



Patrimonio cultural del Cantón Santa Elena y su influencia en los medios de difusión turísticos

Cultural heritage of Santa Elena Canton and its influence on the media of touristic dissemination

Hugo Álvarez-Plua¹
Verónica Benavides-Benítez¹
Jairo Cedeño-Pinoargote¹
Karina Bricio-Samaniego²

¹ Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), Ecuador. hugoalvarez19@yahoo.com

² Carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación, Universidad de Guayaquil, Ecuador.

RESUMEN

La información proporcionada por los medios de difusión, hoy en día tiene una connotación relevante e insustituible, ya que es una forma de transmitir las diferentes bondades de los destinos turísticos, constituyéndose en una vía directa para comunicar las diferentes características de un lugar, región, costumbres y tradiciones, vías de acceso, y medios de transporte, entre otros, permitiendo así que el turista tenga un mayor nivel de satisfacción al momento de escoger un destino. El estudio tiene como objetivo analizar el patrimonio cultural y su influencia en los medios de difusión turísticos del cantón Santa Elena, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, lo cual se encuestó a 383 personas, de las cuales fueron turistas y residentes del cantón. Entre los resultados se demostró que los medios de difusión turísticos no están siendo utilizados de una manera correcta y oportuna, además no hay políticas de uso sobre los espacios publicitarios y los medios de difusión turística, la utilización de un medio publicitario y su efecto esperado es lo que da como respuesta a la utilización de una información específica que motive al turista a retornar una nueva incursión y propagar el nombre del destino turístico.

Palabras clave: *Difusión, medios publicitarios, atractivos turísticos, patrimonio cultural.*

ABSTRACT

The information provided by the mass media, has a relevant and unique connotation, since it is a way of presenting the different attractiveness of the tourist destinations, being a direct source to inform the different attributes of a place, region, customs and traditions, access roads, and means of transport, allowing tourists to have a higher level of satisfaction when choosing a destination. The objective of this paper is to analyze the cultural heritage and its influence on the tourism mass media of the Santa Elena community, a quantitative methodology was applied, with 383 people surveyed among tourists and locals from the community. The results reported that media is not a power used effectively, in addition there are no policies about the use of advertising spaces and the tourist media. The use of publicity and its impact is what makes a visitor to return and promote a tourist destination.

Keywords: *Diffusion, advertising media, tourist attractions, cultural heritage.*

Recibido: 15/04/2018

Aceptado: 25/09/2018

Publicado: 21/12/2018

Introducción

Desde tiempos remotos el cantón Santa Elena perteneciente a la provincia del mismo nombre, se ha caracterizado por estar inmerso a las actividades cotidianas y ancestrales que han aportado a la historia y cultura del país, considerada como una cuna de civilizaciones ancestrales, que detallan sus tradiciones que han sido transmitidas desde la época de la cerámica, en la cultura las Vegas, sus diversas capacidades, para la pesca, tallado en piedra, como las artesanías elaboradas en tagua, y paja toquilla, luego heredó a la cultura Valdivia, que mejoró el proceso de secado y conservación de lo adquirido, todos estos procesos fueron heredados de generación en generación hasta nuestros días.

Sin embargo, el cantón Santa Elena, posee recursos turísticos de ámbito cultural, y en sus alrededores se pueden encontrar atractivos turísticos tales como: El Museo de Amantes de Sumpa, el Mirador Turístico, la Iglesia Matriz, el Cerro el Tablazo entre otros, por lo cual son muy poco visitados, además se encuentran actualmente viviendas antiguas en las calles de Guayaquil y 10 de agosto, y en el sector denominado 5 esquinas, que están haciendo utilizadas para el comercio.

En un trabajo de investigación con el tema “Cultura e historia del cantón Santa Elena y su influencia en los medios de fusión del año 2017”, de la Universidad de Santa Elena, se concluyó que: La cultura y la historia influye en el desarrollo del turismo y la manera en que los medios de difusión ofrecen información es importante, Sin embargo la mayoría de las personas encuestadas consideran que; la difusión turística no es buena, los turistas siempre andan preguntando y perdidos en ciertas rutas, y desconocen de los atractivos turísticos con que cuenta este cantón.

