



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**CARRERA: PUBLICIDAD**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**TEMA:**

**“CAMPAÑA FOTOGRAFICA DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA  
IDENTIDAD CULTURAL KICHWA OTAVALO EN REDES SOCIALES”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Publicidad

**Línea de investigación:** Desarrollo artístico, diseño y publicidad

**Autor (a):**

Espinosa Cabascango Sayri Eduardo

**Director:**

MSc. Andrés David Ortiz Dávila

**Ibarra - Ecuador 2026**



**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:

| <b>DATOS DE CONTACTO</b>    |          |                                   |
|-----------------------------|----------|-----------------------------------|
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b> | <b>Y</b> | Espinosa Cabascango Sayri Eduardo |

| <b>DATOS DE LA OBRA</b>        |                                                                                                           |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TÍTULO:</b>                 | “Campaña fotográfica digital para la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales” |
| <b>AUTOR (ES):</b>             | Espinosa Cabascango Sayri Eduardo                                                                         |
| <b>FECHA:<br/>DD/MM/AAAA</b>   | 8/10/2026                                                                                                 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO    |                                                                                                           |
| <b>PROGRAMA:</b>               | <input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>              |
| <b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b> | Licenciatura en Publicidad                                                                                |
| <b>DIRECTOR /ASESOR:</b>       | MSc. Andrés David Ortiz Dávila / Phd. Andrea Paola Chuquín Cadena                                         |

## 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 12 días del mes de octubre de 2026

## EL AUTOR:



Nombre: Sayri Eduardo Espinosa Cabascango

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR**

Ibarra, 12 de octubre del 2026

MSc. Andrés David Ortiz Dávila

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACION 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.



MSc. Andrés David Ortiz Dávila

*C.C.: 1716913072*

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación “Campaña fotográfica digital para la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales” elaborado por Espinosa Cabascango Sayri Eduardo, previo a la obtención del título de Licenciatura en Publicidad aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



MSc. Andrés David Ortiz Dávila

DIRECTOR

*C.C.: 1716913072*



Phd. Andrea Paola Chuquín Cadena

ASESORA

*C.C.: 1003011754*

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a mis padres Eduardo E. y Luzmila C, quienes siempre han sido el pilar fundamental de mi vida. A ustedes, por cada el sacrificio, su esfuerzo y cada palabra de aliento, también por enseñarme a no rendirme ante las dificultades, por creer en mí y acompañarme en cada etapa de este trayecto. Este logro es para ustedes.

A mis hermanas Diana y Nahomi, por ser parte importante de mi vida, por su cariño y acompañarme durante este trayecto. Espero este logro también sea motivo de orgullo para ustedes y una muestra de que con dedicación esfuerzo y perseverancia es posible alcanzar aquello que nos proponemos.

A mi querida Manchas, por ser mi fiel compañera durante este camino, por acompañarme en las largas noches de estudio y por regalarme momentos de alegría y tranquilidad en los días más difíciles. Aunque no entiendas de títulos ni de metas académicas, tu compañía y tu cariño incondicional hicieron más llevadero cada desafío. Gracias por estar a mi lado, por alegrar mis días con tu presencia y recordarme que la felicidad también se encuentra en los pequeños momentos. Este logro también lleva una huellita tuya.

Finalmente, me dedico este logro a mí mismo, por la constancia esfuerzo y perseverancia que me permitió superar cada uno de los desafíos a lo largo de esta etapa. Por las ocasiones que tuve que continuar a pesar de las dificultades y cansancio. Hoy reconozco el esfuerzo que significó llegar hasta este momento. Este logro no solo representa la culminación de una etapa académica, sino también es el resultado del sacrificio, dedicación y el apoyo de quienes estuvieron a mi lado.

## AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mis padres Eduardo E. y Luzmila C., por su amor, esfuerzo y apoyo incondicional. Gracias por estar acompañarme durante este proceso, por confiar en mis capacidades y brindarme la fortaleza necesaria para poder alcanzar esta meta.

A mis hermanas, por el cariño, comprensión y apoyo constante. Gracias por estar presentes en los momentos importantes, formar parte de este camino y motivarme a seguir adelante.

A mi pareja la Lic. Anita Quilumbango, por su apoyo constante durante este proceso, gracias por compartir sus conocimientos conmigo, ayudarme cuando lo necesite y motivarme a continuar. Su acompañamiento fue importante para alcanzar esta meta.

A todos mis amigos, por compartir conmigo esta etapa universitaria, por las experiencias, aprendizajes y momentos que hicieron el paso por la universidad mucho más significativa, gracias por todo.

A mi tutor de tesis, MSc. David Ortiz, por su orientación, paciencia y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo, Sus conocimientos y observaciones fueron fundamentales para encaminar y fortalecer esta investigación.

A mi asesora y profesora de tesis, Phd. Paola Chuquin, por su guía, compromiso y valiosos aportes, que contribuyeron al desarrollo y culminación de este proyecto.

Finalmente, agradezco a la Universidad Técnica del Norte y a la carrera de Publicidad por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de formarme académica y profesionalmente. A todos los docentes y personas que fueron parte de este recorrido, mi reconocimiento y gratitud por contribuir de una u otra manera a mi crecimiento.

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo diseñar una campaña fotográfica digital orientada a la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo mediante el uso estratégico de redes sociales. El estudio se desarrolló desde un enfoque cualitativo, con alcance narrativo y modalidad de estudio de caso, lo que permitió comprender las percepciones, conocimientos y prácticas comunicacionales vinculadas con la difusión cultural. Para el análisis de la información se emplearon métodos estadísticos, analíticos y deductivos. La recolección de datos se realizó mediante una guía de entrevista, cuestionarios, fichas de observación y tics. Los instrumentos fueron aplicados a 375 jóvenes Kichwa Otavalo y a dos expertos culturales. Los resultados evidenciaron una amplia aceptación de las redes sociales y de la fotografía digital como recursos eficaces para fortalecer la promoción de la identidad cultural. No obstante, también se identificaron limitaciones en el conocimiento de varios elementos representativos de dicha identidad, situación que refleja la necesidad de implementar estrategias comunicacionales que favorezcan su difusión, reconocimiento y valoración. A partir de estos hallazgos se establecieron los fundamentos conceptuales y metodológicos para el diseño de una campaña digital sustentada en la fotografía narrativa y adaptada a las dinámicas de interacción propias de las plataformas sociales. Como resultado, se desarrolló una propuesta compuesta por fotografías y piezas audiovisuales derivadas del material fotográfico recopilado, contribuyendo al fortalecimiento, preservación, visibilización y difusión de la identidad cultural Kichwa Otavalo entre las nuevas generaciones. Asimismo, se promovió la participación juvenil y el sentido de pertenencia cultural comunitaria.

*Palabras clave:* identidad cultural, comunicación, redes sociales, difusión cultural y fotografía.

## Abstract

This research aimed to design a digital photography campaign focused on promoting Kichwa Otavalo cultural identity through the strategic use of social media. The study employed a qualitative approach with a narrative scope and a case study design, enabling an understanding of the perceptions, knowledge, and communication practices associated with cultural dissemination. Statistical, analytical, and deductive methods were used to analyze the information. Data collection was conducted using interview guides, questionnaires, observation logs, and ICT tools. These instruments were administered to 375 Kichwa Otavalo youths and two cultural experts. The results demonstrated broad acceptance of social media and digital photography as effective resources for strengthening the promotion of cultural identity. However, limitations were also identified regarding knowledge of various elements representing this identity, a situation highlighting the need for communication strategies that foster its dissemination, recognition, and appreciation. Based on these findings, conceptual and methodological foundations were established for designing a digital campaign grounded in narrative photography and adapted to the interaction dynamics of social media platforms. Consequently, a proposal was developed comprising photographs and audiovisual pieces derived from the collected photographic material, thereby contributing to the strengthening, preservation, visibility, and dissemination of Kichwa Otavalo cultural identity among new generations. Furthermore, the initiative fostered youth participation and a sense of community cultural belonging.

*Keywords:* Cultural identity, communication, social media, cultural dissemination, photography.

## Índice de Contenidos

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introducción .....</b>                                | <b>13</b> |
| <b>Antecedentes.....</b>                                 | <b>14</b> |
| <b>Objetivos.....</b>                                    | <b>22</b> |
| <b>Objetivo general.....</b>                             | <b>22</b> |
| <b>Objetivos específicos .....</b>                       | <b>22</b> |
| <b>Capítulo 1: Marco Teórico .....</b>                   | <b>23</b> |
| <b>1.1. Otavalo.....</b>                                 | <b>23</b> |
| <i>1.1.1. Reseña Histórica .....</i>                     | <i>23</i> |
| <i>1.1.2. Ubicación y entorno geográfico.....</i>        | <i>25</i> |
| <i>1.1.3. Actividades productivas y económicas .....</i> | <i>28</i> |
| <i>1.1.4. Celebración Cultural.....</i>                  | <i>33</i> |
| <b>1.2. Cosmovisión Andina .....</b>                     | <b>34</b> |
| <i>1.2.1 Principales Celebraciones.....</i>              | <i>37</i> |
| <b>1.3 Pawkar Raymi.....</b>                             | <b>39</b> |
| <b>1.4 Investigación en la fotografía .....</b>          | <b>45</b> |
| <b>Capítulo 2: Materiales y Métodos.....</b>             | <b>51</b> |
| <b>2.1. Tipo de investigación .....</b>                  | <b>51</b> |
| <b>2.2. Métodos de Investigación .....</b>               | <b>53</b> |
| <i>2.2.1. Método Deductivo.....</i>                      | <i>53</i> |
| <i>2.2.2. Método Analítico .....</i>                     | <i>53</i> |
| <i>2.2.3. Método Estadístico .....</i>                   | <i>53</i> |
| <b>2.3. Técnicas .....</b>                               | <b>54</b> |
| <i>2.3.1. Entrevista.....</i>                            | <i>54</i> |
| <i>2.3.2. Encuesta.....</i>                              | <i>55</i> |
| <b>2.4. Instrumentos.....</b>                            | <b>57</b> |
| <i>2.4.1. Guía de entrevista.....</i>                    | <i>57</i> |
| <i>2.4.2. Cuestionario .....</i>                         | <i>57</i> |
| <b>2.5. Pregunta de investigación.....</b>               | <b>58</b> |

|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.6. Matriz de Operacionalización de Variables .....                                                                             | 59  |
| 2.7. Participantes.....                                                                                                          | 60  |
| 2.8. Procedimiento y análisis de datos .....                                                                                     | 60  |
| Capítulo 3: Resultados y Discusión.....                                                                                          | 62  |
| 3.1. Resultados de la encuesta aplicada a los jóvenes Kichwas Otavalos .....                                                     | 62  |
| 3.2. Resultados cualitativos de la entrevista aplicada a expertos en fotografía y cultura Kichwa Otavalo.....                    | 71  |
| 3.3. Análisis Concluyente.....                                                                                                   | 80  |
| 3.4. Resultados de la ficha de observación fotográfica .....                                                                     | 82  |
| Capítulo 4: Propuesta .....                                                                                                      | 86  |
| 4.1 Tema .....                                                                                                                   | 86  |
| 4.2 Objetivo de la Propuesta .....                                                                                               | 86  |
| 4.3 Justificación.....                                                                                                           | 86  |
| 4.4 Análisis FODA.....                                                                                                           | 87  |
| 4.5. Matriz de problema .....                                                                                                    | 88  |
| 4.6. Diseño de la propuesta de campaña digital para la promoción de la identidad cultural kichwa Otavalo en redes sociales ..... | 89  |
| 4.6.1. Descripción.....                                                                                                          | 89  |
| 4.6.2 Contenido de la propuesta.....                                                                                             | 89  |
| Conclusiones.....                                                                                                                | 157 |
| Recomendaciones .....                                                                                                            | 158 |
| Referencias .....                                                                                                                | 159 |
| Anexos.....                                                                                                                      | 170 |
| Anexo 1 Instrumento encuesta.....                                                                                                | 170 |
| Anexo 2 Instrumento entrevista.....                                                                                              | 173 |
| Anexo 3 Árbol de problemas.....                                                                                                  | 175 |
| Anexo 4 .....                                                                                                                    | 175 |
| Anexo 5 .....                                                                                                                    | 176 |

## Índice de tablas

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1</b> Subdivisiones del cantón .....                | 26 |
| <b>Tabla 2</b> Divisiones por parroquia.....                 | 27 |
| <b>Tabla 3</b> Matriz de Operacionalización .....            | 59 |
| <b>Tabla 4</b> Pregunta número uno de la entrevista.....     | 71 |
| <b>Tabla 5</b> Pregunta número dos de la entrevista .....    | 72 |
| <b>Tabla 6</b> Pregunta número tres de la entrevista .....   | 73 |
| <b>Tabla 7</b> Pregunta número cuatro de la entrevista.....  | 74 |
| <b>Tabla 8</b> Pregunta número cinco de la entrevista .....  | 75 |
| <b>Tabla 9</b> Pregunta número seis de la entrevista.....    | 76 |
| <b>Tabla 10</b> Pregunta número siete de la entrevista ..... | 77 |
| <b>Tabla 11</b> Pregunta número ocho de la entrevista .....  | 78 |

## Índice de figuras

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1</b> Calendario Agrícola .....                                     | 30 |
| <b>Figura 2</b> Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta uno .....   | 63 |
| <b>Figura 3</b> Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta dos .....    | 64 |
| <b>Figura 4</b> Gráfica de las respuestas en porcentajes pregunta tres .....  | 65 |
| <b>Figura 5</b> Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta cuatro ..... | 66 |
| <b>Figura 6</b> Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta cinco .....  | 67 |
| <b>Figura 7</b> Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta seis .....   | 68 |
| <b>Figura 8</b> Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta siete.....  | 69 |
| <b>Figura 9</b> Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta ocho .....  | 70 |

## Introducción

Con el paso del tiempo, las redes sociales se han vuelto uno de los espacios esenciales para la divulgación cultural y la construcción de identidad, sobre todo entre los jóvenes que las emplean como medio de comunicación y expresión. Otavalo es un cantón muy reconocido en todo el mundo por la riqueza cultural de su gente Kichwa, sus productos artesanales, tejidos, música, tradiciones tanto espirituales como visuales, tiene un enorme potencial para impulsar su identidad en medios digitales como las redes sociales.

Sin embargo, aunque existe contenido cultural en plataformas como Tik Tok, Facebook e Instagram, la difusión sobre la identidad de la cultura Kichwa Otavalo se mantiene escasa, dispersa y en varios casos superficial. La divulgación de información depende de turistas que comparten sus viajes y experiencias, así mismo de creadores independientes y negocios pequeños que no tienen una estrategia comunicativa coherente que pueda mantenerse a largo plazo.

El problema es complejo ya que, internamente en la comunidad el contenido producido o visto es limitado ya que queda opacado por tendencias globales que afecta a la percepción de su identidad cultural. Como consecuencia, no se logra crear una narrativa visual sólida sobre los aspectos culturales como el trabajo artesanal, las tradiciones o la vestimenta típica. Esto está vinculado al poco apoyo que existe por parte de instituciones culturales para la creación de campañas fotográficas.

Es por eso que, la narrativa digital referente al tema muestra debilidades en aspectos simbólicos, además de que existe un uso limitado de los códigos visuales actuales, lo que hace que su representación sea incompleta o poco atractiva.

Esto genera consecuencias como el creciente desinterés de la identidad cultural por parte de los adultos y los jóvenes, los cuales están expuestos todos los días a las tendencias las cuales influyen en la manera de cómo ven y valoran su identidad, Rodríguez Lucas (2021) menciona que en las comunidades, la pérdida de la identidad es rápida debido a la influencia de la globalización y los avances tecnológicos, lo cual ha generado que se genere nuevas costumbres, además ha provocado que las nuevas generaciones se adapten a una nueva era provocando que se desconozcan de las tradiciones propias. Al no contar con una campaña fotográfica digital, la cual esté diseñada con estrategias y un enfoque cultural, obstaculiza el fortalecimiento de la identidad colectiva y la identificación de la población con sus propios símbolos y prácticas, lo cual debilita el orgullo y la apropiación cultural interna.

En base a esta problemática, se ha planteado realizar esta investigación en el periodo de abril - agosto del año 2026, se situará en el cantón Otavalo, dentro de la misma comunidad Kichwa Otavalo, Ante esta realidad, surge la necesidad de plantear la siguiente interrogante: **¿De qué manera afecta la ausencia de una campaña fotográfica digital enfocada en la construcción, representación y revalorización de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales?**

### **Antecedentes**

La fotografía digital es la técnica que consiste en capturar imágenes a través de sensores electrónicos los cuales tienen la capacidad de convertir la luz en datos digitales, estos permiten que su almacenamiento, edición y distribución sea mucho más inmediata en los entornos digitales. Rigat (2019) menciona que en el contexto de los intercambios comunicativos actuales, la fotografía digital se ha posicionado como un medio importante, ya que, está ya no solo se utiliza para preservar momentos o documentar eventos, su propósito es ser compartida al instante. En este

sentido, la fotografía digital se vuelve una práctica social que combina experiencia, presencia y comunicación en los entornos digitales.

La identidad cultural se define como un proceso de carácter dinámico y social a través del cual las personas y grupos crean un sentido de pertenencia a una comunidad en particular, esto basado en la apropiación y el reconocimiento de creencias, valores, costumbre, tradiciones y demás manifestaciones culturales. Este proceso no es inalterable ni estático, ya que, este se desarrolla y está en constante cambio a nivel colectivo e individual, bajo la influencia de interacciones sociales y globales (Molano, 2007).

Así también dentro del marco legal en la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Art. 21 se menciona que:

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. (p.16)

Desde hace años, diversos investigadores han abordado el estudio de esta temática, es por eso que a continuación se exponen algunos antecedentes investigativos que permiten comprender y sustentar adecuadamente la problemática que se desarrollará en el presente proyecto de investigación.

Hugo Castillo y Cesar Aguado en el año 2025 en su artículo científico titulado “La influencia de las redes sociales en la identidad cultural contemporánea”, examina cómo las redes sociales afectan

la identidad cultural en la era digital, destacando su rol como espacios de interacción que no solo reflejan sino también transforman prácticas culturales. Lo hace considerando a estas plataformas como espacios interactivos que no solo replican, sino que también tienen la capacidad de alterar las costumbres culturales. En comunidades rurales y migratorias, las redes sociales conforman un entorno importante para el estudio de la identidad cultural, ya que tienen influencia en los procesos de autoexpresión y en redefinición de dicha identidad. Para llevar a cabo este análisis, se utilizó el método PRISMA, el cual consiste en examinar artículos científicos entre 2019 y 2023 alojadas en bases de datos académicas reconocidas. En los resultados se demostró que las redes sociales impulsan procesos de adaptación cultural y la creación de nuevas normas en un contexto globalizado. En este escenario los jóvenes y los migrantes incorporan y reinterpretan valores individuales y colectivos, fomentando el surgimiento y fortalecimiento de prácticas culturales novedosas que influyen en la reconfiguración de la identidad cultural actual.

Jhony Arrelano en 2017 dentro de su trabajo de titulación “Análisis de los contenidos audiovisuales otavaleños como fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo Kichwa Otavalo de la provincia de Imbabura” tiene como propósito fundamental identificar la incidencia cultural visibilizada a través de los cortometrajes realizados como rescate de las tradiciones orales del pueblo Kichwa de Otavalo, a pesar de que la incorporación de los elementos y valores culturales locales en productos culturales no siempre garantiza una recepción positiva por parte de la audiencia regional. La cultura se define como un conjunto de aspectos relacionados con la vida cotidiana, creencias y tradiciones que se desarrollan en la interacción social y se transmiten de generación en generación. En este sentido la producción de cortometrajes audiovisuales que reflejen la cultura Kichwa Otavalo es una alternativa para preservar y visibilizar estos elementos. Estos productos, disponibles en formato digital, tienen la ventaja de poder reproducirse en

múltiples dispositivos audiovisuales. Por ende, se realizó un análisis de impactos en diferentes ámbitos, integrando los resultados obtenidos para evidenciar el aporte cultural del proyecto mediante la presentación de diversas perspectivas de realizadores otavaleños, sus experiencias, aportes y recomendaciones.

En este contexto Jorge Guerrero en 2017 en su trabajo final de titulación nombrado “la fotografía documental como herramienta de difusión de las tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo” tiene como objetivo desarrollar una producción fotográfica documental contemporánea para la difusión de las tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo. El estudio analiza la difusión de las tradiciones y costumbre del pueblo Kichwa Otavalo mediante la fotografía documental, considerando la relevancia del patrimonio cultural inmaterial en la región y la necesidad de fortalecer la identidad cultural en las nuevas generaciones. Esta investigación se inició evaluando el grado de difusión de las tradiciones mencionadas, mediante encuestas aplicadas a una muestra de personas provenientes de una parroquia urbana y rural, esto evidenció un limitado conocimiento de las costumbres culturales, así como una pérdida gradual de la identidad cultural y el idioma Kichwa. Además, se identificó la falta de medios apropiados para difundir estas tradiciones, lo que respalda la necesidad de desarrollar una propuesta basada en la fotografía documental como herramienta de comunicación visual para ayudar a abordar esta problemática social.

Jorge Guerrero, Lidia Díaz y José Cahuasqui en el año 2020 en su artículo de investigación “Diseño de una revista impresa como herramienta de difusión de tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo” mencionan que el cantón Otavalo, ubicado en la sierra norte del Ecuador, es el territorio originario del pueblo Kichwa Otavalo, cuya identidad cultural ha logrado persistir a lo largo del tiempo. Sin embargo, en la actualidad se ha evidenciado una progresiva pérdida de

las tradiciones y costumbres que caracterizan a esta región. Es por eso que, establecen diseñar una revista impresa, como herramienta de difusión de tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo. El estudio se llevó a cabo mediante un enfoque descriptivo y no experimental, utilizando una encuesta validada mediante el consenso de expertos y una muestra determinada por muestreo probabilístico, un nivel de confianza del 90%, un margen de error de 0,05 y una proporción muestral estimada del 50%, debido a la ausencia de investigaciones previas. La confiabilidad del instrumento se estableció mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos evidenciaron la pertinencia de la propuesta planteada. Así también, se menciona que, por medio de la fotografía documental y el desarrollo de investigaciones de esta naturaleza, es posible contribuir al fortalecimiento de la actividad fotográfica documental en el Ecuador, lo que demuestra su valor como herramienta de investigación.

