



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
(UTN)**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
(FECYT)**

CARRERA: PUBLICIDAD

PLAN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA

“Promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo.”

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: LICENCIADA EN
PUBLICIDAD**

Línea de investigación: Desarrollo artístico, diseño y publicidad

Autor: Daniela Elizabeth Chimarro Saavedra

Tutor: Msc. Andrea Paola Chuquín Cadena

Ibarra – Ecuador

2024.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL
NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100422562-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Chimarro Saavedra Daniela Elizabeth	
DIRECCIÓN:		Ciudadela Jacinto Collahuazo Primera Etapa	
EMAIL:		danielachimarro63@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	02-2052522	TELÉFONO MÓVIL:	0985041807

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo.”
AUTOR (ES):	Chimarro Saavedra Daniela Elizabeth
FECHA: DD/MM/AAAA	14/02/2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Paola Chuquín Msc. Jaime Portilla

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de febrero de 2024

EL AUTOR:

DANIELA ELIZABETH CHIMARRO SAAVEDRA



CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 09 de febrero de 2024

Andrea Paola Chuquín Cadena

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Andrea Paola Chuquín Cadena

C.C.: 1003011754





APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificador del trabajo de Integración Curricular **"Promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo"** elaborado por Daniela Elizabeth Chimarro Saavedra, previo a la obtención del título de Licenciada en Publicidad, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f):
Msc. Andrea Paola Chuquín Cadena

C.C.: 1003011754



(f):
Msc. Jaime Portilla Chagna
C.C.: 1002423851

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, a mi esposo, a mi hija y a toda mi familia que me apoyaron en todo el transcurso de mi carrera, que gracias a ellos puede conseguir un logro más en mi vida y sobre todo un sueño que se hizo realidad, que en esta vida todo se puede.

AGRADECIMIENTO

Agradezco el apoyo de mis docentes, al trabajo conjunto con mi tutora para conseguir los resultados que estuve buscando para este trabajo de titulación.

También quiero agradecer a las personas que me ayudaron con las entrevistas que amablemente se dieron un tiempo y me pudieron colaborar en el proceso de realización de este trabajo.

RESUMEN

Actualmente la promoción turística se ha convertido en una difusión sobre los destinos turísticos, llevando a cabo acción que permita conocer estos destinos para ello, es importante conocer las expectativas de la demanda; por tal motivo, el propósito del presente estudio fue analizar la promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo; para ello, la modalidad de esta investigación fue de carácter cualitativo por la utilización de información no numérica, siendo los tipos de investigación descriptivo, bibliográfico y de campo, para la recolección de datos se utilizaron las técnicas de entrevista y observación, en donde los resultados muestran que los autores de los murales de la ciudad de Otavalo son Topas y Tenas, en donde se encontraron 7 murales artísticos en este cantón, por tal motivo, según las entrevistas muestran desde la percepción de varios personajes que no mantiene apoyo de las autoridades locales sobre la construcción de los muralismos, además los proyectos se gestionan con las juntas parroquiales, de hecho, se pudo identificar que el muralismo en Otavalo ha tenido un crecimiento en los últimos años, se han involucrado nuevos artistas brindado su apoyo al representar un mural. Por tanto, el arte representar las tradiciones y sus costumbres del pueblo Otavalo; por tal motivo, desde la percepción de los artistas se identificó que los murales son creados para mantener el legado cultural de la ciudad de Otavalo, además de atraer demanda turística.

Palabras clave: Promoción turística, muralismo, Otavalo, cultura, destinos

ABSTRACT

Currently, tourism promotion has become a diffusion of tourist destinations, carrying out actions that allow to know these destinations, for this, it is important to know the expectations of the demand; for this reason, the purpose of this study was to analyze the cultural tourism promotion based on the expression of the muralism of the city of Otavalo; For this, the modality of this research was qualitative in nature due to the use of non-numerical information, being the types of research descriptive, bibliographic and field, for data collection techniques of interview and observation were used, where the results show that the authors of the murals of the city of Otavalo are Topas and Tenas, where 7 artistic murals were found in this canton, For this reason, according to the interviews show from the perception of several people that there is no support from the local authorities on the construction of the murals, also the projects are managed with the parish councils, in fact, it could be identified that the muralism in Otavalo has had a growth in recent years, new artists have been involved and have given their support to represent a mural. Therefore, the art represents the traditions and customs of the Otavalo people; for this reason, from the perception of the artists it was identified that the murals are created to maintain the cultural legacy of the city of Otavalo, as well as to attract tourist demand.

Key words: Tourism promotion, muralism, Otavalo, culture, destinations.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
INTRODUCCIÓN.....	8
OBJETIVOS.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	12
1.1. La publicidad	12
1.1.1. Publicidad digital.....	13
1.1.2. Medios publicitarios	13
1.1.3. Redes sociales.....	14
1.2. El turismo.....	15
1.2.1. La cultura como promoción turística.....	15
1.3. La guía turística	15
1.3.1. Importancia de una guía turística.....	16
1.3.2. Estructura de guía turística	16
1.3.3. Características de la guía turística	17
1.4. La publicidad y la promoción turística	17
1.4.1. Impacto de la publicidad en la promoción turística.....	18
1.4.2. Promoción turística y la publicidad digital.....	18
1.4.3. Producto turístico.....	19
1.5. El muralismo.....	19
1.5.1. Origen de los murales	20
1.5.2. Importancia del muralismo	20
1.5.3. Los murales artísticos vs los murales culturales.....	21
1.6. Otavalo.....	21
1.6.1. Geografía	22

1.6.2.	La cultura del cantón Otavalo.....	23
1.6.3.	Costumbres y tradiciones	24
1.6.4.	El muralismo en el cantón Otavalo	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA		27
2.1.	Tipo de Investigación.....	27
2.2.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	27
2.2.1.	La observación.....	27
2.2.2.	La entrevista.....	27
2.3.	Preguntas de investigación	27
2.4.	Participantes.....	28
2.5.	Procedimiento y plan de análisis de datos	28
2.5.1.	Observación de murales.....	28
CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN		29
3.1.	Ficha de observación	29
3.2.	Entrevistas.....	33
CAPITULO IV: PROPUESTA		37
4.1.	Introducción	37
4.2.	Objetivos.....	38
4.2.1.	Objetivo general.....	38
4.2.2.	Objetivos específicos	38
4.3.	Desarrollo de la Propuesta	38
4.3.1.	Tipología y paleta de colores	38
4.3.2.	Presentación de la guía	39
4.4.	Difusión de la guía.....	48
5.	CONCLUSIONES.....	48
6.	RECOMENDACIONES	49
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

8. ANEXOS	53
-----------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ubicación geográfica del cantón Otavalo	22
Tabla 2. Costumbres y tradiciones del cantón Otavalo	24
Tabla 3. Matriz ficha de observación	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de medios publicitarios.....	14
Figura 2. Ciudad de Otavalo	22
Figura 3. Vestimenta Otavalo.....	24
Figura 4. Paleta de colores.....	38
Figura 5. Portada.....	39
Figura 6. Ruta	39
Figura 7. Misión y visión.....	40
Figura 8. Primer mural.....	40
Figura 9. Segundo mural.....	41
Figura 10. Tercer Mural	41
Figura 11. Cuarto mural.....	42
Figura 12. Quinto mural	42
Figura 13. Sexto mural	43
Figura 14. Séptimo mural	43
Figura 15. Octavo mural	44
Figura 16. Noveno mural.....	44
Figura 17. Décimo mural	45

Figura 18. Décimo primer mural	45
Figura 19. Décimo segundo mural.....	46
Figura 20. Décimo tercer mural.....	46
Figura 21. Décimo cuarto mural.....	47
Figura 22. Contraportada	47

INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto, el muralismo se ha convertido en una expresión antigua de arte, manteniendo gran evolución y trayectoria; de hecho, se ha constituido como una expresión alusiva sobre la historia que mantiene el propósito de generar riqueza cultural, además del incremento de la demanda turística y mantener vivas las tradiciones y leyendas como una atracción turística, permitiendo especialmente la transformación de las zonas vulnerables en espacios enriquecedores que mantienen un legado cultural y artístico, en donde los resultados muestran imágenes culturales que han sido plasmadas en los murales para llevar a cabo el reconocimiento de la historia ancestral. Desde esta perspectiva, resulta importante mencionar que las expresiones del muralismo han disminuido en las últimas décadas, ocasionando la contaminación visual, especialmente en el cantón Otavalo, puesto que los murales de esta ciudad se han enmarcado por imágenes de vandalismo que mantiene incertidumbre en los turistas.

En virtud a ello, el grafiti de vandalismo altera el patrimonio cultural de la ciudad, además de los bienes públicos y privados, puesto que dichos grafitis marcan un aspecto visual del vandalismo e inconformidad por grupos rebeldes, por tal motivo, para la demanda turística estos espacios son ajenos a sus necesidades, debido que incide en la decisión de su destino, optando por visitar otros espacios turísticos, y esto ha ocasionado que se genere un deterioro del patrimonio cultural, de hecho, ha generado actos vandálicos en donde la población y los turistas mantienen zozobra por visitar estos lugares; esto ha surgido por las estrategia o acciones deficientes para convertirlos en atractivos turísticos, siendo la expresión del muralismo una alternativa para mitigar dicha problemática.

Desde esta perspectiva, según la UNESCO menciona que la expresión cultural se ha concebido como la creatividad sobre los diferentes grupos de personas, sociedades o grupos que mantienen un contenido cultural, siendo reconocida para mantener y valorar la diversidad de las expresiones culturales, siendo la imagen de los muralismos una expresión que denota las costumbres y tradiciones de los pueblos y nacionales, puesto que reflejan la cultura artísticas de la zona, creando necesidades de los turistas, en este contexto, el muralismo crear una necesidad visual en donde las expresiones son captados por la demanda turística, más aún, cuando el cantón Otavalo se ha caracterizado a lo largo de la historia como un espacio multiétnico y plurinacional por la diversidad de sus riquezas culturales, especialmente por aquellos legados que reflejan los murales de este cantón y demuestra al turista sus actividades ancestrales.

En este sentido, la expresión del muralismo se ha convertido en una promoción turística, siendo una alternativa a la forma tradicional de hacer turismo, por tanto, dichas expresiones suelen transmitir un mensaje de forma visual, especialmente las costumbres y tradiciones que se han concebido como el legado patrimonial de estos espacios; desde luego, resulta importante mencionar que las expresiones culturales mantienen diferentes connotaciones que suelen variar en relación a la percepción de cada turista; no obstante, el muralismo refleja

la imagen de un espacio que actualmente han traído consigo la generación de demanda, de hecho, se establece un recuento histórico que ha sido transformado en las paredes de la ciudad, con énfasis en aquellas en mal estado en donde ha surgido la imagen cultural como una opción de la oferta turística.