Con el fin de dar a conocer la influencia de los medios de comunicación en los programas de difusión del

cantón Santa Elena, se realizó un estudio por los estudiantes de la universidad de Guayaquil Facso de la carrera de comunicación social donde concluyen que: La provincia de Santa Elena es un lugar muy cultural, donde muchos niños y jóvenes están fomentando el arte a través del canto, el baile y la danza, y sus actividades de artesanías. Respecto a la cantidad de radios que existe en la provincia, pocas son los que tienen un programa enfocado en rescatar la cultura de Santa Elena, la mayoría difunde el programa Educa y se conforman con eso, en las radios no hay una producción investigativa, ya que no cuentan con comunicadores profesionales, además que los medios radiales no cuentan con ese capital de invertir para estos tipos de programas.

Según Tylor¹, la cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

Según el Ministerio de Cultura y Patrimonio², el patrimonio cultural, es el conjunto dinámico, integrador y representativo de bienes y prácticas sociales, creadas, mantenidas, transmitidas y reconocidas por las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales.

La Unesco³ realizó varios estudios donde toma la cultura y la relaciona con otras palabras que en contexto fusionan su incidencia en el desarrollo de un lugar específico y su manera de interrelacionarse con la economía. Será tomado esta relación para explicar su comportamiento dentro del sector estudiado, lo que buscamos es dilucidar los tramos que se han transformados en nudos de evolución económica despejar la duda de cada actor y su rol dentro del estudio.



Figura 1. Clasificación del Patrimonio Cultural

Fuente: Garré⁴.

Elaborado por: Autores

Según como lo menciona Garré⁴, el patrimonio cultural tiene dos clasificaciones las cuales son: Patrimonio tangible. Está constituido por objetos que tiene sustancias físicas, el cual pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención, están sustentadas por materiales de productos de arquitectura, arqueología, artesanía y urbanismo entre otros. Sin embargo, el patrimonio intangible es un conjunto de elementos sin sustancia física, el cual procede de una cultura tradicional, como mitos, leyendas, costumbres y tradiciones, se modifica con el transcurso del tiempo con un proceso de recreación colectiva.

En su declaratoria Mondiacult⁵, las culturas forman parte del patrimonio de la humanidad. La identidad cultural de los pueblos se renueva y enriquece en contacto con las tradiciones y valores de las demás. De este conclave se toma su expresión para identificar el grado de relación y modificación de la cultura y su amoldamiento al modernismo. La situación se agrava ya que existe una concentración y sobre carga del destino que se encuentran más cercanos y los lugares que están lejanos no tienen muchos visitantes teniendo un potencial, dándose una distribución poco equitativa de los ingresos, y saturación del atractivo.

El cual han desmejorando la calidad del servicio turístico, cuando el turista no conoce cómo llegar a su destino tiene la probabilidad de sufrir percances de toda índole, desde la pérdida de sus pertenencias, hasta lecciones o desvió de su destino, este retraso da como resultado un nivel de insatisfacción y pérdida de un potencial cliente para los lugares que brindan este servicio lo cual representa una pérdida de los ingresos proyectados.

Para Tamayo⁶, los medios de difusión turísticos, es la promulgación de conocimientos culturales, turísticos, naturales de un lugar existente.

Sin embargo, Schwanitz⁷, indica que una buena difusión turística es parte fundamental para una promoción, lo cual los medios de difusión utilizan medios de comunicación para transmitir un mensaje.

Para Domínguez⁸, los medios masivos de comunicación son la televisión, la radio, el diario, revistas, cines, medios de publicidad convencional, y el Internet.

Borrega⁹ menciona que una difusión hoy en día no solo utiliza los medios de comunicación convencionales sino también nuevos canales de comunicación a través del social media, las redes sociales, Internet, páginas Web, son el medio más efectivo para realizar una difusión ya sea este un producto, un servicio o inclusive actividades, ya que mediante el uso de estas herramienta se puede actuar de forma directa con los clientes.



Figura 2. Componentes de difusión turísticos

Fuente: Plandetur¹⁰

Elaborado por: Autores

Plandetur¹⁰ menciona que los componentes de difusión turísticos deben de estar desarrollados con el fin de que estos puedan atraer turistas de mercados potenciales específicos, y se debe de crear una imagen potencial del destino, tanto ofrecer facilidades de accesos, infraestructuras, estilos de vidas autónomas, conocer culturales, eventos sociales entre otros.