Este estudio es importante, ya que, resalta la necesidad de utilizar la publicidad como una herramienta para promover, preservar y fortalecer la identidad cultural Kichwa Otavalo en el contexto digital actual. Las redes sociales se han convertido en uno de los principales canales de comunicación visual lo que influye directamente en la formación de percepciones, valores y diversidad cultural, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Desde esta perspectiva, el estudio se centra en dos variables fundamentales: la identidad cultural, así como Molano (2007) menciona que “la identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (p.73). Y la fotografía digital, que según el Instituto Tecnológico Serra (2023) menciona que:

La fotografía digital es el proceso de capturar, almacenar y manipular imágenes utilizando dispositivos tecnológicos. Implica el uso de cámaras digitales u otros dispositivos con cámaras integradas para capturar la imagen y luego almacenar la imagen electrónicamente, generalmente en una tarjeta de memoria o disco duro. (párr.1)

La importancia de este estudio radica en que la publicidad no se limita a una función comercial, sino que también puede convertirse en una herramienta de educación, sensibilización social y empoderamiento cultural, contribuyendo así a la comunicación visual y al entendimiento intercultural.

A nivel nacional, esta investigación tiene vital importancia puesto que aporta a la construcción de una sociedad que sea más consciente de la diversidad cultural que posee, en especial en el Ecuador que es considerado un país pluricultural y multiétnico. La promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo mediante las redes sociales permite que tenga un alcance mayor extendiéndose así por todas las regiones dentro del país como fuera de él. Asimismo, este estudio manifiesta que

la publicidad puede llegar a cumplir un papel social significativo convirtiéndose en un medio de educación, información y fortalecimiento de la identidad cultural contribuyendo de igual manera al desarrollo de prácticas publicitarias responsables y más comprometidas con la diversidad cultural del país.

A nivel regional, adquiere relevancia al contribuir notoriamente en la visibilidad de la identidad cultural Kichwa Otavalo dentro de la región sierra o andina del Ecuador, fortaleciendo el respeto y la convivencia armónica intercultural. Además, mediante una campaña fotográfica digital a través de redes sociales permite que las diferentes comunidades, ya sean de zonas aledañas o extranjeras, reconozcan y valoren la riqueza cultural e incentiven a otras comunidades o colectivos culturales a utilizar la publicidad digital como una herramienta de difusión y fortalecimiento de la identidad, así como también una comunicación visual consciente.

A nivel local, aporta directamente a la revitalización de la identidad cultural Kichwa Otavalo en su propio entorno social y comunitario. En este contexto, en donde las redes sociales afectan la forma de pensar y actuar de la sociedad, en especial en los jóvenes, es indispensable generar un contenido visual en donde se refleje la cultura desde una visión auténtica y respetuosa. A su vez, la campaña fotográfica digital ayudará a la valoración de su propia cultura mediante imágenes representativas de sus tradiciones, costumbres, vestimenta, entre otros elementos representativos que motiven a las nuevas generaciones a mantener vivas sus raíces mediante la utilización de recursos digitales que son parte de su realidad.

Los principales beneficiarios de esta investigación son los miembros de la comunidad Kichwa Otavalo, esto incluye a los artesanos, jóvenes, emprendedores y líderes comunitarios, los cuales tendrán la oportunidad de usar la campaña para la difusión de la cultura en los medios digitales

como las redes sociales. Estos beneficiarios podrán acceder a contenido visual que refleja fielmente su identidad, lo que les permite fortalecer su presencia en línea. Las instituciones educativas, entidades culturales, población en general y turistas tanto dentro como fuera del país se beneficiarían indirectamente de este estudio que fomenta el respeto, la apreciación cultural y el entendimiento de la identidad Kichwa. Así mismo, este estudio será beneficioso para los profesionales y alumnos que quieran llevar a cabo campañas de carácter social e intercultural.

El estudio es viable ya que cuenta con los recursos humanos, económicos, materiales y tecnológicos necesarios para llevarlo a cabo. En términos económicos, es posible controlar los costos utilizando recursos ya existentes, como teléfono móvil y cámara digital, además se puede realizar un plan de pago para difundir el contenido mediante el pautaaje en las diferentes redes sociales. El estudio contará con la participación de los investigadores, miembros de la comunidad Kichwa Otavalo y potenciales informantes clave que brindarán experiencia y conocimientos relevantes, todo esto en el ámbito de recursos humanos. Los recursos materiales abarcan vestimenta tradicional, espacios públicos y elementos culturales necesarios para la producción fotográfica. Finalmente, los recursos tecnológicos incluyen el uso de redes sociales, software de edición fotográfica y herramientas digitales de diseño. Esto nos garantizará el adecuado avance del estudio sin muchas restricciones y asegurará su progreso y culminación.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar una campaña digital a través de la fotografía narrativa para la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales en torno a la celebración del Pawkar Raymi.

### **Objetivos específicos**

Identificar a través de la fotografía narrativa los elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo alrededor de la celebración del Pawkar Raymi.

Investigar las principales teorías de la fotografía narrativa para la promoción cultural de la identidad cultural Kichwa Otavalo en la celebración del Pawkar Raymi.

Elaborar las bases fundamentadas para el diseño de una campaña digital a través de la fotografía narrativa con la finalidad de promocionar la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales en torno a la celebración del Pawkar Raymi.

## Capítulo 1: Marco Teórico

### 1.1. Otavalo

#### *1.1.1. Reseña Histórica*

Sus orígenes datan del tiempo preincaico, atravesando etapas de conquista iniciando con el periodo inca pasando posteriormente por la colonización española, hasta lograr establecerse como la ciudad actual, manteniendo las mismas características de su pueblo. La población otavaleña Kichwa hablante eran principalmente conocidos por sus actividades productivas (The Ohio State University, 2017).

La comunidad otavaleña fue fortaleciendo una identidad muy relacionada con el comercio y el trabajo artesanal a partir de esta tradición productiva. Los conocimientos que han pasado de generación en generación hicieron posible mejorar las técnicas de producción, cubriendo las demandas locales, además de promover el trueque y el comercio con otros territorios.

El Imperio inca se expandió a finales del siglo XV y continuó durante las primeras décadas del siglo XVI. Tupac Yupanqui no pudo consolidar un control absoluto sobre el territorio debido a la feroz resistencia de las comunidades Carangues, Otavalos y Cayambis. Anteriormente la población otavaleña estaba asentada cerca del lago San Pablo, actualmente conocida como San Miguel, mientras que Sarance estaba ubicada más al norte (Alcaldía de Otavalo, s. f.).

A Otavalo antiguamente se le conocía como Sarance, debido al antiguo asentamiento indígena que posteriormente se convirtió en Otavalo. Previo a la llegada de los españoles, Sarance era uno de los principales centros poblados de la región, donde residían comunidades indígenas. Los españoles reestructuraron el territorio y con el tiempo el nombre de Otavalo comenzó a utilizarse para referirse a la ciudad.

En 1570 el Sínodo de Quito estableció el traslado de Otavalo a un nuevo lugar para que la evangelización y la organización de la vida en comunidad fueran más sencillas. Posteriormente, el 17 de noviembre, Francisco de Toledo, quien era el virrey de Perú, dio la orden de organizar el nuevo asentamiento. Sin embargo, el traslado de Otavalo al nuevo lugar se llevó a cabo el 5 de junio de 1673, día en que toda la jurisdicción y su capital empezaron a ser llamadas San Luis de Otavalo (Alcaldía de Otavalo, s. f.).

Este traslado además de ser un cambio de ubicación física también implicó una reorganización del espacio urbano, junto con la actividad social de los habitantes. Esta nueva disposición del asentamiento fue influenciada por patrones coloniales, contando con una plaza central y construcciones de carácter religioso y administrativo que estructuraron la vida cotidiana. Otavalo empezó a declararse un centro administrativo y comercial después de esta reorganización, esto incrementó su relevancia en la zona.

Otavalo fue promovido a la categoría de cantón el 25 de junio de 1824, según lo ordenado por el general Francisco de Paula Santander, bajo la ley de División Territorial de Colombia. Simón Bolívar le concedió el estatus de ciudad a través del decreto del 31 de Octubre de 1829, por su destacada contribución a la batalla por la independencia de América (Alcaldía de Otavalo, s. f.).

Esta es una fecha que se celebra con una ceremonia, homenajes y varias actividades culturales. A principios de noviembre se lleva a cabo el desfile cívico, que comienza con un minuto de silencio y el sonido de la corneta desde el pretil. Además, delegaciones de centros educativos en conjunto de representantes de instituciones privadas y públicas realizan un recorrido por las calles principales de la ciudad, dando lugar a una celebración llena de participación colectiva.

### ***1.1.2. Ubicación y entorno geográfico***

#### **Localización**

La ciudad de Otavalo está ubicada en la provincia de Imbabura, al norte del Ecuador. Se encuentra en un valle que destaca por sus paisajes y riqueza natural, además está rodeada por volcanes y montañas.

El crecimiento a nivel social, cultural y económico en Otavalo ha sido influenciado por su ubicación geográfica. Al encontrarse en la zona andina afecta de forma directa en su actividad diaria y en su atractivo regional. En este contexto, Aguilar (2012) menciona que Otavalo está situada en la región que se le conoce como Valle del Amanecer, lo cual la ha convertido en un lugar que ha servido como punto de encuentro para turistas y locales. La ciudad se encuentra a una altura aproximada de 2530 metros sobre el nivel del mar, esto genera un clima templado y placentero durante la mayor parte del año.

Cerca de la ciudad existen áreas naturales que son atractivos importantes para el turismo. El lago San Pablo, lugar más cercano, ofrece oportunidades como caminatas, recorridos en bote y la observación de la fauna. El Cotacachi y el volcán Imbabura, también son otras áreas que se pueden encontrar entre ellos porque son puntos geográficos interesantes para el excursionismo. La cercanía de Otavalo a varios destinos turísticos lo convierte en un lugar importante dentro de la oferta turística del Ecuador.

La ciudad tiene como límites los siguientes cantones: al norte con Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante, al sur con Quito y Pedro Moncayo, al este con Ibarra y Cayambe, y al oeste con Quito y Cotacachi.

Subdivisiones

La ciudad, además de su valor turístico, sirve como un punto de referencia para poder visitar otros lugares del norte de Ecuador. Debido a su accesibilidad y a la variedad de expresiones culturales le otorga un carácter único, convirtiéndola en un lugar adecuado para conocer y visitar la región.

En cuanto a la organización del territorio, la ciudad de Otavalo se encuentra en el centro del cantón y está acompañada por 11 parroquias que la integran, de estas parroquias 2 son urbanas y 9 son rurales.

**Tabla 1**  
*Subdivisiones del cantón*

| Subdivisión        | Parroquias                                                                                                                                                                       |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parroquias Rurales | Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre.       |
| Parroquias Urbanas | Jordán Cotama, Guanansi, Gualapuro, La Compañía, Camuendo, Libertad de Azama.<br>San Luis Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda Mirador, Mojandita, Taxopamba, Cuatro Esquinas |

Fuente: Hidalgo (2024). Elaboración propia.

## Población

Según el censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2022) la población en la ciudad de Otavalo es de 114 303 habitantes conformados dentro de las 11 parroquias, las cuales se encuentran divididas de la siguiente manera: 55 015 hombres correspondiente al 48,1% de la población total y de 59 288 de mujeres correspondiente al 51,9% de la población.

**Tabla 2**

*Divisiones por parroquia*

| <b>Parroquia</b>        | <b>Población 2022</b> |
|-------------------------|-----------------------|
| Otavalo                 | 55 534                |
| Dr. Miguel Egas Cabezas | 6 914                 |
| Eugenio Espejo          | 8 812                 |
| Gonzáles Suárez         | 7 434                 |
| Pataquí                 | 221                   |
| San José de Quichinche  | 8 458                 |
| San Juan de Ilumán      | 9 299                 |
| San Pablo               | 11 146                |
| San Rafael              | 5 184                 |
| Selva Alegre            | 1 301                 |

Fuente: INEC (2022).

De acuerdo con los datos de autoidentificación cultural proporcionadas por el INEC (2022), en Otavalo se conserva una fuerte presencia indígena con 76 671 individuos que se identifican con esta etnia, siendo el grupo étnico más grande del cantón. La población mestiza cuenta con 36 186

individuos siendo un tercio del total y constituyendo el segundo grupo más numeroso. Mientras que 549 personas se identifican como afrodescendientes o afroecuatorianos, 401 como blancos, 213 como mulatos, 146 como negros y 122 como montubios, así como 15 individuos que pertenecen a otras identidades culturales se encuentran en cantidades significativamente menores.

Esta situación demográfica muestra una estructura étnica en la que la herencia indígena tiene un papel central, junto a grupos minoritarios que contribuyen a la diversidad cultural y enriquecen el funcionamiento social del cantón.

### ***1.1.3. Actividades productivas y económicas***

#### **Artesanías**

Otavalo es reconocido local e internacionalmente gracias a la fuerte producción artesanal. La artesanía se establece como un elemento clave de su identidad colectiva debido a sus textiles. Estos son elaborados con procedimientos industriales y técnicas manuales, así como la meticulosa creación de joyería. Los mercados, que constantemente se encuentran activos, exhiben el entusiasmo, la creatividad y la tradición de la comunidad. Son lugares donde sus creaciones se dan a conocer a turistas de diversos rincones del mundo.

La producción artesanal de Otavalo, de acuerdo con Córdova y Peralta (2019) representa una expresión directa de su legado cultural, que mantiene representaciones, estéticas y mitos con profundidad ancestral. Cada pieza que se crea incluye vivencias, tradiciones y procesos de creación que se convierten en una forma de expresión artística, donde el artesano plasma su identidad cultural.

La comunidad Kichwa Otavalo muestra una gran habilidad para elaborar diferentes artesanías, objetos y obras simbólicas que se inspiran en los componentes de su entorno natural. Estas obras

son expresiones concretas de su patrimonio material, puesto que contienen conceptos y conocimientos que se transmiten de generación en generación.

### **Agricultura**

Una de las actividades arraigadas al pueblo Kichwa Otavalo es la parte agrícola, debido a sus condiciones geográficas, en este caso al residir en la región andina del Ecuador, les ha permitido la producción de diversos alimentos garantizando su sustento tanto económico como comunitario.

Estas prácticas agrícolas se encuentran principalmente enfocadas en el cultivo de legumbres, tubérculos, cereales y hortalizas los cuales se han convertido en la base alimenticia del pueblo Kichwa Otavalo, la fertilidad de sus tierras ha permitido que su gente desarrolle una dieta nutritiva y a la vez variada en la cual se encuentran integrados todos los grupos alimenticios necesarios para una buena alimentación (Hidalgo, 2024).

Ciertamente, dentro de la vida del pueblo Otavalo se refleja el conocimiento agrícola y ecológico adaptado a la historia del territorio andino, además esta producción agrícola también se encuentra enlazada a los saberes ancestrales para asegurar una buena productividad y sostenibilidad para la región, es así que el pueblo toma como eje el calendario agrícola que se encuentra relacionado directamente por la influencia del Sol y la Luna.

**Figura 1**  
*Calendario Agrícola*

| Fases lunares y el comportamiento de las plantas |                                                                                     |                                                                                       |                                                               |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Posición de la luna                              | Ilustración                                                                         | Productos adecuados                                                                   | Motivo                                                        |
| Luna nueva                                       |    | Cosecha de raíces como: papás, camote, zanahoria, remolacha, oca, melloco             | La savia desciende y se concentra en la raíz                  |
| Cuarto creciente                                 |    | Siembra de hortalizas de hojas como: col, lechuga, espinaca, acelga                   | La savia comienza a ascender y se concentra en tallos y ramas |
| Luna llena                                       |    | Cosecha de frutos y hortalizas de hojas                                               | La savia asciende y se concentra en tallos, hojas y flores    |
| Cuarto menguante                                 |  | Siembra de hortalizas de raíz como: papás, camote, zanahoria, remolacha, oca, melloco | La savia comienza a descender y se concentra en las raíces    |

Nota: Fases lunares y el comportamiento de las plantas. Fuente: (Hidalgo, 2024)

**Gastronomía**

La cocina tradicional del pueblo Otavaleño es un reflejo de su patrimonio material que se ha mantenido por largos periodos de tiempo y se encuentra muy relacionada con el ciclo agrícola y la conexión simbólica con la Pachamama. La mayoría de los alimentos que la componen se derivan de productos frescos típicos de la región interandina, que es el área ubicada al norte de la sierra en Ecuador.

Tradicionalmente, las mujeres han sido las responsables de la preparación de los alimentos. Según Pazos (2010) utilizaban conocimientos y habilidades que se basaban en recursos naturales como semillas, plantas y frutos comestibles, que servían para subsistir. La diversidad de pisos ecológicos propició que las poblaciones autóctonas tuvieran una oferta alimentaria variada, conformada por alimentos como la quinua, la papa, el maíz, el frejol, chochos, oca, mashua, zapallo, jícama, achira y melloco.

En el repertorio de la gastronomía Otavaleña, sobresalen platos que se consideran representativos de su identidad como el locro de papas, que es una sopa densa hecha a base de aguacate, papas, queso y hierbas aromáticas, tiene un papel protagónico junto a la fritada que es un plato con carne de cerdo frita acompañada de tortillas de papa con queso y mote. Los tamales, son masas de maíz que se envuelven y rellenan con carne, pollo o verduras, y el hornado que es un plato a base de cerdo asado al horno y normalmente se sirve con ensalada, llapingachos y mote.

Dentro de la gastronomía también entran las bebidas, ya que estas también tienen un profundo impacto cultural. La chicha y la colada morada son dos ejemplos destacados. La primera es una bebida a base de maíz, su preparación consiste en dejar germinar el maíz, después trituirarlo cuando esté seco y finalmente se lo cocina en agua.

### **Comercio y Turismo**

El Ministerio de Turismo en el boletín n°038 el pasado 2024 bajo la denominación de “Otavalo, Nuestro Mundo” la ciudad fue reconocida como el octavo Rincón Mágico del Ecuador en donde se delimitan 23 establecimientos turísticos entre los cuales se encuentran hostales, hoteles, restaurantes, bares y discotecas, entre otros.

En el cantón Otavalo la actividad turística tiene una presencia activa por parte del pueblo Kichwa Otavalo, gracias a la continuidad de las prácticas ancestrales las cuales forman el elemento central de la atracción tanto para visitantes nacionales como internacionales.

Desde un enfoque patrimonial cultural la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO (2003) menciona que las prácticas, conocimientos y técnicas que son transmitidas de generación en generación son las que hacen rico al patrimonio cultural inmaterial de los pueblos Kichwa, que a su vez contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural. Algunas de estas expresiones son la producción artesanal, la vestimenta, su música y festividades, que son las que fortalecen el vínculo a nivel de cultura, territorio y comunidad.

El turismo cultural es motivado por el interés de conocer, experimentar y valorar las diferentes manifestaciones culturales que tiene un pueblo o nacionalidad, los cuales incluyen su forma de vida, su patrimonio tanto material como inmaterial, así como su organización social. En el caso de Otavalo, la identidad indígena que predomina en el cantón lo convierte en el principal recurso de atracción turística, aportando a la proyección social y económica de la comunidad.

Dentro de los atractivos turísticos, Simbaña (2020) menciona que se encuentran dentro de las manifestaciones culturales el Museo del Instituto Otavaleño de Antropología y la Plaza de Ponchos, por otro lado, entre los sitios naturales se encuentran la Laguna de San Pablo o también conocida como Imbakucha, la Cascada de Peguche, el Cerro Fuya Fuya, el Complejo Mojanda y la Cascada de Taxopamba.

La diversidad que posee el cantón Otavalo permite entrelazar cultura, identidad y naturaleza puesto que los sitios culturales permiten un espacio para la transmisión de conocimientos y la prolongación de la historia con la ayuda de los entornos naturales que simbólicamente se

encuentran vinculados con la cosmovisión andina. La coexistencia de los espacios culturales y naturales hacen presente la relación espiritual y material que la comunidad Kichwa Otavalo posee con su entorno, trascendiendo el valor paisajístico y consolidándose como lugares que poseen memoria colectiva y prácticas tradicionales.

El valor turístico se une directamente con el dinamismo local demandando bienes y servicios vinculados a la producción de la comunidad, espacios como la Plaza de Ponchos, además de ser un espacio de encuentro cultural, es un sitio de intercambio económico contribuyendo de este modo a la sostenibilidad de saberes productivos artesanales y consolidando la actividad comercial como un elemento clave del desarrollo sociocultural del cantón.

#### ***1.1.4. Celebración Cultural***

##### **Fiestas del Yamor**

Como una de las festividades más relevantes de Otavalo se considera la celebración del Yamor, ya que reúne elementos simbólicos, culturales e históricos relacionados con la identidad colectiva de sus habitantes. Se manifiestan las tradiciones ancestrales, la gastronomía y las manifestaciones artísticas durante su desarrollo, esto demuestra la persistencia de los saberes que han pasado de generación en generación y la conexión de la comunidad con su entorno cultural.

Las Fiestas del Yamor, por su importancia simbólica y social, tiene un papel especialmente relevante dentro del panorama cultural de Ecuador. Esta festividad ha pasado por cambios a lo largo de su historia que le ha permitido convertirse en un espacio de encuentro, ideal para la interacción y la práctica de la interculturalidad (Echeverría M, 2024).

