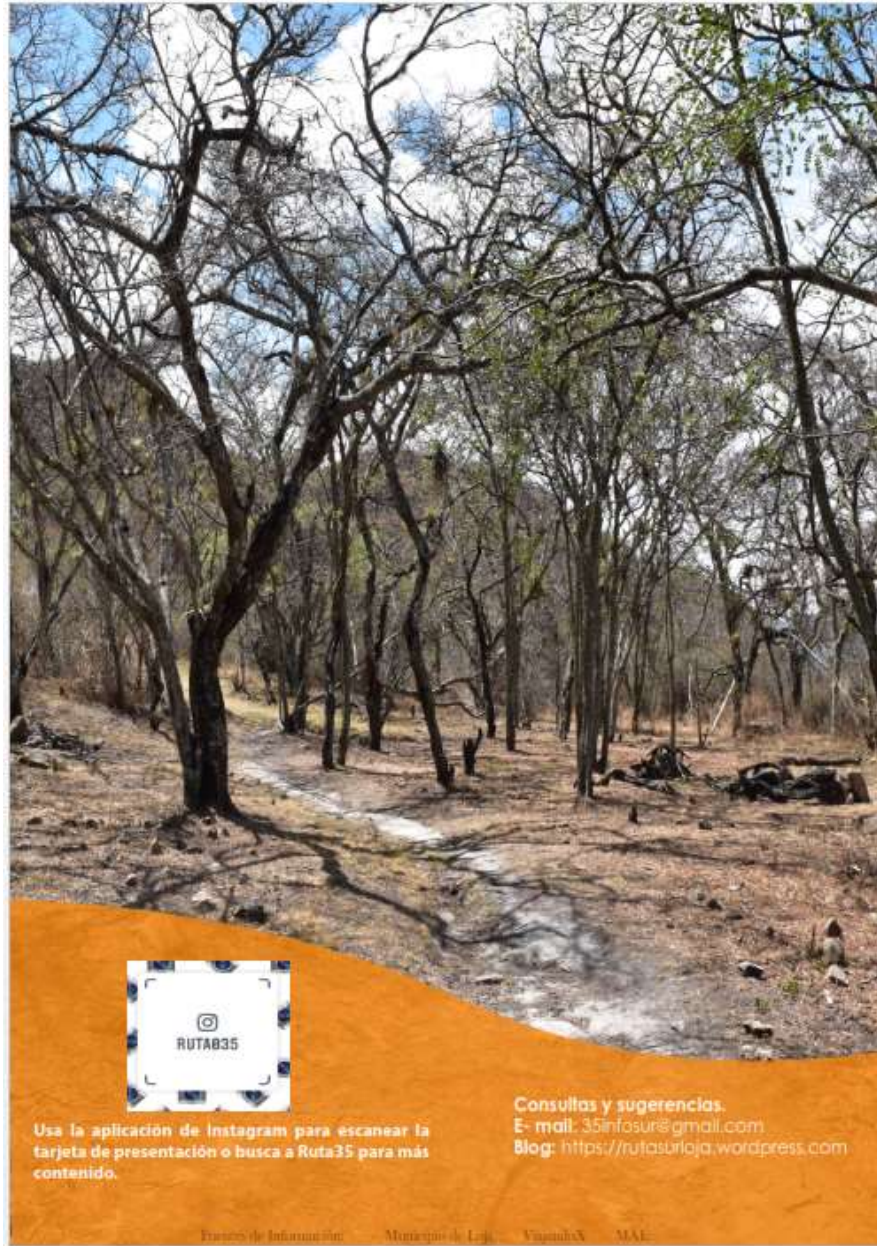
Vital ubicado en la parte frontal del Santuario.




Creyentes ubican velas previo a realizar sus plegarias.









Usa la aplicación de Instagram para escanear la tarjeta de presentación o busca a Ruta35 para más contenido.

**Consultas y sugerencias.**  
E-mail: [35infosur@gmail.com](mailto:35infosur@gmail.com)  
Blog: <https://rutasurloja.wordpress.com>

Fuente de Información: Municipio de Loja, VauxinX, MAE

## j. BIBLIOGRAFÍA

- Beng, L. (2015). *El Gran Libro de la fotografía digital*. Madrid: Editorial Anaya.
- Castaño-Molina, M. C.-P. (2009- 2014). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Obtenido de: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N03/v24n3a17.pdf>
- Francois, C. J. (2007). *La fotografía entre las bellas aartes y los medios de comunicación*. Barcelona: Editorrial Gsutavo Gili.
- Fuqua, F. H. (2008). *La Iluminación en la Fotografía: Ciencia y Magia*. Madrid: Anaya.
- Gurria, M. (1991). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas.
- Ingledeu, J. (2013). *Fotografía*. Barcelona: Editorial Blume.
- Marti, A. B. (1999). *Técnicas de medicion de la eficacia publicitaria*. Barcelona: Ariel Economía.
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Obtenido de : <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ortega, E. (2004). *La Comunicación Publicitaria*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Quezada, C. P. (2015). *SLIDESHOWES*. Obtenido de: <http://slideshowes.com/doc/1400812/universidad-de-cuenca>
- Raúl, E. (2001). *Fotografía Publicitaria*. Madrid: Editorial Catedra.
- Reflejandome. (2011). *Reflejandome*. Obtenido de <https://www.reflejandome.com/blog/aprende-fotografia/como-hacer-un-analisis-de-una-foto-2/>
- Ripoll, G. (1986). *Turismo Popular*. México: Editorial Trillas.
- Sancho, A. (Marzo de 2016). *Asesores de Turismo para Empresa e Instituciones Publicas*. Obtenido de:

[https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/81-introduccionalturismo\\_omt.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/81-introduccionalturismo_omt.pdf)

Saussure, F. d. (1999). *Seis Semiólogos en Busca del Lector* .

Valencia, V. R. (20019). *Universidad de Valladolid*. Obtenido de Lugares Comunes: fotografía y turismo: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3290798.pdf>

Vicente, V. Z. (2013). *Seis Semiólogos en busca del lector*. Argentina: Turolero.

Vivanco, J. B. (2015). *Guía Turística de la Región Sur del Ecuador*. Loja: Poligráfica.

**k. ANEXOS**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA**  
**COMUNICACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

**“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018”**

Proyecto de Tesis previo a la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social

**AUTOR**                      **Stalin Hernan Encarnación Cañar**

**LOJA – ECUADOR**

**2017**

**a. TEMA**

“ANÁLISIS PUBLICITARIO DE LA FOTOGRAFÍA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS VILCABAMBA Y EL CISNE, PARA LA PROMOCIÓN DE SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018”

## **b. PROBLEMÁTICA**

El Ecuador es un país que posee una gran variedad de flora y fauna que atrae a visitantes de todo el mundo.

Las instituciones encargadas de la promoción han hecho un buen trabajo a la hora de promocionar al Ecuador teniendo como resultados la entrada de miles de visitantes por año.

Las campañas turísticas que se han desarrollado en el país durante los últimos años han sido hechas bajo el eslogan ECUADOR AMA LA VIDA. Campañas como ALL YOU NEED IS ECUADOR han logrado obtener resultados satisfactorios para el turismo ecuatoriano. Según el portal web del Ministerio de Turismo, la estrategia captó seguidores en Twitter e interacciones de Twitter, Instagram, Facebook, Vimeo y YouTube.

En la ciudad de Loja existe una promoción del cantón como tal por medio de canales digitales además de folletos, afiches entre otros medios publicitarios físicos que permiten conocer los servicios y atributos del lugar que se desea, pero, existen interrogantes como, ¿Dónde se presenta el problema de captación de turistas para que se logre posicionarse a la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne como lugar turístico?

¿La publicidad que se le da a la ciudad y ciertas parroquias rurales se considera lo suficientemente atractiva para la captación de personas?

Estas dudas son las que inspiran el presente trabajo de investigación con el fin de despejar dudas acerca del uso publicitario que se maneja a la hora de promocionar el cantón turísticamente.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día la fotografía se ha convertido en una herramienta fundamental que permite contar historias de diferentes épocas plasmadas en un papel, además de plataformas digitales; estas dos formas de conservación de fotografías nos ayudaran a conocer y conservar una situación, objeto o individuo determinado en cualquier momento.

La fotografía dentro del campo publicitario brinda la oportunidad de conocer una ciudad o un producto que se realiza y se remite a un público objetivo o a un público en general.

Realizar un análisis de la fotografía publicitaria es muy importante a la hora de realizar la promoción de una ciudad, ya que nos permite dar a conocer los atributos con los que se cuenta, en donde los resultados se verán reflejados en el número de visitantes y críticas que el producto publicitario obtendrá después de su difusión.

En el presente proyecto de investigación se pretende ejecutar un estudio publicitario fotográfico que se realiza a la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne para difundir sus atractivos turísticos y por medio de la fotografía crear un FOTO LIBRO dedicado especialmente a difundir los atractivos turísticos con los que cuentan los lugares a estudiarse (LA CIUDAD DE LOJA Y LAS PARROQUIAS DE VILCABAMBA EL CISNE), por medio de este FOTO LIBRO se podrá conocer la ciudad además de tener acceso a contenido digital por medio de los códigos QR que se encontraran impresos conjuntamente con la información para dar acceso al contenido digital que se encontrara almenada en un blog.

Con el desarrollo de este material publicitario se proyecta contribuir al desarrollo de la ciudad en el ámbito turístico, y ayudar a posicionarla dentro de la mente de las personas.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **OBJETIVO GENERAL.**

- Analizar la publicidad fotográfica turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne para la promoción de sus atractivos turísticos durante el período noviembre 2017- marzo 2018.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Analizar la difusión turística fotográfica de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.
- Recolectar información de los lugares turísticos de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.
- Realizar fotografía turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne.
- Crear un FOTO LIBRO que permita acceder a información turística de la ciudad de Loja y las parroquias Vilcabamba y El Cisne de forma análoga-digital mediante la aplicación de códigos QR.



## e. MARCO TEÓRICO

### 5.1 TURISMO

Según La Organización Mundial del Turismo (2008), “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”

Algunos autores coinciden con esa definición como es el caso de Graciela Ripoll, que en su libro Turismo Popular redactó lo siguiente:

Turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro: el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar. (1986, p33)

La misma autora en el año de 1896 definía al turismo, basándose en el concepto de Troisi como una serie de elementos que realizaban las personas con un fin determinado, sea esta salud, ocio, entre otras.

El turismo no solo comprende la actividad de viajar e ir de un lugar a otro, “el turismo es una industria de servicios que comprende una variedad de componentes tangibles” (Raurich, 2009, p 36). Servicios como transporte, hospedaje, alimentación, que se conjugan para en uno solo aportar en el desarrollo de la actividad turística.

Manuel Gurria (1991) consideraba que las personas deben tener una razón específica para realizar un viaje. El viajero debe tener razones como específicas como conocer un lugar nuevo, por comentarios de otras personas, fotografías de revistas de viajes, o salud.

En el siglo XXI la práctica del turismo se desarrolla a grandes magnitudes, las personas se pueden desplazar de un lugar a otro, esto incluye la movilidad de personas entre países, actividad que se la denomina turismo internacional.

El Turismo internacional se desarrolla a gran escala debido a las facilidades con las que las personas cuentan para el desplazamiento. Esta actividad se ha desarrollado desde muchos años atrás, así nos explica Amparo Sancho, en el libro *Introducción al Turismo* en el cual dice:

En los años cincuenta el, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como, por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. (Sancho, 2008, p11)

El turismo internacional nos da la facilidad de conocer lugares más allá de las fronteras. Es muy fácil desarrollar esta actividad, el único requisito necesario es el dinero para adquirir los pasajes necesarios para desarrollarla.

En el libro *Introducción al Turismo* del autor Manuel Gurria Di Bella (1991) dice que la actividad turística se puede realizar en un ambiente de libertad en donde él o los individuos decidan donde y cuando quieren ir sin ningún tipo de presión.

La opinión de este autor se encuentra acertada, considerando que en un ambiente de opresión no se puede desarrollar la actividad de desplazamiento.

La industria del turismo es una actividad que se encuentra en constante desarrollo. Con el uso correcto de una publicidad adecuada, apoyo a los sitios turísticos, esta actividad puede ir evolucionando a grandes casos, pero en el caso de no tener el apoyo suficiente, también puede ir en decline.