Hay que establecer que todo proyecto de difusión y promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la difusión, promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Otro factor importante es el uso de la señalética, según Costa¹¹. La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos en un entorno definido o por definir, es decir que es necesario y prioritario para un desarrollo sostenible, la importancia de la señalética en un entorno turístico.

Estudia el empleo de signos gráficos para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar de los servicios de que disponen; los identifica y regula, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos; y para una mayor seguridad en sus desplazamientos y acciones, es disciplina técnica, colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio.

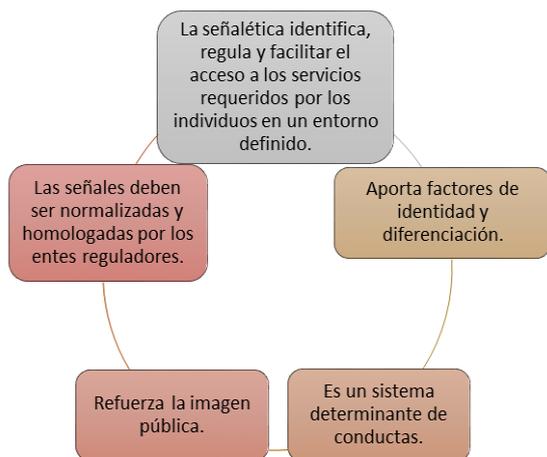


Figura 3. Señalética y sus características
Fuente: Plandetur¹⁰
Elaborado por: Autores

Objetivos

Objetivo General

Analizar el patrimonio cultural del cantón Santa Elena, y su influencia en los medios de difusión turística.

Objetivos Específicos

- ✚ Fomentar teóricamente el patrimonio cultural y medios de difusión turística.
- ✚ Identificar mediante un estudio cuantitativo, los factores del patrimonio cultural que influyen en los medios de difusión turística del cantón Santa Elena.

Material y Métodos

La presente investigación fue de tipo cuantitativo, donde se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas y múltiples, se lo consideró longitudinal ya que se valoró el análisis de fenómenos, así como la recolección de datos, se analizó la influencia de la difusión turística en distinto momento. Los tipos de investigación fueron bibliográficos, de campo y descriptiva.

Universo

La población para el presente estudio está conformada por un total de 144.076 según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC¹².

Muestra. Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con un error del 5% y un nivel de confianza del 95%, donde se encuestaron en su gran mayoría a turistas que visitaron el cantón en temporada alta y residentes del cantón, dando un total de 383 personas.

Manejo de la investigación

La recolección de datos, es una actividad importante para poder procesar y analizar la información, el tiempo de recolección fue de un mes (temporada alta de turistas), donde luego se validó, digito y proceso los datos.

Variable independiente: Patrimonio Cultural.

Variable dependiente: Medios de difusión turística.

Delimitación espacial: Turistas que visitan las playas y habitantes de cantón.

Delimitación temporal: año 2018.

Las líneas de investigación para el presente estudio son: Patrimonio cultural y medios de difusión turística.

Fundamentación Legal

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en su artículo 83, en el capítulo noveno numeral 13, menciona: Es deber y responsabilidad de todos los pueblos de, conservar el patrimonio cultural y natural, así como también de cuidar los bienes públicos del cantón sin prejuicio alguno.

La Ley de Patrimonio Cultural (2017), establecida por el Ministerio de Cultura² resuelve: por medio de sus distritos zonales tienen las funciones y atribuciones de investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador.

Resultados

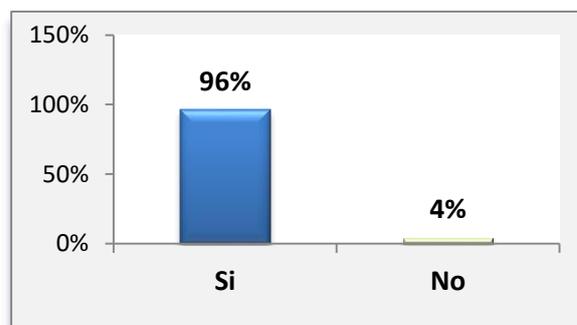


Figura 4. Conocimiento del patrimonio cultural y su influencia con los medios de difusión turística.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que el 96% de las personas mencionaron que el patrimonio cultural sí influye significativamente en los medios de difusión turística del cantón Santa Elena, por lo cual se considera importante cuidar de ellas.