El proceso para consolidar esta festividad en el cantón comenzó dentro de un lugar comunitario, donde un comité vecinal y la participación colectiva establecieron los cimientos para crear una

tradición compartida. Según Rodríguez (2017) la festividad se originó en el Barrio Monserrat, donde sus residentes mostraban veneración a la Virgen de Monserrat y al mismo tiempo daban las gracias a la Pachamama por la cosecha. Con el tiempo, la organización barrial llegó a un acuerdo con la municipalidad para llevar la celebración al espacio público, de esta manera ampliándola a nivel de ciudad. Desde entonces, la festividad ha tenido más participación por parte de la ciudadanía. Esta festividad tiene lugar en septiembre durante una semana, incluyendo expresiones culturales, religiosas y culinarias en el cual sobresale la reconocida chicha del Yamor.

Además, el nombre de la celebración se encuentra vinculada a la chicha con su mismo nombre, según la definición de Echeverría (2024) la chicha del Yamor es una bebida típica que se relaciona directamente con procesos culturales e históricos que han persistido a lo largo del tiempo. Su elaboración, combina 7 variedades de maíz, demostrando la diversidad y variedad productiva del sector.

En esta perspectiva, la celebración del Yamor continúa siendo un espacio de creación cultural donde la memoria histórica, manifestaciones simbólicas y participación conjunta se entrelazan constantemente en el día a día de los Otavaleños.

## ***1.2. Cosmovisión Andina***

La cosmovisión andina constituye un sistema de pensamiento que dirige el entendimiento de la vida mediante un enfoque integral entre el espacio territorial, la organización comunitaria y la dimensión espiritual. Esta visión se expresa en conceptos simbólicos como:

El nombre Abya Yala hace referencia al territorio ancestral donde habitan los pueblos originarios, siendo más que solo un simple espacio físico. Cangas y Portilla (2014) mencionan que los pueblos indígenas designan con este nombre el verdadero significado del territorio que comprende la zona

continental donde residen sus comunidades, al otorgar nombres a los ríos, lagos, montañas, bosques y animales se refleja cómo el grupo organiza sus estilos de vida y sus sistemas significativos. El entendimiento territorial de los pueblos indígenas se desarrolla en un nivel lleno de significados, donde se entrelazan la memoria colectiva, la identidad y el sentido de pertenencia creando conexiones espirituales e históricas con el entorno que habitan. Es así que, el territorio se considera una construcción social repleta de simbolismos, que manifiestan formas de vida, saberes compartidos e ideas que refuerzan la pertenencia al grupo.

La Chakana que según Cangas y Portilla (2014) se representa con una cruz cuadrada, que resume las reglas que guían la configuración simbólica y geométrica que son propias de la iconografía andina. También tiene un sentido astronómico relacionado con los ciclos de las estaciones, resultando en un calendario agrícola y festivo que los pueblos indígenas respetan hasta el día de hoy. En su centro hay una figura circular que divide dos partes iguales, simbolizando la complementariedad y el equilibrio que se establece en la visión andina. Al mismo tiempo, se vincula con el concepto de tránsito vital y de conexión constante entre los diversos niveles de existencia en su cosmovisión, ya que siempre está presente en las principales ceremonias y rituales como símbolo de equilibrio energético.

El punto de vista andino del mundo establece una conexión con respeto mutuo entre los seres humanos, la naturaleza y la energía, como menciona Gavela (2023) en la cosmovisión andina cada elemento de la naturaleza, incluidos los más simples, son valorados como portadores de energía vital y son dignos de respeto. Las culturas del mundo incluyen elementos como: Allpa, Nina, Yaku, Wayra. Allpa o tierra, con su fragancia natural, textura cambiante según el clima y en los varios tonos de color con el cual se comparte una conexión directa durante toda la vida. También conocida como Allpa Mama, es vista como el principio que origina y mantiene la existencia, acoge a los

seres vivos y transmite energía, sabiduría y validez teniendo un papel central en rituales, plegarias y ceremonias dirigidos a la Pachamama, quien es vista como fuente de vida (Coello, 2010). Nina o fuego es un símbolo fundamental que representa una base para entender la energía que une la vida y el orden universal. Es entendida como la expresión de energía, claridad y potencia, vinculada con el calor que alienta las funciones vitales relacionadas con la imagen del Sol, origen principal de luz que mantiene a todos los seres que viven en la tierra. También se manifiesta de manera concreta en ceremonias y hogueras en donde su llama simboliza la renovación, la protección y la continuidad del ser dentro de las costumbres andinas (Coello, 2010). Yaku o agua es un elemento fundamental que mantiene el balance con la Pachamama y la vida misma reflejada en rituales y prácticas ancestrales. Es considerada una fuerza femenina relacionada con la fertilidad, tranquilidad y la sensibilidad de la vida representada en lluvias, ríos, lagunas y cascadas, espacios que se consideran espirituales donde residen entidades protectoras (Coello, 2010). Wayra o viento tiene relación con la vida y la dimensión espiritual del ser humano. Coello (2010) menciona que, el viento es considerado una expresión del aliento originario relacionado con la orientación y la dimensión espiritual. Este elemento está unido con el samy, que es una energía sagrada que reside dentro del cuerpo, considerado un ente de veneración cuyas derivaciones se consideran señales simbólicas que guían la comprensión del ambiente.

Algunas celebraciones de las comunidades son el shimi shitay que funciona como una etapa inicial de diálogo entre familias para determinar la postura respecto a la unión matrimonial. El Ministerio de Educación (2021) menciona que, dentro de esta festividad los parientes del joven se trasladan con alimentos y bebidas tradicionales a la casa de la futura esposa, todo esto bajo la dirección de un Yachak o consejero el cual imparte reflexiones y responsabilidades compartidas antes de contraer matrimonio. La respuesta no es inmediata ya que primero se realiza un proceso de

evaluación y negociación, llegando así poco a poco a una aceptación. El Ñawi Mayllay que tiene un fuerte significado cultural que indica el deseo de alcanzar un balance entre la pareja y su entorno, incorporando creencias ancestrales que guían la vida de casado hacia la armonía y responsabilidad. Considerado también un ritual de purificación, llevado a cabo cuando los esposos realizan una limpia del cuerpo con flores y agua, una cruz hecha de plantas como símbolo de fortaleza y sensatez frente a los desafíos futuros en el matrimonio, reafirmando el compromiso mutuo (Ministerio de Educación, 2021). Siendo así el comienzo de una vida en común basada en el respeto, la equidad y el compromiso, que será reafirmada dentro del matrimonio.

Por último, la minka que es una práctica colectiva con el fin de obtener algún beneficio comunitario donde se practican valores de solidaridad. Los pueblos y nacionalidades indígenas han utilizado la minka como un método de organización en la comunidad coordinando tareas tanto de interés común como individual, consolidando lazos de colaboración, respaldo mutuo y responsabilidad compartida (Ministerio de Educación, 2021). A pesar de que se origina en comunidades indígenas, su significado se ha expandido a entornos urbanos donde es conocida como método de participación social.

### ***1.2.1 Principales Celebraciones***

En las comunidades andinas, la vida espiritual está organizada de acuerdo con los ciclos naturales y se guía por fenómenos astronómicos como los solsticios que significa “sol quieto” y los equinoccios que significa “noche igual” (Quinatoa Casicana, 2014).

Dichos fenómenos separan el año en las conocidas 4 estaciones. El hemisferio norte recibe más calor del sol durante el solsticio de verano, causando que en esa zona sea verano y en la zona sur sea invierno. Los equinoccios traen consigo un balance que origina la primavera y el otoño. En el

solsticio de invierno, el hemisferio sur experimenta el verano y en el norte invierno (Quinatoa Casicana, 2014). Estas variaciones forman las cuatro posiciones solares que estructuran el calendario andino estableciendo 4 de las celebraciones más importantes dentro del calendario andino conocidas como los 4 raymis, dichas celebraciones organizan el tiempo espiritual y agrícola. Cada ciclo se relaciona con la Pachamama, la Luna, el Sol y la fertilidad que es representada por la figura femenina, cada uno de estos periodos incluye los procesos de siembra, crecimiento, cosecha y renovación reuniendo a comunidades completas y consolidando la identidad cultural a través de costumbres colectivas y simbólicas que sostienen viva la cosmovisión andina.

El Inti Raymi, es una de las celebraciones del calendario andino que se lleva a cabo en el mes de junio, como agradecimiento al sol por las cosechas y la fertilidad de la tierra. Esta celebración se lleva a cabo en la zona andina del Ecuador siendo más reconocido en ciudades como Otavalo, Cotacachi y Cayambe, cuenta con diferentes rituales de renovación energética y danzas que reflejan la conexión con los ciclos de la tierra, además de personajes como el Aya Huma, un personaje simbólico de esta celebración que representa la fuerza espiritual y la armonía con la naturaleza (Abarca & Montalvo, 2016).

La celebración del Kulla Raymi se lleva a cabo en el mes de septiembre, señala el comienzo del ciclo de la agricultura y es el momento en el que se trabaja la tierra para recibir las semillas. En esta festividad se honra a la fertilidad y a la mujer como creadora de vida, incorporando rituales dedicados a la luna y la tierra (Abarca & Montalvo, 2016).

En el mes de diciembre se celebra el Kapac Raymi, celebración que relaciona el proceso de germinación con el surgimiento de nueva vida. También simboliza un periodo de liderazgo,

intercambio de conocimientos y fortalecimiento comunitario, durante este periodo, se destaca también el paso de la niñez a la juventud. Las tradiciones se diferencian de una comunidad a otra, incluyendo ceremonias y manifestaciones simbólicas que fusionan componentes andinos con adaptaciones culturales (Gutiérrez et al., 2016).

Por último, el Pawkar Raymi simboliza la etapa de florecimiento y revitalización en el ciclo espiritual y agrícola. Esta celebración está relacionada con el agradecimiento a la Pachamama (Madre Tierra) por la floración de los cultivos, es por esta razón que se le conoce como Sisay Pacha siendo el tiempo del florecimiento, asociado al equinoccio de marzo y a la primera cosecha (Cangas y Portilla 2014).

Todas estas celebraciones juntas muestran un sistema de conocimiento que enlaza la temporalidad, la producción agrícola y la identidad de las comunidades andinas.

### ***1.3 Pawkar Raymi***

El Pawkar Raymi forma parte de las 4 principales celebraciones del calendario andino ya que es una manifestación de sus conocimientos ancestrales y forma parte de la identidad cultural de las comunidades. La participación comunitaria es esencial, puesto que cada miembro lleva a cabo una función para el perfecto desarrollo de los diferentes eventos dentro del marco de esta celebración, fortaleciendo la memoria colectiva y la permanencia de las costumbres. Se considera que la festividad es una acción de gratitud hacia la Pachamama por las cosechas obtenidas, lo cual posibilita conservar prácticas rituales que se han transmitido de generación en generación (Guerra, 2017).

Esta celebración tiene lugar en el mes de febrero coincidiendo con el carnaval, su significado astronómico está vinculado al equinoccio de marzo siendo el comienzo de la primavera. Este

vínculo explica por qué se le llama “fiesta del florecimiento”, ya que es la fase en que la naturaleza muestra el brote de las flores y renovación natural. En este marco, se identifica la existencia de los elementos esenciales que son “Yaku, Nina, Wayra y Pacha” como energías que mantienen el balance espiritual y natural dentro de la cosmovisión andina (Guerra, 2017).

El Pawkar Raymi ha sido una de las celebraciones que se han mantenido vigentes dentro de las tradiciones indígenas, esta se lleva a cabo cerca de diez días, comenzando con las vísperas, que es un momento anterior al inicio del Pawkar Raymi, aquí se realiza una misa por la noche y se incluyen actividades artísticas y de entretenimiento para la comunidad. Esto genera un entorno ceremonial que señala el inicio de la celebración (Bravo et al., 2021).

La participación de las autoridades comunitarias y de cada comunero es importante para seguir con el desarrollo posterior de la celebración, lo que incluye eventos culturales y deportivos. Se llevan a cabo ceremonias relacionadas con el florecimiento, danza, muestras de arte y deporte, así como también la Pambamesa que es un ritual en el que la comunidad comparte comida con todos los asistentes del evento, siendo un símbolo de unidad y hospitalidad. Cada práctica fortalece el sentido de comunidad y también conserva los conocimientos culturales del Pawkar Raymi (Bravo et al., 2021).

Dentro del Pawkar Raymi aparecen elementos representativos y fundamentales, uno de ellos es la Pachamama, que dentro de la cosmovisión andina es una fuerza natural que da vida y mantiene el equilibrio entre humano y naturaleza. Es por eso que en esta celebración se lleva a cabo una serie de rituales que manifiestan la gratitud, estas expresiones funcionan como vías para establecer conexiones espirituales (Quinatoa Casicana, 2014).

También otros elementos representativos de esta celebración es la música y la danza, estas no solo tienen un propósito estético, sino que son formas de comunicación colectiva que difunden conocimientos ancestrales y consolidan el sentido de identidad comunitarias (Guerra, 2017). Así mismo estas expresiones culturales se incorporan a rituales y ceremonias que reflejan el balance entre la naturaleza y el ser humano, demostrando que la cultura andina se basa en una conexión de agradecimiento con la naturaleza (Ayala, 2013).

El Pawkar Raymi era anteriormente conocido como “Carnaval Peguche Tio”, sin embargo, el término actual fue inspirado en el libro de Waman Puma de Ayala (Murra, Adomo, Urioste 1992). La festividad como tal fue inaugurada en 1995 iniciando como un campeonato de fútbol en la comunidad de Peguche siendo paralelo al que se realizaba en Agato, sin embargo, los miembros de la comunidad propusieron agregar otras manifestaciones culturales que permitieron dos años después la recuperación del Tumarina (Ordóñez, 2008). Con el paso de los años, el Pawkar Raymi ha contado con actividades como la elección de la Ñusta, la noche del Runa Kay, el traspaso del legado cultural entre generaciones y el festival de comida autóctona o conocido como Runacunapac Micunacuna, además del homenaje a los primeros migrantes con el nombre de Vida Maskay, eventos que fortalecen la identidad cultural y la memoria colectiva del pueblo Kichwa Otavalo.

Algunas de las comunidades que viven con intensidad esta celebración son Monserrath, que empieza con un desfile en el que participan los equipos deportivos, agrupaciones culturales, danzas tradicionales seguido de un almuerzo comunitario. Por otro lado, Pinsaqui Tio celebra el Pawkar Raymi con eventos especiales como la Noche de Chicha, el tumarina y un maratón 4k (Chasi & Chasi, 2025). Sin embargo, los eventos más representativos se dan cita en Peguche, lo que ha

llevado a registrarse a esta fiesta en el Sistema de Información de Patrimonio Cultural del Ecuador (SIPSE) en el año 2022 (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, s.f.).

La popularidad del Pawkar Raymi en Peguche se debe a su trayectoria ya que cuenta con más 30 años desde su creación, estableciéndose como un espacio importante para el progreso en educación, turismo, cultura, arte y deporte, que está impulsado desde una comunidad Kichwa. La importancia reside en el esfuerzo constante por consolidar la identidad en Otavalo, a través del resguardo de prácticas tradicionales y la creación de encuentros entre culturas y generaciones que conservan su legado (Pawkar Peguche, 2026).

Los eventos, actividades y rituales también han sido aspectos importantes para que esta celebración llegue a ser popular local, nacional e internacionalmente. Un evento importante es el inicio del Pawkar Raymi con la noche de vísperas, este se realiza una noche anterior a empezar la celebración en Peguche, como menciona Ayala (2013) consiste en una misa donde se desea buenos augurios y también es una forma de revitalización energética, aquí intervienen una serie de actividades como la quema de castillos, fuegos artificiales y también eventos con artistas locales en conjunto con artistas nacionales y extranjeros.

Posteriormente, se realiza el evento de inauguración que comienza con la participación de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales y nacionales. Este evento comienza con un desfile colorido que inicia desde la cascada de Peguche avanzando hacia el estadio principal en donde las autoridades tienen designado un lugar en los graderíos, mientras que los equipos deportivos se ubican en el centro del estadio (Prefectura de Imbabura, 2016).

En la inauguración también se destaca la importancia que tiene esta festividad dentro del mundo andino, ubicando a Peguche como un modelo a seguir en el fortalecimiento y conservación de los

saberes ancestrales. Diversas instituciones señalan que el Pawkar en Peguche promueve la cultura local a nivel nacional e internacional, contribuyendo al desarrollo del turismo y el reconocimiento de la celebración (Prefectura de Imbabura, 2016).

Dentro de esta celebración encontramos actividades deportivas como el fútbol, básquet y vóley, siendo el fútbol el que más destaca de todos también llamado “Mundialito de Fútbol indígena”, en este se disputan equipos de la comunidad como también equipos de diferentes comunidades de Imbabura y el Ecuador, contando así con la participación de importantes referentes dentro del fútbol (Ayala, 2013). Cada equipo demuestra sus habilidades en la cancha, esta competencia se lleva a cabo alrededor de dos semanas en donde cada equipo demuestra su habilidad para ganar el premio mayor de esta competencia, siendo un incentivo económico y un galardón a las diferentes habilidades de los deportistas, entre estos galardones se encuentra el famoso alpargate de oro y la copa al primer lugar que es una réplica de la copa del mundo (Redacción País Adentro, 2017).

El baloncesto es el deporte en donde se destaca la participación de los jóvenes dentro de esta celebración y ha ido mejorando tanto en organización como en nivel técnico, con la inclusión de equipos de hombres y mujeres de diferentes comunidades. En la competencia se puede utilizar nombres Kichwa para los equipos y también se puede incorporar refuerzos que potencian la competencia. El ecuavóley por su parte se sigue practicando de forma tradicional, como un juego que se realiza mayoritariamente por personas mayores destacando sus habilidades (Ayala, 2013).

En el marco de la celebración del Pawkar Peguche se realizan eventos artísticos culturales que abarcan 5 noches consecutivas con la participación de artistas locales, nacionales y extranjeros, eventos que se llevan a cabo en espacios dentro de la misma localidad, elevando más la popularidad de esta celebración dentro de la comunidad.

Se considera que el Runakay es el evento de gala más grande en el marco de esta celebración, puesto que la identidad indígena toma mayor fuerza, por ser un evento en donde la ropa tradicional indígena cobra un mayor significado de pertenencia. En este lugar, se lucen las mejores vestimentas que han sido elaboradas para la ocasión como una forma de mantener las raíces vivas en las nuevas generaciones, fomentando un encuentro entre la juventud y la adultez. La organización liderada por jóvenes Kichwa, potencia el entendimiento y significado de la vestimenta tradicional mediante la incorporación de expresiones artísticas lo que facilita la transmisión de conocimientos, tradiciones y prácticas culturales (Ayala, 2013).

Dentro de las noches culturales se encuentran la noche andina y la noche internacional, que se convierten en un lugar de difusión artística y reafirmación de la identidad que complementan esta fiesta. Estas jornadas convocan a varios artistas culturales que ofrecen propuestas que combinan danza, canto y expresiones escénicas (Ayala, 2013).

A pesar de las restricciones económicas, la organización de estos encuentros presenta una labor permanente que se apoya en el compromiso comunitario, lo que demuestra la importancia de conservar y promover estos espacios dentro de la celebración (Ayala, 2013).

El tumarina es uno de los rituales más importantes del Pawkar Raymi tanto en Peguche como en otras comunidades donde se celebra. Este ritual representa la floración como un principio de renovación en el calendario andino, principalmente es dirigido por mujeres y adultos mayores, que juntan agua y flores de los manantiales sagrados para prepararlas en sus casas con el significado de buen augurio (Ayala, 2013). Se lo lleva a cabo a través de un acto mutuo en el que se pone agua con pétalos en la cabeza, acompañado por buenos deseos, fortaleciendo los lazos comunitarios y familiares el cuál se extiende a una reunión comunitaria en los lugares sagrados llamados

“vertientes”, donde el yachak realiza un ritual de purificación y renovación de la conexión con las energías naturales (Guerra, 2017). Aquí también se realiza la Pambamesa, que es una comida compartida que refuerza la unidad social en donde se utiliza elementos como la Chakana que es un símbolo el cual ayuda con el equilibrio entre el mundo espiritual, natural y humano (Cangas y Portilla, 2014)

El Mushuk nina señala el término del Pawkar Raymi y simboliza el comienzo de un nuevo ciclo o también el inicio del nuevo año andino. La purificación, la renovación y la continuidad de la vida en comunidad se representan mediante el encendido del fuego nuevo, lo cual está alineado con los ciclos de la naturaleza (De La Torre, 2026). Esta etapa sagrada posibilita recuperar la armonía entre los seres humanos y su medio, incorporando la energía del sol, la luna y los componentes naturales como fundamento del pensamiento andino. Aquí la Chakana se vuelve un elemento de orientación en el ritual, ya que simboliza la relación entre las dimensiones y el orden temporal (Cangas y Portilla, 2014).

Este ritual también simboliza la finalización de las energías femeninas y comienza el período de energías masculinas. La Chakana entra en un nuevo periodo después de la cosecha inicial, lo que refleja la transformación en las tareas agrícolas, dando paso al siguiente ciclo dentro del calendario andino (Marín-Gutiérrez et al., 2016).

#### ***1.4 Investigación en la fotografía***

La fotografía está entendida como un medio de representación visual, ha desarrollado diversas corrientes que posibilitan la interpretación de la realidad desde perspectivas narrativas, históricas, sociales y culturales. La fotografía nace como herramienta de registro de la realidad y la conservación de detalles que en varias ocasiones se escapan de la percepción inmediata del ser

humano. A diferencia de la memoria que puede llegar a ser selectiva y subjetiva, la imagen fotográfica da la posibilidad de capturar una gran cantidad de información visual de manera más precisa convirtiéndolo en un recurso valioso que documenta hechos, contextos y experiencias, es así que, tomar fotografías responde a la necesidad de conservar y preservar momentos ampliando la capacidad de observación y el análisis de la realidad (Martín, 2005).

Además, la fotografía tiene como función dentro de los procesos de investigación la comprensión de fenómenos sociales puesto que, permite revisar y reinterpretar los acontecimientos yendo más allá del momento en el que fueron capturados. La imagen fotográfica conserva un instante, origina nuevos conocimientos a partir de elementos visuales que son analizados posteriormente a mayor profundidad contribuyendo a la transformación de la experiencia empírica en un proceso de reflexión y análisis más amplio.