En este orden de ideas, la expresión del muralismo se ha constituido como una forma artística en donde se expresa un mensaje y embellecer el entorno, de hecho, se ha concebido como una técnica que permite la decoración de grandes superficies en las paredes, además de mantener un impacto de carácter turístico, debido que actualmente las ciudades han apostado por establecer el turismo urbano sobre las paredes. Desde luego, es puntual deducir que el muralismo en Latinoamérica surge en el año 1970, esto sobre la revolución mexicana expresada sobre una expresión política, en este sentido, el muralismo ha evolucionado e impulsado sobre las acciones o actividades de los políticos en su momento hasta la actualmente que estas expresiones han sido fomentadas por jóvenes artistas, siendo su uso no solamente por el embellecimiento de los espacios, sino además como una forma de generar turismo, considerándose una expresión que mantiene un impacto innovador por parte de la demanda turística.

Entonces, el muralismo como una promoción turista mantiene diversos propósito, entre estos se destacan mostrar el arte individual de los artistas a los visitantes y generar un impacto visual conforme a las formas tradiciones de un sector, puesto que el turista es quien descifra el mensaje por el medio abstracto, sin embargo, en muchas ocasiones el turista no percibe de forma directa estos mensajes, puesto que no se encuentra familiarizado con la cultura de origen; por tanto, los muralismos actualmente se han convertido en una estrategia de mejorar los espacios y fomentar el desarrollo turístico; desde esta perspectiva, la promoción turística realizar esfuerzos por mantener vivos estos espacios, siendo una opción de acogida de los turistas debido que los muralismos han evolucionado en las ciudades que mantienen un gran legado cultural y artístico, puesto que en muchas ocasiones cumple con las necesidades y expectativas de la demanda turística.

Por esta razón, la importancia del muralismo como una promoción turística ha despertado el interés de turistas propios y extraños, siendo productos turísticos que mantienen alto interés que no solamente pueden ocasionar impacto en el turismo, además de erradicar los grafitis como actos vandálicos en los espacios público, por tanto, su apoyo es puntual en donde los artistas suelen expresar estos gráficos mediante las actividades y legados de cada pueblo; más aún, cuando el turismo cultural se ha convertido en una alternativa para los visitantes, por tanto, resulta importante mencionar que el muralismo no es decorar las paredes o muros de gran dimensión, sino que surge de la identidad en donde el presente y el pasado suelen ser unificados; de hecho, es considerado como una disciplina artística siendo independiente de la estética, en este contexto, el muralismo es un movimiento artístico que mantiene gran evolución sobre la situación actual de la sociedad, incluso sobre la política de un país.

Ahora bien, el movimiento muralista ecuatoriano se ha establecido sobre la generación pictórica además de establecerse como una recreación histórica que cubre las tradiciones y legados de los pueblos, por tanto, muchos murales que han sido plasmados en paredes son

el resultados de protestas y problemas sociales, sin embargo, actualmente estos espacios se han convertido en productos turísticos; desde esta perspectiva, se puede identificar que en la ciudad de Otavalo ubicado en la provincia de Imbabura la presencia de murales artísticos se ha incrementado en los últimos años considerándose como un atractivo turístico que permite rescatar las costumbres y tradiciones de este pueblo, en donde su importancia toma mayor valor en los turistas. En efecto, los muralismos al convertirse en una promoción turística cultural incide sobre el rescate ancestral de los pueblos, por tal motivo, el propósito del presente estudio fue realizar una guía digital sobre la promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo; para ello, este estudio pretende fomentar las tradiciones y costumbres de este cantón por medio del muralismo, además de incrementar la demanda turística, siendo el muralismo una opción sobre las formas tradicionales de hacer turismo que cumple con las expectativas y necesidades.

En consecuencia este estudio se constituye de los siguientes capítulos partiendo del propósito de la investigación, el primer capítulo exhibe el marco teórico de la investigación, es decir, el sustento o soporte del estudio en donde se describen las variables de estudio mediante el criterio sólido de autores predominantes; además del capítulo II, sobre la metodología del estudio en donde se expone el enfoque, los tipos de investigación, la modalidad del estudio, las técnicas para la recopilación de datos, la población sujeto de estudio y el procedimiento y plan de recolección de datos. Con respecto al capítulo III, muestra de forma objetiva los principales hallazgos del estudio, para ello, se utilizaron técnicas de recopilación de información en donde analizar e interpretan los resultados mediante información primaria, posteriormente el capítulo IV, muestra la propuesta de la investigación en relación a los hallazgos obtenidos; y finalmente se exhiben las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar la promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los murales de la ciudad de Otavalo mediante una ficha de observación que permita identificar su ubicación.
2. Recopilar información primaria sobre el muralismo en la ciudad de Otavalo mediante técnicas de recopilación de datos que permitan identificar la perspectiva de los artistas frente a los murales de la ciudad
3. Diseñar una guía turística sobre los murales existentes en la ciudad de Otavalo para atraer mayor cantidad de turistas.

1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. La publicidad

Si bien es cierto, la publicidad trae consigo una evolución constante, por tanto, previo a su definición es necesario conocer su origen; desde esta perspectiva, la publicidad surgió desde la Grecia clásica en donde este término empezó a tomar importancia, puesto que en dicha época los primeros comerciantes sobrevivían sobre un escenario inestable, en donde la comercialización de sus productos los realzan de pueblo en pueblo, por esta razón, los comerciantes daban a conocer sus productos por medio de gritos, siendo la voz el primer medio publicitario. En este contexto, la publicidad para ser efectiva requirió llegaron a gran cantidad de demanda, por esta razón en 1450 Gutenberg crea técnicas para la multiplicación de imágenes, posteriormente el periódico impreso fue el primer medio publicitario, décadas más tarde mediante la revolución industrial el surgimiento de nuevas empresas llevan a cabo el incremento de nuevos productos, para ello, requerían que sus productos sean reconocidos por la demanda, por tanto, la publicidad empezó a tomar fuerza como un incentivo a los consumidores hasta la actualidad que se ha convertido en una estrategia para promocionar los productos y servicios. (León, 2020)

Ahora bien, una vez identificado el surgimiento de la publicidad es necesario conocer su definición siendo “un conjunto de acciones de comunicación que se encuentran diseñadas sobre una solución de carácter comercial dirigido a un público objetivo, esto gracias a la disposición de recursos visuales, además de textuales y sonoros” (Ramos, Mejía & Ballesteros, 2020, p. 21). Desde luego, resulta importante mencionar que la publicidad tiene el propósito de atraer y mantener la atención de los posibles consumidores de un bien o servicio, es decir, la audiencia, puesto que mantiene un poder adquisitivo sobre el convencimiento de adquirir productos o servicios.

En virtud a ello, resulta importante destacar desde el punto de vista de Castro & Pazmiño (2023) que “la publicidad se ha convertido en una herramienta de comunicación, debido que sin publicidad el posicionamiento productos sería complejo, puesto que este mecanismo se ha caracterizado por informar a la demanda sobre la existencia de productos o servicios” (p. 12). En este sentido, las características de la publicidad son múltiples, siendo las principales tres características que la definen, es decir, la logística, el lenguaje y la universalidad. Con respecto al lenguaje su importancia radica sobre la creación y transmisión de mensajes a los consumidores; además la logística puesto que permita la administración y distribución de los espacios y la universalidad porque mantiene un propósito de llegar a todos los consumidores posibles. (Castro & Pazmiño 2023)

En efecto, es importante mencionar que la publicidad y el marketing no son términos similares, puesto que el marketing se centra en la creación de necesidades; mientras que la publicidad es una rama que mantiene un objetivo específico como influir y persuadir en el consumidor sobre la existencia de un producto o servicio y si esto fuera poco la publicidad se encarga de la transmisión, legitimación y reputación de un mensaje.

1.1.1. Publicidad digital

Con respecto a la publicidad digital “es considerada como el marketing mediante diferentes canales en línea, es decir, espacios web, contenidos virtuales, entre otros; por tal motivo, la publicidad digital incluye contenidos, de imagen, texto, audio y video” (León, 2020,p. 26). Por esta razón el campo de la publicidad digital es nuevo en comparación con los canales o publicidad tradicional; cabe mencionar que publicidad digital es la publicidad tradicional llevada a la web mediante una serie de estrategias, en este sentido, la evolución de la publicidad no solamente se centra de cómo se ven sus anuncios, sino además como las formas que se crean y se venden, de hecho, como se miden.

Desde esta perspectiva, “la publicidad digital se ha concebido como aquellas formas de divulgar una marca con relación a sus productos o servicios, esto gracias a dispositivos digitales que permiten su comunicación” (Castro & Pazmiño, 2023, p. 12). De hecho, más allá de promocionarse centra en la conexión con el público objetivo, puesto que permite la creación de una relación con los posibles consumidores o de un producto o servicio, por tanto, es importante destacar que el cambio en los comportamientos de los consumidores, además de la evolución tecnológica han sido impulsados por la publicidad digital, puesto que la llegada del internet promovió este tipo de publicidad, especialmente por llegar a mayor cantidad de público.

1.1.2. Medios publicitarios

Por su parte, los medios publicitarios también reconocidos como medios de publicidad son considerados según Sangache (2020) como canales que permiten la difusión de mensajes publicitarios, permitiendo el lanzamiento de campañas publicitarias, al hablar de medios publicitarios importante destacar que estos espacios mantienen soportes publicitarios, puesto que su proliferación ha establecido nuevos tipos de publicidad” (p. 34). Desde esta perspectiva, los medios de publicitarios se dividen en dos categorías, es decir, medios convencionales y no convencionales como se exhibe a continuación:

Figura 1. Tipos de medios publicitarios

Medios de publicidad tradicionales	Medios de publicidad no tradicionales
	
<input type="checkbox"/> Se caracterizan por la publicidad convencional	<input type="checkbox"/> Utiliza medios de comunicación ni convencionales
<input type="checkbox"/> Utiliza los medios de comunicación tradicionales como televisio, radio, prensa	<input type="checkbox"/> Incluye un gran grupo de plataformas virtuales o canales
<input type="checkbox"/> Su utilización se esta deteriorando por la presenncia de medios que cumplen con la satisfacción del cliente en tiempo real.	<input type="checkbox"/> Se encuentran presentes en la actualidad y forma parte de las estrategias de las organizaciones en donde pequeñas y grandes empresas utilizan esta herramienta

Nota: Sangache (2020).