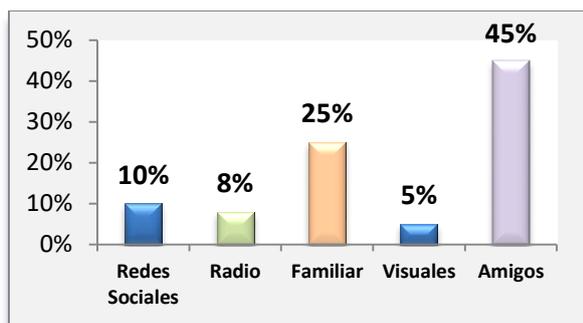


Figura 5. Medios de difusión que utilizó para informarse de los atractivos culturales del cantón.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que el 45% de las personas mencionaron que los medios de difusión utilizados fueron amigos, seguido de familiares, redes sociales, radios y de manera visual, por lo que se evidencia que, en el cantón de Santa Elena, no hay una difusión turística óptima, ni lugares o espacios publicitarios que brinden información.

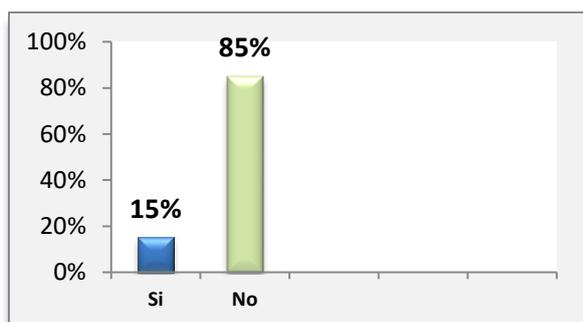


Figura 6. Medios de difusión turísticos que brindan información del patrimonio cultural del cantón Santa Elena.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que el 85% considera que los medios de difusión turísticos no brindan información adecuada ni oportuna del patrimonio cultural que tiene el cantón.

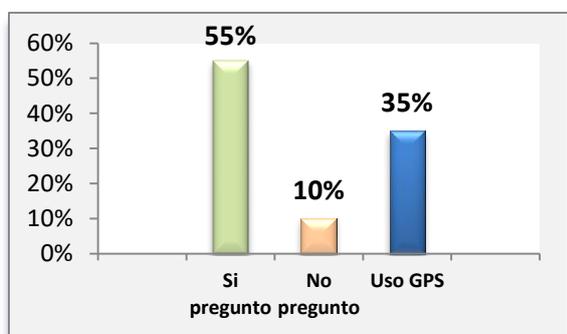


Figura 7. Vías de acceso a los destinos turísticos y culturales del cantón Santa Elena.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que el 55% de las personas, si preguntaron por las condiciones de las vías de acceso a los destinos turísticos del cantón Santa Elena, seguido tenemos en un 35% que prefirió usar el GPS.

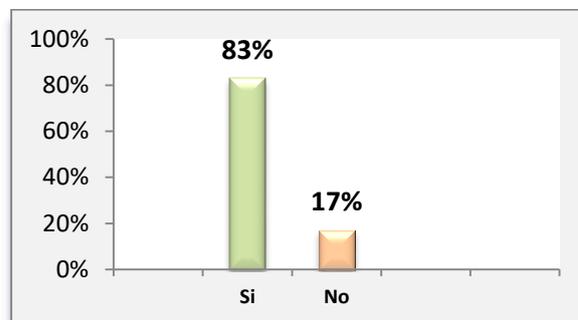


Figura 8. Colaboraría con la difusión de los destinos turísticos y culturales del cantón Santa Elena.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que el 83% de las personas, si colaborarían con la difusión de los destinos turísticos del cantón Santa Elena.