En este contexto, uno de los géneros fotográficos es la documental la cual se establece como una herramienta fundamental para registrar la realidad, ya que posibilita exponer situaciones sociales, culturales y políticas mediante un enfoque crítico (León, 2022). Su empleo responde a la necesidad de visibilizar hechos reales y comunes, transformándose en un medio para denunciar, preservar la memoria y construir identidad colectiva. En este sentido, la fotografía documental no se limita a capturar imágenes, va más allá al buscar inducir en el observador una reflexión sobre realidades o problemas específicos (Pazos, 2020). De igual manera, su uso es significativo en campos como la comunicación visual, la investigación y el periodismo, empleándose para documentar procesos sociales, culturales y humanos.

Este tipo de género en su práctica requiere observar el ambiente con atención y tener un contacto directo con el lugar que se está documentando. No se trata de alterar la escena, sino de capturarla

de forma auténtica, honrando la realidad tal como se presenta. Esto implica que el fotógrafo asuma el papel de un observador participativo, capaz de capturar momentos significativos en la vida diaria. Campoverde (2016) afirma que, el uso de técnicas propias de la fotografía documental y periodística posibilita una representación clara de los relatos sociales, creando narrativas visuales que resaltan la diversidad, inclusión y los procesos culturales. Por lo tanto, este tipo de fotografía se utiliza sobre todo para registrar realidades sociales, preservar la memoria colectiva y comunicar problemáticas desde una perspectiva visual objetiva.

En cuanto a la fotografía narrativa está enfocada en la creación de significados mediante la imagen, recurriendo a componentes visuales que facilitan la narración de historias. Este género se emplea puesto que la imagen fotográfica opera como un lenguaje en el que cada componente del encuadre contribuye a la decodificación del mensaje. De este modo, la fotografía transmite ideas, emociones y contextos sin emplear palabras, lo cual provoca una interpretación simbólica en el espectador (Villavicencio, 2022). Adicionalmente, su aplicación se relaciona con la estructuración de discursos visuales que representan situaciones sociales o culturales desde un punto de vista subjetivo y reflexivo (Ramos, 2025). Por lo tanto, este tipo de fotografía se emplea de forma extensa en proyectos artísticos y comunicacionales. La fotografía narrativa requiere que se planifique de manera intencionada los elementos visuales, tales como la composición la iluminación y el contexto, dado que cada uno desempeña un papel fundamental en la construcción del relato. A diferencia de la fotografía documental, en este caso se observa una intervención más pronunciada del autor, quien dispone la escena con el fin de transmitir un mensaje preciso.

En el campo de la fotografía cultural, su importancia radica en la capacidad para retratar identidades, costumbres y prácticas sociales. Este género se emplea porque permite que elementos culturales que integran la memoria colectiva de una comunidad sean visibles, promoviendo así su

preservación y divulgación que refleja valores, creencias y formas de vida, lo que la hace fundamental para formar una identidad cultural (Velasco, 2006). Además, su empleo se asocia a la imperiosa necesidad de registrar manifestaciones culturales que, con frecuencia, carecen de registro adecuado por parte de otros medios. Para su desarrollo, la fotografía cultural requiere un acercamiento respetuoso hacia las comunidades y contextos que se retratan, ya que implica representar aspectos sensibles de la identidad social. Para lograr una representación adecuada, el fotógrafo necesita entender su significado y así evitar interpretaciones incorrectas o superficiales. Según Velasco (2006) la fotografía funciona como un recurso retórico que permite comunicar realidades sociales y culturales, especialmente en contextos vinculados a derechos humanos y memoria social. Es por ello que, se emplea este tipo de fotografía para registrar tradiciones, fortalecer identidades y generar conciencia sobre la diversidad cultural.

Por último, la fotografía histórica es un instrumento fundamental para el análisis del pasado, ya que permite observar y analizar sucesos o procesos históricos desde una perspectiva visual. Este género se utiliza para mantener registros que ayuden a entender contextos históricos, funcionando como fuente documental primordial para investigadores y académicos. Según Monroy (2014) la fotografía ha ganado un valor notable como herramienta histórica, sin embargo, su estudio presenta nuevos desafíos metodológicos, particularmente en el contexto de la digitalización. Así mismo, los análisis de la producción académica en fotografía destacan su relevancia en el campo investigativo, lo que consolida a esta disciplina como un área en constante evolución (Sánchez-Vigil et al., 2014).

En relación con su realización, la fotografía histórica se basa en la recolección, análisis y la interpretación de imágenes que registran acontecimientos ocurridos en el pasado (Olivera Zaldúa et al., 2024). No necesariamente implica la captura directa de imágenes sino también el estudio de

archivos visuales preexistentes, que lo diferencia de otros géneros fotográficos. Esto demanda un enfoque crítico que posibilite la contextualización de las imágenes y la comprensión de su significado en un periodo específico (Ariza et al., 2017). Por lo tanto, este tipo de fotografía se utiliza para preservar la memoria histórica, sustentar investigaciones académicas y mejorar el entendimiento de los procesos sociales a través del tiempo.

La fotografía ha pasado de ser un instrumento con el fin del registro técnico a convertirse en una herramienta metodológica empleada en los procesos de investigación cultural y social.

Dentro de la fotografía tenemos la exploración visual, también conocida como scouting, es una metodología de investigación esencial en la práctica fotográfica, ya que permite una inmersión profunda en el contexto y los sujetos antes de la captura de imágenes. Este procedimiento conlleva una observación minuciosa del ambiente, identificación de elementos gráficos relevantes y la esquematización de composiciones potenciales, lo que optimiza la construcción de la narrativa (Galeas & Calderón, 2017).

La investigación mediante la observación en la fotografía es un proceso sistemático en el cual se examinan conductas y fenómenos culturales sin que exista una interacción directa con los individuos estudiados. Mediante la observación simple y la anotación visual, se puede conseguir información importante acerca de las actitudes y dinámicas sociales sin intervenir en la conducta de los individuos, lo que brinda más objetividad y validez a los resultados. Este método consiste en observar con atención de forma silenciosa, sin intervenir ni hacer pregunta, lo que permite registrar la realidad de los acontecimientos y no lo que las personas afirman que hacen. Es posible implementarlo en contextos diversos, tanto en lugares reales a través de un registro directo o con el empleo de dispositivos como cámaras en entornos controlados. Normalmente se emplea en las

etapas tempranas de la investigación para conseguir datos preliminares que ayuden a entender al público y a diseñar hipótesis para el futuro (O'Grady, 2018).

La investigación que utiliza herramientas visuales es una táctica de campo que hace uso de la fotografía con el fin de examinar y comprender comportamientos culturales desde un punto de vista externo, en el cual es el investigador quien tiene el control del registro fotográfico. Esta perspectiva posibilita entender la manera en que los grupos sociales son representados y percibidos, ya sea por medio de la observación directa o mediante el estudio de producciones culturales como el cine, los medios comunicativos o el arte. Su uso ayuda a reconocer actitudes, prácticas y significados en una comunidad, lo cual proporciona información importante para entender el entorno examinado y formular hipótesis (O'Grady, 2018). Puede verse limitado por la posible modificación del comportamiento de los sujetos al ser observados, a pesar de que proporciona una visión más analítica y estructurada cuando está bajo la supervisión más analítica y estructurada cuando está bajo la supervisión de un experto. En este contexto, la fotografía se vuelve un proceso deliberado que posibilita el registro sistemático de elementos esenciales de la realidad, con el propósito de evidenciar problemas, analizar dinámicas sociales y crear conocimiento a partir de las imágenes (Prieto, 2021).

## **Capítulo 2: Materiales y Métodos**

### **2.1. Tipo de investigación**

Para lograr los objetivos de esta investigación, se llevó a cabo un enfoque mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque posibilitó la comprensión integral del fenómeno de estudio. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), los métodos mixtos permiten la recolección y el análisis en simultáneo de datos cualitativos y cuantitativos, con la finalidad de tener una visión más completa del fenómeno estudiado, permitiendo tener un razonamiento más profundo. un enfoque cualitativo. En este contexto, el enfoque mixto resulta pertinente ya que, el enfoque cuantitativo ayudó a la recopilación y organización de las respuestas de la encuesta aplicada a los participantes, además permitió reconocer tendencias y complementar la interpretación cualitativa de las percepciones y opiniones de los participantes, mientras que el enfoque cualitativo ayudó a la comprensión de los significados, valores y representaciones de la identidad cultural Kichwa Otavalo desde la perspectiva de expertos culturales.

Se implementó un enfoque cuantitativo para el análisis de datos estadísticos relacionados con su nivel de conocimiento, percepción y valoración de la identidad cultural kichwa Otavalo. Estos datos fueron organizados y procesados mediante el método estadístico, estableciendo frecuencias y porcentajes que permitió describir tendencias presentes dentro de la población estudiada y poder sustentar a partir de estos datos, los aspectos considerados para el desarrollo de la propuesta.

El implementar un enfoque cualitativo permitió una exploración de las interacciones, los significados y los valores culturales que los participantes confieren a la identidad Kichwa Otavalo y su representación visual en plataformas digitales. Según Hernández et al. (2014), el propósito de

la investigación cualitativa es entender la realidad desde el enfoque de los sujetos, teniendo en cuenta el contexto sociocultural donde residen.

Los alcances utilizados fueron:

**Narrativo:** Este alcance permitió la recolección, interpretación y el análisis de datos sobre las experiencias, relatos de vida, prácticas y significados culturales relacionados con la identidad Kichwa Otavalo dentro de la Celebración del Pawkar Raymi. En este contexto, el alcance narrativo no solo funciona como una estrategia investigativa, sino también como un tipo de intervención, esto es debido a que la elaboración y exposición de historias contribuye a esclarecer y procesar elementos que antes no se comprendían del todo (Creswell, 2005).

Este alcance se utilizó para la construcción de una narrativa visual con enfoque en las vivencias propias de la comunidad como son las diferentes manifestaciones culturales y elementos que la caracterizan.

Los datos obtenidos fueron la base para desarrollar una secuencia de fotos donde se evidencia el desarrollo de la celebración: desde los preparativos y participación de la comunidad hasta las diferentes expresiones artísticas y espacios de ritualidad. De esta manera se logró organizar las fotografías de manera coherente narrativamente y que represente la pertenencia cultural.

**Caso de estudio:** El Pawkar Raymi representa una de las celebraciones culturales más importantes del calendario andino, además de ser un referente principal de la identidad Kichwa Otavalo. Por esta razón, se utilizó para analizar de manera integrada la representación y revalorización de dicha identidad cultural en el contexto de esta celebración, especialmente en espacios donde existe una importante participación comunitaria. Según Bell (2005) menciona que este diseño ayuda a estudiar de manera más profunda una parte concreta de un problema en un tiempo delimitado, generalmente realizadas en el medio en el que se desarrolla el objeto de estudio.

## **2.2. Métodos de Investigación**

### ***2.2.1. Método Deductivo***

El método deductivo se aplicó partiendo de teorías y conceptos generales relacionados con identidad cultural, comunicación visual y fotografía digital. De igual manera, permitió verificar la aplicabilidad de los fundamentos teóricos en el diseño y ejecución de la campaña fotográfica. A partir de estos fundamentos se establecieron criterios orientados a reconocer los elementos culturales más destacados de la celebración del Pawkar Raymi y así poder definir estrategias visuales para la propuesta.

### ***2.2.2. Método Analítico***

El método analítico permitió analizar el proceso de diseño de la campaña fotográfica digital en sus aspectos esenciales, incluyendo los componentes visuales, la narrativa fotográfica, el uso del color, los símbolos culturales y las plataformas digitales. Este análisis facilitó la comprensión de cómo cada componente contribuye al desarrollo de la identidad cultural Kichwa Otavalo. Según Bernal (2010) este método contribuye al análisis detallado de los fenómenos investigados porque permite descomponer el objeto de estudio en partes fundamentales, en este caso, los elementos culturales, visuales y comunicacionales lo que permite una comprensión individual y conjunta.

### ***2.2.3. Método Estadístico***

El método estadístico se empleó para procesar, organizar, tabular e interpretar la información a través de porcentajes y frecuencias de los datos obtenidos durante una encuesta realizada a jóvenes Otavaleños en un rango de edad de 18 a 29 años. De esta manera se pudo medir el nivel de conocimiento, reconocimiento, valoración e interés sobre los elementos que forman parte de su

identidad cultural, así como la percepción que tienen sobre la implementación de las redes sociales como medio para difundir su cultura.

Esto facilitó la evaluación del impacto comunicacional de la campaña fotográfica en redes sociales e identificar tendencias, necesidades comunicacionales y la aceptación de un contenido fotográfico difundido en las plataformas digitales. El método estadístico permite la organización, análisis e interpretación de datos numéricos que fueron obtenidos de la investigación, facilitando así la obtención de conclusiones que sean objetivas y verificables (Bernal, 2010), ayudando a la toma de decisiones para la propuesta de este proyecto.

## **2.3. Técnicas**

### ***2.3.1. Entrevista***

Esta entrevista se utilizó para profundizar en cuanto a las percepciones y opiniones de expertos culturales clave, como miembros de la comunidad Kichwa Otavalo, gestores culturales, especialistas en fotografía y comunicación visual, lo que permitió comprender los significados culturales y la pertinencia en cuanto a su representación en la campaña.

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa que permite obtener información, mediante el diálogo de forma directa entre el investigador y el informante, facilitando la comprensión de las experiencias, percepciones y significados sociales (Hernández – Sampieri et al., 2014).

### 2.3.2. Encuesta

La encuesta fue usada para la recopilación de información sobre el nivel de conocimiento, percepción y valoración de la identidad cultural Kichwa Otavalo, así como también la aceptación del contenido fotográfico digital que se difunde en redes sociales. Frente a ello, esta técnica permitió obtener datos medibles que ayudaron a respaldar el análisis descriptivo.

Esta encuesta fue aplicada en la ciudad de Otavalo, se tomó en cuenta a la población joven de entre 18 a 29 años que residen en las zonas rurales y el casco urbano de la ciudad que utilizan redes sociales y tienen una participación de manera directa o indirecta con actividades culturales dentro de su sector.

La muestra se constituyó por 375 jóvenes Kichwa Otavalo del sector urbano y rural, número que se determinó mediante un cálculo estadístico para garantizar la representatividad de la población estudiada.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

A esta muestra se le aplicó el cuestionario con las preguntas orientadas para conocer la percepción sobre identidad cultural, aceptación de una campaña fotográfica y el uso de redes sociales para su difusión.

Según Sierra Bravo (2013) la encuesta es “la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado” (p. 305).

### **2.3.3. Observación**

La observación es un proceso que permite a la mente percibir fenómenos internos o externos y registrarlos de forma objetiva. Esto a su vez, posibilita el desarrollo de competencias como el análisis, la comprensión de lo que ocurre en el mundo interno y externo, además de la reflexión y la curiosidad (Matos y Pasek, 2008).

Esta técnica posibilita identificar y examinar de manera precisa los componentes culturales de la identidad Kichwa Otavalo en el contexto del Pawkar Raymi, este método se llevó a cabo durante la celebración, además permitió el registro de las actividades y manifestaciones culturales de la cultura Kichwa Otavalo, mediante una ficha de observación se organizó la información obtenida por este método, lo cual hace posible la identificación de elementos y recursos visuales para la creación de contenido genuino. Esto mejora la comunicación y la percepción en las redes sociales, lo que produce un aumento de la conexión y el aprecio del público.

### **2.3.4. Análisis documental/datos**

Es un proceso dirigido a la elaboración de conocimiento a partir de fuentes como libros, artículos, revistas, tesis o diccionarios de forma impresa, así como también de forma digital gracias al avance de la tecnología (Arias-Odón, 2023). Esta técnica ayudó a la construcción e interpretación de la información a través de la revisión bibliográfica académica sobre la identidad Kichwa Otavalo en el marco de la celebración del Pawkar Raymi en las diferentes comunidades, desarrollando una idea más sólida sobre su significado cultural que se plasmó en la propuesta de investigación.

## **2.4. Instrumentos**

### ***2.4.1. Guía de entrevista***

Esta guía de entrevista incluyó 8 preguntas de tipo abiertas, estructuradas y orientadas previamente a los objetivos de la investigación lo que permitió recoger información sobre la representación visual de la identidad cultural, sobre el respeto a los elementos representativos y a la efectividad de comunicación de la campaña fotográfica digital.

La guía de entrevista es un instrumento que orienta el desarrollo de la entrevista, lo que asegura que los temas tratados sean relevantes para la investigación y sean abordados de manera flexible y sistemática (Arias, 2012).

### ***2.4.2. Cuestionario***

El cuestionario que se utilizó estuvo conformado por 8 preguntas cerradas con una escala tipo Likert las cuales están orientadas a medir el grado de reconocimiento, interés y valoración de la identidad cultural Kichwa Otavalo en las redes sociales. Este instrumento facilitó el análisis de datos cuantitativos y la comparación de sus resultados, Hernández-Sampieri et al. (2014) mencionan que este tipo de instrumento ayuda y facilita el análisis estadístico de actitudes y percepciones.

### ***2.4.3. Ficha de observación***

La ficha de observación se utilizó para el registro y organización de la información obtenida durante el desarrollo de las actividades del Pawkar Raymi, en ella se muestran los escenarios de ritualidad, símbolos andinos y participación comunitaria. Esta información ayudó a la selección de elementos destacados para la construcción de la propuesta planteada en el proyecto.

Una ficha de observación es considerada como un instrumento el cual posibilita al investigador ubicarse sistemáticamente en lo que verdaderamente es la temática investigada para el estudio, además es el método que orienta la obtención y adquisición de información y datos sobre un suceso o acontecimiento (Campo y Lule, 2012). También, facilita que el investigador ordene y enfoque su atención en los elementos importantes del fenómeno, describiendo la conducta, actividades y otros componentes esenciales del objeto de estudio.

### ***2.4.4. Tics***

También conocidas como Tecnologías de la Información y Comunicación son un instrumento que facilita el acceso, la recopilación y el análisis de datos mediante el uso de plataformas o software especializados que amplían las opciones de los investigadores (De Jesús, 2024). En la investigación, las TICS se emplearon en los formularios en línea, plataformas de almacenamiento y software de manejo de datos garantizando una mejor precisión y accesibilidad a la información.

## **2.5. Pregunta de investigación**

¿De qué forma se puede representar y revalorizar internamente la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales?

## 2.6. Matriz de Operacionalización de Variables

**Tabla 3**

*Matriz de Operacionalización*

| OBJETIVO GENERAL                                                                                                            | OBJETIVOS ESPECÍFICOS                                                                                                                                                      | VARIABLE                                           | INDICADORES                                                                                                                                                                                      | FUENTE                   | INSTRUMENTO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------|
| <b>Diseñar una campaña fotográfica digital para la promoción de la identidad cultural Kichwa OTAVALO en redes sociales.</b> | Identificar los elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo.                                                                                         | Elementos representativos de la identidad cultural | ¿Cuáles considera que son los principales elementos que representan la identidad cultural Kichwa Otavalo?<br>¿Considera que conoce el significado de cada elemento tradicional Kichwa Otavalo?   | JÓVENES KICHWAS OTAVALOS | ENCUESTA    |
|                                                                                                                             | Investigar las principales características de la fotografía digital en redes sociales para la promoción cultural.                                                          | Campaña fotográfica digital                        | ¿Ha visto contenido relacionado con la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales?<br>¿ Con qué frecuencia observa campañas fotográficas culturales en redes sociales?                             | EXPERTOS CULTURALES      | ENTREVISTA  |
|                                                                                                                             | Elaborar las bases fundamentadas para el diseño de una campaña fotográfica digital con la finalidad de promocionar la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales. | Campaña fotográfica digital                        | ¿Considera que la identidad cultural se representa adecuadamente en redes sociales?<br>¿Considera que una campaña fotográfica digital puede fortalecer la identidad cultural en redes sociales?? | EXPERTOS CULTURALES      | ENTREVISTA  |

## 2.7. Participantes

La investigación contó con la participación de 2 expertos en fotografía y cultura Kichwa Otavalo y jóvenes de entre 18 a 29 años que pertenecen a la comunidad kichwa que residen en la ciudad de Otavalo, esto incluye a quienes viven dentro del casco urbano y comunidades del sector rural. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de poblaciones finitas, con los siguientes datos:

- Población N°: 16.548 (INEC 2022)
- Proporción conservadora: 0,5 (máxima variabilidad)
- Margen de error = 5% con 95% de confianza.
- Muestra = 375 encuestas

## 2.8. Procedimiento y análisis de datos

Partiendo del objetivo general de la investigación que busca diseñar una campaña fotográfica digital para la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales, se realizó una revisión bibliográfica que incluyen fuentes académicas, científicas y documentales que se encuentren relacionadas con la identidad cultural y la fotografía digital, lo que permitió establecer las bases teóricas que sustentan a las variables de estudio y que orientaron la elaboración de los instrumentos.