Conforme a lo anteriormente expuesto, los medios de publicidad son cada vez mayormente numerosos y están presentes en el convivir de la población, siendo anuncios que la audiencia escucha en todo momento, en este sentido, es importante deducir que los medios de publicidad permiten que las organizaciones y las marcas puedan acercarse a su público objetivo mediante la implementación de campañas publicitarias, por esta razón, los medios de comunicación han experimentado una serie de modificaciones desde su nacimiento, de hecho, esto seguirá ocurriendo a lo largo de la historia debido que estos medios mantienen constantes transformación en relación a las necesidades de la demanda y su segmentación sobre sus expectativas. (Sangache, 2020)

1.1.3. Redes sociales

Actualmente las redes sociales se han constituido como aquellas herramientas de comunicación más utilizadas en el mundo actual, considerándose también estructuras formadas en la web para que personas u organización se conecten entre sí mediante un interés o valores comunes, por tal motivo, “a través de estas redes se mantiene una relación entre las empresas y los individuos de forma instantánea, es decir, sin ningún límite físico o jerarquía” (Espinoza & Chávez, 2021, p. 12). Por tal motivo, estas redes han reducido la estrecha entre los consumidores y el ofertante de un producto o servicio. Bajo esta percepción, las redes sociales se han catalogado como herramientas en la web utilizadas para la comunicación.

En este contexto, según Méndez y Maldonado (2021) afirman que la publicidad y las redes sociales “son consideradas como un mecanismo que utilizan las organizaciones para dar a conocer sus productos o servicios, siendo un tipo de publicidad online que permite llegar un mensaje al consumidor final, mediante una red social” (p. 76). Desde esta perspectiva, la publicidad en las redes sociales consiste en la publicación de anuncios pagados sobre las

marcas ofertas y sus características, por lo general dichos modelos pueden ser medidos convirtiendo en un medio de comunicación masivo, además de medir su impacto en tiempo real, fortaleciendo la publicidad de forma instantánea, más aún, cuando estos espacios se han convertido en comunicar un mensaje entre la oferta y la demanda e interactuar entre sí.

1.2. El turismo

La definición del turismo radica sobre diferentes actividades que consisten en un desplazamiento de personas de forma temporal a lugares previamente establecidos como un destino con el propósito de disfrutar de las experiencias de estos lugares que desean visitar; considerándose como una experiencia cultural, educativa, incluso de ocio, pudiéndose realizar en el contexto nacional e internacional, desde esta perspectiva, el turismo es considerado como “una forma de consumo que implica el gasto de todos los recursos de bienes y servicios; además se incluyen las actividades de transporte, alimentación, alojamiento y las actividades que se realizan en dicho sector” (Pereyra et al., 2021, p. 34).

1.2.1. La cultura como promoción turística

Si bien, es cierto, la cultura y el turismo son considerados como elementos que mantienen un enlace entre sí, puesto que, al hablar de la cultura como promoción turística, es considerada como un tipo de viaje que motiva a conocer, disfrutar y comprender todos los rasgos espirituales, materiales e intelectuales que se caracterizan la social o grupo social, por tal motivo se define al turismo cultural como:

Un viaje turístico que motiva a los turistas a conocer y comprender todos los rasgos y elementos distintivos, espirituales, intelectuales y materiales sobre los legados de un sector, permitiendo además respetar todas sus costumbres y tradiciones; también se define como una serie de actividades encaminadas a presenciar y participar en las diferentes actividades culturales. (Rubio, 2022, p. 8)

Bajo esta percepción, la cultura como un turismo es reconocida por las actividades que realiza el viaje sobre los diferentes lugares turísticos basados en un legado cultural, permitiendo comprender todas las características y acción que se desarrollan en este destino, pudiendo representar tradicionales como bailes, vestimenta e incluso pinturas.

1.3. La guía turística

Conforme a la guía turística es considerada como un documento o afiche impreso que se constituye sobre los detalles de un determinado lugar turísticos, permitiendo de esta manera orientar a los turistas sobre el transcurso de su viaje por el sector turístico; además de conocer todas las características y la información necesaria, en donde se incluyen los precios, direcciones, contactos telefónicos y la valoración de los diferentes establecimientos como hospedaje, museos y restaurantes.

En virtud a ello, la guía turística es considerada un documento que sirve de soporte al turista en toda la trayectoria de su visita, por tal motivo, su contenido puede variar

dependiendo del enfoque del lugar turístico, es decir, que puede ser orientada en los viajes de aventura, en donde el turista puede encontrar presupuestos, características del lugar, contactos de emergencia, hospedaje, alimentación y antecedentes del lugar turístico. (Oehmichen et al., 2021, p. 12)

Bajo esta perspectiva, la guía turística en la actualidad ha sido considerada como un sustento para el turista, debido que expresa todo el contenido del lugar turístico; también se la reconoce como una guía de viaje, siendo un documento impreso y detallado sobre la orientación de un sitio determinado que garantice al turista su trayecto y satisfacción de sus expectativas.

1.3.1. Importancia de una guía turística

Con relación a la importancia de estos documentos reside en su composición bajo información detallada para los turistas puedan elegir e incluso guiarse sobre los diferentes servicios que ofrece el sector turístico, esto gracias a la orientación de estos documentos que son elaborados con la finalidad de informar sobre el rumbo o la dirección que tiene que tomar el turista, especialmente por las características de los atractivos turísticos. Conforme a lo anteriormente expuesto, Pineda et al., (2019) sostiene que la importancia de la guía turística radica en establecer información a los turistas, quizá el más importante sobre la transmisión, valoración e incluso interpretación de un establecimiento o patrimonio, estas guías mantienen información detallada sobre las características de los lugares, en donde el turista es el protagonista por la adquisición de conocimientos de un atractivo.

En ese contexto, la guía turística se ha constituido desde hace décadas como una herramienta puntual en los atractivos turísticos, debido que los turistas pueden contar con la información necesaria sin tener que recurrir a terceras personas, su valoración constituye sobre todas las características y elementos de los lugares de visita, además pueden ser recursos que el turista pueda establecer un tipo de publicidad, debido que toda la información que se integra en ella, pueden ser observadas por otras personas, estableciéndose como un catálogo que constituye un deseo en la demanda turística.

1.3.2. Estructura de guía turística

Ahora bien, resulta importante identificar como se constituye una guía turística, por tanto, es necesario mencionar que estas guías se realizan en relación al lugar turístico, especialmente por los servicios que ofrece, no obstante, estas guías mantienen aspectos en particular, es decir, que mantienen la siguiente estructura:

Portada: Es considerada como presentación de la guía

Título: Brinda al lector sobre qué sitio turístico trata la guía.

Introducción: Representa en forma resumida información sobre el sitio turístico, seguido del contenido de la guía.

Desarrollo: Muestra la constitución de la guía, es aquí donde se expone explícitamente la información de la zona. Es decir, es el cuerpo del documento.

1.3.3. Características de la guía turística

Con respecto a las características de la guía turística resulta importante destacar que mantiene una serie de característica, especialmente por mantener la información con respecto a un atractivo, por tal motivo, a continuación, se muestran las principales características de la guía turística

- ✓ Mantiene una presentación sobre las habilidades de comunicación
- ✓ Se integra de habilidades interpersonales para tratar con el público objetivo
- ✓ Entusiasmo y automotivación
- ✓ Habilidades descriptivas adecuadas
- ✓ Presenta mayor flexibilidad
- ✓ Mantiene habilidades sobre la organización y planificación
- ✓ Presenta interés sobre la cultura e historia, además del conocimiento en general.

En este sentido, “gracias a la guía turística las personas pueden solucionar los conflictos en relación a la información del lugar turístico; también el conocimiento que adquiere el turista, debido que presenta un contenido detallado sobre la información que requieren los turistas” (Mero, 2019, p. 12). De hecho, radica en establecer los idiomas acorde a los visitantes extranjeros, por tal motivo, la estructura de una guía turística debe seguir un formato concreto, en donde expone toda la información sobre el lugar visitado, siendo un documento que se integre de consejos y guías que permiten establecer las rutas y todos los requerimientos que debe tomar en cuenta la demanda turística.

1.4. La publicidad y la promoción turística

Actualmente la promoción turística se ha convertido en un factor publicitario sobre un destino turístico, llevando a cabo múltiples estrategias para ofertar todos los productos y servicios turísticos, es decir, este tipo de promoción radica en convencer o persuadir al turista sobre la existencia de un lugar y garantiza el cumplimiento de las expectativas de la demanda turística; desde esta perspectiva, la promoción turística es definida como “aquellas acciones o actividades que se realizan como un medio de campañas publicitarias que mantienen relación sobre las relación públicas que permiten oferta los servicios de un atractivo turístico e incrementar la demanda en dicho territorio” (Robalino et al., 2021, p. 10).

En este contexto, al definir la promoción turística se la puede también otorgar como una herramienta que fomenta el desarrollo de un atractivo o sector, en donde se establecer múltiples acciones para incentivar al turista a su visita, siendo una alternativa que cumple con las expectativas de la demanda turísticas; especialmente este tipo de promoción se lo realiza en los atractivos que requieren de la visita de terceras personas o satisfacer las necesidades del turista ofertando una serie de actividades.

Por su parte, Vargas (2022), sostiene que “la promoción turística es considerada como un pilar sobre la comunicación del Marketing integrado, siendo su principal función la comunicación a los posibles consumidores, siendo el caso de los turistas sobre una oferta de turismo” (p. 13). Para ello, se expresan todos sus beneficios y actividades que se realizan en un lugar determinado, buscando cubrir la expectativa de la demanda bajo sus servicios, por tal motivo, resulta importante mencionar que la promoción de los destinos turísticos se ha identificado por la utilización de los instrumentos sobre la promoción tradicional y las nuevas tendencias publicitarias.

1.4.1. Impacto de la publicidad en la promoción turística

Cabe mencionar que actualmente la publicidad turística permite mantener la atención de la demanda turística sobre un producto turístico, es decir, se centra en las actividades de promoción de ventas sobre la trasmisión de mensajes a los turistas, en este sentido, la publicidad turística permite “la familiarización de los turistas o visitantes sobre los lugares que se ofertan, incluso se crea un deseo previamente a la vista de un lugar determinado, técnicamente el turismo es un deseo intangible y no un producto” (Muñoz Mendoza et al., 2022, p. 12). Desde este punto de vista, la publicidad turística busca informar sobre la existencia de un producto o servicio turístico, además de persuadir que permite llamar la atención de los turistas a la visita de los lugares ofertados.