### **5.1.1 TURISMO EN LA CIUDAD DE LOJA.**

Las actividades turísticas en un área urbana la mayoría de las veces para poderse desarrollar van a necesitar el apoyo de las autoridades locales. Los municipios son las entidades responsables del tratamiento correcto que se dé a la publicidad respectiva para

lograr una aceptación en los públicos. Amparo Sancho en su libro *Introducción al Turismo* nos explica que:

El turismo merece una mayor atención por parte de las Administraciones públicas, de los investigadores y educadores, y de los profesionales y trabajadores del sector, dado su gran potencial en la generación de renta y empleo y su contribución a la conservación y mejora del entorno natural y cultural. (2008, p39)

En el Cantón Loja se puede recorrer una serie de lugares según sea la necesidad o el gusto, como por ejemplo encontramos la reserva natural Parque Nacional Podocarpus, “reconocido mundialmente como uno de los bosques húmedos de mayor biodiversidad” (Castillo, 2015, p175), en este lugar los visitantes pueden realizar la práctica del turismo ecológico. Una de las actividades que se pueden desarrollar es la toma de fotografías de los cautivantes paisajes que se aprecian durante el recorrido. Jean Francois Chevrier consideraba que: “El paisaje es tradicionalmente un arte de la descripción o de la contemplación” (2007, p41). El autor llegó a considerar esto debido a una serie de escritos realizados por Nicephore Niépce, a quien se lo considera como el padre de la fotografía, en donde decía que los fotógrafos se dedicaron al arte del paisaje.

Desde el principio, los fotógrafos se dedicaron al arte del paisaje. Nicephore Niépce vivía en el campo, y sus cartas están llenas de comentarios sobre el estado de la naturaleza, los trabajos en los campos y posibilidades de caza según las distintas estaciones (Chevrier, 2007, p41)

Los atractivos turísticos para que sobresalgan de entre todos los existentes debe tener el apoyo adecuado basado en el aporte que realiza la autora Valentina Raurich Valencia que expresa que “Las atracciones turísticas, por lo general, requieren de un apoyo institucional para sacralizar las visitas. Este apoyo va desde las estrategias gubernamentales, pasando por la elaboración de publicidad en catálogos y guías turísticas” (2009, p. 36) caso contrario, corre el riesgo de ser un lugar más en el mapa o que se pierdan en el tiempo por descuido de sus cuidadores y las administraciones públicas pertinentes.

### **5.1.1.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOJA.**

El destino turístico al que decida ir la persona, en la mayoría de los casos, es un lugar que sea popular entre las personas, por ejemplo, una playa o una ciudad de renombre. Un atractivo turístico es considerado como tal cuando este tiene bastante afluencia de personas que llegan a realizar la actividad de exploración o enriquecimiento cultural. “La importancia de un destino turístico se puede medir por los medios de transporte que lleguen a ese lugar” (Gurria, 1991, p53)

En la ciudad de Loja se puede desarrollar varios tipos de turismo, tales como: turismo ecológico, religioso, cultural, entre otros. Según la necesidad del turista las diferentes parroquias del cantón Loja nos brindan las facilidades para desarrollar la practica turística.

El cantón Loja cuenta con parroquias rurales y urbanas. Dentro del perímetro urbano de la ciudad encontramos lugares que son representativos, ejemplo de ello está la Plaza de la Independencia o San Sebastián, iglesia La Catedral, la Puerta de la Ciudad, iglesia de Santo Domingo. Fuera del casco urbano, es decir en las parroquias rurales encontramos atractivos turísticos que nos permiten realizar la práctica en mayor parte de turismo ecológico debido a la presencia de senderos y montañas que facilitan su realización.

Dentro de la geografía del Cantón se pueden citar los siguientes:

- a. PLAZA DE LA INDEPENDENCIA O SAN SEBASTIÁN.
- b. IGLESIA LA CATEDRAL.
- c. IGLESIA DE SANTO DOMINGO.
- d. PUERTA DE LA CIUDAD.
- e. PARQUE RECREACIONAL JIPIRO.
- f. PARQUE NACIONAL PODOCARPUS
- g. CERRO MANDANGO.
- h. SANTUARIO DE EL CISNE

- i. LAGUNA DE PUNZARA
- j. BIOPARQUE ORILLAS DEL ZAMORA
- k. OTROS.

## **5.2. LOJA.**

El cantón Loja se encuentra ubicado al sur del Ecuador en la provincia con el mismo nombre. Loja es un cantón con riqueza cultural, es por ello que es llamada la cuna de artistas debido a que grandes personajes de la música y literatura nacional son oriundos de este lugar. Además, es reconocida en el Ecuador por la multitudinaria romería de la virgen de El Cisne, celebración que se realiza anualmente que atrae a miles de fieles nacionales y extranjeros.

### **5.2.1 PARROQUIAS DE LOJA.**

El Cantón Loja es la capital de provincia, este cantón se encuentra conformado por parroquias urbanas y rurales con características propias que atraen a visitantes locales, nacionales y extranjeros.

#### **5.2.1.1 PARROQUIAS URBANAS.**

##### **5.2.1.1.1 EL SAGRARIO.**

Partiendo de la intersección que se produce del eje de la vía nueva a Zamora con la proyección de línea imaginaria entre los mojones 12 y 13 del Perímetro Urbano de la ciudad de Loja (701229,33 - 9658743,56), siguiendo el eje de la vía retornando a la ciudad hasta alcanzar las coordenadas (701143,94 - 9558630,57); para luego desplazarse en sentido Este-Oeste para llegar a la proyección de las coordenadas (700816,34 - 9558626,26), desde éste punto dirigiéndose hacia el norte recorriendo una longitud de 69,54 metros hasta encontrar la proyección de las coordenadas (700811,71 - 9558697,92), sobre el camino que es una proyección de la calle Bruselas, para siguiendo por ésta hacia el occidente por la línea de colindancia de la Urbanización del Chofer San Cayetano y la

Urbanización del Colegio de Arquitectos para empalmar con la calle Praga, dirigiéndose por ésta hasta interceptarse con el eje de la calle París y recorrer ésta en sentido sur y encontrar la intersección con el eje de la Avenida Zoilo Rodríguez, luego siguiendo el eje de ésta última en sentido sur-norte hasta alcanzar la intersección con la Avenida Santiago de las Montañas y la calle Daniel Álvarez para continuar por ésta hacia el oeste alcanzando el puente sobre el río Zamora. Tomando el cauce del río hacia el norte hasta la confluencia con el río Malacatos. A partir de éste punto se sigue el cauce del río Malacatos aguas arriba alcanzando las inmediaciones del puente emplazado en la calle Azuay, a partir del cual siguiendo el eje de la calle señalada hacia el Este hasta llegar a la intersección con el eje de la calle Juan José Peña, para seguir por ésta hacia el Sur hasta la intersección con la calle Catacocha, continuando por ésta hacia el Oriente hasta la proyección del eje de la calle Ángel B. Carrión, desplazándose por la misma en sentido Sur hasta alcanzar el eje de la vía Parque Podocarpus, por la que continuará siguiendo su eje hasta interceptarse con la proyección de la línea imaginaria del Perímetro Urbano (PU) de la ciudad entre el mojón # 5 y la confluencia de la quebrada Mendieta y el Río Zamora con coordenadas 700957.05 - 9556460.30. A partir de este punto continúa con la delimitación oriental del Perímetro Urbano de la ciudad recorriendo los mojones 6, 7, 8, 9, 10, 11, y 12, para a partir de éste último orientarse hacia el mojón # 13 (PU) hasta interceptarse con el eje de la vía nueva Zamora (701229.33 - 9558743.56) que es el punto de partida de la delimitación de esta parroquia.

#### **5.2.1.1.2 SUCRE.**

A partir del puente vehicular sobre el río Malacatos a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, siguiendo el curso del mismo hacia el norte hasta alcanzar la confluencia con el río Zamora, para continuar con el cauce del mismo igualmente hacia el norte hasta el puente emplazado en el eje de calle Jaime Roldós, desde donde se dirige hacia el sur

occidente hasta interceptarse con la desembocadura de la Avenida Pablo Palacio en el distribuidor de tráfico del sector denominado Cristo Rey, a partir de este punto por el eje de la misma avenida se continúa en sentido occidental hasta alcanzar las coordenadas (696330.60 – 9561066.10), en donde toma el sendero que separa las barriadas conocidas como Colinas de Belén y Congoya, siguiendo por dicho camino hacia el sur hasta interceptarse con el eje de la Av. Isidro Ayora o Vía a la Costa, coordenadas (696823.39 - 9560303.62), para continuar dirigiéndose hacia el occidente hasta encontrar el mojón # 26 del Perímetro Urbano de la ciudad. A partir de este punto se recorre la línea imaginaria del Perímetro Urbano atravesando los mojones 27, 28, y 29 continuando por la misma línea (PU) hasta interceptarse con el eje del camino antiguo al sitio Guachichambo (695672.27 - 9555535.14), tomando este camino de regreso a la vía antigua a Catamayo o Eugenio Espejo en las coordenadas (696105.67 - 9555814.77), desde donde retorna hasta la calle Chiclayo para recorrerla en sentido nor-oriental hasta la vía (696358.53 - 9556089.22) que permite empalmar con la Avenida Ángel Felicísimo Rojas (696411.11 - 9556018.93), eje de vía por el que siguiendo en sentido sur oriental se intercepta nuevamente con la vía Eugenio Espejo para luego recorriendo el eje de ésta llegar a la altura de la calle Paraguay y luego girar hacia el occidente hasta interceptarse con el cauce de la quebrada. Shushuhuayco en las coordenadas (697773.66 - 9556964.51). Desde este punto siguiendo el cauce de la quebrada hasta encontrar el eje de la vía Villonaco y continuar por ésta hasta alcanzar nuevamente la calle Eugenio Espejo, desde donde por el eje de esta última se dirigirá hacia el sur para interceptarse con el eje de la calle Quinara, por esta calle se dirige hacia el oriente hasta que la proyección de su eje se intercepte con el de la Avenida Manuel Carrión Pinzano, por la que continuará hacia el sur hasta la intersección de la Avenida Alonso de Mercadillo, por esta última dirigiéndose hacia el

oriente hasta llegar al puente vehicular sobre el río Malacatos que constituye el inicio de la delimitación de esta parroquia.

#### **5.2.1.1.3 EL VALLE.**

Partiendo de la confluencia de los ríos Malacatos y Zamora continúa recorriendo el cauce de este último atravesando la ciudad de Sur a Norte hasta alcanzar la confluencia con la quebrada Lágrimas o Cumbe, que constituye parte del Perímetro Urbano (PU), en donde se emplaza el mojón # 22 (PU), a partir de este punto se realiza un recorrido en forma inversa de los mojones 21, 20, 19, 18, 17, 16, 15, 14, y 13 que conforman la delimitación norte y oriental del Perímetro Urbano de la ciudad. A partir de éste último y orientándose hacia el mojón # 12 (PU) se alcanza la intersección con el eje de la vía a Zamora (701229,33 - 9558743,56), luego continúa siguiendo el eje de la vía retornando a la ciudad hasta alcanzar las coordenadas (701143,94 - 9558630,57) para luego desplazarse en sentido Este-Oeste para llegar a la proyección de las coordenadas (700816,34 - 9558626,26) desde este punto dirigiéndose hacia el norte recorriendo una longitud de 69,54 metros hasta encontrar la proyección de las coordenadas (700811,71 - 9558697,92) sobre el camino que es una proyección de la calle Bruselas, para siguiendo por ésta hacia el occidente y continuar por la línea de colindancia de la Urbanización del Chofer San Cayetano y la Urbanización del Colegio de Arquitectos para empalmar con la calle Praga, dirigiéndose por ésta hasta interceptarse con el eje de la calle París y recorrer ésta en sentido sur y encontrar la intersección con el eje de la Avenida Zoilo Rodríguez, luego siguiendo el eje de ésta última en sentido sur-norte hasta alcanzar la intersección con la Avenida Santiago de las Montañas y la calle Daniel Álvarez, para continuar por ésta hacia el oeste alcanzando el puente sobre el río Zamora, luego se continúa por el cauce del río hacia el norte hasta la confluencia con el río Malacatos, que es el punto de origen de la delimitación de esta parroquia .



#### **5.2.1.1.4 SAN SEBASTIÁN.**

Partiendo de la confluencia del río Malacatos con la quebrada Namanda punto situado en el perímetro Urbano de la ciudad, siguiendo el cauce del mismo río en sentido norte hasta llegar a las inmediaciones del puente vehicular emplazado en el eje de la calle Azuay, a partir del cual, siguiendo el eje de la calle señalada hacia el Este hasta llegar a la intersección con el eje de la calle Juan José Peña, para seguir por ésta hacia el Sur hasta la intersección con la calle Catacocha, continuando por ésta hacia el Oriente hasta la proyección del eje de la calle Ángel B. Carrión, desplazándose por la misma en sentido sur hasta alcanzar el eje de la vía Parque Podocarpus por la que continuará siguiendo su eje hasta interceptarse con la proyección de la línea imaginaria del Perímetro Urbano (PU) de la ciudad entre el mojón # 5 y la confluencia de la quebrada Mendieta y el Río Zamora con coordenadas (700957.05 - 9556460.30). A partir de éste punto se recorre en sentido inverso el lindero Este por los mojones 5, 4, 3, 2, y 1. Luego desde el mojón # 1 (PU) que se halla sobre la quebrada Namanda recorriendo su cauce aguas abajo hasta encontrar el mojón # 32 (PU) localizado en la margen oriental del puente existente en la vía a Malacatos, continuando por el cauce de la quebrada hasta la confluencia con el río Malacatos que es el punto de partida de la delimitación.