En una segunda fase, se diseñó los instrumentos de investigación que corresponden a la encuesta, la entrevista y la ficha de observación con su respectivo cuestionario, guía de entrevista y de observación, los cuales fueron revisados y validados por docentes expertos en el tema, seguido de su aplicación para la recolección de datos. Por último, se procedió al análisis de los datos

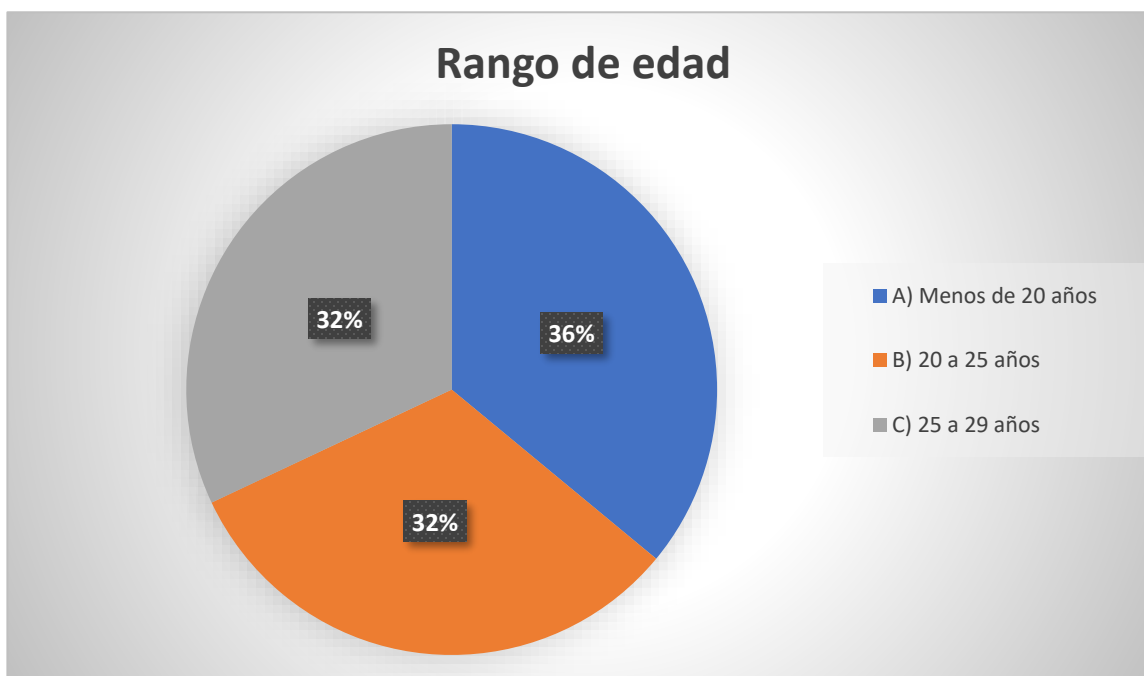
cuantitativos obtenidos mediante la tabulación en Microsoft Excel y los datos cualitativos mediante la técnica de análisis de contenido.

## Capítulo 3: Resultados y Discusión

### 3.1. Resultados de la encuesta aplicada a los jóvenes Kichwas Otavalos

Dentro de este apartado se presentan los resultados que se obtuvieron de la encuesta realizada a 375 participantes Kichwas Otavalo cuyas edades se encuentran en un rango de 18 a 29 años. El instrumento fue estructurado con 8 ítems diseñados bajo una escala tipo Likert, con el objetivo de examinar cómo la campaña fotográfica ayuda para la promoción de la identidad Kichwa Otavalo en redes sociales, además de identificar la percepción de los participantes sobre el uso de redes sociales y la fotografía digital como medios de comunicación para la difusión cultural.

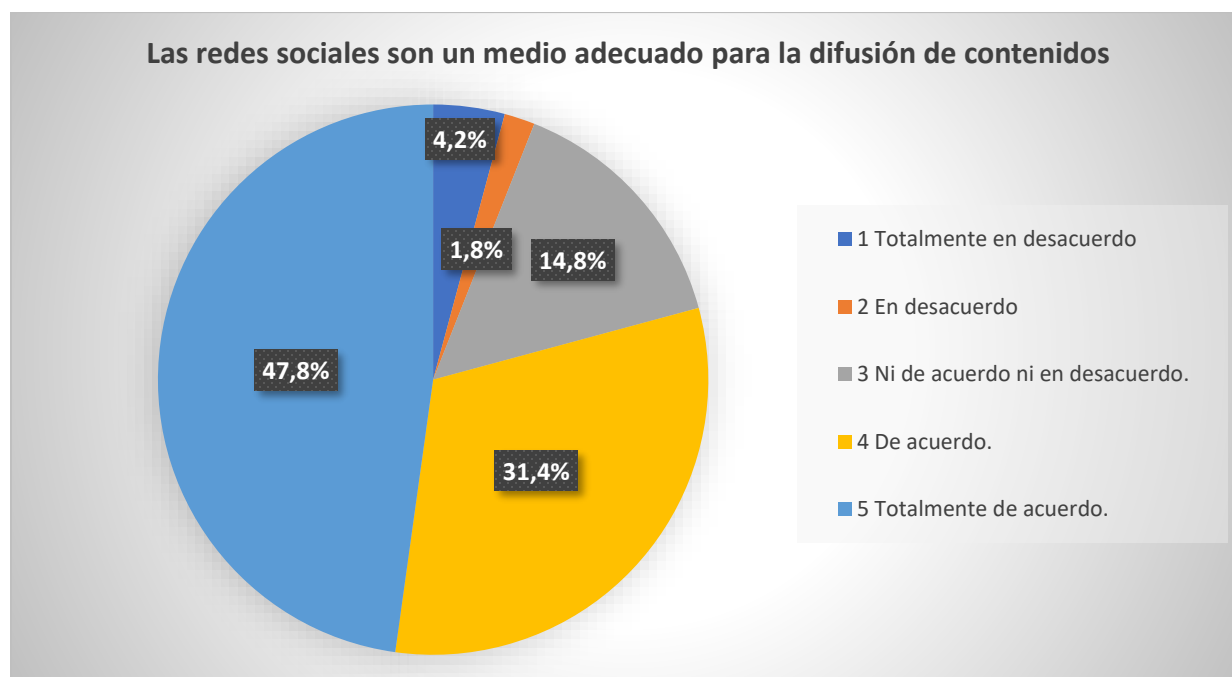
A partir de estos resultados, la distribución por el rango de edad evidencia una participación equilibrada dentro de la muestra, el 36 % corresponde a los participantes que rondan en un rango de edad de 18 a 20 años, mientras que el 32% se ubica en un rango de 20 y 25, por último el 32% entre los 25 y 29 años. Esta distribución permitió integrar las diferentes percepciones de los distintos rangos de edad contemplados en la población joven kichwa otavalo.



## 1. Las redes sociales son un medio adecuado para la difusión de contenidos.

**Figura 2**

*Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta uno*



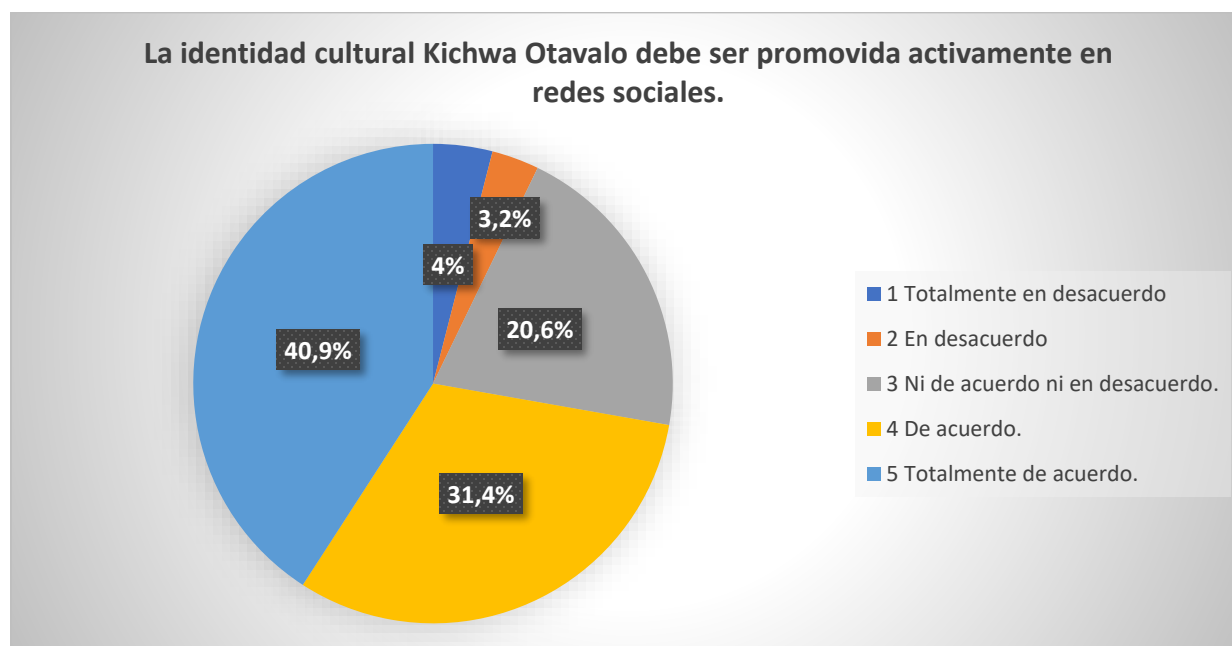
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

El 79,2% de los encuestados manifestó una valoración positiva sobre las redes sociales como medio adecuado para la difusión de contenidos, sin embargo, al sumar los porcentajes de desacuerdo y neutralidad se muestra que cerca de una quinta parte de los jóvenes no tiene claro el potencial de las redes sociales como canal de difusión. Frente a ello, se sustenta la viabilidad de la campaña digital mediante contenido multimedia de autoría propia captados durante la celebración del Pawkar Raymi, logrando evidenciar de forma directa y auténtica la capacidad de las redes sociales para la transmisión de contenido cultural relevante.

## 2. La identidad cultural Kichwa Otavalo debe ser promovida activamente en redes sociales.

**Figura 3**

*Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta dos*



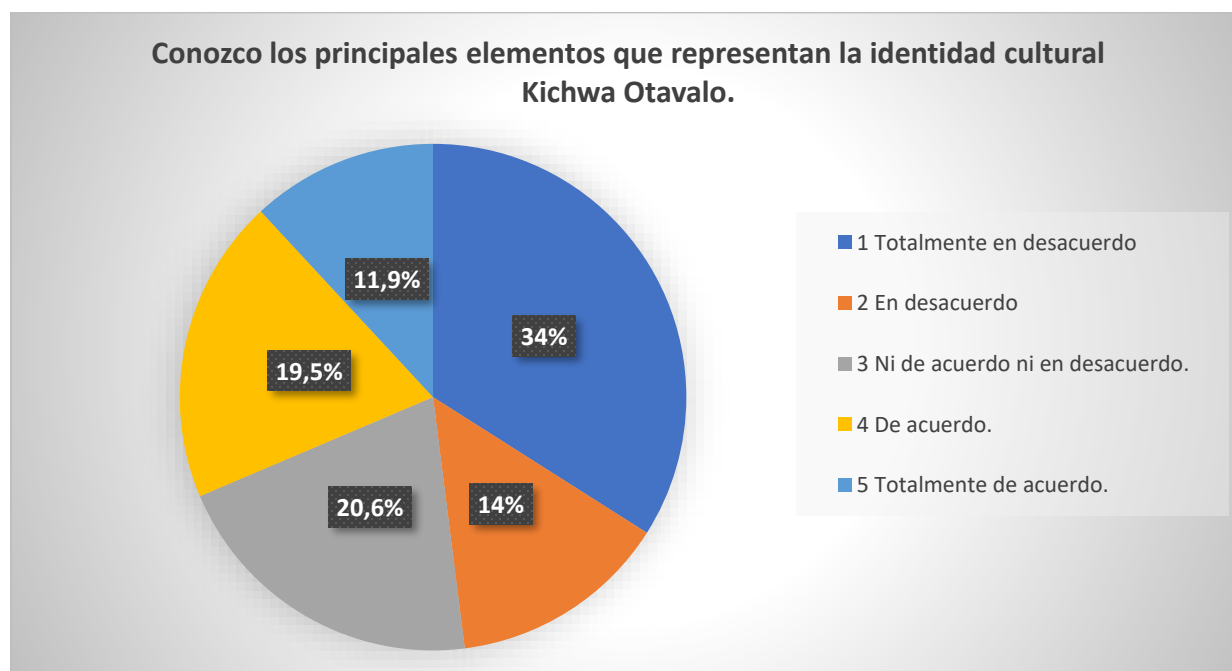
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

El 72,3% de los encuestados manifestó una postura favorable hacia la promoción activa de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales, sin embargo, aún existe un segmento de jóvenes que no se encuentra convencido de la necesidad de promoción de la identidad cultural. Por ello, se contempla una línea editorial que se consolide en el tiempo, no solo enfocada en la celebración del Pawkar Raymi, que unifique los contenidos multimedia de forma constante con el valor y la permanencia de la cultura Kichwa Otavalo.

### 3. Conozco los principales elementos que representan la identidad cultural Kichwa Otavalo.

**Figura 4**

*Gráfica de las respuestas en porcentajes pregunta tres*



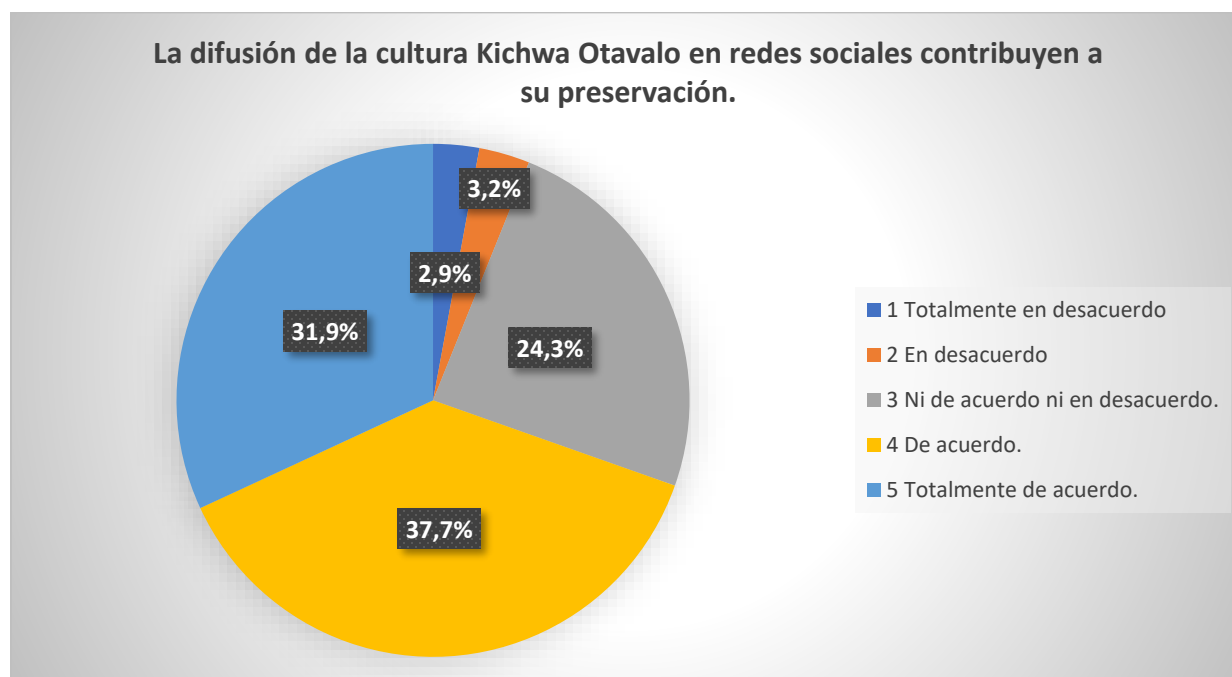
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

Los resultados muestran que el 48% de los jóvenes Kichwa Otavalo no conoce los principales elementos que representan su identidad, superando la cifra de aquellos que afirman conocerlos. Frente a esta situación, la campaña propuesta debe ser dotada de componentes meramente educativos con espacio pedagógico visual que contribuya a cubrir la brecha de conocimiento identificada, es decir, contenidos multimedia que documenten en primera persona elementos representativos del Pawkar Raymi y su identidad cultural.

#### 4. La difusión de la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales contribuyen a su preservación.

**Figura 5**

*Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta cuatro*



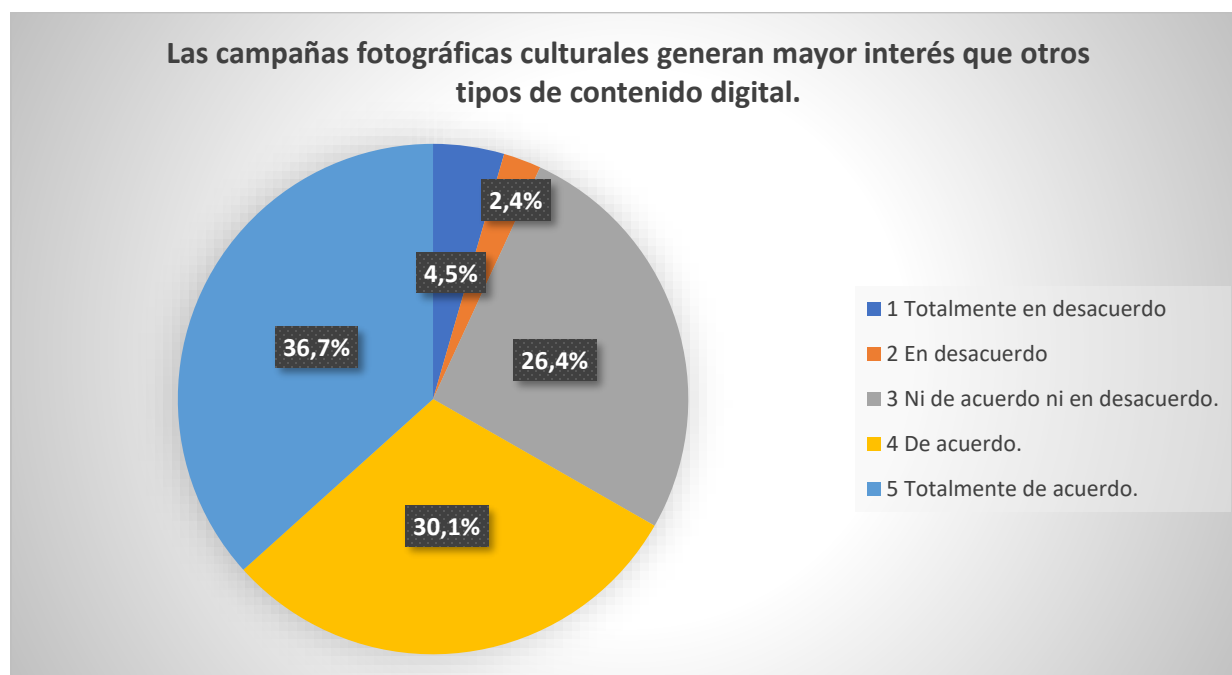
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

El 69,6% de los encuestados afirma que la difusión de la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales contribuye a su preservación, a pesar de ello, existe una posición neutral que muestra cierta duda sobre el impacto real de la difusión digital. Para reducir aquella duda se plantean los contenidos multimedia los cuales documenten procesos completos en vez de momentos puntuales de la celebración del Pawkar Raymi, además que incorporen testimonios de los portadores de la cultura, esta estrategia permite demostrar que la difusión digital no es superficial, sino más bien un mecanismo activo de preservación cultural.

**5. Las campañas fotográficas culturales generan mayor interés que otros tipos de contenido digital.**

**Figura 6**

*Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta cinco*



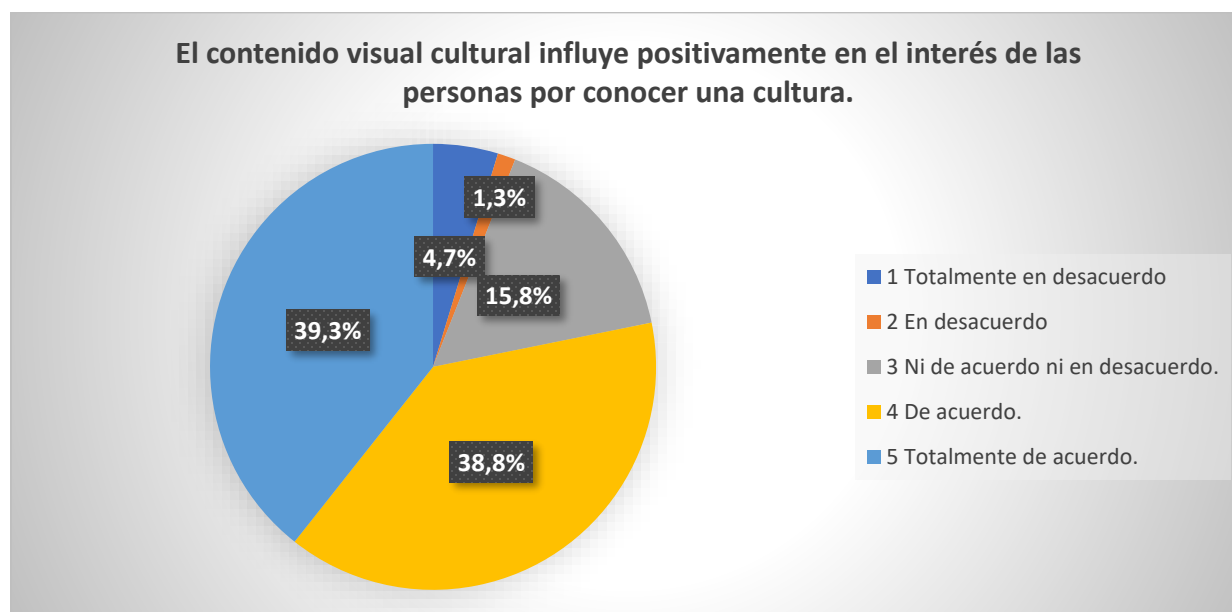
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

A pesar de que el 66,8% de los encuestados consideran que las campañas fotográficas culturales generan mayor interés que otros tipos de contenido digital, todavía existe un segmento considerable de jóvenes quienes dudan sobre el impacto de los formatos digitales, Ante esto, se propone combinar la fotografía narrativa estática con reels de corta duración, siendo formatos llamativos en redes sociales, así la campaña no dependa de un solo tipo de contenido, sino mantenga una variedad y dinamismo para mantener el interés del público.