1.4.2. Promoción turística y la publicidad digital

Actualmente la promoción y publicidad se encuentran encaminadas sobre un mismo objetivo llegar a la mayor cantidad de demanda, por tal motivo, “la publicidad digital cumple un rol de suma importancia en la promoción turística, puesto que permite ofertar los productos turísticos por medios digitales, siendo una herramienta puntual en las organizaciones turísticas” (Velasategui et al., 2018, p. 45). Por esta razón, resulta importante mencionar que la promoción turística forma parte de la publicidad digital, puesto que incluye al marketing o comúnmente conocido como mercadeo que permite el alcance de los objetivos deseados, en donde la demanda turística ha optado por utilizar los medios publicitarios como una forma de búsqueda de producto turísticos que satisfagan sus necesidades, por tanto, la publicidad digital incide directamente sobre la promoción turística, puesto que permite la transmisión de la información, partiendo de un emisor hasta un receptor.

Desde esta perspectiva, existen varias técnicas que remiten alcanza una promoción y publicidad turística, en donde se deben determinar los siguientes parámetros:

- Determinar los objetivos que se requiere alcanzar
- Diseñar la estrategia de medios adecuada
- Determinación del público objetivo
- Determinación del presupuesto
- Diseño de la estrategia creativa
- Determinación del presupuesto

- Ejecución. (Velastegui et al., 2018)

Actualmente el uso de internet y los recursos digitales se han definido como recursos necesarios para promocionar los productos turísticos, siendo las redes sociales una plataforma útil sobre la llegada de un mensaje de un producto turístico, por tal motivo, la publicidad digital se ha constituido como un conjunto de acciones en donde la creación y ejecución de campañas publicitarias ha mantenido relación directa con las relaciones públicas con la demanda, permitiendo conocer un servicio o producto que se encuentra en el mercado, por tanto, la publicidad digital ha enmarcado una serie de procedimientos destinados a la comunicación y promoción, siendo una herramienta que las empresas utilizan para generar mayor demanda y establecer acciones de marketing enfocados en el conocimiento de un producto turístico. (Dávila, Morocho & Noblecilla, 2021)

1.4.3. Producto turístico

El producto turístico se caracteriza por la representación de lo material e inmaterial, puesto que ofrece una serie de beneficios al turista que permita suplir sus necesidades turísticas, siendo susceptible sobre el cumplimiento de sus expectativas Ramírez (2019) conceptualiza al producto turístico como aquella combinación de elementos que se conforman mediante los elementos materiales e inmateriales, es decir, todos los recursos naturales, culturales e incluso antrópicos, en donde se integran las instalaciones, servicios y todas las actividades sobre los elementos específicos de interés, representando además una esencia sobre el plan de comercialización.

Conforme a lo anteriormente expuesto, los productos turísticos se comercializan sobre diferentes canales de distribución que pueden tener un ciclo vital y fijar un precio, siendo además una combinación de todos los elementos tangibles e intangibles que ofrecen servicio que cumplen con la satisfacción de las expectativas de la demanda, de hecho, el producto turístico es además un sistema de componentes que son capaces de atraer a los clientes para cumplir con sus necesidades y otorgar un beneficio integral.

1.5. El muralismo

El muralismo es reconocido como una creación de pinturas que se realizan o constituyen en paredes o muros, aludiendo a obras o tipos de artes, además de todos los conocimientos y habilidades que se integran para el desarrollo de estas pinturas, en donde, su mensaje involucra un legado o características esenciales que pueden percibir los turistas frente a su perspectiva. Por tanto, desde el punto de vista de Reiss, (2022), afirma: “Es un tipo de arte que se ha mantenido a lo largo de historia, su importancia radica en una representación gráfica en un arte mural que es desarrollado en las calles a la vista de los transeúntes y turísticas” (p. 34). Por esta razón, el muralismo puede entenderse como una expresión artística que busca revivir el entorno, es decir, busca deshacerse de las paredes grises y los espacios para brindar una contextualización diferente y reviviendo un legado que se acentúa en un espacio determinado.

En este contexto, el muralismo puede estar presente en grandes fachas como edificios, paredes grandes, entre otros espacios que requieren revivir la genética sobre la representación artística, de hecho, es importante mencionar que estos espacios se han convertido en un producto turístico, debido que los turistas han apostado por visitar estos lugares y descifrar el mensaje que ofrecen estos espacios.

Ahora bien, el muralismo se ha destacado por llevar a cabo un proceso colectivo que permite a las comunidades mantener a profundidad su evolución histórica, en donde se reconoce el patrimonio y la memoria de la identidad nacional, en este orden de ideas, “el muralismo actual como un movimiento sobre las intersecciones de las culturas y las artes, siendo su propósito mantener el legado sobre la situación entre las relaciones de una comunidad y sociedad para hacer visible sus expresiones artísticas y culturales” (Álvarez, 2022, p. 3). Por tal motivo, los muralismos más allá de representar un arte que fomenta e inspira a los turistas a identificarse como seres humanos, partiendo de su existencia y evolución sobre las diversas culturas.

1.5.1. Origen de los murales

En relación a su origen es importante mencionar que surge sobre la iconografía de las antiguas pinturas, en donde fueron asentadas en las ciudades antiguas, especialmente en los templos, plazas, tumbas y viviendas; manteniendo un tipo de ilustración sobre los escenarios de la vida cotidiana, representando incluso a un universo religioso (Cartagena, 2021). Por tal motivo, también es importante mencionar que los murales empezaron su origen sobre la escena de los libros sagrados que tuvieron un rol puntual, siendo la transmisión de la historia sobre la era moderna, identificando al mural como una lucha revolucionaria que busca los cambios sociales.

En efecto, el surgimiento de los murales se ha plasmado mediante dibujos en la pared, siendo su origen en la prehistoria sobre la denominada pintura rupestre, en donde sus creadores usaban pigmentos naturales, además de simples bastas, por tal motivo, Yáñez, (2020) sostiene que durante la época antigua, especialmente el periodo romano dominó la pintura como representación gráfica en las paredes y muros; en este sentido, mediante el renacimiento se produjeron murales de gran tamaño, siendo realizados por artistas que realizan obras en los murales. Fechas más tarde, en el siglo XX los murales en Occidente mantuvieron un protagonismo sobre el arte mural pictórico, esto gracias a la obra de muralistas en México, además de la integración de otros países que conforman la Hispanoamérica.

1.5.2. Importancia del muralismo

Actualmente el muralismo refleja una importante en las comunidades y ciudades como un objeto puramente estético, siendo una herramienta que mantiene interrelación sobre el espacio público y la política pública, en donde el arte se refleja en la sociedad integrándose de forma colectiva e incluso individual; “el muralismo permite embellecer a los pueblos y comunidades, en donde se añaden a las paredes de edificio o murales, en donde presenten

un significativo, fomentar y crear un estímulo cultural a los visitantes” (Guamán, 2022, p. 43). Por tanto, permite mantener el legado histórico sobre la riqueza cultural de un pueblo o comunidad.

En este orden de ideas, resulta importante mencionar que el muralismo y su importancia radican sobre la función que cumple, es decir, en la construcción de la identidad histórica de los pueblos y comunidades que se encuentran asentadas en los diferentes territorios, especialmente en el periodo posrevolucionario, por su parte, estas obras mantienen un movimiento de expresión sobre el legado que mantienen una comunidad; entonces el legado que lleva el muralismo mantiene su importancia en mantener las costumbres y tradiciones, siendo una riqueza sobre las tradiciones, en donde los visitantes conocen sobre sus actividades para conocer e identificar sus raíces

1.5.3. Los murales artísticos vs los murales culturales

Los murales artísticos son considerado como “una técnica artística que se plasma en las paredes o muros, de hecho, pueden ser dibujados en piedras u otros materiales sólido como los tipos de construcción; considerandos como modelos habituales que son composiciones pictóricas” (María, 2019, p. 23). Por tanto, los murales artísticos son considerados como pinturas que representan el arte, considerándose un elemento decorativo de la arquitectura bajo un método didáctico, en donde las principales características son la monumentalidad que solamente se rigen sobre el tamaño de la pared o muro, sino también de la composición de la imagen y la poli angularidad que hace relación a los diversos puntos de vista y tamaños.

Por su parte, los murales culturales “son considerados como pinturas que reflejan acontecimiento de la historia que han dejado un legado en la humanidad, especialmente por hechos culturales e históricos, e incluso por gestas heroicas que han marcado una evolución sobre la historia” (Pérez et al.,2022, p.31). Por tanto, representan funciones de comunicación, en donde se relaciona como el lenguaje visual que mantiene un valor social y componente significativo sobre el patrimonio cultural, para ello, el artista plasma estos acontecimientos en un espacio público, formando un paisaje en la pared sobre los acontecimientos con mayor trayectoria sea de origen nacional e internacional, su principal función es crear un escenario cultural para que los turistas puedan conocer las costumbres y tradiciones de un pueblo o sector.

1.6. Otavalo

Si bien es cierto, el nombre Otavalo mantiene varias interpretaciones, basándose en el idioma Chaima; desde esta perspectiva, “Otavalo mantiene un significado sobre los lugares antepasados en donde sobre el idioma panzaleo se lo relaciona como una “casa”; mientras que el idioma Chibcha se lo relaciona como un alto grande de la laguna”(Mila Maldonado et al., 2022, p. 14). Por tal motivo, cabe mencionar que actualmente en la lengua originaria es conocida como la cobija de todos.

Figura 2. *Ciudad de Otavalo*



Nota: Diario El Norte (2018).

En virtud a ello, Otavalo es considerada una ciudad cultural que mantiene una serie de lugar turísticos, siendo reconocidos a nivel nacional e internacional, esto radica sobre su legado ancestral que mantiene tradiciones milenarias, leyendas y mitos sobre su constitución, trayendo consigo costumbres que rodea sus lagos, cascadas y ríos, considerándose entre los principales atractivos del Norte del país por su cultura y riqueza ancestral. En este sentido, resulta importante mencionar que “los atractivos y características de esta zona ha sido una forma de motivación turística, en donde propios y extraños acuden a este lugar para identificar su costumbres y tradiciones, caracterizándose por su variedad tejedora y el mercado de ponchos” (Ordóñez, 2018, p. 4). Bajo esta percepción, este pueblo ha presente tipologías que atraen a la demanda turística, siendo única y destacándose por su valor cultural sobre sus actividades tejedoras y bordados, por tanto, este pueblo se acentúa en el Valle de Otavalo, provincia de Imbabura.