#### **5.2.1.1.5 PUNZARA.**

Partiendo del puente vehicular sobre el río Malacatos a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, dirigiéndose por el eje de dicha vía hacia el occidente hasta alcanzar la intersección con la Avenida Manuel Carrión Pinzano, siguiendo por ésta hacia el sur hasta la prolongación de calle Quinara por la que se dirigirá al occidente hasta interceptarse con el eje de la calle Eugenio Espejo, se continúa hacia el norte hasta la calle Epliclachima y se continúa hacia el occidente hasta alcanzar la vía Villonaco por la que se desciende hasta llegar al puente sobre la quebrada Shushuhuayco. Tomando el cauce de ésta, sigue

aguas arriba hacia el sur hasta ubicar las coordenadas (697773.66 - 9556964.51), para luego dirigirse hacia el este hasta la altura de la calle Paraguay para encontrar nuevamente el eje de la vía Eugenio Espejo por la que siguiendo en sentido suroccidental llegar a interceptarse con la Avenida Ángel Felicísimo Rojas que permitirá continuar por su eje hacia el norte llegar a las coordenadas (696411.11 - 9556018.93), tomando luego hacia el occidente por la vía que permite llegar a la calle Chiclayo, coordenadas (696358.53 - 9556089.22), vía por la que se retornará al sur hasta alcanzar el eje de la vía Eugenio Espejo. Por esta vía siguiendo su eje en dirección al noroccidente a la altura de las coordenadas (696105.67 - 9555814.77), para tomar la vía conocida como camino antiguo al sitio Guachichambo hasta interceptarse con la línea imaginaria del Perímetro Urbano en las coordenadas (695672.27 - 9555535.14). A partir de este punto se recorre los mojones 30 y 31 del trazado establecido para el Perímetro Urbano y se continúa igualmente por el mismo trazado hasta la confluencia de la quebrada Namanda con el río Malacatos. En este punto se continúa por el cauce del río en dirección norte siguiendo su curso hasta el puente emplazado a la altura de la calle Alonso de Mercadillo, que es donde se inicia la delimitación de esta parroquia.

#### **5.2.1.1.6 CARIGÁN.**

A partir del puente vehicular emplazado en la calle Jaime Roldós sobre el río Zamora, continúa por esta calle hacia el occidente hasta interceptarse con la desembocadura de la Avenida Pablo Palacio en el distribuidor de tráfico del sector denominado Cristo Rey, a partir de este punto por el eje de la misma avenida se continúa en sentido occidental hasta alcanzar las coordenadas (696330.60 – 9561066.10), en donde toma el sendero que separa las barriadas conocidas como Colinas de Belén y Congoya, siguiendo por dicho camino hacia el sur hasta interceptarse con el eje de la Avenida Isidro Ayora o Vía a la Costa (696823.39 - 9560303.62), para continuar dirigiéndose hacia el occidente hasta encontrar

el mojón # 26 del Perímetro urbano de la ciudad. Desde el mojón # 26 (PU) se recorre en forma inversa los mojones 25, 24, 23, y 22 del Perímetro Urbano, para localizándose sobre la confluencia de la quebrada Lágrimas o Cumbe con el río Zamora, seguir el curso de este último aguas arriba hacia el sur hasta alcanzar el puente alineado con la calle Jaime Roldós, que es el punto de partida de la delimitación de esta parroquia.

### **5.2.1.2 PARROQUIAS RURALES.**

Para la realización de la presente se pretende analizar la publicidad de las parroquias Vilcabamba y El Cisne por ser las más representativas dentro del ámbito turístico.

Es estas parroquias son muy diferentes es su geografía, clima e incluso en la forma de hacer turismo, ya que en El Cisne se realiza principalmente lo que se denomina turismo religioso mientras que en Vilcabamba cunetas con cerros entre otros atractivos que nos da la oportunidad de realizar turismo ecológico, de aventura. Cada una de estas parroquias cuenta con zonas para todo tipo de personas.

#### **5.2.1.2.1 EL CISNE.**

Es una de las Parroquias rurales del cantón Loja, con una topografía muy accidentada y de difícil acceso.

La orografía de esta zona es muy irregular, las pendientes del terreno sobrepasan el 100%, sin embargo y a pesar de estas condiciones existen una población que depende en buena forma de las actividades agrícolas y ganaderas. Los terrenos están muy erosionados y deforestados.

El Cisne, fue nombrada Parroquia Rural en el año de 1986. La Parroquia El Cisne se encuentra a 70 Km de Loja.

El 30 de mayo y el 15 de agosto se celebran sus principales festividades. Inmediatamente después de la festividad de agosto, se realiza un acto religioso muy impresionante ya que los devotos llevan en sus hombros la hermosa imagen hasta la

ciudad de Loja, la tarde del 20 de agosto ingresa a Loja la Virgen del Cisne para presidir las festividades religiosas, comerciales y agrícolas que desde 1824 se efectúan el 8 de septiembre, según decreto del Libertador Simón Bolívar. El 1ro de noviembre retorna a la parroquia en hombros de sus devotos.

#### **5.2.1.2.6 VILCABAMBA.**

Hacia el sur, en la Provincia de Loja, se encuentra Vilcabamba, el **“Valle de los Longevos”**. Miles de turistas y peregrinos llegan todos los años, atraídos por la belleza natural de este pueblo y por la longevidad de sus habitantes.

Se ha comprobado que su tiempo de vida es superior al del resto del mundo, muchos de ellos sobrepasan los cien años de edad; esto se atribuye a los bajos índices de enfermedades, la estabilidad del clima, la temperatura y el agua con propiedades especiales.

Vilcabamba, que en quichua significa **“Valle Sagrado”**, es un lugar de asombroso colorido y belleza, está bañado por los ríos Chamba y Uchima, posee un clima delicioso y acogedor, con elevaciones de poca altura que lo convierten en un paisaje sugestivo, se lo considera un **"Paraíso Perdido"** en las montañas.

### **5.3 PUBLICIDAD.**

La publicidad en la actualidad juega un papel muy importante, esta es considerada como una de las principales herramientas para difundir un determinado contenido en la sociedad. La publicidad está presente en medios impresos como digitales. Medios impresos de difusión tales como revistas y diarios son el punto focal de los publicistas ya que se puede insertar dentro de las páginas de estos medios de información gran contenido propagandístico, logrando que el mensaje que se quiere difundir llegue a los públicos planificados. En el libro La Comunicación Publicitaria de Enrique Ortega, dice que: “Los diarios son aquella parte de la prensa con una periodicidad diaria o casi diaria que pueden

ser adquiridos por el público mediante suscripción o a través de la compra de un determinado ejemplar” (2004, p77), el autor hace referencia a este medio de comunicación escrito porque es considerado uno de los principales motores de propaganda impresa.

A partir de la década de 1880, los medios de impresión permitieron la reproducción de fotografías a un precio razonable, pero fue sobre todo con la entrada del nuevo siglo cuando la fotografía pasó a constituirse como parte de la prensa cotidiana y con el tiempo, de la publicidad. (Eguizábal, 2001, p13)

La producción fotográfica y la publicidad han ido creciendo a pasos agigantados, gracias al desarrollo de la industria gráfica estos se han logrado fusionar correctamente para desarrollar campañas publicitarias exitosas.

Para realizar una campaña fotográfica publicitaria el fotógrafo tiene que considerar varios aspectos para realizar la fotografía. “En la publicidad se funden las grandes corrientes de la fotografía documental, de modas y artística” (Eguizábal, 2001, p11).

El mismo autor señala además una breve explicación acerca de cómo fusionar el texto con lo visual.

Una buena campaña publicitaria puede medirse en el grado de aceptación de los turistas, y resultado de ellos las personas realizarán una difusión de manera automática generando más visitas del lugar promocionado, esta herramienta publicitaria se la conoce como below de line. Además, si un buen producto publicitario se logra consolidar entre la mente de los públicos no va a ser necesaria la transmisión de información entre los individuos entre sí, porque se considera que el contenido difundido resolverá toda duda y llamará la atención del público.

### **5.3.1 PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Un buen destino turístico logra posicionarse en la mente de las personas que lo conocen por un buen uso de publicidad. La promoción turística se la puede realizar usando afiches,

volantes y material publicitario que se puede emitir por medio de la internet. Los autores Marysol Castillo Y Vladimir Castaño citan a Ejarque (2005:231) el cual define a la promoción turística.

La promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo” (Castillo & Castaño, 2015, p737)

## **5.4 FOTOGRAFÍA.**

De acuerdo con Vilem Flusser (1990), la imagen nos da la facilidad de expresar algo que se puede representar en varias cosas para nosotros mismos.

La fotografía es una representación del mundo a la cual la podemos representar en una pieza de papel, un recuerdo congelado a través del tiempo gracias a una cámara fotográfica.

Por medio de la fotografía, podemos captar imágenes que permiten a sus autores expresar sentimientos sin que las personas que la vean los hayan vivido. John Ingledeew creía esto ya que consideraba que “Muchos fotógrafos sienten la necesidad contar historias con sus fotografías” (2013, p.82).

Esta práctica se la puede evidenciar en el género del fotoperiodismo, rama de la fotografía que trata de contar historias a través de las láminas.

### **5.4.1 COMPOSICIÓN.**

La composición fotográfica es el arte de encontrar el punto de vista de una cámara que sitúa todos los elementos del sujeto en posiciones visualmente estimulantes dentro del encuadre.

#### **5.4.1.1 PLANOS.**

En el mundo de la fotografía el uso de planos es crucial a la hora de realizar una instantánea ya que con la aplicación de un plano adecuado podremos expresar algún tipo de emoción según lo que deseemos realizar.

Existen varios tipos de planos que aplican según la escena.

#### **5.4.1.2 GRAN PLANO GENERAL.**

El gran plano general consiste en una toma abierta de la escena, principalmente este se lo aplica en la captura de paisajes. Las fotografías panorámicas son sin duda el ejemplo más representativo en esta clasificación.

#### **5.4.1.3 PLANO GENERAL.**

El plano general consiste en la captura abierta de una escena en la que se puede visualizar la presencia de individuos u alguna situación.

#### **5.4.1.4 PLANO ENTERO.**

El plano entero consiste en la captura de una escena con la presencia de un individuo. En esta categoría al individuo se le realiza la captura en donde se puede visualizar todo su cuerpo.

#### **5.4.1.5 PLANO DE CONJUNTO.**

El plano de conjunto consiste en la captura de una escena integrada por varios individuos o elementos que ayudan a conformar su composición. Un ejemplo de esta categoría es una fotografía que se le realiza a un equipo de fútbol.

#### **5.4.1.6 PLANO AMERICANO.**

El plano americano consiste en realizar una fotografía de un individuo desde las rodillas hacia arriba.

#### **5.4.1.7 PLANO MEDIO.**

El plano medio consiste en realizar una captura de un individuo desde su cintura hacia arriba. En este plano encontramos una variación del plano, ya que si se realiza la fotografía 20cm. aproximadamente de la cintura hacia abajo se lo considera plano medio largo, mientras que si se realiza la captura 20 cm. aproximadamente hacia arriba de la cintura se considera a la fotografía con un plano medio corto.

#### **5.4.1.8 PRIMER PLANO.**

El primer plano consiste en una toma de un individuo desde el pecho hacia arriba. Esta escena es usada en la transmisión de noticiero o fotografías empleadas en las identificaciones personales, permisos de conducir, entre otros.

#### **5.4.1.9 PRIMERÍSIMO PRIMER PLANO.**

El primerísimo primer plano es también conocido como plano detalle. Este es usado para destacar algo de un individuo u objeto.

Para la aplicación de este plano se debe estar lo más cerca posible y realizar el enfoque, de esta manera se podrá destacar algo especial de una escena.

#### **5.4.2 ANGULACIONES.**

Las angulaciones dentro de la fotografía se las usa para resaltar o destacar al individuo u objeto que está dentro de la escena que se va a fotografiar. Las angulaciones van combinadas con un plano en específico, dependiendo de los requerimientos de la fotografía o situación.

##### **5.4.2.1 ANGULACIÓN CENITAL.**

La angulación cenital se logra ubicando la cámara en la parte superior del objeto a fotografiar. La cámara tiene que estar en forma perpendicular.



#### **5.4.2.2 ANGULACIÓN EN PICADO.**

La angulación en picado se la toma de una altura mayor de la que se encuentra el sujeto esto hará que el objeto principal de la escena a fotografiar se vea más pequeño.

#### **5.4.2.3 ANGULACIÓN NORMAL.**

Para realizar una fotografía con una angulación normal se debe colocar la cámara frente a lo que se quiere fotografiar.

#### **5.4.2.4 ANGULACIÓN EN CONTRAPICADO.**

En la angulación contrapicado sucede todo lo opuesto a la angulación es picado, es decir, la cámara se sitúa en una posición inferior al objeto a fotografiar en la escena, esto provoca una sensación de superioridad de objeto a la hora de observar la fotografía.