**6. El contenido visual cultural influye positivamente en el interés de las personas por conocer una cultura.**

**Figura 7**

*Gráfica de las respuestas en porcentaje pregunta seis*



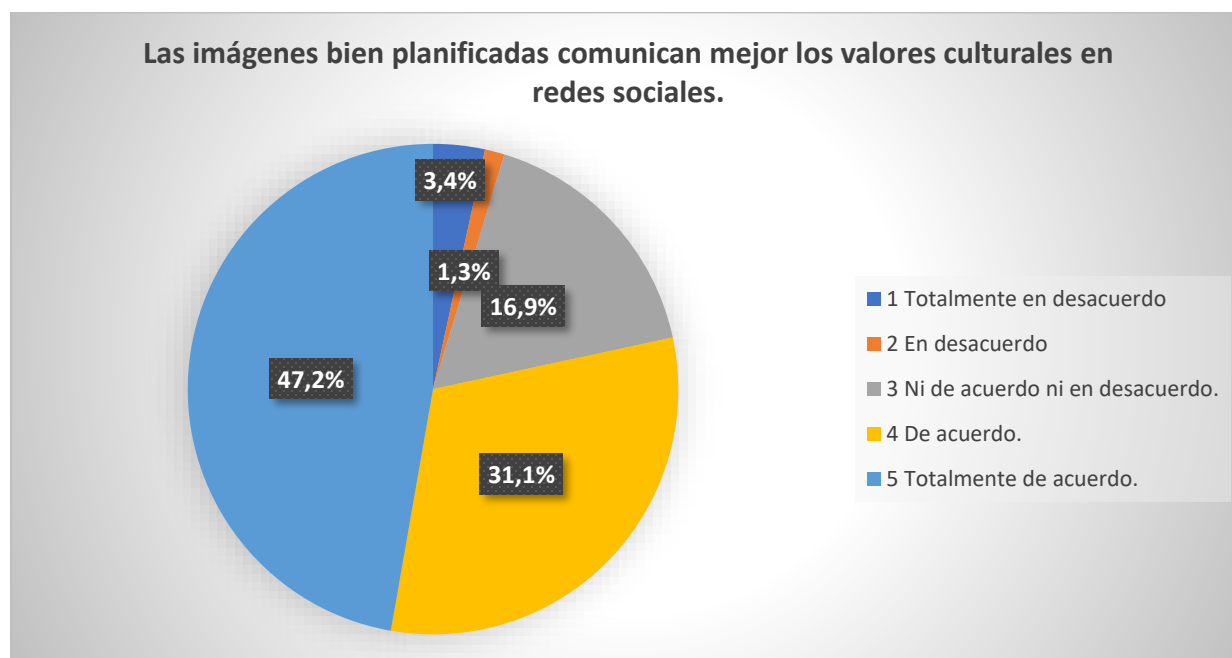
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

El 78.1% de los encuestados considera que el contenido visual cultural influye positivamente en el interés de las personas por conocer una cultura, mientras un porcentaje reducido pero significativo no percibe con claridad el efecto del contenido visual cultural en el interés por la cultura. Frente a esto, se prioriza la realización de un storytelling auténtico con contenido multimedia de autoría propia conseguido durante la celebración del Pawkar Raymi consolidando el interés y la credibilidad del público, sin llegar a caer en contenidos genéricos o estereotipados.

## 7. Las imágenes bien planificadas comunican mejor los valores culturales en redes sociales.

**Figura 8**

*Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta siete*



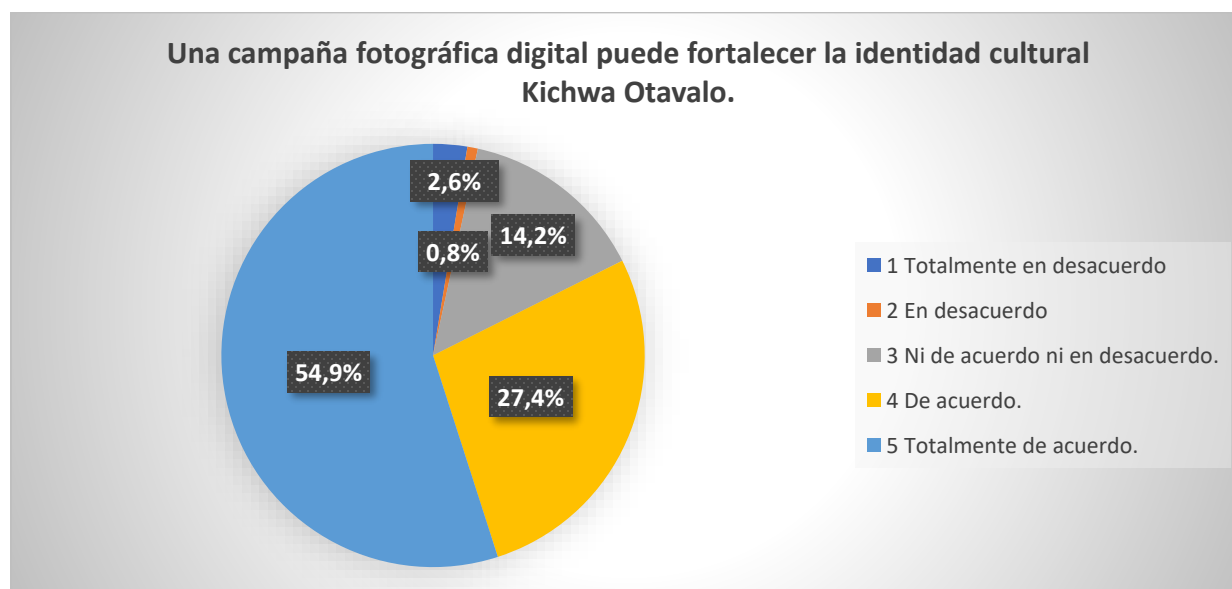
Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

El 78,3% de los encuestados consideran que las imágenes bien planificadas comunican mejor los valores culturales en redes sociales, sin embargo, un porcentaje reducido mantiene una posición neutral, esto podría deberse a experiencias previas con contenidos mal planificados o descontextualizados. Por lo cual, se incorpora una planificación estratégica previa a la publicación que contenga guion de contenidos, selección cuidadosa del contenido multimedia y la validación del mensaje cultural a transmitir para garantizar la precisión de los valores y significados de la cultura Kichwa Otavalo que se quiere transmitir.

## 8. Una campaña fotográfica digital puede fortalecer la identidad cultural Kichwa Otavalo.

**Figura 9**

*Gráfico de las respuestas en porcentajes pregunta ocho*



Fuente: Espinosa S. Encuesta mayo 2026

Con un 82,3% de respaldo empírico los encuestados consideran que una campaña fotográfica digital puede fortalecer la identidad cultural Kichwa Otavalo, solo un número reducido de jóvenes se encuentra en desacuerdo, sin embargo, para mantener el potencial de la propuesta se incorpora mecanismos de retroalimentación durante la implementación de la campaña para monitorear y ajustar oportunamente la estrategia narrativa garantizando la revalorización de la identidad cultural tanto dentro como fuera de Otavalo.

### 3.2. Resultados cualitativos de la entrevista aplicada a expertos en fotografía y cultura Kichwa Otavalo

Para obtener los resultados cualitativos se aplicó una entrevista a 2 expertos dentro de la fotografía y el ámbito cultural, esta entrevista estuvo estructurada por 8 preguntas, siendo el objetivo recoger criterios y aportes de expertos sobre los elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo y el uso de la fotografía digital como herramienta para su promoción en redes sociales.

**Tabla 4**

*Pregunta número uno de la entrevista*

| Pregunta 1. ¿Cuáles considera que son los elementos más representativos de la cultura Kichwa Otavalo que deberían difundirse en redes sociales? |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Entrevistado                                                                                                                                    | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                                   | Uno de los elementos más representativos de la cultura Kichwa Otavalo es la vestimenta tradicional, especialmente el poncho azul, ya que es un símbolo que identifica al pueblo Otavalo y es reconocido en diferentes partes del mundo.                                                                                                                                                       |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                                         | La cultura y la identidad son conceptos subjetivos que se construyen a partir de las vivencias de una comunidad. En el caso de la cultura Kichwa Otavalo, su representación debe reflejar elementos presentes en la vida cotidiana, como la lengua kichwa, las tradiciones, las costumbres, las historias y la vestimenta, ya que estos aspectos expresan la esencia de su identidad cultural |

**Tabla 5***Pregunta número dos de la entrevista*


---

Pregunta 2. **¿Cree usted que actualmente la identidad cultural Kichwa Otavalo está adecuadamente representada en los medios digitales? ¿Por qué?**

---

| <b>Entrevistado</b>                     | <b>Respuesta</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>           | Depende de cómo se entienda la representación cultural, ya que son las propias personas de la comunidad quienes pueden validarla. Cuando el contenido se crea desde el mismo contexto y por alguien que conoce y forma parte de la cultura, tiene mayor fuerza y significado, de lo contrario, puede quedarse sólo en lo estético o lo exótico. |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b> | Estamos en una etapa de transición en la que las redes sociales sí han contribuido a difundir y fortalecer estas vivencias y experiencias culturales. Aunque todavía faltan bases más sólidas para representar adecuadamente la identidad Kichwa Otavalo, considero que se ha avanzado de manera positiva y que vamos por buen camino.          |

---

**Tabla 6***Pregunta número tres de la entrevista*

| Pregunta 3. <b>¿Qué riesgos existen al difundir la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales sin un enfoque adecuado?</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entrevistado</b>                                                                                                      | <b>Respuesta</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                            | Uno de los principales riesgos es la distorsión de la identidad cultural a través de contenidos descontextualizados, lo que puede generar estereotipos y afectar la imagen del pueblo Kichwa Otavalo. Además, debido al alcance de las redes sociales, muchas personas pueden difundir información sin conocer la realidad cultural, provocando interpretaciones erróneas que terminan siendo más visibles que las expresiones reales de la comunidad. |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                  | Uno de los riesgos es que, la identidad cultural se llegue a representar de forma equivocada, como ha ocurrido en otros lugares, dando paso a procesos de folklorización, también existe el riesgo de la apropiación cultural, tanto de lengua como de la vestimenta, las tradiciones y otros elementos culturales, incluso por parte de la misma comunidad.                                                                                           |

**Tabla 7***Pregunta número cuatro de la entrevista*

| <b>Pregunta 4. ¿Qué papel considera que cumple la fotografía digital en la difusión y preservación de la identidad cultural?</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entrevistado</b>                                                                                                              | <b>Respuesta</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                    | La fotografía tiene un gran poder porque permite contar historias sin necesidad de palabras, a través de las imágenes se pueden documentar personas, costumbres y momentos, dejando un registro que permite volver al pasado, entender los cambios y observar la evolución de la cultura a lo largo del tiempo.                                                                                            |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                          | Desde mediados del siglo pasado los registros fotográficos han permitido evidenciar tanto la preservación como los cambios de la identidad cultural de nuestros ancestros. Actualmente, la fotografía digital cumple un papel importante al seguir documentando la vestimenta, las tradiciones y otros elementos culturales, permitiendo observar lo que se mantiene y cómo ha evolucionado con el tiempo. |

**Tabla 8***Pregunta número cinco de la entrevista*

| <b>Pregunta 5. ¿Qué características debería tener una fotografía para representar de manera respetuosa la cultura Kichwa Otavalo?</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entrevistado</b>                                                                                                                   | <b>Respuesta</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                         | Una fotografía debe estar acorde al espacio y al momento en que se desarrolla, mostrando las experiencias dentro de su contexto real, además es importante tener una idea clara de lo que se quiere representar para que la imagen refleje de forma adecuada la realidad cultural.                                                                                                                       |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                               | En fotografía, las características dependen del espacio y el momento en que se desarrolla la imagen. Ya sea una fotografía de campo, experimental o de retrato, debe reflejar de manera adecuada lo que se quiere mostrar. En el caso de las experiencias, vivencias y tradiciones, es importante que estén contextualizadas y guiadas por conceptos claros que ayuden a representar mejor a la cultura. |

**Tabla 9***Pregunta número seis de la entrevista*

| Pregunta 6. ¿Qué elementos visuales y comunicacionales considera fundamentales para el diseño de una campaña fotográfica digital cultural? |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Entrevistado                                                                                                                               | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                              | Lo primero es tener claro el enfoque y el concepto de la campaña, ya que la fotografía debe transmitir esa idea a través de las memorias y experiencias que representa. Dentro de Otavalo, elementos como los tejidos, el ayllu, el trenzado del cabello y otros detalles de la vida cotidiana son fundamentales para comunicar la identidad cultural.                                                             |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                                    | Los elementos de la identidad cultural ya están presentes en las tradiciones y en el entorno donde se desarrollan. Para una campaña fotográfica, es importante mostrar cómo las personas expresan su cultura a través de su forma de vida, la vestimenta, el lenguaje y los espacios que habita. En el caso de Otavalo, la vestimenta destaca por su valor cultural y por la evolución que ha tenido en el tiempo. |

**Tabla 10***Pregunta número siete de la entrevista*

| <b>Pregunta 7. ¿Cómo cree que una campaña fotográfica digital puede fortalecer el sentido de identidad cultural en jóvenes y adultos?</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entrevistado</b>                                                                                                                       | <b>Respuesta</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                             | Dependería del enfoque que tenga el proyecto, del elemento cultural que se quiera destacar y el significado que tenga para la comunidad. También es importante considerar a quién va dirigido el mensaje y que este sea fácil de comprender. Todo debe partir de un elemento central que conecte la campaña evitando caer en la folklorización o en una apropiación cultural equivocada.                                |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                                   | A través de las imágenes, una campaña fotográfica puede despertar el interés de jóvenes y adultos por las diferentes expresiones culturales. Al mostrar tradiciones, fiestas, rituales, vestimenta, lenguaje y diversas formas de expresión la fotografía digital permite visibilizar las experiencias y vivencias de la identidad cultural Kichwa Otavalo, así como los cambios que han surgido a lo largo del tiempo. |

**Tabla 11**

*Pregunta número ocho de la entrevista*

| Pregunta 8. ¿Qué recomendaciones brindaría para el diseño de una campaña fotográfica digital dirigida a la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo? |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Entrevistados                                                                                                                                                 | Respuesta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Lic. Jonathan Terreros</b>                                                                                                                                 | Lo más importante es conocer los orígenes y la historia de lo que se quiere mostrar para evitar transmitir información equivocada, también es fundamental partir de las propias vivencias y escuchar otras perspectivas que ayuden a comprender mejor la cultura. Además, se pueden crear propuestas más interactivas y experimentales que permitan a las personas conectar y sentirse parte de la experiencia. |
| <b>Lic. Washington Maldonado Conejo</b>                                                                                                                       | Se recomendaría dar mayor difusión al idioma kichwa, ya que por diversos factores se ha ido perdiendo el valor y el uso de la lengua nativa. Por ello, una campaña fotográfica debería incluir estos elementos clave: el espacio y el tiempo donde se desarrolla la cultura, la vestimenta y el idioma kichwa, como parte fundamental de la identidad cultural.                                                 |

## Resultados de la entrevista

### Entrevista 1: Lic. Jonathan Terreros

El entrevistado centra su análisis en la autenticidad y el contexto como las condiciones de una representación cultural válida.

- ***Elemento central de identidad:*** El poncho azul, una vestimenta tradicional kichwa que ha destacado a nivel internacional es considerado un elemento representativo de la cultura kichwa Otavalo.
- ***Legitimidad de la representación digital:*** Existen diferentes enfoques, si el contenido es creado por la propia comunidad tiende a tener mayor impacto y significado, por otro lado, si viene de fuera se corre el riesgo de quedarse en folklorización.
- ***Riesgos en redes sociales:*** La distorsión de la identidad por contenidos descontextualizados, genera estereotipos y afecta a la imagen del pueblo Kichwa Otavalo, especialmente por el alcance masivo de las plataformas digitales.
- ***Rol de la fotografía digital:*** Esta sirve como herramienta narrativa y permite contar historia sin palabras, además de documentar personas y costumbres, creando un registro histórico para entender la evolución cultural.
- ***Fortalecimiento de la identidad en jóvenes y adultos:*** Depende mucho del enfoque del proyecto y también del público al cual va dirigido el mensaje, evitando caer en la folklorización o la apropiación cultural.
- ***Recomendación principal:*** Conocer a fondo los orígenes e historia del elemento cultural, escuchar las diversas perspectivas y desarrollar propuestas interactivas que involucren a las personas.

## Entrevista 2: Lic. Washington Maldonado Conejo

- ***Naturaleza de la identidad cultural:*** Este es un concepto subjetivo que se construye a partir de las vivencias comunitarias, debe reflejar la lengua kichwa, las tradiciones, costumbres, historias y vestimenta.
- ***Estado actual de la representación digital:*** Las redes sociales atraviesan un periodo de transición positiva, aunque todavía faltan bases sólidas para una representación adecuada.
- ***Riesgos:*** La representación equivocada puede ocasionar una folklorización y apropiación cultural de la lengua, vestimenta y otros elementos, incluso dentro de la misma comunidad.
- ***Elementos clave para una campaña fotográfica:*** Mostrar la forma de vida, vestimenta, lenguaje y espacios habitados, destacando el valor cultural y evolución.
- ***Fortalecimiento de la identidad en jóvenes adultos:*** Las imágenes despiertan interés al visibilizar tradiciones, rituales, vestimenta y lenguaje, además de los cambios ocurridos en el tiempo.
- ***Recomendación principal:*** Dar mayor difusión al idioma kichwa, por el riesgo de pérdida de su uso, e inclusión de los diferentes elementos que representen a la cultura como ejes de la campaña.

### 3.3. Análisis Concluyente

Los resultados de la investigación permiten concluir que existe una alta aceptación hacia las redes sociales y la fotografía digital como medios efectivos para la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo, ya que la población joven reconoce el potencial de los contenidos visuales para generar interés, difundir conocimientos culturales y fortalecer el sentido de pertenencia hacia la comunidad.

Sin embargo, también se evidenció que una parte significativa de los participantes presenta limitaciones en el conocimiento de los principales elementos que conforman esta identidad cultural, lo que pone de manifiesto la necesidad de implementar estrategias comunicacionales orientadas a su difusión y valoración. En este contexto, la campaña fotográfica digital se presenta como una alternativa pertinente debido a su capacidad para comunicar mensajes de manera visual, emocional y accesible; no obstante, los expertos mencionan que, para garantizar su efectividad, es fundamental que la representación cultural se construya desde el contexto real de la comunidad, incorporando elementos identitarios auténticos y evitando procesos de distorsión, folklorización o apropiación cultural.

Por ello, por medio de estos instrumentos se concluye que una campaña fotográfica digital diseñada bajo criterios de autenticidad, contextualización y respeto cultural puede constituirse en una herramienta significativa para fortalecer, preservar y visibilizar la identidad cultural Kichwa Otavalo en los entornos digitales contemporáneos.



|                                                                                    |          |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------|---------------------|------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                    | _MG_9453 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|   | _MG_9536 | 8/02/2026  | Estadio de Pinsaqui | Inauguración del Pawkar Raymi 2026 | Fotografía | Muestra de las diferentes expresiones culturales que existen dentro de la inauguración del Pawkar Raymi | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planos medios</li> <li>• Planos americanos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lateral mirando hacia el personaje</li> </ul>                                     |
|                                                                                    | _MG_9541 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9543 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9544 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9553 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9554 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|  | _MG_9596 | 17/.2/2026 | Calles de Peguche   | Ceremonia del Tumarina             | Fotografía | Muestra de la ceremonia sagrada Tumarina y sus expresiones                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planos medios</li> <li>• Planos americanos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineal de frente hacia el personaje</li> <li>• De espalda al personaje</li> </ul> |
|                                                                                    | _MG_9597 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9598 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9599 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9601 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9603 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9605 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9606 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |
|                                                                                    | _MG_9607 |            |                     |                                    |            |                                                                                                         |                                                                                                |                                                                                                                            |



|                                                                                   |           |            |             |            |            |               |            |                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|-------------|------------|------------|---------------|------------|-----------------|
|  | IMG_0748  | 22/03/2026 | Calles      | Ceremonia  | Fotografía | Muestra de la | • Planos   | • Lineal de     |
|                                                                                   | IMG_0750  |            | Principales | del Mushuk |            | ceremonia     | medios     | frente hacia el |
|                                                                                   | IMG_0751  |            | de Otavalo  | Nina       |            | sagrada del   | • Planos   | personaje       |
|                                                                                   | IMG_0755  |            |             |            |            | Mushuk        | americanos | • Cenital       |
|                                                                                   | IMG_0761  |            |             |            |            | Nina y sus    | • Planos   |                 |
|                                                                                   | IMG_0767  |            |             |            |            | expresiones   | General    |                 |
|                                                                                   | IMG_0780  |            |             |            |            |               | • Primeros |                 |
|                                                                                   | IMG_0781  |            |             |            |            |               | Planos     |                 |
|                                                                                   | IMG_0786– |            |             |            |            |               |            |                 |

La ficha de observación utilizada como instrumento de organización fotográfica permitió identificar y clasificar el material fotográfico recopilado, donde existen más elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo. Mediante este instrumento fue posible registrar aspectos relacionados con la vestimenta, las tradiciones, los rituales, los espacios culturales, las expresiones cotidianas y otros elementos identitarios, facilitando una selección coherente del material fotográfico para la propuesta de campaña. De esta manera, la ficha de observación contribuyó a garantizar que las imágenes seleccionadas respondieran a criterios de pertinencia cultural, autenticidad y representatividad, fortaleciendo la construcción visual de la identidad Kichwa Otavalo dentro de la campaña fotográfica

## **Capítulo 4: Propuesta**

### **4.1 Tema**

Campaña Digital “Raíces que Florecen: Memorias vivas del pueblo Kichwa Otavalo”

### **4.2 Objetivo de la Propuesta**

Diseñar una campaña digital basada en la fotografía, la cual posibilite la difusión de la identidad cultural Kichwa Otavalo en torno a la celebración del Pawkar Raymi, por medio de la creación de material fotográfico y audiovisual adecuado a las dinámicas comunicacionales de las redes sociales.