1.6.1. Geografía

Con su respecto a su geografía la ciudad de Otavalo se encuentra ubicada en la Zona Norte de Ecuador, al Sur Oriente de la provincia de Imbabura, manteniendo una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según cifras del GAD cantonal; en este contexto, a continuación, se exhibe su ubicación geográfica:

Tabla 1. Ubicación geográfica del cantón Otavalo

Altitud	4.700 m.s.n.m
Longitud	78° 15' 49''
Latitud	– 0° 13' 43''

Temperatura	14°C
Población urbana	44.536 habitantes
Población rural	65.925 habitantes
Perímetro urbano	800 hectáreas

Conforme a lo anteriormente expuesto, los límites del cantón Otavalo son al Norte con el cantón Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra, al Sur con la provincia de Pichincha, al Este con el cantón Pichincha, y al Oeste con Cotacachi, en este sentido, es importante mencionar que este cantón se constituye por 11 parroquias, siendo dos urbanas y 9 rurales. Por tal motivo, el cantón Otavalo al encontrarse en el centro cerca de la ciudad Ibarra hace referencia sobre la sierra Norte.

1.6.2. La cultura del cantón Otavalo

Cabe mencionar que la cultura “es conocida como un conjunto de características o elementos de una población o comunidad que residen en una zona específica, en donde se incluyen las tradiciones y normas sobre un grupo de pensamientos ligados a sus conocimientos” (Fiallos Quintero, 2019, p. 20). Por esta razón, Otavalo es considerada una ciudad que mantiene raíces culturales y étnicas que se caracteriza por la presencia de dos etnias, es decir, mestizos e indígenas; en este sentido, la comunidad indígena es considerada como la unión de los runas nativos que radican dentro de esta zona basado en su ideología que buscan mejorar conjuntas para su población.

Ahora bien, conforme a la cultura de la vestimenta resulta importante mencionar que la vestimenta de los Otavalo es reconocida a nivel nacional e incluso nacional a diferencia de otros pueblos y nacionalidades que existen en el territorio ecuatoriano, debido a su camino íntimo sobre los pueblos indígenas.

Figura 3. *Vestimenta Otavalo*



Nota: Diario el Norte (2018).

1.6.3. Costumbres y tradiciones

Las costumbres y tradiciones del cantón Otavalo se han establecido como una propia identidad sobre el pueblo indígena, en donde mantienen celebraciones basadas en su ideología como se exhibe a continuación:

Tabla 2. Costumbres y tradiciones del cantón Otavalo

Celebridad	Descripción	Representación gráfica
PAWCAR RAYMI	Es una fiesta indígena de alegría, de vida y color, de integración, encuentros, matrimonios, aceptación de la vida, es el periodo de afloramiento de las plantas, como el maíz, las flores, esta fiesta en mucho de los casos coincide son los carnavales.	

INTI RAYMI

Es la fiesta al INTI TAITA o Padre Sol, es el periodo en donde el fruto esta germinado, el maíz ha llegado a su punto de madurez, esta es la fiesta más importante en la ciudad de Otavalo, ya que en esta fecha se realiza la tradicional Fiesta de SAN JUAN.



KOLLA RAYMI

Es una fiesta en homenaje al género femenino, básicamente a ALPA MAMA o la Madre Tierra, en esta época se preparan para recibir la semilla de maíz que dará la vida a este producto que es el alimento básico de los quichuas



KAPAK RAYMI

“En esta fecha la semilla ha empezado a tomar forma, es maíz, su cuerpo lo dice ha crecido en su primera etapa de vida y subsistencia en su forma y empieza la maduración, coincide con la fiesta navideña occidental” (Santellán, 2019, p.31).



1.6.4. El muralismo en el cantón Otavalo

Por su parte, el cantón Otavalo es un lugar que atrae a personas propias y extrañas por su legado cultural, destacándose sus costumbres y vestimentas, incluso a simple vista se puede evidenciar la utilización y función de idiomas que hace parte de esta cultura; por tal motivo, el muralismo se ha convertido en una nueva modalidad de expresión en esta ciudad. “Mediante estas pinturas se inspira a la cultura y el reconocimiento de la localidad indígena,

aportando bajo un cambio estético en la zona urbana, para ello, es importante mencionar que son varios los artistas que se dedican a su elaboración” (Comercio, 2018, p. 4).

Desde esta perspectiva, la mayoría de los murales de la ciudad de Otavalo se crearon sobre las diversas celebraciones que mantiene este cantón; siendo una fiesta sincretizada las tradiciones mestizas e indígenas, en este sentido, el muralismo se ha convertido como la identificación visual sobre las costumbres y tradiciones del pueblo Otavalo, en donde los turistas han apostado por visitar estos lugares para identificar las expresiones e ideologías culturales de este pueblo.

En efecto, el muralismo ha reflejado en la ciudad de Otavalo todas las creencias que en muchas ocasiones el turista se integra en ellas como parte de su actividad turística, por tanto, según Diario El Comercio (2018), sostiene que el primer mural que fue pintado en la ciudad de Otavalo mantiene una forma trapezoide, puesto que sus lados son desiguales, siendo un total de 280 metros cuadrados.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de Investigación

La modalidad de este estudio fue cualitativo por la utilización de datos no numéricos, bajo esta percepción el enfoque cualitativo permite la “recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández et al., 2017, p. 7). Por lo tanto, mediante el proceso cualitativo se pudo tener resultados sobre los hechos y su interpretación respectiva ya que, de esta manera, obtuvo una guía completa del turismo en la ciudad. Por su parte, el método que se utilizó en este trabajo es el de investigación- acción, en este tipo de investigación las personas pertenecientes a un grupo o comunidad participan activamente en el proceso investigativo, contribuyendo a la identificación del problema en estudio y la identificación de posibles soluciones (Ocampo, 2019).

En virtud a ello, este estudio fue cualitativo por la utilización de datos sin medición, en donde se recopiló información cualitativa que permitió entender y describir el muralismo como forma de promoción turística, además permitió la construcción de las bases teóricas, debido que se describieron las variables de estudio mediante información secundaria no numérica.

2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

2.2.1. La observación

Esta técnica se enfoca en analizar una actividad sin ningún tratamiento y con un objetivo claro y definido. Para su realización se debe recolectar una variedad de datos relacionados con el momento centrándose en las particularidades (Macías, 2021). Por tal motivo, se aplicó este instrumento para verificar la aceptación de los recursos turísticos de acuerdo con el entorno, al manejar datos tanto visuales como verbales, en este caso se establecen varias sesiones de acuerdo con los posibles ítems a incluir en la guía.

2.2.2. La entrevista

La entrevista se utilizó para recolectar información basada en el objetivo, esta técnica es importante para comprender desde el punto de vista del entrevistado la profundidad de su conocimiento sobre el tema. Por ello que la entrevista sirve para “Obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas” (Folgueiras, 2016, p. 2).

2.3. Preguntas de investigación

- ¿Qué tan significativa es la oferta cultural de una guía digital sobre la promoción turística cultural basada en la expresión del muralismo de la ciudad de Otavalo?
- ¿Qué tan importante es la promoción del turismo por medio del muralismo?

2.4. Participantes

En esta investigación participaron los artistas otavaleños Juan Terreros que es muralista y realizó varios de los murales de la ciudad y el artista digital Jonathan Terreros conocedor de la cultura del pueblo otavaleño.

Así también participó la señora Evelyn Cabascango quien es dirigente del grupo de emprendedores de la plaza de ponchos, conocido como mercado centenario quien dio su aporte con relación a la promoción turística para los emprendedores.

También se entrevistó a Karen Kira, quien es capacitadora de cursos de arte en la casa de la Juventud.

Se realizó el inventario de los murales del centro de la ciudad.

2.5. Procedimiento y plan de análisis de datos

2.5.1. Observación de murales

Cada mural que está plasmado en las calles del Cantón Otavalo tiene un contenido cultura, atractivos a la vista de los espectadores con un argumento que identifica a los emprendedores otavaleños como son; sus tejidos, bordados, piezas de cerámicas y la cultura de los indígenas, sus fechas de celebración representadas en un mural.

Para escoger cada mural se realizó un recorrido por todas las calles del centro de la ciudad de Otavalo, empezando en el colegio República del Ecuador y terminando por el Nuevo MERCADO “24 de Mayo” teniendo en cuenta que los murales escogidos se encuentren en un lugar atractivo del cantón de esta manera atraer a los turistas, además realizando una ruta turística con la finalidad de incrementar el turismo y la economía de los emprendedores.

Cada entrevista tuvo su complejidad a la hora de realizarla; la entrevista al muralista Juan Terreros fue complicada obtenerla puesto que el artista no se encontraba en la ciudad, pero se pudo conseguir una cita con el muralista por medio de una video conferencia a través de la aplicación WhatsApp.

La entrevista a la señora Evelyn Cabascango representante del grupo de emprendedores de la plaza de ponchos, dispuesta a colaborar con su ciudad y buscando el beneficio de incremento en ventas de cada emprendedor de una manera muy gentil y amable colaboro en la entrevista, le agrado el tema de estudio, ya que al realizar la guía digital el incremento de turistas beneficiara a la ciudad.

Karen Kira capacitadora de cursos en la casa de la Juventud colaboro con la entrevista brindando la información requerida en cada pregunta.

Una vez obtenidos los datos de la observación y las entrevistas se procedió a realizar el análisis a profundidad de los resultados.

CAPITULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Ficha de observación

Tabla 3. Matriz ficha de observación

Mural	Artista	Contenido	Ubicación	Estado del mural
	Topas	Representa los bordados de la ciudad y el cóndor animal sagrado y representante del escudo nacional.	Avenida Sucre y Neptali Ordoñez	En buen estado
	Tenas	No olvidar tu origen.	Avenida Quito y 31 de octubre	En buen estado



Topas Agradecimiento con la Pachamama por las cosechas que nos brindan cada tiempo, en, especial al maíz cultivo utilizado por los indígenas. Avenida Jaramillo Modesto En buen estado



Topas Representa el turismo y las especies que habitan en ellos y su cultura. Avenida Jaramillo Modesto En buen estado



Tenaz Representa la celebración de la cultura otavaleña. Avenida Ramón Roca Vicente Dar mantenimiento



Topas

Identifica la fauna y flora del cantón.

Avenida Quiroga

Manuel

Buen estado



Sin autor

Gente luchadora que
atravesó el COVID y
continuo con sus
labores.