#### **5.4.2.5 ANGULACIÓN NADIR.**

Consiste de una toma en la que el camarógrafo se sitúa por debajo del sujeto a fotografiar. La posición de la cámara es con el objetivo hacia arriba por lo general el fotógrafo esta recostado sobre el suelo para lograr la captura.

#### **5.4.3 LUZ.**

A la hora de tomar una fotografía hay que tomar en cuenta un factor muy importante como lo es la luz. La luz puede hacer que la captura se buena o mala según su variación.

La luz, en fotografía es considerada uno de los principales aspectos a la hora de realizar una fotografía debido a que esta tiene gran influencia en un producto final. “Para un fotógrafo, los principios más importantes de la luz son aquellos que predicen su comportamiento” (Hunter- Biver- Fuqua, 2008, p19)

#### **5.4.4 CÁMARA FOTOGRÁFICA.**

Uno de los grandes inventos de la historia de la humanidad es la cámara fotográfica. Ella implicó importantes cambios en la cultura, el arte y la ciencia y fue el inicio para otros inventos, como por ejemplo el cinematógrafo.

Valentina Raurich Valencia expresa su criterio diciendo que:

La cámara fotográfica es entonces una herramienta a disposición de la memoria; sin embargo, al respecto, John Berger (1980) establece una distinción entre las imágenes públicas y las privadas. Las fotografías públicas, al tener contextos de producción y consumo completamente independientes, ofrecen a quien las observa información alejada de toda experiencia vivida. Por el otro lado, las fotografías privadas, producidas y consumidas dentro de un entorno de relaciones sociales cercanas, permanecen y adquieren significado dentro de ese mismo contexto. (2009, p35)

#### **5.4.5 FOTOGRAFÍA TURÍSTICA.**

En la práctica del turismo realizar fotografías es algo muy importante porque permiten al turista guardar recuerdos de ese lugar, que posiblemente no regrese, o simplemente tiene en su presencia la imagen de una acción que no se repita otra vez.

Se fotografian las situaciones memorables para que perduren en el recuerdo y se utilizan socialmente como dispositivos retóricos que no solo facilitan la narración, sino además actúan como pruebas fehacientes de que el hecho ocurrió. Por otra parte, la práctica del turismo supone el consumo de imágenes previamente construidas por parte de individuos que se desplazan cargando su contexto social, cultural y económico y que, por lo tanto, articulan discursos que reproducen relaciones de poder. (Raurich, 2009, p37)

Al momento de realizar una fotografía, muchos aspectos deben considerarse. Uno de ellos es que por ejemplo a la hora de realizar fotografía de paisaje, no todo lo que se ve se va a poder capturar con la cámara, para ello debemos ser precisos que elegir para nuestra instantánea y que dejar fuera. “Nunca podrá capturar una única imagen que represente la totalidad de un campo visual, de forma que deberá elegir una porción del paisaje que sea lo suficiente atractiva” (Long, 2015, p260)

Las historias capturadas por medio de la cámara permiten al turista que luego de realizar su viaje, este comparta su experiencia a través de sus fotografías.

#### **5.5 SEMIÓTICA DE LA FOTOGRAFÍA.**

EL autor Tourum Karam (2014) dice que la semiótica es el estudio de la imagen y las comunicaciones visuales. Dentro de este estudio se considera el color, formas y composición que forman parte de una imagen. Este concepto brinda una síntesis de lo que se encarga la semiótica, y entendiendo esto se puede realizar un análisis fotográfico, entendiendo que se quiere representar en una fotografía e imaginando nuevas formas de

crear un producto que se inserte en la mente de los públicos. “La fotografía amplifica el imaginario, porque lo instala en el dominio colectivo, en las diferentes audiencias a las que está dirigido” (Raurich, 2009, p 34)

La semiótica se encuentra dentro de lo que es la publicidad ya que el encargado de crear un producto debe realizar un análisis para lograr desarrollar una idea en algo material que sea capaz de llamar la atención del consumidor y que esta se propague en masas.

La relación emisor-receptor en la publicidad es más directa porque entrambos manipulan un código ético más ambiguo, más informal, ya que el factor creativo induce una actitud más tolerante y menos significativo que la fotografía informativa. El factor creativo en la fotografía publicitaria no demuestra que el fotógrafo disfruta de plena independencia para trabajar sino lo contrario; el fotógrafo publicitario labora sobre una idea maquinada que está simbolizada en un bosquejo por lo que el margen de creatividad puede ser comprimido. (Patiño, 2015, p20)

## **f. METODOLOGÍA**

### **6.1 MÉTODO ANALÍTICO.**

Con la aplicación de este método a esta investigación se pretenderá realizar un desglose de la información recopilada para comprender detalladamente el manejo del proceso publicitario que se le está dando a la fotografía.

Descomposición de un todo en sus elementos constitutivos para proceder a su comprensión y rearticulación, el presente artículo expone al método analítico como el método natural de los seres humanos, muestra sus relaciones con el método científico y explicita su vinculación íntima con la ética, en tanto hábito resultante de la incorporación de dicho método. (Lopera & Zuluaga & Ortiz, 2010)

### **6.2 MÉTODO CUALITATIVO**

Con la aplicación de este método se pretende conocer la situación actual de las personas que viven en las parroquias rurales y urbanas de la ciudad y ver la forma en la que ellos ven el desarrollo y la promoción del turismo en su sector, para así determinar las oportunidades y debilidades en el ámbito turístico.

Los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. (Ruiz, 2012)

### **6.3 MÉTODO EXPERIMENTAL.**

Para aplicar este método primeramente se deberá aplicar los métodos descritos anteriormente ya que al aplicar este método se recopilarán datos finales para terminar la investigación. Con este método se podrá conocer la reacción de las personas ante la propuesta ya desarrollada.

Es un tipo de método de investigación en el que el investigador controla deliberadamente las variables para delimitar relaciones entre ellas, está basado en la metodología científica. En este método se recopilan datos para comparar las mediciones de comportamiento de un grupo control, con las mediciones de un grupo experimental. Las variables que se utilizan pueden ser variables dependientes (las que queremos medir o el objeto de estudio del investigador) y las variables independientes (las que el investigador manipula para ver la relación con la dependiente). Además, debemos controlar todas las demás variables que puedan influir en el estudio (variables extrañas).

## **6.4 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS.**

### **ENTREVISTAS.**

Con esta herramienta de investigación se podrán recolectar datos reales. Datos que serán recopilados en charlas con personas que se desenvuelven en el mundo turístico además con fotografías que pueden dar su aporte al desarrollo de la investigación.

### **TRABAJO DE CAMPO.**

Para la aplicación de esta herramienta de investigación pretendo acudir a los diferentes lugares mencionados en el presente proyecto para trabajar directamente en la obtención de información de cada sitio además de realizar fotografías que posteriormente servirán para el desarrollo de la propuesta de tesis.

**g. CRONOGRAMA**

| <b>ACTIVIDADES</b>                                       | <b>Noviembre 2017</b> | <b>Diciembre 2017</b> | <b>Enero 2018</b> | <b>Febrero 2018</b> | <b>Marzo 2018</b> | <b>Abril 2018</b> | <b>Mayo 2018</b> | <b>Junio 2018</b> | <b>Julio 2018</b> | <b>Agosto 2018</b> | <b>Septiembre 2018</b> | <b>Octubre 2018</b> | <b>Noviembre 2018</b> | <b>Diciembre 2018</b> | <b>Enero 2019</b> | <b>Febrero 2019</b> |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|------------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|
| Presentación del proyecto                                | X                     | X                     |                   |                     |                   |                   |                  |                   |                   |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Aprobación del proyecto                                  |                       | X                     | X                 |                     |                   |                   |                  |                   |                   |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Designación de director                                  |                       |                       | X                 |                     |                   |                   |                  |                   |                   |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Aplicación de proyecto                                   |                       |                       | X                 | X                   | X                 | X                 |                  |                   |                   |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Redacción de la investigación                            |                       |                       |                   |                     |                   | X                 | X                | X                 | X                 |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Presentación de la investigación                         |                       |                       |                   |                     |                   |                   |                  | X                 | X                 |                    |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Análisis de resultados                                   |                       |                       |                   |                     |                   |                   |                  |                   | X                 | X                  |                        |                     |                       |                       |                   |                     |
| Elaboración de la propuesta                              |                       |                       |                   |                     |                   |                   |                  |                   |                   | X                  | X                      | X                   |                       |                       |                   |                     |
| Presentación del primer borrador de tesis y correcciones |                       |                       |                   |                     |                   |                   |                  |                   |                   |                    |                        |                     | X                     | X                     |                   |                     |
| Sustentación de la tesis                                 |                       |                       |                   |                     |                   |                   |                  |                   |                   |                    |                        |                     |                       |                       | X                 | X                   |

## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

| <b>CONCEPTO</b>                | <b>VALOR</b>  |
|--------------------------------|---------------|
| <i>Transporte</i>              | 200.00        |
| <i>Internet</i>                | 50.00         |
| <i>Impresiones y Papelería</i> | 100.00        |
| <i>Restaurantes</i>            | 100.00        |
| <i>Refrigerios</i>             | 50.00         |
| <i>Entrevistas</i>             | 50.00         |
| <i>Otros Gastos</i>            | 150.00        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>700.00</b> |

El financiamiento del presente proyecto es por cuenta propia.

## **i. BIBLIOGRAFÍA**

Chevrier, Jean-François (2007), *La fotografía entre las bellas artes y los medios de comunicación*, Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili.

Eguizábal, Raúl (2001), *Fotografía Publicitaria*, Madrid, España, Editorial Catedra.

Flusser, Vilem (1990), *Hacia una filosofía de la fotografía*, México, Editorial Trillas.

Gurria, Manuel (1991), *Introducción al Turismo*, México, Editorial Trillas.

Ingledeu, John (2013), *Fotografía*, Barcelona, España, Editorial Blume.

Jané, Mariano Belenguer (2003), *Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico*, Libro recuperado de: <http://www.dereajo.org/omar/divulgacion-e-info.pdf>

Long, Beng (2015), *El Gran libro de la fotografía digital*, Madrid. España, Editorial Anaya.

Lopera, Juan Diego & Ramírez, Carlos Arturo & Zuluaga, Marda Ucaris/ Ortiz, Jéniffer (2010), *El Metodo Analítico*, Libro recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v2n2/v2n2a8.pdf>

Ortega, Enrique (2004), *La comunicación publicitaria*, España, Editorial Pirámide.

Patiño, Quezada, Cecibel (2015), “Análisis de la Fotografía Publicitaria en la Promoción Turística de la Fundación Municipal “Turismo para Cuenca” (tesis de pregrado), Universidad de Cuenca, Cuenca, Recuperado de: <http://slideshowes.com/doc/1400812/universidad-de-cuenca>

Raurich, Valencia, Valentina (2009), *Lugares Comunes*, Libro recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3290798>

Ripoll, Graciela (1986), *Turismo Popular*, México, Editorial Trillas.



Sancho Amparo (2016) Introducción al Turismo  
[https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/81-introduccionalturismo\\_omt.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/81-introduccionalturismo_omt.pdf)

Hunter, Fil & Biver, Steven & Fuqua, Paul (2008), La iluminación en la fotografía: Ciencia y Magia, España, Editorial Anaya.