### **4.3 Justificación**

La identidad cultural Kichwa Otavalo es una representación de mucho valor simbólico, histórico y social, que se manifiesta a través de los rituales, actividades culturales y prácticas ancestrales, las expresiones artísticas y las actividades comunitarias que se desarrollan durante la festividad del Pawkar Raymi. Para acercar estos saberes a las nuevas generaciones y a los usuarios de plataformas digitales, se necesitan nuevos métodos de comunicación para difundir estas expresiones culturales.

La fotografía es un recurso que puede comunicar historias y significados culturales a través de imágenes, teniendo la posibilidad de documentación y preservación de componentes representativos de la memoria colectiva. Igualmente, las redes sociales se han transformado en plataformas con un gran potencial para interactuar y llegar a más gente, facilitando la difusión de materiales audiovisuales y fortaleciendo los procesos de difusión cultural.

Por esta razón, la propuesta actual propone diseñar una campaña digital basada en la fotografía narrativa, utilizando el material que se obtuvo a lo largo de la investigación para generar contenido visual y fotográfico para redes sociales. Así el objetivo es, aumentar la visibilidad de la identidad

Kichwa Otavalo, ayudando a conservar y difundir sus costumbres por medio de canales digitales actuales.

#### **4.4 Análisis FODA**

##### **Fortalezas**

- Riqueza cultural y visual de la cultura Kichwa Otavalo.
- Existencia de festividades ancestrales como el Pawkar Raymi.
- Gran potencial para creación de contenido.
- Reconocimiento cultural nacional e internacional.

##### **Oportunidades**

- Crecimiento del contenido cultural en redes sociales.
- Uso masivo de redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok.
- Interés por contenido auténtico y experiencias culturales.
- Formatos audiovisuales como reels generan mayor alcance.

##### **Debilidades**

- Escasa estrategia visual cultural.
- Poca presencia en el entorno digital.
- Débil narrativa visual en redes sociales.
- Limitado apoyo.

## Amenazas

- Tendencias globales que opacan la cultura local.
- Desinterés del público.
- Representación superficial de la cultura.
- Saturación de contenido digital.

### 4.5. Matriz de problema

| PROBLEMA                                                               | ESTRATEGIA                                                                             | SOLUCIÓN                                                    | ACCIÓN                                                         |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Poca difusión, de la identidad cultural Kichwa Otavalo en RRSS</b>  | Fortalecer la presencia digital de la cultura Kichwa Otavalo.                          | Campaña digital “RAÍCES QUE FLORECEN”.                      | Publicar el contenido multimedia en las plataformas digitales. |
| <b>Contenido cultural disperso</b>                                     | Unificar la comunicación bajo una identidad de marca.                                  | Creación de un manual de marca.                             | Aplicar la marca en todas las piezas gráficas.                 |
| <b>Una narrativa visual débil sobre el Pawkar Raymi</b>                | Usar fotografía narrativa y contenido audiovisual con enfoque emocional e informativo. | Piezas fotográficas y audiovisuales del Pawkar Raymi.       | Producir contenido con estilo narrativo e informativo          |
| <b>Desinterés y desconocimiento cultural en jóvenes</b>                | Generar identificación y orgullo cultural.                                             | Mensaje publicitario centrado en el valor del Pawkar Raymi. | Difundir el mensaje en piezas digitales y físicas.             |
| <b>Falta de material gráfico que represente la identidad cultural.</b> | Complementar lo digital con formatos físicos simples.                                  | Promocionales y BTL de fácil aplicación.                    | Diseñar stickers y un punto fotográfico ambientado.            |

## **4.6. Diseño de la propuesta de campaña digital para la promoción de la identidad cultural kichwa Otavalo en redes sociales**

### ***4.6.1. Descripción***

La propuesta permitirá contar con piezas visuales y audiovisuales destinadas a la promoción cultural en entornos digitales, facilitando la difusión de las manifestaciones culturales del pueblo Kichwa Otavalo y fortaleciendo la valoración de sus tradiciones.

### ***4.6.2 Contenido de la propuesta***

- Serie fotográfica narrativa sobre los rituales, actividades y expresiones culturales de la cultura Kichwa Otavalo a través de Pawkar Raymi.
- Video principal de cinco minutos elaborado a partir del material fotográfico, incorporando movimientos, efectos de animación, transiciones y ambientación sonora.
- Adaptación del video al formato permitido en las redes sociales.
- Publicaciones fotográficas para generar interacción y promover el conocimiento de la cultura Kichwa Otavalo.

## **CAMPAÑA DIGITAL “RAÍCES QUE FLORECEN: MEMORIAS VIVAS DEL PUEBLO KICHWA OTAVALO”**

### **Introducción**

La identidad cultural Kichwa Otavalo es una de las expresiones culturales más representativas del Ecuador; sin embargo, su representación en redes sociales presenta contenido superficial y poca planificación visual. Ante esta problemática, surge la necesidad de desarrollar una campaña fotográfica digital basada en fotografía narrativa mediante registros fotográficos y reels audiovisuales enfocados en el Pawkar Raymi para fortalecer la promoción cultural en medios digitales.

### **Objetivo general de la campaña**

Promover la identidad cultural Kichwa Otavalo mediante una campaña fotográfica digital basada en fotografía narrativa en redes sociales alrededor de la celebración del Pawkar Raymi.

### **Objetivos específicos de comunicación**

- Fortalecer la visibilidad de la identidad cultural Kichwa Otavalo en redes sociales.
- Generar interés cultural en jóvenes y adultos mediante contenido visual narrativo.
- Incentivar la valoración y apropiación cultural mediante formatos digitales actuales.

### **Target principal**

Jóvenes Kichwas Otavalo entre 18 y 29 años que utilizan redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook.

### ***Target secundario***

- Público de la comunidad Kichwa Otavalo.
- Público interesado en contenido cultural.
- Turistas nacionales e internacionales con interés en contenido cultural.

### **Eje de comunicación**

Transmitir el valor cultural, emocional y simbólico que representa la identidad Kichwa Otavalo dentro de las nuevas dinámicas digitales.

### **Tono**

- Cultural
- Auténtico
- Cercano
- Inspirador
- Visualmente dinámico

### **Concepto Creativo**

#### **Insight**

Los jóvenes Kichwa Otavalos consumen constantemente contenido digital y tendencias globales, pero aún buscan sentirse identificados con sus raíces culturales. Necesitan ver su identidad representada de manera auténtica, moderna y atractiva en redes sociales.

- “Quiero que mi cultura también sea visible en redes sociales y sentirme representado a través de contenido auténtico y visualmente atractivo.”

## **Planificación de Campaña**

***Reason why:*** La cultura Kichwa Otavalo posee elementos simbólicos y visuales que no son comunicados de forma constante ni ordenada en el entorno digital, esta propuesta brinda una razón concreta para reconectar al público joven con esa identidad por medio de contenidos gráficos difundidos en redes sociales.

***Narrativa:*** Narrativa visual que sigue el desarrollo de la celebración del Pawkar Raymi a través de contenidos multimedia.

***Gráfica:*** La gráfica va a estar inspirada en los diferentes elementos que conforman la identidad Kichwa Otavalo, simbología en textiles, elementos de la naturaleza y una paleta de colores vivos acorde al Pawkar Raymi.

***Fotografía:*** Fotografía narrativa utilizada como base para los collages, complementada con videos del Pawkar Raymi que muestran las manifestaciones culturales registradas, con un estilo informativo pero cercano.

***Objetivo publicitario cultural:*** Posicionar y generar reconocimiento de la identidad cultural Kichwa Otavalo como contenido visual de valor dentro del entorno digital mediante contenidos multimedia.

***Objetivo de marketing cultural:*** Posicionar la identidad cultural Kichwa Otavalo dentro del contexto de la celebración del Pawkar Raymi, como un referente de valor cultural auténtico dentro del ecosistema digital, fortaleciendo su relación con las audiencias jóvenes y proyectando

su reconocimiento hacia públicos tanto nacionales como internacionales vinculados al turismo y al patrimonio cultural inmaterial.

***El mensaje:*** La identidad Kichwa Otavalo se transforma y permanece viva a través de sus nuevas generaciones.

***Propuesta única de venta cultural:*** A diferencia del contenido turístico genérico y disperso que actualmente circula en redes sociales sobre Otavalo, esta campaña ofrece contenidos multimedia de elaboración propia con una narrativa auténtica y más apegada a la comunidad, registra las ceremonias del Pawkar Raymi, siendo contenido auténtico sin caer en la folklorización.

# Manual de marca



Guía de marca — logotipo, color, tipografía y aplicaciones

# ÍNDICE

## Capítulo 01

- 1.1 Proceso Creativo
- 1.2 Concepto
- 1.3 Marca
- 1.4 Arquitectura de marca
- 1.5 Positivo / negativo
- 1.6 Tipografía
- 1.7 Colores

## Capítulo 03

- 3.1 Sistema promocional
- 3.2 Medios ATL
  - Marca
  - Arquitectura de marca
  - Positivo / negativo
- 3.3 Medios BTL
  - Stand
  - Spot fotográfico
  - Stickers
- 3.4 Medios OTL
  - Redes sociales

## Capítulo 02

- 2.1 Estrategia
- 2.2 Sistematización
- 2.3 Matriz de medios

## Capítulo 04

- 4.1 Ecosistema digital
- 4.2 Instagram
  - Instagram en dispositivos
- 4.3 Facebook
  - Facebook en dispositivos
- 4.4 Tik Tok
  - TikTok en dispositivos

# 1

## Capítulo

- 1.1 Proceso Creativo
- 1.2 Concepto
- 1.3 Marca
- 1.4 Arquitectura de marca
- 1.5 Positivo / negativo
- 1.6 Tipografía
- 1.7 Colores



# 1.1 Proceso Creativo

Pawkar Raymi es una propuesta que busca revalorizar la identidad cultural Kichwa Otavalo a través de la fotografía narrativa y su difusión en medios digitales, acercando sus manifestaciones culturales a las nuevas generaciones.

## Inspiración



Las fotografías permitieron identificar elementos representativos del Pawkar Raymi: flores, diversidad cromática, participación comunitaria y sentido de encuentro. Estos referentes sirvieron como punto de partida para construir la identidad visual.

## Conceptos clave

Identidad Cultural

Comunidad

Raíces

FloreCIMIENTO

Encuentro

Revalorización

La marca representa una identidad que vuelve a sus raíces para volver a florecer, manteniendo viva la cultura Kichwa Otavalo en las nuevas generaciones.

## Bocetos



## 1.2 Conceptualización



# PAWKAR RAYMI

La marca Pawkar Raymi nace como un símbolo de encuentro, memoria y renacer cultural. Los colibríes representan el regreso a las raíces y la conexión con la comunidad; la flor central evoca el florecimiento, la renovación y la fuerza de una identidad que sigue viva. Sus formas y colores recogen la energía de las expresiones culturales Kichwa Otavalo y transmiten un mensaje de revalorización: mirar nuestra cultura con orgullo, reconocerla como parte de quienes somos y mantenerla viva en las nuevas generaciones.

***“Una marca que florece, se mueve y celebra la identidad de los pueblos andinos.”***

## 1.3 Marca

La marca une dos elementos que siempre trabajan juntos: el isotipo (colibríes + flor) y el logotipo tipográfico, escrito en la tipografía.



**Forma irregular:** Sus bordes y proporciones asimétricas evocan la elaboración artesanal de los textiles.

**Fluidez:** Las formas orgánicas de las letras generan una sensación de movimiento y fluidez relacionada con el agua.

**Estilo artesanal:** La irregularidad rompe con una apariencia industrial y aporta una sensación de tradición, identidad y trabajo manual.

**Colibríes:** Representan el reencuentro de los pueblos Kichwa Otavalo, simbolizando a los mindales que migraron al extranjero y regresan a su tierra de origen para reencontrarse con su comunidad, sus raíces y su identidad.

**Flor :** Simboliza el florecimiento, renovación y celebración del Pawkar Raymi.

## 1.4 Arquitectura de marca

La arquitectura organiza las versiones para responder a distintos formatos sin perder reconocimiento. La versión principal es prioritaria; las variantes se utilizan según el espacio, el contraste y la técnica de reproducción.

Versión principal



Uso prioritario en piezas institucionales y de campaña

Versión logo



Versión isotipo



Avatares, sellos, detalles y espacios reducidos

Versión secundaria



Formatos apaisados, cabeceras y franjas

## 1.5 Positivo / Negativo

Las versiones monocromáticas permiten mantener legibilidad cuando el color completo no es viable.

Versión principal  
P/N



Versión logo  
monocromática



Versión secundaria  
P/N



Versión isotipo  
P/N



Evitar fondos de bajo contraste, sombras, contornos añadidos o cambios de color no autorizados

## 1.6 Tipografía

**PAWKAR  
RAYMI**

**RUINA  
ONE BLACK**

**A B C D E F  
G H I J K L M  
N O P Q R S T  
U V W X Y Z**

La tipografía Ruina One Black se relaciona con la propuesta visual de la campaña por su apariencia irregular, orgánica y artesanal. Sus formas asimétricas evocan el trabajo manual de los textiles Kichwa Otavalo, mientras que su fluidez transmite movimiento y conexión con elementos naturales como el agua. Estas características refuerzan conceptos de tradición, identidad cultural y autenticidad, aportando una estética contemporánea vinculada al Pawkar Raymi.

## 1.7 Paleta de color



|                                              |                                                     |                                             |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| #E51D4C<br>RGB 229,29,76<br>CMYK 0,87,67,10  | #DF1D81<br>RGB 223,29,129<br>CMYK 5,95,3,0          | #EA6638<br>RGB 234,102,56<br>CMYK 1,71,81,0 |
| #723089<br>RGB 114,48,137<br>CMYK 68,93,0,0  | #FFEF26<br>#FDC800<br>#F18F34<br>#E95F32<br>#E3312D | #5C7E2C<br>#8EB624<br>#D9E17C               |
| #144381<br>RGB 20,67,129<br>CMYK 100,78,19,5 | #0BB1D6<br>RGB 11,177,214<br>CMYK 73,5,12,0         | #534897<br>RGB 83,72,151<br>CMYK 80,78,1,0  |

#144381  
RGB 20,67,129  
CMYK 100,78,19,5

**PAWKAR  
RAYMI**

# 2

## Capítulo

- 2.1 Estrategia
- 2.2 Sistematización
- 2.3 Matriz de medios



## 2.1 Estrategia

La propuesta responde a cinco necesidades identificadas en la investigación y las traduce en decisiones concretas de comunicación.

### **Poca difusión**

Estrategia: Fortalecer presencia digital

Solución: Campaña “Raíces que florecen”

Acción: Publicar contenido multimedia

### **Contenido disperso**

Estrategia: Unificar la comunicación

Solución: Manual de marca

Acción: Aplicar identidad en todas las piezas.

### **Narrativa visual débil**

Estrategia: Fotografía narrativa y audiovisual

Solución: Piezas del Pawkar Raymi

Acción: Producción emocional e informativa.

### **Desinterés juvenil**

Estrategia: Generar identificación y orgullo

Solución: Mensaje centrado en valor cultural

Acción: Difusión digital y física.

### **Falta de material gráfico**

Estrategia: Complementar con formatos físicos

Solución: Promocionales y BTL

Acción: Stickers y punto fotográfico.

## 2.2 Sistematización

La publicación se organiza por etapas para asegurar continuidad narrativa. Cada semana combina piezas visuales y audiovisuales según la función de cada plataforma.

**SEM**  
**1**

### Visibilizar

Reels de expresiones culturales, carruseles de simbolismos y fotografías representativas.

**SEM**  
**1**

### Conectar

Reels de identidad y tradición, fotografías de actividades culturales y manifestaciones

**SEM**  
**1**

### Cerrar y reforzar

Carrusel recopilatorio que integra los momentos principales y consolida la identidad visual.

Criterio de sistema: misma marca, misma paleta, fotografía como protagonista y adaptación de formato según plataforma. La repetición de estos códigos genera reconocimiento sin volver idéntico todo el contenido

## 2.3 Matriz de medios

| MEDIO    | SOPORTE / PIEZA                                     | FORMATO                                                                                                                                | OBJETIVO                                                                                                                                                                     |
|----------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Internet | Facebook<br>Imagen fotográfica<br>Reel              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• JPG</li> <li>• 4:5 vertical</li> <li>• RGB</li> </ul>                                         | Difusión de fotografías de las manifestaciones culturales y ampliar el alcance de la campaña mediante contenido visual.                                                      |
|          |                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Presentar de forma dinámica los momentos, prácticas y expresiones culturales favoreciendo la interacción y el reconocimiento.                                                |
|          | Instagram<br>Imagen fotográfica<br>Reel<br>Carrusel | <ul style="list-style-type: none"> <li>• JPG</li> <li>• 4:5 vertical</li> <li>• RGB</li> <li>• Secuencia de Imágenes</li> </ul>        | Posicionar visualmente la identidad de la campaña mediante fotografías donde se evidencie símbolos, prácticas y manifestaciones culturales.                                  |
|          |                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Generar contenidos audiovisuales breves y atractivos que acerquen las manifestaciones culturales a las audiencias jóvenes, reforzando el mensaje de revalorización cultural. |
| Físico   | TikTok<br>Video                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Conectar con público joven mediante los contenidos audiovisuales de corta duración que presenten la identidad cultural Kichwa Otavalo de manera visual y dinámica.           |
|          | Pendones y banners                                  | Impresión de gran formato<br><br>Estructura a escala requerida<br><br>Formato vertical de proporciones alargadas                       | Presencia visual a distancia en puntos de circulación autorizados.                                                                                                           |
|          | Paneles de exhibición                               |                                                                                                                                        | Aplicación institucional o cultural en espacios de alta afluencia.                                                                                                           |
|          | Stand                                               |                                                                                                                                        | Punto de información, exhibición y contacto.                                                                                                                                 |
|          | Spot fotográfico                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura gráfica a escala humana.</li> <li>• Elementos de la marca.</li> </ul>              | Generar experiencia de interacción con la marca, incentivar la toma y difusión de fotografías.                                                                               |
|          | Stickers promocionales                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adhesivo impreso.</li> <li>• Diferentes tamaños según aplicación.</li> </ul>                  | Reforzar la recordación de marca y ampliar su presencia en espacios cotidianos mediante elementos gráficos vinculados a la marca                                             |

# 3

## Capítulo

3.1 Sistema promocional

3.2 Medios ATL

Marca

Arquitectura de marca

Positivo / negativo

3.3 Medios BTL

Stand

Spot fotográfico

Stickers

3.4 Medios OTL

Redes sociales



## 3.1 Sistema promocional

El sistema promocional utiliza la fotografía, la marca y los motivos cromáticos como una misma familia visual. Cada soporte debe funcionar de forma autónoma y, al mismo tiempo, reconocerse como parte de la campaña.

### Medios ATL

Para esta propuesta, ATL se entiende como el apoyo de visibilidad amplia mediante soportes de exhibición pública o de gran formato. Su función es generar reconocimiento rápido y conducir hacia el ecosistema digital.

### Medios BTL

La propuesta BTL concentra las acciones de proximidad y experiencia. El objetivo es que la audiencia no solo vea la marca, sino que interactúe con ella y la convierta en una experiencia compartible.

### Medios OTL

OTL articula la presencia digital de la campaña. Las redes sociales permiten segmentar formatos, construir continuidad narrativa, ampliar alcance y conectar la experiencia física con contenidos audiovisuales mediante códigos QR.



## 3.2 Medios ATL

Para esta propuesta, ATL se entiende como el apoyo de visibilidad amplia mediante soportes de exhibición pública o de gran formato. Su función es generar reconocimiento rápido y conducir hacia el ecosistema digital.

### **Pendones y banners**

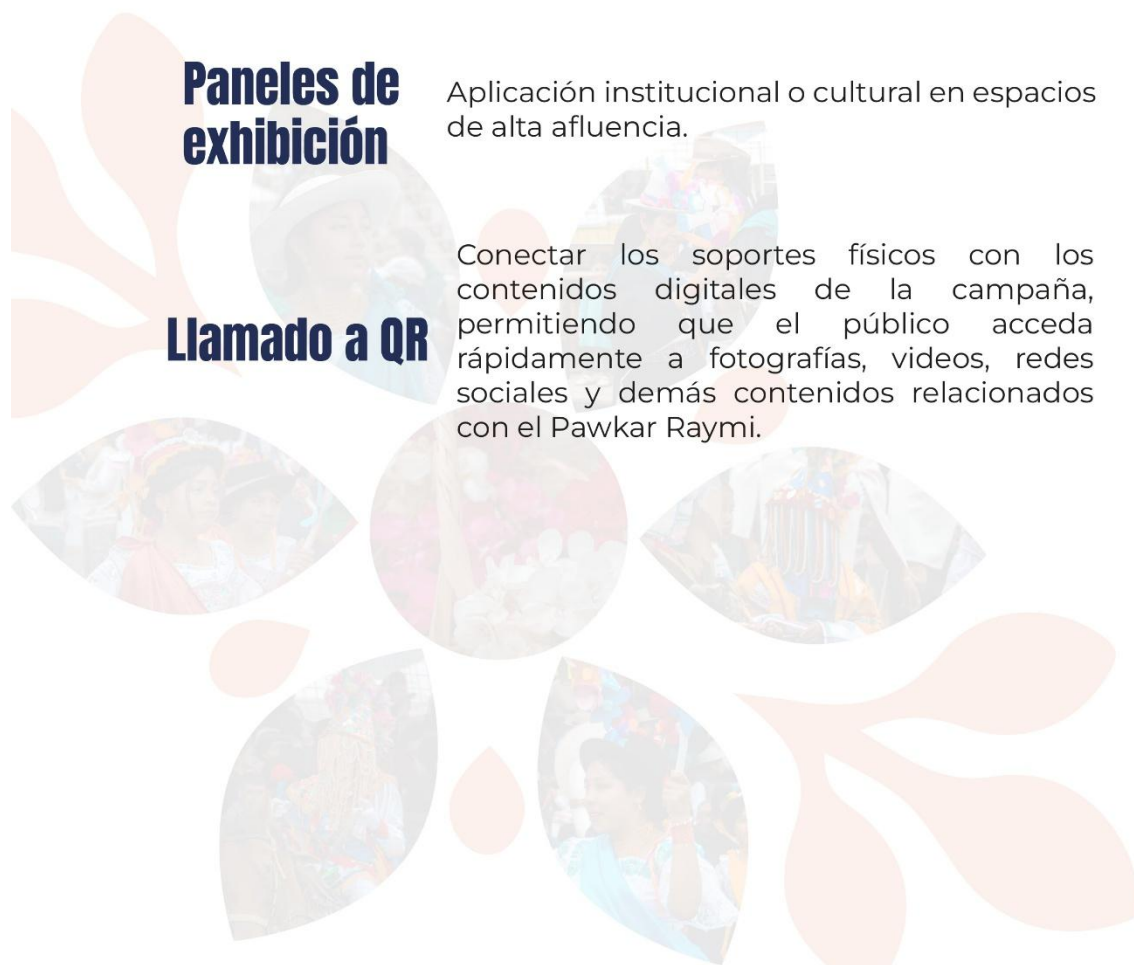
Aumentar la visibilidad de la campaña en espacios estratégicos mediante piezas gráficas de fácil reconocimiento, fortaleciendo la presencia de la identidad Kichwa Otavalo.