Avenida Atahualpa

Dar
mantenimiento

Para identificar los murales que existen en la ciudad de Otavalo fue importante el uso de la técnica de la observación; por tal motivo, la observación “es una técnica de recolección de datos que permite observar un fenómeno de estudio mediante una ficha que le permita identificar la situación o comportamiento de un tema de interés por parte del investigador” (Sánchez et al., 2021, p. 8). Por tal motivo, para realizar esta ruta se tomó como referencia el centro de la ciudad, puesto que su propósito fue observar los murales y las atracciones turísticas que ofrece Otavalo, se encontró 7 murales con diversas temáticas de la ciudad, se encuentran ubicados en espacios libres de las paredes de la ciudad están cerca de emprendimientos gastronómicos, culturales y turísticos. Algunos por situaciones climáticas requieren mantenimiento, gestionando a la municipalidad se podrá contar con su apoyo para mantener en condiciones óptimas que sea visible por la ciudadanía, en donde se evidencio que estos murales constituye la riqueza de la cultura Otavalo, de hecho, revive el legado cultural, sus tradiciones y costumbres, en donde cada mural descifra un mensaje oculto sobre la historia de esta comunidad; cabe mencionar que gracias a la ficha de observación se pudo tomar apunto de los autores de estas pinturas, siendo reconocidos artistas del cantón Otavalo, convirtiéndose en atracciones turísticas.

3.2. Entrevistas

Entrevista 1.

Artista muralista: Juan José Terreros Monteros (Topas)

Juan Terreros es un joven otavaleño que le apasiona su cultura, desde niño su gran sueño fue pintar su inspiración es su madre una señora luchadora que pintaba a niños en la plaza de Peguche lugar turístico de Otavalo. Él y su hermano Jonathan (Pachay) se inclinaron por el arte.

Juan más conocido como el Topas es un muralista que a diseñadas obras de arte en algunas paredes de Otavalo, representando la cultura y dando un concepto en cada obra que realiza.

1.-¿Qué opina usted sobre el muralismo en Otavalo?

El muralismo en Otavalo ha tenido un gran auge en estos últimos años, la cantidad de nuevas personas que se han involucrado en esta rama, han hecho que tome un gran impulso, generando propuestas en la ciudad y las comunidades y diversificando estilos y conceptos.

2.-¿Atenido apoyo desde las autoridades para expresar su arte en Otavalo?

Por lo general el muralismo siempre ha estado autogestionado , son raras veces donde las autoridades han aportado en los proyectos de arte urbano, sobre todo lo han hecho de un modo publicitario.

Hay un par de proyectos que se ha logrado gestionar con la Juntas parroquiales los cuales han sido muy provechosos para poder cubrir todos los gastos necesarios en los eventos de arte realizados.

3.- ¿Cuál fue el aporte que su obra dio a la ciudad?

Pienso que el aporte que deja uno es la convivencia del arte con el entorno, el poder involucrarse de parte y parte, el compartir, el influenciar, y poder dejar referencias para nuevas personas que se entren en este camino.

4.-¿Que temática aplico y por qué?

La temática siempre ha sido variada de acuerdo a donde se pinte y lo que se quiera comunicar, eso sí siempre teniendo en referencia los elementos visuales o patrones de composición que generen un lenguaje visual propio.

5.-¿Cree usted que el arte público puede ser considerado como un elemento turístico?

Pienso que forma parte del entorno que ofrece el lugar y convive con él, una ciudad con arte siempre será más atractiva para el turismo y rescate de la memoria de un pueblo.

Gracias a la aplicación de la entrevista se pudo obtener información detallada sobre la conservación y cuidado de los murales en el cantón Otavalo; bajo esta perspectiva, es importante conocer el concepto de entrevista como “una técnica de recolección de datos; por tanto, la entrevista es una técnica de recolección de datos que permite al investigador obtener información detallada y amplia sobre un tema de interés mediante un cuestionario semiestructurado de preguntas abiertas” (Troncoso & Amaya, 2017, p. 21).

En virtud a ello, gracias a esta técnica se recopiló información amplia, en donde se realizó la entrevista al muralista Juan Terreros nos menciona que el muralismo en Otavalo ha tenido un crecimiento en los últimos años, se han involucrado nuevos artistas brindando su apoyo al representar un mural. No cuentan con un apoyo por parte del municipio de la ciudad y si lo hacen es en beneficio de ellos como publicidad y no como una atracción turística. El arte puede representar a una cultura contando sus tradiciones y sus costumbres.

Entrevista 2.

Miembro de cultura: Karen Kipa

Karen Kipa trabaja en la casa de la juventud brinda talleres a los niños y adultos mayores, fortaleciendo la cultura otavaleña a través de la danza contemporánea o grupos musicales.

1.-¿Que aporte ha hecho la municipalidad de Otavalo para fomentar la expresión artística pública en la ciudad?

El aporte de la municipalidad del cantón Otavalo es por medio de talleres que se brindan a los niños y adultos mayores buscando la estabilidad de las personas, además fomentar la expresión cultural a través de la danza contemporánea respetando su forma de expresión al realizar cada actividad.

2.-¿Considera importante valorizar las obras que están expuestas en las paredes de Otavalo?¿por qué?

Si, por qué es la manera que va pasando el tiempo y se va quedando plasmada en una obra de arte y la generación que viene va a conocer como fue el antiguo Otavalo ya sea por leyenda, por relatos de personas y por sus murales que están pintados en las calles.

3.-¿Cree usted que el arte mural de Otavalo puede ser considerado un elemento turístico cultural?

Si, podemos observar en la casa de la juventud que están terminando un mural que expresa las riquezas de nuestro cantón, además nos identificamos con una cultura muy diversa que atrae a turistas, pero no la sabemos aprovechar.

4.-El municipio trabaja en proyectos artísticos culturales para fomentar la expresión de los artistas que muestran la cultura de la ciudad de Otavalo, cuales

El municipio trabaja con grupos de niños y adolescentes para fomentar la expresión artística y cultural a través de la danza o cantos, pero proyectos para murales no se gestionan, son raros estos proyectos ya que cada Gad parroquial se encarga de hacerlo.

La casa de la juventud de Otavalo brinda talleres a niños, adolescentes y adultos mayores estos talleres son gestionados al municipio cada taller dictado se basa en la cultura como es la danza folclore y la música ayudando a los pobladores a conocer más de Otavalo a través de charlas o leyendas.

Pero las gestiones para murales son muy pocas ya que no se cuenta con tanta ayuda del municipio y si se lo hace es solo para obtener una publicidad la mayoría de los murales son gestionadas por los GAD parroquiales, Otavalo tiene una gran diversidad cultural pero referente al turismo no la sabemos aprovechar ya que los turistas desconocen de la cultura otavaleña.

Entrevista 3.

Emprendedores: Evelyn Cabascango

Evelyn Cabascango es dirigente del grupo de emprendedores de la plaza de ponchos o conocido como mercado centenario, todos los días salen a Comercializar sus artículos artesanales tanto a nivel local, regional, nacional e internacional también se ofrece otro tipo de productos realizados en madera, obras de arte con cerámica, madera, pintura, metal etc.

1.- ¿Qué opina acerca de los murales que están en la ciudad?

Pienso que son muy interesantes ya que algunos hacen referencia a nuestra cultura, tradiciones y nos representan como una cultura diversa.

2.- ¿Cree usted que desde el municipio se debe apoyar proyectos artísticos culturales como los murales?

Si, por qué a través de su arte la cultura otavaleña se puede visualizar a turistas que vengan a visitar a nuestro cantón.

3.- ¿Considera que estos murales pueden ser un elemento importante para fomentar el turismo de la ciudad?

Si por qué cada mural o pintura cuenta una historia y cada persona que visualicé este arte quiere saber su concepto y por qué fue pintado.

4.- ¿Estaría usted de acuerdo que se realice una ruta artística cultural recorriendo estos murales e incluyendo los emprendimientos que están dentro de la misma?

Si por qué las personas a parte de observar el mural van a llegar a cada emprendimiento y su economía o ventas subirían.

La creación de una ruta turística en la ciudad de Otavalo es de gran importancia de esa manera nos podemos ubicarnos realizando un sendero con direcciones claras y directas para llegar a nuestros destinos, podremos ver distintos murales que nos ofrece las calles de Otavalo cada mural tiene su esencia cultural y su concepto. Aparte de observar un mural podemos conocer y de gustar de la gastronomía que nos ofrece cada otavaleño, en el recorrido de la ciudad podremos ver sus parques y atracciones turísticas.

Beneficiando a los emprenderos, atrayendo turistas a la ciudad a que conozcan la cultura otavaleña y puedan observar a lo que se dedican día a día, con sus bordados, piezas de cerámica y bisutería, incrementando la economía en la ciudad y fomentando el turismo.

CAPITULO IV: PROPUESTA

4.1. Introducción

Si bien es cierto la guía turística es considerada un documento impreso que permite establecer detalles de orientación a la demanda turística; constituyéndose de información provechosa para los visitantes, en donde se detallan lugares, precios, direcciones, establecimientos, contactos telefónicos entre otros; bajo esta perspectiva, contar con una guía turística se ha convertido en una herramienta puntual, puesto que ofrece información precisa sobre los lugares cultural, especialmente los murales que son reconocidos como representaciones graficas en las artes visuales que permiten informar sobre un hecho heroico o deportivo con la finalidad de mantener un legado y llamar la atención del turista como una expresión visual sobre la cultura de un lugar establecido.

En virtud a ello, las imágenes de los murales han sido percibidos como abstracción visual y testimonial en los turistas, puesto que su figurativo conduce a la descripción abstracta o real, en este sentido, estas representaciones fomentan el turismo, puesto que son consideradas como el resultado sobre la percepción de un paisaje ilustrado que mantienen diversos significados bajo una composición visual, de hecho, su constitución radica en el mensaje propio sobre una época en particular, cuyos trascendidos exceden los límites temporales y espaciales sobre su sentido simbólico y creativo que mantienen duraderos apreciaciones de propios y extraños; relacionándose directamente con el tema de la obra.

Conforme a lo anteriormente expuesto, el mural como modalidad artística se la describe como una pintura en superficie monumental; puesto que mantiene un vínculo indisoluble con el muro y su expresión radica sobre un contexto integrado que logra una narración sobre el contexto histórico, religioso, político, patriótico, feminista entre otros. Por tal motivo, la presente propuesta tiene como propósito diseñar una guía turística sobre los murales en la ciudad de Otavalo, para ello, el desarrollo de esta guía es significativa por la inexistencia de estos documentos que permitan identificar el significado de los murales; desde esta perspectiva, a continuación se exhibe una guía sobre los murales existentes en la ciudad de Otavalo, en donde se podrá describir su significado y legado que mantiene en esta zona, permitiendo además atraer mayor demanda turística que puedan visitar estos espacios

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo general

Desarrollar una guía turística sobre los murales existentes en la ciudad de Otavalo para atraer mayor cantidad de turistas.

4.2.2. Objetivos específicos

1. Determinar la cantidad de murales artísticos en la ciudad de Otavalo, su descripción y significado cultural
2. Describir las características de los murales de la ciudad de Otavalo con relación a su significado.