Blogosario de P. Social Aplicada

(2008) <https://bloglosariopsa.wordpress.com/2008/11/12/metodo-experimental/>

Eumed.net (2012) [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)

**OTROS ANEXOS****SEGUIMIENTO PAGINAS SOCIALES****Ministerio de Turismo - Coordinación Zonal 7**

| <b>NOVIEMBRE 2017</b> |                                  |   |
|-----------------------|----------------------------------|---|
| <b>FECHA</b>          | <b>ACCIÓN</b>                    | <b>DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO</b>                              |
| 1 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN                      | REGRESA DE LA VIRGEN DEL CISNE AL SANTUARIO                   |
| 2 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN                      | CONOCE LOS 4 MUNDOS DEL SUR                                   |
| 2 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN                      | EL MEJOR FERIADO LO DISFRUTAS EN EL ORO                       |
| 6 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN                      | DISFRUTA DE LAS ARTES VIVAS Y CONOCE LOS 4 MUNDOS DEL ECUADOR |
| 7 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN                      | GRAN FERIA TURÍSTICA: CONOCE LOS 4 MUNDOS DEL ECUADOR         |
| 12 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN                      | ECUADOR TU LUGAR EN EL MUNDO                                  |
| 16 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN                      | RECORRE LOS 4 MUNDOS  |
| 17 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO              | DESFILE POR LA CALLES DE LA CIUDAD                            |
| 17 DE NOVIEMBRE       | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PORTADA | VISITA LOS 4 MUNDOS DEL SUR                                   |
| 18 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO              | FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVA LOJA 2017: ACTIVIDADES   |
| 18 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN                      | 197 ANOS DE INDEPENDENCIA DE LOJA                             |
| 18 DE NOVIEMBRE       | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PERFIL  | LOGO DEL MINISTERIO DE TURISMO                                |
| 21 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN                      | FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVA LOJA 2017: ACTIVIDADES   |
| 22 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO              | FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVA LOJA 2017: ACTIVIDADES   |

|                       |                     |   |
|-----------------------|---------------------|---|
| 22 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A CONOCER LOS 4 MUNDOS DEL SUR   |
| 22 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | APROVECHA EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS 2017 PARA CONOCER LOS 4 MUNDOS DEL SUR |
| 23 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | RECORRE LOS 4 MUNDOS DURANTE EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS LOJA 2017           |
| 24 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO | FIESTA DE LA LUZ: IGLESIA DE SAN SEBASTIÁN  |
| 25 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO | FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVA LOJA 2017: ACTIVIDADES                               |
| 25 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO | FIESTA DE LA LUZ: IGLESIA CATEDRAL  |
| 26 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | CONOCE QUITO  |
| 26 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | RESUMEN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS LOJA 2017                               |
| 26 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS LOJA 2017   |
| 26 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | 20 ANOS DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE LOJA  |
| 28 DE NOVIEMBRE       | TRANSMISIÓN EN VIVO | INVITACIÓN A CELEBRAR EL KAPAK RAYMI  |
| 30 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | CONOCE LOS 4 MUNDOS DEL ECUADOR   |
| <b>DICIEMBRE 2017</b> |                     |   |
| 2 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN         | LOJA ES MÚSICA: TRIVIA MUSICAL  |
| 3 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A CAMINATA: CATAMAYO- SAN LUCAS  |
| 3 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN         | CONOCE ECUADOR: VIDEO   |
| 8 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN         | LOJA ES MÚSICA  |
| 8 DE DICIEMBRE        | TRANSMISIÓN EN VIVO | GRUPO LOS SARAGUROS   |
| 9 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN         | KAYAK EN EL RIO JUBONES   |
| 11 DE DICIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | TRIVIA MUSICAL  |
| 14 DE DICIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO EN RADIO ZAPOTILLO   |
| 15 DE DICIEMBRE       | PUBLICACIÓN         | MÚSICA LOJANA   |

|                   |                                  |   |
|-------------------|----------------------------------|---|
| 21 DE DICIEMBRE   | TRANSMISIÓN EN VIVO              | KAPAK RAYMI EN SARAGURO   |
| 22 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN                      | VIDEO SOBRE EL CAFÉ Y CACAO                                       |
| 22 DE DICIEMBRE   | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PORTADA | IMAGEN DE PAISAJE DE LA PROVINCIA DE EL ORO                       |
| 29 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN                      | DISFRUTA LAS FIESTAS DE FIN DE AÑO EN CATAMAYO                    |
| 30 DE DICIEMBRE   | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PORTADA | RELOJ DE ZAMORA   |
| <b>ENERO 2018</b> |                                  |   |
| 2 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA                         |
| 2 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CENTRO HISTÓRICO- QUITO        |
| 2 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: OLON- SANTA ELENA              |
| 2 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA                         |
| 3 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: DISFRUTA LA TEMPORADA DE PLAYA |
| 4 DE ENERO        | PUBLICACIÓN                      | VISITA LOS 4 MUNDOS DE ECUADOR                                    |
| 4 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: VISITA LOS 4 MUNDOS DE ECUADOR |
| 4 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: RIOBAMBA                       |
| 4 DE ENERO        | PUBLICACIÓN                      | CURSO EN ZAPOTILLO  |
| 4 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: RIOBAMBA                       |
| 4 DE ENERO        | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: PAILÓN DEL DIABLO              |

|            |                     |   |
|------------|---------------------|---|
| 5 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | VISITA DEL EMBAJADOR ES ESTADOS UNIDOS AL CENTRO BINACIONAL EN HUAQUILLAS |
| 5 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | FIESTA DE 3 REYES EN SARAGURO   |
| 5 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: PILLARO                                |
| 5 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: COTOPAXI                               |
| 5 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A FIESTAS DE REYES EN SARAGURO                                 |
| 6 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: BAÑOS                                  |
| 6 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SANTA ELENA                            |
| 6 DE ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | FIESTA DE 3 REYES EN SARAGURO   |
| 6 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | FIESTA AL NINO EN SARAGURO  |
| 7 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: EL COCA                                |
| 8 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | GALÁPAGOS   |
| 8 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | VISITA AL MUSEO DE LA UTPL  |
| 8 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: QUITO                                  |
| 9 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | COLUMPIO DEL FIN DEL MUNDO  |
| 9 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUYABENO- SUCUMBÍOS                    |
| 9 DE ENERO | COMPARTIÓ           | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ZAPOTILLO                              |
| 9 DE ENERO | PUBLICACIÓN         | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| 9 DE ENERO  | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE FOTO DE PORTADA | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 10 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 10 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ZARUMA                           |
| 10 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | MONTAÑITA   |
| 10 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 11 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: VIDA ECUADOR                     |
| 11 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: MIRADOR LAGUNA DE YAMBO- SALCEDO |
| 11 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SALINAS                          |
| 11 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 11 DE ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO                      | RUEDA DE PRENSA SOBRE EL FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES            |
| 12 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS                        |
| 12 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: LOMAS DEL PANECILLO- QUITO       |
| 14 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | ECUADOR UN PAÍS ÚNICO   |
| 14 DE ENERO | COMPARTIÓ                                | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE ECUADOR                   |
| 14 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 15 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES                                     |
| 15 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | CARNAVALES EN GONZANAMA   |
| 15 DE ENERO | PUBLICACIÓN                              | INAUGURACIÓN DE MARISQUERÍA PUERTO CALLAO EN YANTZAZA               |

|             |                                  |   |
|-------------|----------------------------------|---|
| 15 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: BOSQUE PETRIFICADO DE PUYANGO            |
| 15 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: EL CAJAS- CUENCA                         |
| 16 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES          |
| 16 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: RADIO ZAPOTILLO<br>ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO EN RADIO ZAPOTILLO |
| 16 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO EN RADIO SATELITAL                           |
| 16 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SUCRE- MANABÍ                            |
| 16 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: QUITO                                    |
| 17 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 17 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 17 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: MEJÍA                                    |
| 17 DE ENERO | COMPARTIÓ                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: AMBATO                                   |
| 17 DE ENERO | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PORTADA | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 17 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 17 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 17 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 18 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 18 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 19 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |
| 19 DE ENERO | PUBLICACIÓN                      | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES   |

|             |             |  |
|-------------|-------------|--|
| 20 DE ENERO | PUBLICACIÓN | INTERVENCIÓN DE FABIÁN ALTAMIRANO EN EL EVENTO SERENATA A LA FLOR DEL GUAYACÁN |
| 20 DE ENERO | PUBLICACIÓN | FIESTA EN HONOR A SAN SEBASTIÁN  |
| 21 DE ENERO | PUBLICACIÓN | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES  |
| 22 DE ENERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE LOS 4 MUNDOS                         |
| 22 DE ENERO | PUBLICACIÓN | MONTAÑITA  |
| 23 DE ENERO | PUBLICACIÓN | ELABORACIÓN DE PLAN DE CONTINGENCIA PARA EL FERIADO DE CARNAVAL                |
| 24 DE ENERO | PUBLICACIÓN | PROGRAMACIÓN DE CARNAVALES EN PINDAL   |
| 25 DE ENERO | PUBLICACIÓN | VIDEO TURÍSTICO DE ECUADOR   |
| 25 DE ENERO | PUBLICACIÓN | RUEDA DE PRENSA SOBRE FESTIVIDADES DE CARNAVAL                                 |
| 25 DE ENERO | PUBLICACIÓN | EMPRESARIOS TURÍSTICOS- RUEDA DE PRENSA  |
| 25 DE ENERO | PUBLICACIÓN | INVITACIÓN A LOJA A DISFRUTAR DE LAS FESTIVIDADES DE CARNAVAL                  |
| 25 DE ENERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE LOS 4 MUNDOS                         |
| 26 DE ENERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SIERRA ECUATORIANA                          |
| 26 DE ENERO | PUBLICACIÓN | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES  |
| 26 DE ENERO | PUBLICACIÓN | REUNIÓN DE LA MESA DEL CAFÉ  |
| 26 DE ENERO | PUBLICACIÓN | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES  |
| 27 DE ENERO | PUBLICACIÓN | FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES  |
| 28 DE ENERO | PUBLICACIÓN | ECUADOR Y SUS CUATRO MUNDOS  |
| 28 DE ENERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ECUADOR Y SUS CUATRO MUNDOS                 |



|                     |             |   |
|---------------------|-------------|---|
| 29 DE ENERO         | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: VISITA ECUADOR EN CARNAVAL     |
| 29 DE ENERO         | PUBLICIDAD  | PROGRAMACIÓN DE CARNAVALES EN ZAPOTILLO                           |
| 29 DE ENERO         | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: VIAJA A QUITO Y GUAYAQUIL      |
| 29 DE ENERO         | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ALAUSI                         |
| 30 DE ENERO         | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: DISFRUTA EN CARNAVAL EN PINDAL |
| 30 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | CARNAVALES EN ZAMORA CHINCHIPE                                    |
| 30 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | CARNAVALES EN ZAPOTILLO   |
| 30 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | PRESENTACIÓN DE CURSO A DESARROLLARSE EN MACARA                   |
| 30 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | INVITACIÓN A CARNAVALES EN ZAPOTILLO                              |
| 30 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN ZAPOTILLO   |
| 31 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | REUNIÓN EN SECTOR HOTELERO  |
| 31 DE ENERO         | PUBLICACIÓN | REUNIÓN CON SECAP   |
| <b>FEBRERO 2018</b> |             |   |
| 1 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN | CONOCE ECUADOR  |
| 1 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN | PARTICIPACIÓN EN CONTROL DE TRANSITO(CATAMAYO)                    |
| 1 DE FEBRERO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SUCUMBÍOS                      |
| 1 DE FEBRERO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS                      |
| 1 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN | RECOMENDACIONES PARA IR A GALÁPAGOS                               |
| 1 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |

|              |             |   |
|--------------|-------------|---|
| 1 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |
| 1 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | FLORA Y FAUNA DE GALÁPAGOS  |
| 1 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: DISFRUTA EN CARNAVAL EN PINDAL |
| 2 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO                                    |
| 2 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | PREGÓN DE FIESTAS EN SARAGURO                                     |
| 2 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE ECUADOR                 |
| 2 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SOCIALIZACIÓN EN ZAMORA   |
| 2 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | GESTIÓN COORDINADORES ZONALES 2017                                |
| 2 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: POSORJA                        |
| 2 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ATUNTAQUI                      |
| 2 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | CAPACITACIÓN A LAS FUERZAS ARMADAS SOBRE TEMAS TURÍSTICOS         |
| 5 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | LOJA, CAMINO A LA CIUDAD CREATIVA DE LA MÚSICA                    |
| 5 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: RUMIÑAHUI                      |
| 5 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: EL CAJAS                       |
| 5 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | GUÍA FOTOGRÁFICA DE MARIPOSAS                                     |
| 6 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | CORTA   |
| 6 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | CAMPAÑA ECUADOR IS LOVE   |
| 6 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: MONTANITA                      |
| 7 DE FEBRERO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ORELLANA                       |
| 7 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | ISLA SANTAY   |

|                     |                    |   |
|---------------------|--------------------|---|
| 7 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | QUITO   |
| 7 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | MACHALA   |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN ZAMORA CHINCHIPE                                      |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN ZAMORA CHINCHIPE                                      |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN ZAMORA CHINCHIPE                                      |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN LA PROVINCIA DE LOJA                                |
| <b>9 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b> | <b>CARNAVALES EN LOJA(JIPIRO)</b>                                 |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CONTROL EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS                            |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | ESTADO DE LAS VÍAS  |
| <b>9 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b> | <b>LOJA EN ESTE CARNAVAL</b>                                      |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN EL SUR  |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO                                    |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CONOCE ZAMORA CHINCHIPE   |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN PALANDA   |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN PAQUISHA  |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN YACUAMBI  |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN ZAPOTILLO   |
| 9 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN        | INVITACIÓN A CURSO EN SARAGURO                                    |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVALES EN SARAGURO  |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | SEGURIDAD EN ZONA 7 POR CARNAVALES                                |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | COMUNICADO PARA HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO EN EL SECTOR TURÍSTICO |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL BINACIONAL   |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN SARAGURO  |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN YACUAMBI  |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN OLMEDO  |
| 10 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | CARNAVAL EN GONZANAMA   |
| 11 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | AGENDA DE CARNAVALES EN ZAMORA                                    |
| 12 DE FEBRERO       | PUBLICACIÓN        | PRESENTACIÓN DE ARTISTAS EN ZAPOTILLO                             |