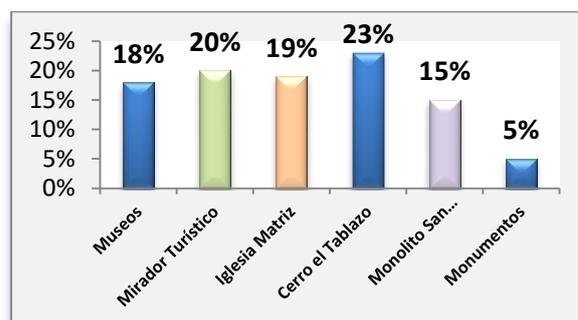


Figura 9. Patrimonios Culturales visitados en el cantón Santa Elena.

Elaborado por: Autores

Fuente: Encuesta dirigida a turistas y residentes de Santa Elena.

Análisis:

Se evidenció que un 23% que las personas visitaron el Cerro el Tablazo, seguido el Mirador turístico, Iglesia Matriz, Museos, Monolito de San Biritute y monumentos, son los lugares de mayor preferencia y concurrencia que han visitado los turistas en el cantón Santa Elena.

Conclusiones

Mediante la investigación se pudo evidenciar que los medios de difusión turísticos no están siendo utilizados de una manera correcta y oportuna para difundir los atractivos turísticos del cantón Santa Elena, existiendo

una brecha entre los medios de difusión y los mecanismos que se requiere para difundirlos.

Las redes sociales se han convertido en un elemento omnipresente en la vida diaria de los consumidores, por tal motivo se mantiene un contacto permanente con los amigos, familias, el cual es estudio evidenció que quienes ayudaron a escoger un destino turístico e influyeron en la decisión de compra fueron los amigos, la familia, y redes sociales.

En el cantón de Santa Elena, las personas que visitan sus atractivos turísticos preguntan por las vías de acceso, si estás se encuentran en buenas o malas condiciones, de igual manera para poder llegar al lugar de destino preguntan a los habitantes del cantón como pueden llegar y en otros casos usaron el GPS de su celular.

Recomendaciones

Es importante que se implemente un plan de estrategias para mejorar los medios de difusión turísticos en el cantón tales como: publicidad, ferias turísticas, promoción de ventas, relaciones públicas, patrocinio, y marketing directo, dé esa manera poder promover los atractivos turísticos del cantón y dar oportunidad competitiva a los operadores turísticos de las diferentes zonas de la provincia.

Las redes sociales tienen un gran poder a la hora de influir en las decisiones de compra, es decir que la mitad de los consumidores se dejan llevar por lo que dicen las redes sociales, las publicaciones de amigos y familiares influyeron significativamente en esta decisión, por lo cual es importante cuidar y dar información a ese segmento.

Se debe de promocionar los atractivos patrimoniales, y recursos turísticos del cantón, mejorando las vías de acceso, su infraestructura, y haciendo uso de los canales de información y señaléticas, contribuirá a su competitividad y potencialización turísticas de la provincia.

Referencias

1. Kahn JS. *El Concepto de Cultura: Textos Fundamentales*. Barcelona: Anagrama; 1975.
2. Ministerio de Cultura y Patrimonio. Quito-Ecuador; 2017.
3. Unesco (2008). *Declaración de México sobre las políticas culturales*. Disponible en http://www.unesco.org/education/pdf/MEXICO_S.PDF
4. Garré F. *Patrimonio arquitectónico urbano, preservación y rescate: bases conceptuales e instrumentos de salvaguarda*. Conserva. 2001:5, pp. 5-21
5. MONDIACULT. *Conferencia sobre las políticas culturales*, Ciudad de México; 2000.
6. Tamayo H. *Plan de Promoción y Difusión Turística para la Parroquia San Juan de Pastocalle, Ubicado en el Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi*. Tesis, Universidad Técnica de Cotopaxi; 2012.
7. Schwanitz D. *La cultura: Todo lo que hay que saber*. Madrid: Editorial Punto de lectura; 2006.
8. Domínguez MC. *Valoración del Patrimonio Cultural*. Edición Nobuko. Madrid: Edición Nobuko; 2014.
9. Borrega Y. *El patrimonio cultural y su relación con el turismo*. México: Editorial la Unión; 2009.
10. Ministerio de Turismo de Ecuador. *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador, "Plandetur 2020" Informe final*. Cooperación Técnica n° ATN/FG-9903-EC Banco Interamericano de Desarrollo (BID); 2017.
11. Costa J. *Señalética*. Enciclopedia de Diseño. Barcelona: CEAC; 1987.
12. INEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos; 2010.