4.3. Desarrollo de la Propuesta

4.3.1. Tipología y paleta de colores

La fuente es: Montserrat (se utilizó dos variantes de la Fuente “Black” y “Light Italic”

El lienzo o el documento tiene un tamaño de: 1920x1080px

Los colores utilizados fueron:

Figura 4. *Paleta de colores*



4.3.2. Presentación de la guía

Portada

Figura 5. Portada



Ruta

Figura 6. Ruta



Misión y Visión

Figura 7. Misión y visión



Misión

Impulsar y fomentar el desarrollo turístico basado en el muralismo en el cantón Otavalo que permita promover y ejecutar acciones para el fortalecimiento y la integración de la demanda turística, partiendo de la identificación de las costumbres tradiciones de la comunidad Otavalo.

Visión

Ser reconocidos a nivel nacional e internacional como el principal destino turístico sobre el muralismo y la gran variedad de productos turísticos que ofrece servicios para la satisfacción de la demanda turística y el cumplimiento de sus expectativas de manera que contribuya en el desarrollo económico de los habitantes del cantón Otavalo.

1

Parada 1

Figura 8. Primer mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Calle Antonio José de Sucre y Neptalí Ordóñez

Puedes visitar:

Este mural se encuentra en las paredes del colegio Unidad Educativa "República del Ecuador", esta institución educativa es una de las más grandes de la ciudad, es un colegio fiscal brinda una educación de alta calidad fomentando valores en los alumnos de la institución, su especialidad es el BGU (Bachillerato General Unificado).

Temática:

Representa un legado de la cultura; la gráfica muestra las expresiones de todas las traiciones y costumbres de este pueblo, para ello, resulta importante destacar que el propósito de su mensaje es conocer la diversidad de su cultura; partiendo desde su origen hasta las tradiciones actuales.

3

Parada 2

Figura 9. Segundo mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Avenida Quito y calle Modesto Jaramillo

Temática:

Se puede identificar un picaflor con su pico sobre una flor, demostrando la flora y fauna de la ciudad de Otavalo, y su amor hacia la tierra o la Pachamama. En este sentido, el mural expuesto significa la vida como un legado histórico y su valor patrimonial, en donde su cola se dirige hacia el Taita Imbabura, siendo un recurso natural muy respetado por esta cultura.

Puedes visitar:

Este mural se encuentra frente al Parquedero Municipal Alli Micuy y del restaurante El pez dorado es un local de comida costeña su especialidad es el pescado un plato delicioso.

4

Parada 3

Figura 10. Tercer Mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Avenida Quito y calle Modesto Jaramillo

Temática:

Se puede evidenciar el arte entre la mujer Otavalo y su origen, por tal motivo, en la parte izquierda se evidenciar la oscuridad y el pasado que la mujer de Otavalo, en donde se caracteriza con una mujer joven que representa sus duras batallas de sobrevivencia en la antigüedad; mientras que en la parte derecho se observa a la mujer Otavalo con claridad representando su legado de vida y permanencia con el Dios Sol, destacándose el maíz como el principal producto que se cultivaba, siendo característico por el pueblo Otavalo como una ofrenda que cubría el hambre de este pueblo.

Puedes visitar:

Este mural se encuentra frente al Parquedero Municipal Alli Micuy y del restaurante El pez dorado es un local de comida costeña su especialidad es el pescado un plato delicioso.

5

Parada 4

Figura 11. Cuarto mural



Artista:
Tenoz

Ubicación:
Calle Vicente Ramón Roca y Av. Quito

Temática:
Representa el arte y la música del pueblo Otavalo, destacándose por sus fiestas tradicionales, en este contexto, "las tradiciones de las comunidades son consideradas como un patrimonio intelectual que permite conocer las actividades que realiza una población o comunidad, comúnmente puede ser por celebraciones" (Paredes, 2017, p. 3).

Puedes visitar:
Podemos degustar de una rica pizza en la pizzería Oscar esta pizzería es la más reconocida en la ciudad. Además, podemos probar los ricos helados de paila que nos ofrece la heladería San Gerardo con una variedad en sabores.

6

Parada 5

Figura 12. Quinto mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Calle Manuel Quiroga y Vicente Ramón Roca

Temática:
Se identifica la fauna y flora del cantón Otavalo, en donde se observa a un ave colorida y un pato que representan la riqueza de estos pueblos sobre su flora, en la parte posterior del grafico se representa la riqueza natura; los animales de esta pintura se encuentran de frente en donde se unen las riquezas naturales y espirituales, manteniendo un legado sobre la trayectoria de este pueblo.

Puedes visitar:
Este mural se encuentra frente al Parqueadero Municipal Alli Micuy y del restaurante El pez dorado es un local de comida costeña su especialidad es el pescado un plato delicioso.

7

Parada 6

Figura 13. Sexto mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Calle Atahualpa y Morales

Temática:
Representa la riqueza juvenil de la actual época sobre el pueblo Otavalo, en donde se puede evidenciar estrellas y la luna que rodea a este pueblo, esta imagen recrea e incentiva a la mujer Otavalo a ser parte de sus tradiciones y costumbres, en donde mantengan el legado cultural como se lo ha venido incentivando, siendo las raíces y el significado de los pueblos

Puedes visitar:
Este mural se encuentra frente a la veterinaria patitas "Pet Shop" ofrecen una amplia variedad de alimentos para mascotas, ropa y casas además brindan el servicio de peluquería.

8

Parada 7

Figura 14. Séptimo mural



Artista:
Arte Wasi

Ubicación:
Calle Atahualpa y Abdón Calderón

Temática:
Representa un legado que se mantiene y destacándose por sus actividades y esfuerzos, en su cabello se refleja una flor que representa la belleza y la dulzura de las mujeres de la comunidad Otavalo, destacando en su sombrero un colibrí que significa la libertad de sus creencias y tradiciones, por tal motivo, esta imagen mantiene viva la belleza de las mujeres como luchadoras, consideradas un patrimonio dentro de la comunidad.

Puedes visitar:
Este mural queda cerca a uno de los supermercados más grande de la ciudad conocida como Santa María.

9

Parada 8

Figura 15. Octavo mural



Artista:
Campuez

Ubicación:
Calle Atahualpa y Abdón Calderón

Temática:
Se identifica que su principal tarea es la elaboración de tejidos, sin el uso de tecnologías, es decir, representa la artesanía y su riqueza cultural a base de la materia prima como la lana y tela que sobresalen en su vestimenta.

Puedes visitar:
Este mural se encuentra en el centro comercial El Jordán, se caracteriza por ser una feria textil donde encontraremos variedad de tejidos, bordados y estampados.

10

Parada 9

Figura 16. Noveno mural



Artista:
Sin autor

Ubicación:
Calle Atahualpa y Abdón Calderón

Temática:
Representa la lucha del pueblo Otavalo contra la emergencia sanitaria ocasionado por Covid-19, en honor a todas las personas que perdieron la lucha contra esta enfermedad, se puede evidenciar en la parte posterior una serie de plantas que utilizaba el pueblo Otavalo para enfrentar esta emergencia, llevando sus tradiciones y costumbres sobre la medicina ancestral como un recurso que siempre ha utilizado.

Puedes visitar:
Este mural se encuentra frente al mercado Copacabana, lugar muy cultural con productos 100% de origen artesanal de la región de excelente calidad y exclusividad.

11

Parada 10

Figura 17. Décimo mural



Artista:
Alik

Ubicación:
Calle Antonio José Sucre y Juan Montalvo

Temática:
se puede observar a la mujer Otavalo como un símbolo de lucha y riqueza cultural, en donde se lo realizó en honor a todas las mujeres que han luchado para mantener el legado cultural y patrimonial de este pueblo; mientras que en la parte derecha del muro se evidencia al hombre Otavalo con su folclor y su tradicional fauna que ilumina el canto de estos pueblos para revivir su historia.

Puedes visitar:
Este mural se encuentra frente a la papelería y bazar Monserrath, en esta papelería puedes encontrar una gran variedad de útiles escolares en diferentes marcas con precios económicos y accesibles.

12

Parada 11

Figura 18. Décimo primer mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Calle Antonio José Sucre y Juan Montalvo

Temática:
Se identifica una mariposa sobre el anochecer que mantiene un significado sobre las oscuras batallas del pueblo Otavalo, se puede identificar que una planta nace de un espejo que rodea la mariposa, esto significa todas las batallas de los pueblos para mantener su libertad sobre un oscuro pasado y la vulneración a sus derechos; destacándose el color azul como seguridad de los pueblos en expresar sus libertades culturales bajo sus costumbres y tradiciones.

Puedes visitar:
Este mural se encuentra en el centro de la ciudad en el parque Simón Bolívar, este parque es uno de los más grandes que tiene Otavalo. Además, está conformado por un santuario conocido como el "señor de las angustias" una iglesia con decoraciones en oro dorado, pinturas y estatuas.

13

Parada 12

Figura 19. Décimo segundo mural



Artista:
Tierras

Ubicación:
Calle 31 de octubre y Juan Montalvo

Temática:

Representa la música y el folclor de la cultura Otavalo, destacando la guitarra y el violín como sus principales instrumentos que mantienen viva sus costumbres y tradiciones, en donde se evidencia además en la parte derecha de la imagen un picaflor que representa la vida y la tradición de los pueblos indígenas que mediante el canto y baile representa su arte y belleza cultural.

Puedes visitar:

La Plaza Cívica un sitio con homenaje a la interculturalidad de indígenas y mestizos, culturas que predominan en el cantón, con expresiones de conocimientos ancestrales como la agricultura representada en las fases lunares y los jarrones representan las 9 parroquias de Otavalo.

14

Parada 13

Figura 20. Décimo tercer mural



Artista:
Topas

Ubicación:
Avenida 31 de octubre y Juan Montalvo

Temática:

representa el humor el sufrimiento del pueblo Otavalo, sin embargo, algunos artistas lo han considerado como las formas de ocultar los sentimientos de la cultura, puesto que mantiene en su mano un retrato en donde aparece una imagen negra que representa el sufrimiento de las comunidades y la vulneración de sus derechos.

Puedes visitar:

Cerca de este mural se puede visitar la galería municipal.

15

Parada 14

Figura 21. Décimo cuarto mural



Artista:
Diego

Ubicación:
Calle Juan de Dios Morales y Gonzalo Benites

Puedes visitar:

El mercado 24 de Mayo, un lugar muy amplio donde puedes encontrar productos frescos y de primera necesidad, cuenta con un patio de comidas típicas de la ciudad además puedes realizar compras de ropa y calzado. Este mercado está organizado por secciones y cuenta con parqueadero.