|                      |                                  |  |
|----------------------|----------------------------------|--|
| 12 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | VISITA SANTA ROSA EN CARNAVAL  |
| 12 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | DÍA DE LA AMAZONIA   |
| 12 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | CELEBRA CARNAVALES EN CATAMAYO   |
| 12 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | SHOW ARTÍSTICO EN PINDAL   |
| <b>13 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>               | <b>VISITA LOJA EN EL CIERRE DE CARNAVAL</b>  |
| 13 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | VISITA EL ORO  |
| 13 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | ASÍ CELEBRO PINDAL   |
| 14 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | CANTONIZACIÓN DE EL PANGUI   |
| <b>14 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>               | <b>CONFERENCIA TURISMO 2.0</b>   |
| 14 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | INVITACIÓN CICLO DE CONFERENCIAS   |
| 15 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | INVITACIÓN CICLO DE CONFERENCIAS   |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | AEROLÍNEAS INTERESADAS EN ECUADOR  |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | FERIADO DE CARNAVAL RECAUDO 81 MILLONES DE DÓLARES                                       |
| 16 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO              | COMUNICACIÓN TURÍSTICA 2.0   |
| 16 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO              | FOTOGRAFÍA PARA REDES SOCIALES   |
| 16 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO              | NUEVAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN ONLINE   |
| 16 DE FEBRERO        | ACTUALIZACIÓN DE FOTO DE PORTADA | FOTO DE ZAMORA CHINCHIPE   |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | ISLAS GALÁPAGOS  |
| 16 DE FEBRERO        | COMPARTÍO                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS   |
| 18 DE FEBRERO        | COMPARTÍO                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS   |
| 19 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | INVITACIÓN A SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS |
| 19 DE FEBRERO        | COMPARTÍO                        | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ECUADOR   |
| 19 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | INVITACIÓN A SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS |
| 19 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN                      | INVITACIÓN A TURISMO DE TURISMO DIGITAL  |

|               |             |  |
|---------------|-------------|--|
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | INVITACIÓN A SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | CONOCE SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | DISFRUTA SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | GASTRONOMÍA DE SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | DISFRUTA SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SALINAS  |
| 20 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | DISFRUTA SALINAS   |
| 20 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: MITAD DEL MUNDO                                       |
| 21 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS EN ZAMORA    |
| 21 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS   |
| 22 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS EN LOJA      |
| 22 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: TUNGURAHUA  |
| 23 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | RENDICIÓN DE CUENTAS   |
| 24 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SALUDOS A MALACATOS EN SU EMANCIPACIÓN POLÍTICA  |
| 26 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: BASÍLICA DEL VOTO NACIONAL                            |
| 26 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | SOCIALIZACIÓN DE METODOLOGÍA PARA JERARQUIZACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS EN MACHALA   |
| 26 DE FEBRERO | COMPARTÍO   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CERRO DEL HAYAS- NARANJAL                             |
| 26 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | CANTONIZACIÓN DE YANTZAZA  |
| 27 DE FEBRERO | PUBLICACIÓN | RENDICIÓN DE CUENTAS   |

|                   |             |   |
|-------------------|-------------|---|
| 27 DE FEBRERO     | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: PARQUE HISTÓRICO GUAYAQUIL |
| 28 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN | NUEVA JERARQUIZACIÓN EN SECTOR TURÍSTICO                      |
| 28 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN | PROYECTOS EJECUTADOS EN 2017                                  |
| <b>MARZO 2018</b> |             |   |
| 1 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE ECUADOR             |
| 1 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | REALIZACIÓN DE OPERATIVO                                      |
| 1 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA                     |
| 2 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CAÑAR                      |
| 2 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: AZUAY                      |
| 2 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CONOCE LA ZONA 7  |
| 3 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CARNAVALES EN CATACocha                                       |
| 3 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CAÑAR   |
| 4 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SALINAS                    |
| 5 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | INVITACIÓN DEL PLAN DE CONTINGENCIA                           |
| 5 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN NAPO  |
| 5 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN ORELLANA  |
| 5 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN PICHINCHA   |
| 7 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | ISLA SANTAY   |
| 7 DE MARZO        | PUBLICACIÓN | TREN ECUADOR  |
| 7 DE MARZO        | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: TREN ECUADOR               |

|             |             |  |
|-------------|-------------|--|
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN RIOBAMBA                                   |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN PINDAL                                     |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN BOLÍVAR                                    |
| 7 DE MARZO  | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA              |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | ENTREVISTA DE FABIÁN ALTAMIRANO                        |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | ESMERALDAS   |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | SANTO DOMINGO  |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | LOJA   |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | LO MEJOR DE CARNAVAL EN EL ORO                         |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | VIDEO SOBRE ECUADOR                                    |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | ECUADOR DESTACA EN BERLÍN 2018                         |
| 8 DE MARZO  | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: DÍA DE LA MUJER     |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | GASTRONOMÍA DE LA ISLA SANTAY                          |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN ECUADOR                                    |
| 8 DE MARZO  | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE ECUADOR      |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO POR FERIADO DE CARNAVAL |
| 8 DE MARZO  | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA              |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CONOCE LA PROVINCIA DE LOJA                            |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CAMPAÑA BAÑOS LIMPIOS                                  |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN EL GUABO                                   |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN VILCABAMBA                                 |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CARNAVAL EN MALACATOS                                  |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | LOJA OPCIÓN PARA EL CARNAVAL                           |
| 9 DE MARZO  | PUBLICACIÓN | CRÓNICA: ACCIÓN SOCIAL                                 |
| 10 DE MARZO | PUBLICACIÓN | INDEPENDENCIA DE SARAGURO                              |

|             |             |  |
|-------------|-------------|--|
| 11 DE MARZO | PUBLICACIÓN | AGENDA CULTURAL EN EL TEATRO BENJAMÍN CARRIÓN  |
| 11 DE MARZO | PUBLICACIÓN | EXPLORA ECUADOR  |
| 11 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CONOCE ECUADOR  |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ALL YOU NEED IS ECUADOR  |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ESCUELA QUITENA DE ARTE  |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | IGLESIAS DE QUITO  |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | QUITO: TURISMO RELIGIOSO   |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | QUITO, CLAUSTRO DE AMÉRICA   |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | QUITO: CENTRO HISTÓRICO  |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | IGLESIAS DE LA CAPITAL   |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | TALLER DE EDUCACIÓN FINANCIERA   |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN | REVISTA COLUMBUS TRAVEL RECORRE ECUADOR  |
| 14 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA  |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CRONOGRAMA DE FESTIVIDADES EN CENTINELA DEL CÓNDOR   |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ECUADOR DESTINO SEGURO   |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ANDES ECUATORIANOS   |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | COSTA DEL ECUADOR  |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ECUADOR DESTINO SEGURO   |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN | REUNIÓN SOBRE EL CAFÉ EN LAS INSTALACIONES DE LA COORDINACIÓN ZONAL 7 DEL MINISTERIO DE TURISMO EN LOJA. |
| 16 DE MARZO | PUBLICACIÓN | VISITA DE CORRESPONSAL DE REVISTA COLUMBUS A SARAGURO  |
| 16 DE MARZO | PUBLICACIÓN | TREN ECUADOR   |
| 18 DE MARZO | PUBLICACIÓN | PARTICIPACIÓN EN AL FIESTA DEL FLORECIMIENTO, MEDICINA ANCESTRAL Y TERAPIA COMPLEMENTARIA.               |
| 18 DE MARZO | PUBLICACIÓN | TREN ECUADOR   |
| 19 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CANJE DE LICENCIAS DE GUÍAS NATIVOS EN EL CISNE  |



|             |             |   |
|-------------|-------------|---|
| 19 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA EN LA ZONA 7   |
| 19 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GASTRONOMÍA ECUATORIANA        |
| 20 DE MARZO | PUBLICACIÓN | FESTIVAL DE LA CHONTA Y LA CULEBRA EN ANGARITA 2018               |
| 20 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SANTO DOMINGO                  |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CATEDRAL DE GUARANDA  |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | GALÁPAGOS   |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA EN GUAYAQUIL   |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SOCIALIZACIÓN DE CRÉDITOS DE LA BANCA PUBLICA                     |
| 21 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SALUDOS A CENTINELA DEL CÓNDOR EN SU ANIVERSARIO DE CANTONIZACIÓN |
| 21 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SANTUARIO DE SANTA NARCISA     |
| 22 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA EN ECUADOR   |
| 22 DE MARZO | PUBLICACIÓN | VISITA LA ZONA 7  |
| 22 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ZONA 7                         |
| 22 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CAÑAR                          |
| 22 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: AZUAY                          |
| 22 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SEMANA SANTA EN QUITO          |
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | NUEVA AEROLÍNEA LLEGA A ECUADOR (SPIRIT AIRLINES)                 |
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | PROMOCIÓN DE ECUADOR EN EUROPA                                    |

|             |             |   |
|-------------|-------------|---|
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SARAGURO: CANJE DE LICENCIAS DE GUÍAS NATIVOS A LOCALES                             |
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CONTROL DE BAÑOS EN ESTACIONES DE SERVICIOS POR FERIADOS(LOJA)                      |
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CONTROL DE TRANSPORTE   |
| 23 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: PICHINCHA  |
| 23 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: NAPO   |
| 23 DE MARZO | PUBLICACIÓN | VIACRUCIS EN LA ZONA 7  |
| 23 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ESMERALDAS                                       |
| 23 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CEREMONIAS RELIGIOSAS                            |
| 24 DE MARZO | PUBLICACIÓN | FERIADO DE SEMANA SANTA   |
| 24 DE MARZO | PUBLICACIÓN | VISITA A IGLESIAS: ZARUMA   |
| 24 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA  |
| 25 DE MARZO | PUBLICACIÓN | IMÁGENES DE IGLESIAS DE QUITO   |
| 25 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA EN LA ZONA 7   |
| 26 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CONOCE LUGARES DEL ECUADOR/ GONZANAMA   |
| 26 DE MARZO | PUBLICACIÓN | REUNIÓN CON VARIAS INSTITUCIONES  |
| 26 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SUCUMBÍOS  |
| 26 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: QUITO  |
| 26 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SAN VICENTE- MANABÍ                              |
| 26 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GLOBOS AEROSTÁTICOS SOBRE LOS ANDES ECUATORIANOS |
| 26 DE MARZO | PUBLICACIÓN | INVITACIÓN A CURSO/ CALIDAD DE SERVICIOS EN LA EMPRESA TURÍSTICA                    |
| 27 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CURSO CALIDAD DE SERVICIOS EN LA EMPRESA TURÍSTICA EN YANTZAZA                      |

|             |             |  |
|-------------|-------------|--|
| 27 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ISLAS GALÁPAGOS   |
| 27 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: GALÁPAGOS   |
| 27 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ENTREVISTA DE CANALES NACIONALES INVITANDO A CONOCER LA ZONA 7 EN EL FERIADO DE SEMANA SANTA |
| 27 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ECUADOR   |
| 27 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: CUENCA  |
| 28 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: SANTO DOMINGO   |
| 28 DE MARZO | COMPARTIÓ   | SITIO: VIAJA ECUADOR<br>CONTENIDO: ECUADOR IS LOVE   |
| 28 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ENTREVISTA A FABIÁN ALTAMIRANO EN LA RADIO ACERCA DEL FERIADO DE SEMANA SANTA                |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN | LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA ECUADOR IS LOVE  |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ZARUMA- DESTINO TURÍSTICO EN SEMANA SANTA  |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN | CAMPAÑA ECUADOR IS LOVE  |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN | ECUADOR IS LOVE  |
| 30 DE MARZO | PUBLICACIÓN | MEDIDAS DE SEGURIDAD EN SEMANA SANTA   |
| 30 DE MARZO | PUBLICACIÓN | VISITA Y CONOCE LA FLORA Y FAUNA DEL EL ORO, ZAMORA, LOJA Y JAMBELI.                         |
| 30 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA   |
| 30 DE MARZO | PUBLICACIÓN | SEMANA SANTA EN SARAGURO   |

**MUNICIPIO DE LOJA**

**NOVIEMBRE 2017**

| <b>FECHA</b>           | <b>ACCIÓN</b>      | <b>DESCRIPCIÓN DE CONTENIDO</b>                                 |
|------------------------|--------------------|---|
| 1 DE NOVIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | RETORNO DE LA VIRGEN DE EL CISNE                                |
| 1 DE NOVIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | EXPOSICIÓN ALIVAR VILLAMAGUA                                    |
| 8 DE NOVIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | PREGÓN DE FIESTAS DE LOJA                                       |
| 8 DE NOVIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | MINGA E LA CIUDAD DE LOJA                                       |
| 10 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | EMPRENDIMIENTO  |
| 10 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | EXPOSICIÓN MASCARAS MUSEO DE LA MÚSICA                          |
| 10 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | REINA DEL BARRIO 18 DE NOVIEMBRE                                |
| 10 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | VISITA DE TURISTAS DEL PERÚ A LOJA                              |
| 12 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | DOMINGO CÍVICO  |
| 11 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | POSTA E LA LOJANIDAD 2017                                       |
| 13 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | ILUMINACIÓN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS LOJA 2017 |
| 14 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CLAUSURA DEL TALLER DE PROMOTORES AGROECOLÓGICOS                |
| 16 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CARMINA BURANA  |
| 16 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | RECIBIMIENTO PUERTA DE LA CIUDAD                                |
| 17 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | MISA Te Deum  |
| 19 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | REPROGRAMACIÓN FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS            |
| 20 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CERO AGUACERO   |
| 21 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | AMORES DISPARATADOS HIZO REÍR A LOS PRESENTES                   |
| 21 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | MAESTRO JUAN CASTRO ORTIZ                                       |
| 21 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | SI USTED NUNCA HA IDO A LOJA NO CONOCE MI PAÍS                  |
| 22 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | LOS MAS SABROSOS PLATOS FUERON DEGUSTADOS                       |
| <b>24 DE NOVIEMBRE</b> | <b>PUBLICACIÓN</b> | <b>II FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS</b>                 |
| 24 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | PRESENTACIÓN DE DANZAS DE LAS ESCUELAS MUNICIPALES              |
| 25 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | FORO SOBRE GOBERNANZA DE INTERNET                               |
| <b>25 DE NOVIEMBRE</b> | <b>PUBLICACIÓN</b> | <b>MAGIA DE LA LUZ</b>  |
| 26 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | LAS ZARZAS I, RECIBÍ CANCHA DE USO MÚLTIPLE                     |
| 26 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | PROGRAMACIÓN FIAV   |
| 26 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | TODOS SOMOS MÚSICOS Y SABEMOS NUESTRO CANTOS                    |

|                        |                    |   |
|------------------------|--------------------|---|
| 27 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | INAUGURACIÓN DEL MERCADO Y PLANTA DE LÁCTEOS DE YANGANA           |
| 27 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | FIRMA DE CONVENIO CIUDAD ALEGRÍA                                  |
| 27 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CLAUSURA II FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS                 |
| 28 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CON OBRAS JIMBILLA CONMEMORO 61 AÑOS                              |
| 28 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | FIRMA DE CONTRATO PARA CONSTRUCCIÓN DE PLANTA DE AGUAS RESIDUALES |
| 29 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | VICEMINISTRO DE TURISMO VISITA LOJA                               |
| <b>29 DE NOVIEMBRE</b> | <b>PUBLICACIÓN</b> | <b>RESUMEN FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS</b>              |
| 30 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | TRABAJOS DE REGENERACIÓN URBANA                                   |
| 30 DE NOVIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CAPACITACIÓN EN LA BOLSA GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO Y TRABAJO       |
| <b>DICIEMBRE 2017</b>  |                    |   |
| 2 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | EXPOSICIÓN Y COMPETENCIA DE VEHÍCULOS CLÁSICO                     |
| 3 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | DOMINGO CÍVICO  |
| 3 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | FERIA INTER PARROQUIAL SAN PEDRO DE VILCABAMBA                    |
| 5 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | COOPERACIÓN TÉCNICA ALEMANA “CIUDADES INTERMEDIAS SOSTENIBLES”    |
| 7 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | ALCALDE VISITO SAN PEDRO DE VILCABAMBA                            |
| 8 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | ENTREGA DE OFRENDAS FLORALES                                      |
| 8 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | DESFILE CÍVICO ESTUDIANTIL, FUNDACIÓN DE LOJA                     |
| 8 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | SESIÓN SOLEMNE POR LOS 469 AÑOS DE FUNDACIÓN DE LOJA              |
| 8 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | JUEVES CULTURALES   |
| 9 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | MINGA EN EL BARRIO LOS CIPRÉS                                     |
| 9 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | TRABAJOS EN LA CAPTACIÓN EL CARMEN                                |
| 9 DE DICIEMBRE         | PUBLICACIÓN        | COMPETENCIA DE CARROS DE MADERA                                   |
| 10 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | FIESTAS EN HONOR A LA INMACULADA CONCEPCIÓN                       |
| 10 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | DOMINGO CÍVICO  |
| 11 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | ILUMINACIÓN NAVIDEÑA DE LA CIUDAD                                 |
| 12 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | NOVENA NAVIDEÑA   |
| 13 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | REFORESTACIÓN EN ÁREAS DE REGENERACIÓN URBANA                     |
| 13 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | APERTURA DE OFERTAS   |
| 15 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | REUNIÓN CON INVERSIONISTAS CHINOS                                 |
| 17 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | EXPOSICIÓN DE ARTESANÍAS MUSHUK                                   |
| 17 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | CONCIERTO INTIÑAN   |
| 17 DE DICIEMBRE        | PUBLICACIÓN        | VISITA DEL ALCALDE AL ZOOLOGICO                                   |

|                   |                     |  |
|-------------------|---------------------|--|
| 17 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | AGASAJO A NIÑOS EN JIPIRO  |
| 17 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | VIRGENPAMBA CUENTA CON NUEVO ALCANTARILLADO                      |
| 17 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | CLAUSURA DEL CAMPEONATO MI LOJA UNIDA                            |
| 17 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO   |
| 20 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | VISITA DEL PRESIDENTE DEL SINDICATO DE CHOFERES DE LOJA          |
| 20 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | INAUGURACIÓN SISTEMA DE AGUA POTABLE CENEN BAJO                  |
| 21 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | REFORESTACIÓN DEL SENDERO LA CASCARILLA                          |
| 21 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | AGASAJO A ADULTOS EN EL CENTRO DE ATENCIÓN DE VILCABAMBA         |
| 22 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | XXIII CAMPAÑA DE ADOPCIÓN CANINA                                 |
| 22 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO DEL ALCALDE POR LOS TRABAJOS DE REGENERACIÓN URBANA    |
| 22 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | BASES PARA EL CONCURSO DE MONIGOTES                              |
| 27 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | MARTES DE FOLKLORE   |
| 27 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | CAPACITACIONES BOLSA GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO Y TRABAJO          |
| 28 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | HOMENAJE A ELVIA PALADINES                                       |
| 39 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | BEATS N° HITS PRODUCCIONES                                       |
| 30 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | POSESIÓN DE LA NUEVA DIRECTIVA DEL SINDICATO DE CHOFERES DE LOJA |
| 31 DE DICIEMBRE   | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO MONIGOTES 2017   |
| <b>ENERO 2018</b> |                     |  |
| 2 ENERO           | PUBLICACIÓN         | ZAMORA HUAYCO DISFRUTA DE MODERNO COMPLEJO DEPORTIVO             |
| 2 ENERO           | PUBLICACIÓN         | FIN DE AÑO   |
| 3 ENERO           | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 7 ENERO           | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO   |
| 10 ENERO          | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 10 ENERO          | PUBLICACIÓN         | FIRMA DE CONVENIO CON EMPRESA MUNICIPAL CHINA                    |
| 10 ENERO          | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 11 ENERO          | PUBLICACIÓN         | NOVENA A SAN SEBASTIÁN   |
| 11 ENERO          | PUBLICACIÓN         | VISITA DEL EMBAJADOR DE ESTADOS UNIDOS AL ALCALDE DE LOJA        |
| 11 ENERO          | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 13 ENERO          | PUBLICACIÓN         | MINGA EN EL BARRIO LOS ROSALES                                   |
| 13 ENERO          | PUBLICACIÓN         | ESCOMBRERA EN EL ROSAL   |
| 13 ENERO          | PUBLICACIÓN         | TRABAJOS EN EL CENTRO DE MATRICULACIÓN VEHICULAR                 |
| 14 ENERO          | PUBLICACIÓN         | INAUGURACIÓN DE OBRAS EN EL BARRIO MIRAFLORES ALTO               |

|          |                     |  |
|----------|---------------------|--|
| 14 ENERO | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO   |
| 15 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 16 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 16 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 17 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 17 ENERO | PUBLICACIÓN         | ASFALTO EN LAS PITAS                                     |
| 18 ENERO | PUBLICACIÓN         | PINGÜINOS BEBES EN EL BIOPARQUE ORILLAS DEL ZAMORA       |
| 18 ENERO | PUBLICACIÓN         | VISITA DE EMPRESARIO DE PERÚ                             |
| 18 ENERO | PUBLICACIÓN         | CAMPAÑA DE ADOPCIÓN CANINA                               |
| 19 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 20 ENERO | PUBLICACIÓN         | SESIÓN SOLEMNE DEL CABILDO CATEDRALICIO SAN SEBASTIÁN    |
| 21 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | DOMINGO CÍVICO   |
| 21 ENERO | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO   |
| 22 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 22 ENERO | PUBLICACIÓN         | CLAUSURA DEL CAMPEONATO INTER PARROQUIAL                 |
| 22 ENERO | PUBLICACIÓN         | BIOPARQUE ORILLAS DEL ZAMORA                             |
| 23 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 24 ENERO | PUBLICACIÓN         | REUNIÓN DE TRABAJO                                       |
| 24 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 24 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 25 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 25 ENERO | PUBLICACIÓN         | HOMENAJE A RAFAEL ALVARADO                               |
| 25 ENERO | PUBLICACIÓN         | CONFERENCIA MINISTRO DE HIDROCARBUROS UTPL               |
| 25 ENERO | PUBLICACIÓN         | VISITA DE DOCENTES DE JAÉN- PERÚ                         |
| 25 ENERO | PUBLICACIÓN         | TRABAJOS EN LA PLANTA DE AGUAS RESIDUALES                |
| 26 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO  |
| 26 ENERO | PUBLICACIÓN         | XXIII ANIVERSARIO DE LA VICTORIA DEL ALTO CENEP A DE 199 |
| 26 ENERO | PUBLICACIÓN         | ALCANTARILLADO EN LA CIU DADELA DEL MAESTRO 2            |
| 26 ENERO | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO POR REGENERACIÓN URBANA                        |
| 27 ENERO | TRANSMISIÓN EN VIVO | PROGRAMA PUERTA ABIERTA CON EL ALCALDE                   |
| 27 ENERO | PUBLICACIÓN         | PARROQUIALIZACIÓN DE SANTIAGO                            |
| 28 ENERO | PUBLICACIÓN         | FERIA AGRÍCOLA EL VALLE                                  |
| 28 ENERO | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO   |

|                      |                     |   |
|----------------------|---------------------|---|
| 29 ENERO             | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 29 ENERO             | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 30 ENERO             | PUBLICACIÓN         | CANCHA DEPORTIVA CLODOVEO ALTO                                    |
| 30 ENERO             | PUBLICACIÓN         | MURO DE CONTENCIÓN EN EL BARRIO ISIDRO AYORA                      |
| 30 ENERO             | PUBLICACIÓN         | SESIÓN DE TRABAJO PARA PREPARAR LA ASAMBLEA CANTONAL              |
| 31 ENERO             | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 31 ENERO             | PUBLICACIÓN         | CARNAVALES, UN DESTINO DE AVENTURA, SALUD Y ECOLOGÍA              |
| 31 ENERO             | PUBLICACIÓN         | BOCETOS DE ARREGLO DE LA QUINTA DE LA FACHA DEL PALACIO MUNICIPAL |
| <b>FEBRERO 2018</b>  |                     |   |
| 6 DE FEBRERO         | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 6 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | TRABAJOS EN LA PLANTA DE AGUA POTABLE DE MALACATOS                |
| <b>6 DE FEBRERO</b>  | <b>PUBLICACIÓN</b>  | <b>PROGRAMACIÓN DE CARNAVALES DE LOJA 2018</b>                    |
| 6 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | TRABAJOS EN LA PARROQUIA QUINARA                                  |
| 6 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | REPRESA EN MALACATOS  |
| 7 DE FEBRERO         | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 8 DE FEBRERO         | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 8 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | TRABAJOS EN LA PLANTA DE AGUA RESIDUALES                          |
| 9 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | NOTICIERO   |
| 9 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO DE TRABAJOS DE REGENERACIÓN URBANA                      |
| 9 DE FEBRERO         | PUBLICACIÓN         | CARNAVAL LOJA 2018  |
| 10 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | CICLEADA Y APADRINAMIENTO DE ARBOLES EN MALACATOS                 |
| 11 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | INAUGURACIÓN DE IGLESIA EN QUINARA                                |
| <b>11 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>  | <b>CARNAVAL EN NUEVA GRANADA</b>                                  |
| 14 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | SESIÓN SOLEMNE EN QUINARA   |
| <b>14 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>  | <b>CARNAVAL LOJA 2018</b>   |
| 15 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES                         |
| 16 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | CAMPAÑA DE ADOPCIÓN CANINA  |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO POR REGENERACIÓN URBANA                                 |
| 16 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 16 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | REUNIÓN DE TRABAJO CON FERNANDO CARRIÓN                           |
| 17 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | CONCIERTO POR SAN VALENTÍN  |