Temática:

Representa la lucha de la comunidad Otavalo frente a la emergencia sanitaria y su supervivencia, en donde se puede observar el uso de mascarillas para hacer frente a esta enfermedad y se identifica que la mujer Otavalo tuvo que enfrentarse a estos riesgos con la comercialización de sus productos; mientras que el hombre Otavalo representa el cultivo de sus productos para solventar su economía, además de la lucha que realiza diariamente como forma de su supervivencia, y la obtención de recursos económicos.

16

Contraportada

Figura 22. Contraportada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI
UTN
AUTÓNOMA DESDE 1986
IBARRA - ECUADOR

UTN IBARRA - ECUADOR
Vive, sueña, construye

4.4. Difusión de la guía

Esta guía nos facilitará la ubicación de algunos murales y espacios turísticos que podemos visitar a la hora del recorrido. Es una guía tentativa en caso de que el municipio de Otavalo lo apruebe quedaría como una iniciativa para trabajar en conjunto del lado de la publicidad y del turismo.

5. CONCLUSIONES

- ✓ La ciudad de Otavalo es considerada una zona turística reconocida por sus costumbres, tradiciones y murales, en donde los turistas han apostado por visitar estos lugares que mantienen un legado cultural, puesto que mantiene un mensaje oculto en donde los turistas tienen la potestad de descifrar este mensaje e identificar la cultura mediante una imagen.
- ✓ Los murales contribuyen al desarrollo turístico, puesto que muchos turistas locales y extranjeros reconocen estas pinturas como un arte que expresa las tradiciones de la comunidad Otavalo.
- ✓ Existen 14 murales en la ciudad de Otavalo que refleja las costumbres y tradiciones de esta comunidad, por tal motivo, los turistas requieren de una guía que les permitan describir el significado de cada imagen y de esta manera integrarse conforme a las costumbres, tradiciones y legado de la cultura Otavalo.

6. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a la cámara de turismo de la ciudad de Otavalo conjuntamente con el ministerio de turismo acoger la propuesta del presente estudio, permitiendo incentivar el turismo local por medio de los murales que expresan las costumbres y tradiciones de este pueblo, siendo la presente propuesta una alternativa al turismo tradicional.
- ✓ En necesario que la comunidad científica tome como referencia los resultados de esta investigación, siendo este estudio el punto de partida para futuras investigación que mitiguen la problemática expuesta sobre los grafitis de actos vandálicos, puesto que mediante la promoción turística de los murales se recuperan dichos espacios.
- ✓ Se recomienda a las autoridades del cantón Otavalo fomentar el turismo por medio de los 12 murales que existen en la ciudad, en donde los esfuerzos por mantener estos espacios sean mayores, y ofertando los murales artísticos como un producto turístico de la ciudad para que el turista nacional e internacional conozca sobre el origen del pueblo Otavalo, y de esta manera obtener mayor demanda turística.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (2022). *Aproximación teórica acerca de la relación entre el muralismo y la política pública* [Universidad Nacional de la Plata]. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/148306/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Cartagena, C. (2021). El nuevo muralismo y su didáctica la Escuela Superior de Arte. *Revista Científica Internacional*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.46734/revcientifica.v5i1.49>
- Castro-Analuiza, J. C., & Pazmiño-Chimbana, V. M. (2023). La publicidad digital como estimulante de respuesta emocionales básicas en la audiencia. *INNOVA Research Journal*, 8(2), 107–128. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n2.2023.2237>
- Comercio, D. el. (2018). *Los murales de Otavalo reflejan la riqueza de la cultura del lugar*. Diario El Comercio. <https://www.elcomercio.com/construir/murales-otavalo-arte-ciudad-construir.html>
- Dávila-Maldonado, J., MorochoLoja, K., & Noblecilla-Grunauer, M., (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 57-75. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542>
- Espinoza Guillen, B. L., & Chávez Vera, M. D . (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Maskana*, 12(2), 19–24. <https://doi.org/10.18537/mskn.12.02.03>
- Fiallos Quintero, B. (2019). El concepto de cultura como fundamento de nuevos valores: una visión pluralista. *Revista Científica UISRAEL*, 6(3), 101–111. <https://doi.org/10.35290/rcui.v6n3.2019.129>
- Guamán, E. (2022). *El arte mural para el fortalecimiento de la participación social en jóvenes de Primero de Bachillerato de la Unidad Educativa Guapán* [Universidad Nacional de Educación]. [http://repositorio.unae.edu.ec/bitstream/56000/2855/1/El arte mural para el fortalecimiento de la participación social en jóvenes de Primero de Bachillerato de la Unidad Educa~1.pdf](http://repositorio.unae.edu.ec/bitstream/56000/2855/1/El%20arte%20mural%20para%20el%20fortalecimiento%20de%20la%20participaci%C3%B3n%20social%20en%20j%C3%B3venes%20de%20Primero%20de%20Bachillerato%20de%20la%20Unidad%20Educativa%20Guap%C3%A1n.pdf)
- León Sáez de Ybarra, José Luis (2020). Publicidad y aumento de las ventas. Estudio inductivo sobre campañas vendedoras. En *adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº20, Castellón: Universitat Jaume I, 311-334. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.13>.
- María, M. (2019). Relatos a la espera. Muralismo urbano en los espacios públicos de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, 18(1), 61–81. <https://doi.org/10.29043/liminar.v18i1.729>
- Méndez, K., & Maldonado, K. (2021). LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO PUBLICITARIO EN ECUADOR (2020): LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO UNESUM - Ciencias. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(4), 59-66. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n4.2021.398>

- Mero, G. (2019). *Características de la guía turística*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Mila Maldonado, F. L., Subía Cabrera, A. C., & Cifuentes Ruiz, D. G. (2022). El tráfico y la trata de personas desde la concepción pluralista del Estado ecuatoriano: especial referencia al pueblo Kichwa Otavalo. *Revista Derecho Del Estado*, 52, 333–364. <https://doi.org/10.18601/01229893.n52.11>
- Muñoz Mendoza, E. G., Tubay Moreira, M. F., Carranza Patiño, H. M., & Chang Muñoz, W. L. (2022). MARKETING TURÍSTICO Y EL INCREMENTO DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN EL CANTÓN EL EMPALME. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 22(34). <https://doi.org/10.47189/rcct.v22i34.538>
- Oehmichen Bazán, C., Aveleyra Talamantes, A., & Escalona Hernández, C. (2021). Los guías de turistas en México: Intermediación cultural y condición laboral. *Anales de Antropología*, 55(1), 115. <https://doi.org/10.22201/ia.24486221e.2020.0.76301>
- Ordóñez, K. (2018). *La ciudad de Otavalo, un legado cultural*. Cultura Científica.
- Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G., & Gárate Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8(2), 71–86. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483>
- Pérez, O. C., Fontalvo-Ortiz, A., Acevedo-Merlano, Á., & Quintero-León, M. (2022). Muros que hablan: la interculturalidad de una ciudad del caribe colombiano en el Muralismo y el Street art. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 14. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.014.e20210232>
- Pineda, A. P., Sojos López, G. L., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 162–169. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162>
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos*, 9(17), 127–143. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Ramos, J. Mejía, C. & Ballesteros, L. (2020). Publicidad en medios digitales y su impacto en el emprendimiento de empresas comerciales en la ciudad de Ambato. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 288-298. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.316>
- Reiss, H. (2022). ¿Cómo pensar el arte público? A 100 años del muralismo mexicano. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.245.83085>
- Revelo, K. (2020). *“La Promoción turística del atractivo natural Guandera y el desarrollo turístico del cantón San Pedro de Huaca*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Robalino-Coyago, J., Gallegos-Gallegos, M., & Moscoso-Parra, A. (2021). Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso: G.A.D de Pasaje, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 151–168. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.753>

- Rubio, P. (2022). Promoción turística, clase social e identidad cultural en las obras de Gonçal Arnús (1908), Antoni Muntanyola (1932) y Xavier Calderó (1932). *Cahiers de Civilisation Espagnole Contemporaine*, 29. <https://doi.org/10.4000/ceec.14197>
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107–121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sangache, Carlos. (2020): “El impacto de los medios publicitarios en empresas de seguridad industrial”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. 4(6), 67-89. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/02/impacto-medios-publicitarios>
- Troncoso, C., & Amaya, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de La Facultad de Medicina*, 65(2), 329–332. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Vargas, Y. (2022). *Estrategias de promoción turística para fortalecer el turismo cultural del distrito de la Huaca, Paita - 2022* [Universidad Nacional de Frontera]. <https://repositorio.unf.edu.pe/bitstream/handle/UNF/224/TESIS - Zapata Vargas%2C Yessenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velasteguí López, E., Salazar Andrade, D., Núñez Muñoz, J., & Barragán, U. E. (2018). La promoción turística por medios digitales. *Ciencia Digital*, 2(3), 695-709. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i3.197>
- Yáñez, A. (2020). HISTORIA DEL MURALISMO. *Revista Gaceta*.4(2), 55-74. <https://gaceta.cch.unam.mx/es/revisitan-historia-del-muralismo>

8. ANEXOS

Anexo 1 - Entrevista

Artista muralista:

- 1.-¿Qué opina usted sobre el muralismo en Otavalo?
- 2.-¿Atenido apoyo desde las autoridades para expresar su arte en Otavalo?
- 3.-¿Cuál fue el aporte que su obra dio a la ciudad?
- 4.-¿Que temática aplico y por qué?
- 5.-¿Cree usted que el arte público puede ser considerado como un elemento turístico?

Anexo 2 - Entrevista

Miembro de cultura

- 1.-¿Que aporte ha hecho la municipalidad de Otavalo para fomentar la expresión artística publica en la ciudad?
- 2.-¿Considera importante valorizar las obras que están expuestas en las paredes de Otavalo?¿por qué?
- 3.-¿Cree usted que el arte mural de Otavalo puede ser considerado un elemento turístico cultural?
- 4.-El municipio trabaja en proyectos artísticos culturales para fomentar la expresión de los artistas que muestran la cultura de la ciudad de Otavalo, cuales

Anexo 3 - Entrevista

Emprendedores

- 1.-¿Qué opina acerca de los murales que están en la ciudad?
- 2.-¿Cree usted que desde el municipio se debe apoyar proyectos artísticos culturales como los murales?
- 3.-¿Considera que estos murales pueden ser un elemento importante para fomentar el turismo de la ciudad?
- 4.-¿ Estaría usted de acuerdo que se realice una ruta artística cultural recorriendo estos murales e incluyendo los emprendimientos que están dentro de la misma?