|                   |                     |   |
|-------------------|---------------------|---|
| 17 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | CURSO DE CANES: EDUCANDO A TU MASCOTA                               |
| 17 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | MINGA EN SAN CAYETANO BAJO  |
| 18 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | INAUGURACIÓN DE PLANTA DE AGUA EN MALACATOS                         |
| 18 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 18 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | FERIA PRODUCTIVA MALACATOS  |
| 19 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | CORONACIÓN REINA DE MALACATOS                                       |
| 19 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | PLANTA DE AGUA EN MALACATOS   |
| 19 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | RENDICIÓN DE CUENTAS CONSEJO DE LA JUDICATURA                       |
| 21 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | NOTICIERO   |
| 21 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | MI LOJA UNIDA   |
| 22 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | HOMENAJE A EFRÉN ROJAS LUDEÑA                                       |
| 22 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | DELEGACIÓN DE RIOBAMBA RECORRE LA ESTANCIA DEL ADULTO MAYOR         |
| 23 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 23 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | FIRMA DE CONTRATO DE FISCALIZACIÓN                                  |
| 23 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | DOCUMENTAL: TRAYECTORIA DE ALIVAR VILLAMAGUA                        |
| 23 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 24 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | LOS HIJOS DEL VIENTO  |
| 24 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | PARROQUIALIZACIÓN DE MALACATOS                                      |
| 25 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | DOMINGO CÍVICO  |
| 25 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | INAUGURACIÓN DE CANCHA EN EL BARRIO CLODOVEO JARAMILLO              |
| 25 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 25 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 26 DE FEBRERO     | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 26 DE FEBRERO     | PUBLICACIÓN         | CAPACITACIÓN UCOT   |
| <b>MARZO 2018</b> |                     |   |
| 1 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | INFORME DE LABORES DE LA ASAMBLEÍSTA VERÓNICA ARIAS                 |
| 1 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CONCIERTO DE TEMPORADA DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE LOJA             |
| 1 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | RENDICIÓN DE CUENTAS DEL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y OBRAS PUBLICAS |
| 2 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | NUEVOS BUSES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES LOJA                  |
| 2 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CENTRO CULTURAL MUNICIPAL BERNARDO VALDIVIESO                       |
| 3 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | PROGRAMA PUERTA ABIERTA   |
| 3 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | MINGA EN EL BARRIO CANSACOLA  |
| 3 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | GRABACIÓN DE MAGAZINE ENTRE GENTE                                   |

|             |                     |   |
|-------------|---------------------|---|
| 3 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | ASFALTO EN EL BARRIO LAS PITAS                            |
| 4 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 4 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | NUESTRA CIUDAD EN LA SEMANA                               |
| 5 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 6 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 6 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | SEGURIDAD EN EL SENDERO LA CASCARILLA                     |
| 7 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | FERIA POR EL DÍA DE LA MUJER                              |
| 7 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | ENTREVISTA EN ECUADOR TV                                  |
| 8 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 8 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | PRESIDENTA DE LA CORTE NACIONAL DE JUSTICIA EN LOJA       |
| 8 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 9 DE MARZO  | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 9 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | PERIODISTA VE EN LOJA UNA CIUDAD INTERMEDIA               |
| 9 DE MARZO  | PUBLICACIÓN         | ALCALDE RECORRE PROYECTO DE REGENERACIÓN URBANA           |
| 11 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | DOMINGO CÍVICO  |
| 11 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 11 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | PROGRAMA NUESTRA CIUDAD EN LA SEMANA                      |
| 12 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 12 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | ALCALDE DA LA BIENVENIDA A DIRECTOR DE LA UNESCO          |
| 12 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 13 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | ALCALDE RECIBIÓ A KARLA KANORA EN SU DESPACHO             |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | NUMERO PARA DENUNCIAS                                     |
| 13 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | COLOCAN LUMINARIAS EN ÁREAS DE REGENERACIÓN URBANA        |
| 14 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 15 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | CONCIERTO SINFÓNICO                                       |
| 15 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO EN LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES |
| 16 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 16 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO DEL ALCALDE EN LA REGENERACIÓN URBANA           |
| 16 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | FERIA CIUDADANA CON PROYECTOS MUNICIPALES                 |
| 16 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | MUNICIPIO DESTACÓ OBRAS EJECUTADAS EN EL 2017             |

|                    |                     |   |
|--------------------|---------------------|---|
| 17 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | MINGA EN EL BARRIO BELÉN  |
| 17 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CLODOVEO ALTO CONTARA CON CANCHA DEPORTIVA                        |
| 17 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CONSTRUCCIÓN DE BATERÍAS SANITARIAS EN OBRAPÍA                    |
| 18 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 18 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | SAN LUCAS ESTRENA PLAZA CULTURAL                                  |
| 18 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | FINALES DE JUEGOS INTERESCOLARES MUNICIPALES DE PADRES DE FAMILIA |
| 19 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 19 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | ENTREGA DE PLAZA REMODELADA EN SAN LUCAS                          |
| 19 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 19 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | OBRAS PARA EL SECTOR NUEVA GRANADA                                |
| 20 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 20 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 21 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | SAN LUCAS CELEBRO UN ANIVERSARIO MAS DE EMANCIPACIÓN POLÍTICA     |
| 21 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 22 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 22 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | II SEMINARIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PUBLICAS INNOVADORES      |
| 22 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | NO ABANDONES ELLOS SON PARTE DE LA FAMILIA (CAMPAÑA CANINA)       |
| 22 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 23 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | FERIA INTER PARROQUIAL DE SAN SEBASTIÁN                           |
| 23 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | PARROQUIALIZACIÓN DE GUALEL                                       |
| 24 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | MINGA COMUNITARIA BARRIO LAS PALMERAS                             |
| 24 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CONCIERTO SACRO   |
| 24 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CUERPO DE BOMBEROS PRESENTA CASA ABIERTA                          |
| 25 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | DOMINGO CÍVICO  |
| 25 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | LOJA CUENTA CON PISTA DE MOTOCROSS                                |
| 25 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 26 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 26 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | CAPACITACIONES EN LA BOLSA GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO Y EMPLEO      |
| 26 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| 26 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | RESPETEMOS LOS ESPACIOS PÚBLICOS                                  |
| 27 DE MARZO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO   |
| <b>27 DE MARZO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>  | <b>DÍA DEL TEATRO</b>   |
| 27 DE MARZO        | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO DEL ALCALDE POR EL TEATRO BOLÍVAR                       |

|             |                     |                                   |
|-------------|---------------------|-----------------------------------|
| 27 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO                         |
| 28 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | MUSICAL DE BOLEROS                |
| 28 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO                         |
| 28 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | SEMANA SANTA                      |
| 28 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | MI LOJA UNIDA                     |
| 28 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | HOMENAJE A MARÍA ELENA CASTILLO   |
| 28 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO                         |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO ORQUIDEARIO             |
| 29 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | RECORRIDO POR REGENERACIÓN URBANA |
| 29 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | NOTICIERO                         |
| 30 DE MARZO | TRANSMISIÓN EN VIVO | VIACRUCIS EN EL VALLE             |
| 31 DE MARZO | PUBLICACIÓN         | VIACRUCIS EN EL VALLE             |

GAD PARROQUIAL DE VILCABAMBA

| <b>NOVIEMBRE 2017</b> |               |   |
|-----------------------|---------------|---|
| <b>FECHA</b>          | <b>ACCIÓN</b> | <b>DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO</b>  |
| 21 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN   | OBRAS EN LIMPIEZA DE VÍAS   |
| 21 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN   | ASOCIACIÓN DE VÍA CON EL APOYO DE LA COMUNIDAD  |
| 28 DE NOVIEMBRE       | PUBLICACIÓN   | TRABAJO EN MEJORAMIENTO DE VIALIDAD   |
| <b>DICIEMBRE 2017</b> |               |   |
| 15 DE DICIEMBRE       | PUBLICACIÓN   | INVITACIÓN A LA COMUNIDAD HECHA POR GUERREROS AZULES A TRAVÉS DE LAS REDES DE LA INSTITUCIÓN      |
| 29 DE DICIEMBRE       | PUBLICACIÓN   | INVITACIÓN PARA DESPEDIR EL AÑO   |
| <b>ENERO 2018</b>     |               |   |
| 12 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | ARREGLO DE LAS CALES DE LA PARROQUIA CON LA INTERVENCIÓN DEL MUNICIPIO DE LOJA                    |
| 12 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | VISITA DEL EMBAJADOR DE ESTADOS UNIDOS A VILCABAMBA   |
| 12 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | EMBAJADOR DE LOS ESTADOS UNIDOS EN ECUADOR VISITA LAS ASOCIACIÓN DE ADULTOS MAYORES DE VILCABAMBA |
| 13 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | SIEMBRAN PLANTAS EN EL SENDERO MANDANDO   |
| 16 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | REUNIÓN DE AUTORIDADES LOCALES Y PROVINCIALES PARA TRATAR ASUNTOS DE SEGURIDAD EN VILCABAMBA      |
| 18 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | INVITACIÓN A JORNADA ODONTOLÓGICA EN LA PARROQUIA   |
| 20 DE ENERO           | PUBLICACIÓN   | INVITACIÓN A JORNADA ODONTOLÓGICA   |

| <b>FEBRERO 2018</b> |                     |   |
|---------------------|---------------------|---|
| <b>1 DE FEBRERO</b> | <b>PUBLICACIÓN</b>  | <b>INVITACIÓN PARA CARNAVALES</b>   |
| 7 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A SHOW ARTÍSTICO   |
| 7 DE FEBRERO        | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A CARNAVALES EN VILCABAMBA (VIDEO DE SHOW ARTÍSTICO)   |
| 7 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | CARNAVALES VILCABAMBA   |
| 9 DE FEBRERO        | TRANSMISIÓN EN VIVO | CARNAVALES VILCABAMBA   |
| 12 DE FEBRERO       | TRANSMISIÓN EN VIVO | CARNAVALES VILCABAMBA   |
| 12 DE FEBRERO       | TRANSMISIÓN EN VIVO | CARNAVALES VILCABAMBA   |
| 13 DE FEBRERO       | TRANSMISIÓN EN VIVO | CARNAVALES VILCABAMBA   |
| <b>MARZO 2018</b>   |                     |   |
| 22 DE MARZO         | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN PARA COMUNIDAD INMIGRANTE A SOCIALIZACIÓN CON EL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES EN VILCABAMBA |
| 26 DE MARZO         | PUBLICACIÓN         | INVITACIÓN A INFORME DE LABORES DEL AÑO 2017  |
| 28 DE MARZO         | PUBLICACIÓN         | RENDICIÓN DE CUENTAS  |

## ÍNDICE

|  |      |
|--|------|
| <b>PORTADA</b> .....                     | i    |
| <b>CERTIFICACIÓN</b> .....               | ii   |
| <b>AUTORÍA</b> .....                     | iii  |
| <b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b> .....       | iv   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....              | v    |
| <b>DEDICATORIA</b> .....                 | vi   |
| <b>MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO</b> ..... | vii  |
| <b>MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS</b> .....   | viii |
| <b>ESQUEMA DE TESIS</b> .....            | ix   |
| <b>a. TÍTULO</b> .....                   | 1    |
| <b>b. RESUMEN</b> .....                  | 2    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                    | 3    |
| <b>c. INTRODUCCIÓN</b> .....             | 4    |
| <b>d. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....   | 6    |
| PUBLICIDAD .....                         | 6    |
| FOTOGRAFÍA .....                         | 10   |
| FOTOGRAFÍA TURÍSTICA .....               | 14   |
| SEMIÓTICA A DE LA IMAGEN.....            | 16   |
| TURISMO EN LA CIUDAD DE LOJA.....        | 19   |
| LOJA.....                                | 21   |
| PARROQUIAS URBANAS.....                  | 22   |
| PARROQUIAS RURALES.....                  | 28   |
| <b>e. MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....     | 31   |
| <b>f. RESULTADOS</b> .....               | 34   |
| <b>g. DISCUSIÓN</b> .....                | 92   |
| <b>h. CONCLUSIONES</b> .....             | 96   |

|   |            |
|---|------------|
| <b>i. RECOMENDACIONES.....</b>              | <b>97</b>  |
| ➤ <b>PROPUESTA ALTERNATIVA.....</b>         | <b>98</b>  |
| <b>j. BIBLIOGRAFÍA.....</b>                 | <b>121</b> |
| <b>k. ANEXOS.....</b>                       | <b>123</b> |
| <b>a. TEMA.....</b>                         | <b>124</b> |
| <b>b. PROBLEMÁTICA.....</b>                 | <b>125</b> |
| <b>c. JUSTIFICACIÓN.....</b>                | <b>126</b> |
| <b>d. OBJETIVOS.....</b>                    | <b>127</b> |
| <b>e. MARCO TEÓRICO.....</b>                | <b>128</b> |
| <b>f. METODOLOGÍA.....</b>                  | <b>147</b> |
| <b>g. CRONOGRAMA.....</b>                   | <b>149</b> |
| <b>h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....</b> | <b>150</b> |
| <b>i. BIBLIOGRAFÍA.....</b>                 | <b>151</b> |
| <b>OTROS ANEXOS .....</b>                   | <b>153</b> |
| <b>ÍNDICE.....</b>                          | <b>181</b> |