### **Paneles de exhibición**

Aplicación institucional o cultural en espacios de alta afluencia.

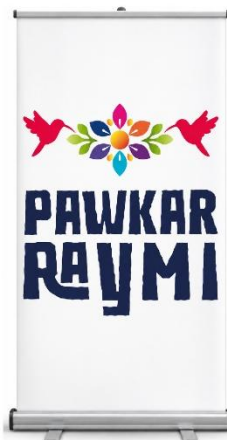
### **Llamado a QR**

Conectar los soportes físicos con los contenidos digitales de la campaña, permitiendo que el público acceda rápidamente a fotografías, videos, redes sociales y demás contenidos relacionados con el Pawkar Raymi.



# Pendones y banners

Presencia visual a distancia en puntos de circulación autorizados.



# Paneles de exhibición

Aplicación institucional o cultural en espacios de alta afluencia.



# Llamado a QR

Puente directo hacia contenidos digitales de campaña.



## 3.3 Medios BTL

La propuesta BTL concentra las acciones de proximidad y experiencia. El objetivo es que la audiencia no solo vea la marca, sino que interactúe con ella y la convierta en una experiencia compartible.

### Stand

Crear un punto físico de encuentro e información que permita presentar de manera integral la campaña, reforzar la identidad visual y generar una experiencia directa con el público.

### Spot fotográfico

Experiencia participativa que incentiva contenido generado por usuarios.

### Stickers

Favorecer la recordación y difusión espontánea de la campaña mediante un recurso gráfico portátil y cercano, permitiendo que la identidad visual se mantenga presente en diferentes espacios y objetos.



# Stand

Punto de información, exhibición y contacto.



# Spot fotográfico

Hacer uso de la marca como spot fotográfico en espacios públicos donde exista un flujo considerable de personas.



# Stickers

Recordación y presencia de marca en objetos cotidianos.



## 3.4 Medios OTL

OTL articula la presencia digital de la campaña. Las redes sociales permiten segmentar formatos, construir continuidad narrativa, ampliar alcance y conectar la experiencia física con contenidos audiovisuales mediante códigos QR.

### Instagram

Narrativa y organización visual

Construir una identidad visual coherente y reconocible.

### TikTok

Difusión audiovisual dinámica

Presentar las manifestaciones culturales mediante contenido audiovisual breve y cercano.

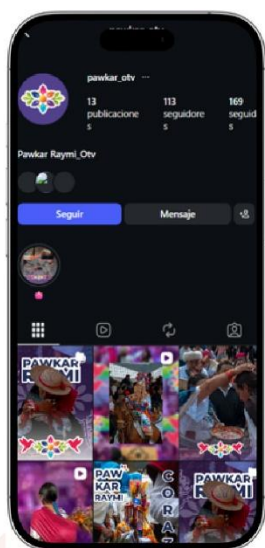
### Facebook

Difusión e información cultural

Ampliar la presencia de la campaña y contextualizar el contenido cultural.



# Redes sociales

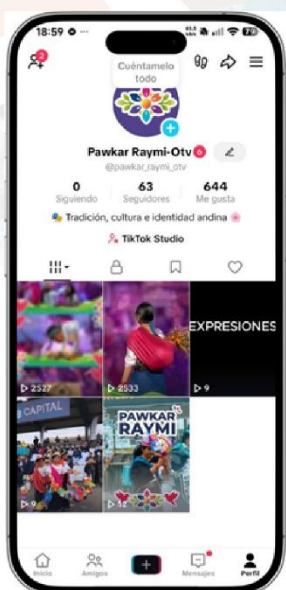
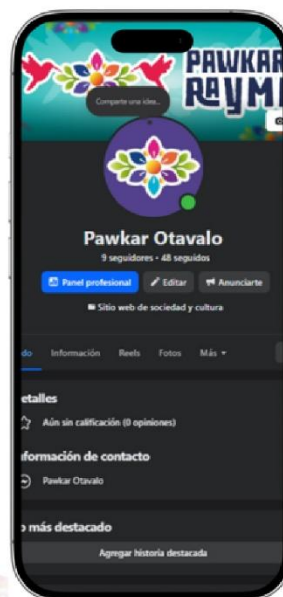


## Instagram

Construir una identidad visual coherente y reconocible.

## Facebook

Presentar las manifestaciones culturales mediante contenido audiovisual breve y cercano.



## Tiktok

Ampliar la presencia de la campaña y contextualizar el contenido cultural.

## 3.5 Presupuesto Medios Físicos

| SOPORTE / PIEZA        | DETALLE                           | CANTIDAD | COSTO POR UNIDAD  | COSTO TOTAL |
|------------------------|-----------------------------------|----------|-------------------|-------------|
| Pendones y banners     | Impresión de péndones promocional | 10       | \$13.00<br>\$7.00 | \$100.00    |
| Paneles de exhibición  | Vinil estructura                  | 2        | \$32.00           | \$64.00     |
| Stand                  | Carpa vinil adhesivo              | 1        | \$50.00           | \$50.00     |
| Spot fotográfico       | Acrílico vinil adhesivo           | 1        | \$35.00           | \$35.00     |
| Stickers promocionales | Materia promocional adhesivo      | 100      | \$0.25            | \$25.00     |
| TOTAL:                 |                                   |          |                   | \$274.00    |

El presupuesto destinado a medios físicos contempla la producción de diferentes soportes promocionales para reforzar la presencia visual de la campaña en espacios estratégicos. La inversión total estimada es de \$274,00, considerando la cantidad y el costo unitario de cada material.

## 3.5 Presupuesto Medios Digitales

| SOPORTE /<br>PIEZA | DETALLE                        | CANTIDAD | COSTO<br>POR UNIDAD | COSTO<br>TOTAL |
|--------------------|--------------------------------|----------|---------------------|----------------|
| Facebook           | Fotografía<br>Carrusel<br>Reel | 2        | \$5                 | <b>\$25.00</b> |
|                    |                                | 1        | \$5                 |                |
| Instagram          |                                | 2        | \$5                 |                |
| Tik tok            | Videos                         | 5        | \$5                 | <b>\$25.00</b> |
| TOTAL:             |                                |          |                     | <b>\$50.00</b> |

El presupuesto total destinado a medios digitales es de \$50,00, distribuido entre Facebook, Instagram y TikTok. Esta inversión contempla diez acciones de pauta: cinco mediante promoción cruzada en Facebook e Instagram y cinco en TikTok, con el propósito de ampliar la difusión de los contenidos de la campaña en redes sociales.

# 4

## Capítulo

4.1 Ecosistema digital

4.2 Instagram

Instagram en dispositivos

4.3 Facebook

Facebook en dispositivos

4.4 Tik Tok

TikTok en dispositivos



## 4.1 Ecosistema Digital

Instagram, Facebook y TikTok funcionan como un ecosistema coordinado: cada red asume una función específica, pero comparte una misma identidad visual, narrativa cultural y sistema de marca.

The Instagram logo is a red rounded rectangle with the word "Instagram" in white.

Función: Narrativa y organización visual

Contenidos: Fotografías · carruseles · reels

The Facebook logo is a dark blue rounded rectangle with the word "Facebook" in white.

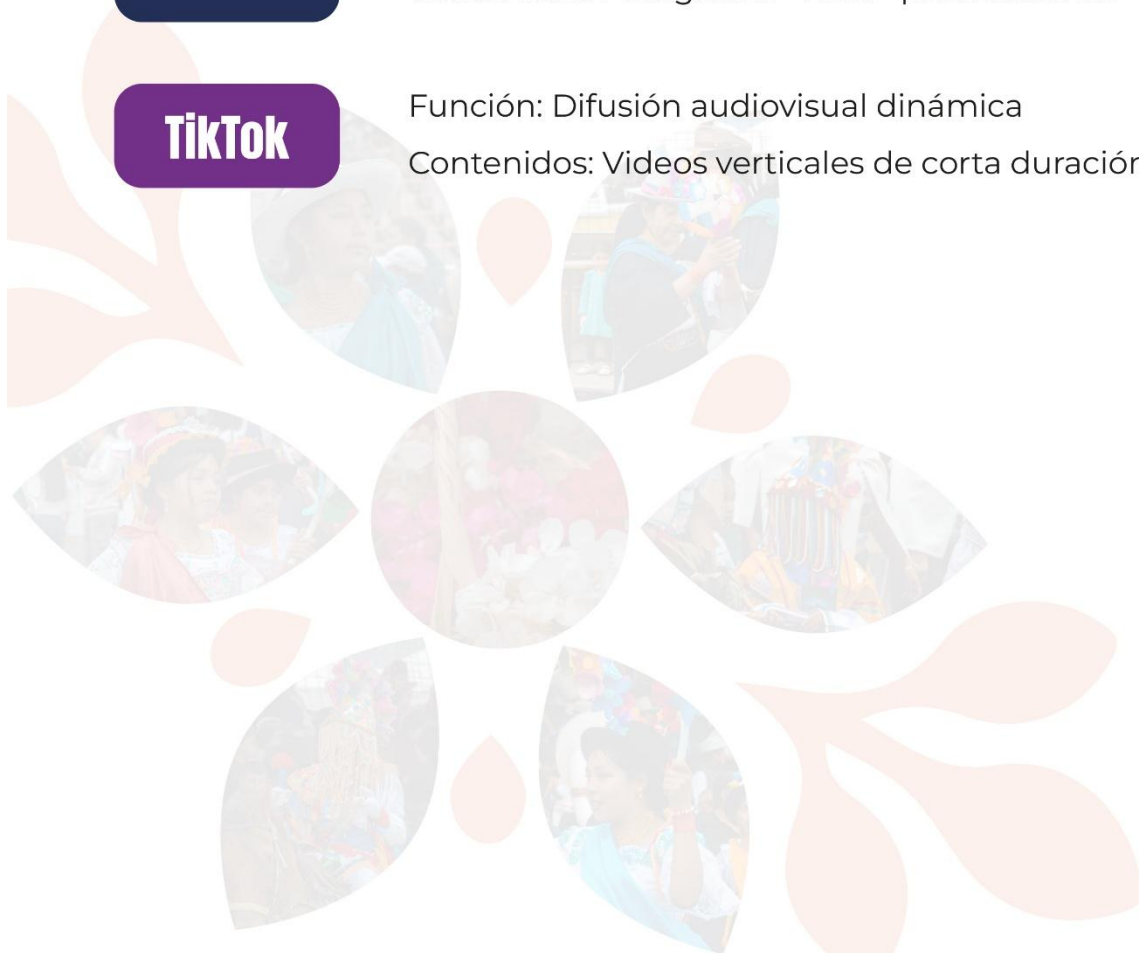
Función: Difusión e información cultural

Contenidos: Fotografías · reels · publicaciones

The TikTok logo is a purple rounded rectangle with the word "TikTok" in white.

Función: Difusión audiovisual dinámica

Contenidos: Videos verticales de corta duración



## 4.2 Instagram



### Objetivo

Posicionar visualmente la identidad cultural Kichwa Otavalo mediante contenidos fotográficos y audiovisuales propuestos para la campaña.

### Material

Fotografías, carruseles, reels e historias.

### Función

Construir una narrativa visual continua y reconocible que organice las manifestaciones culturales y fortalezca la identidad de campaña.



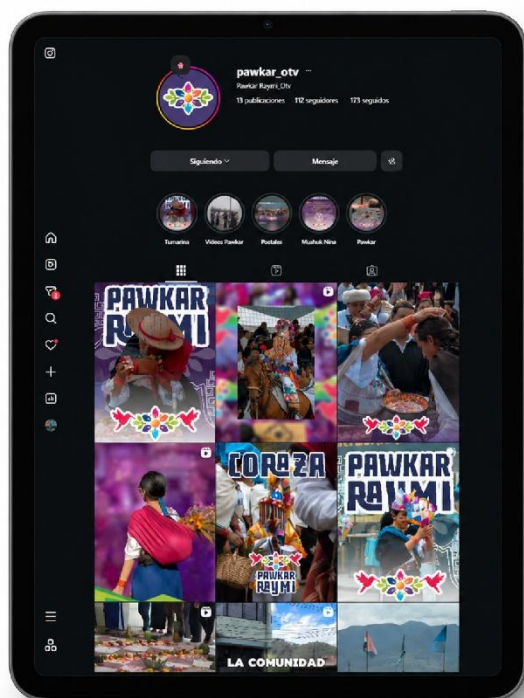
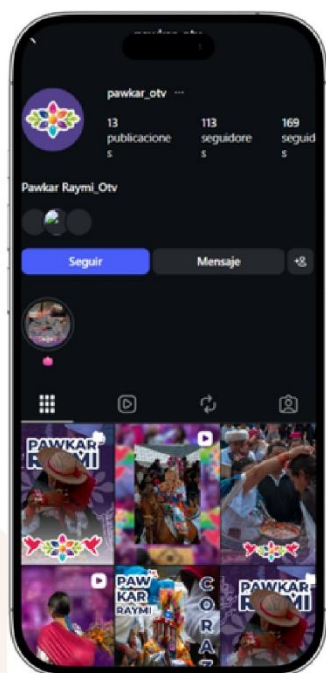
# Perfil Instagram

## Avatar instagram



La marca mantiene unidad y reconocimiento visual dentro del perfil, publicaciones, carruseles, reels e historias, construyendo una narrativa gráfica coherente sobre las manifestaciones culturales del Pawkar Raymi.

# Instagram en dispositivos



## 4.3 Facebook



### Objetivo

Ampliar la difusión de la campaña mediante información cultural alineada con los contenidos visuales propuestos.

### Material

Publicaciones fotográficas, recopilaciones visuales y reels.

### Función

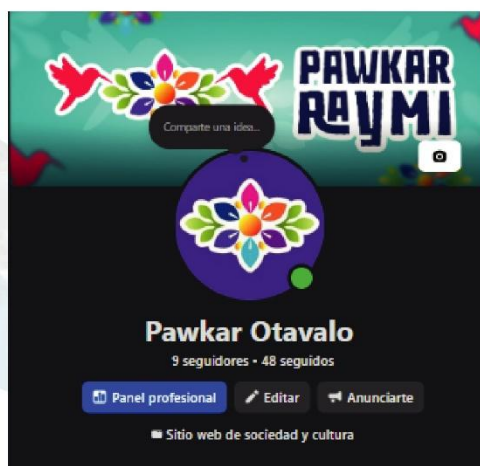
Reforzar la presencia digital con publicaciones de mayor componente informativo y contextual.



<https://www.facebook.com/share/1DMo6HFG1d/>

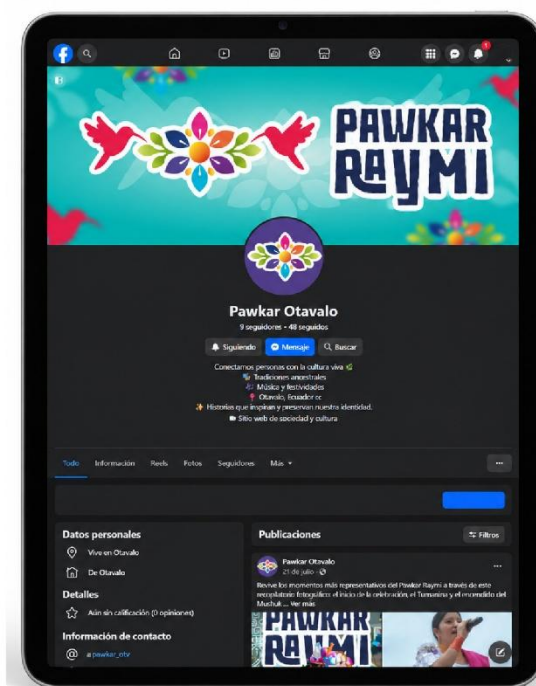
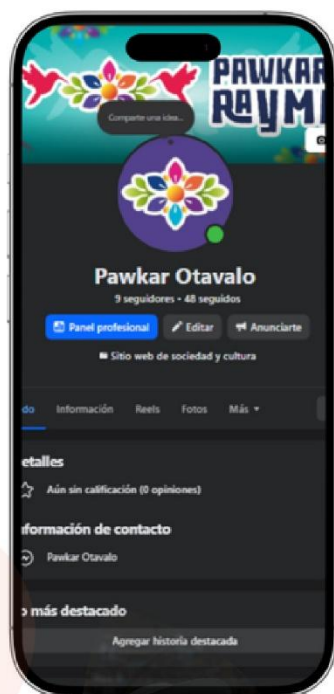
# Perfil Facebook

## Avatar y portada de facebook

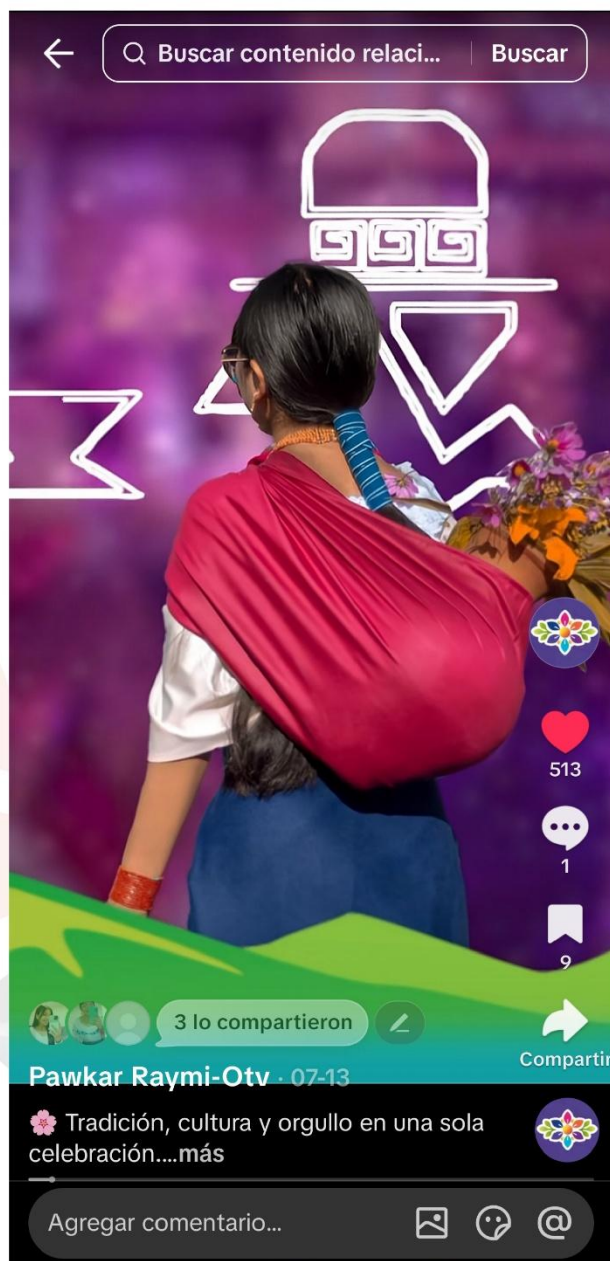


La identidad se aplica en la foto de perfil, portada y publicaciones, reforzando la presencia de la campaña mediante contenidos fotográficos, audiovisuales e informativos de carácter cultural.

# Facebook en dispositivos



## 4.4 Tiktok



### Objetivo

Ampliar la difusión de las manifestaciones culturales y generar cercanía con audiencias jóvenes mediante contenido audiovisual breve.

### Material

Videos verticales sobre expresiones culturales, música, tradición y participación comunitaria.

### Función

Presentar la cultura desde el movimiento y el ritmo audiovisual, manteniendo coherencia con la identidad visual de la campaña.



[https://www.tiktok.com/@pawkar\\_raymi\\_otv?\\_r=1&t=ZS-9A3CORDaymr](https://www.tiktok.com/@pawkar_raymi_otv?_r=1&t=ZS-9A3CORDaymr)

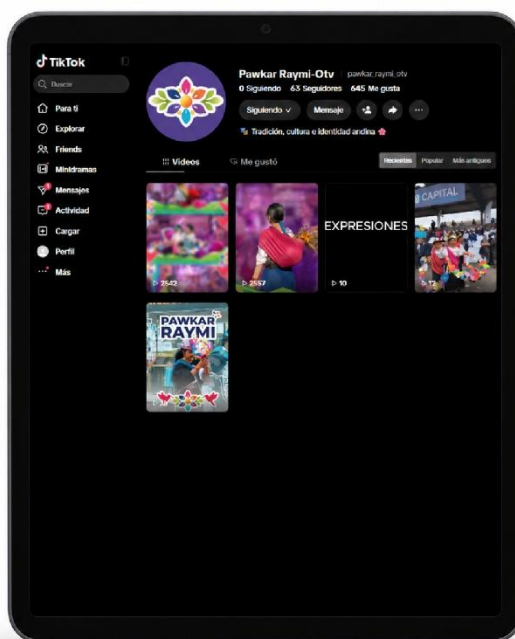
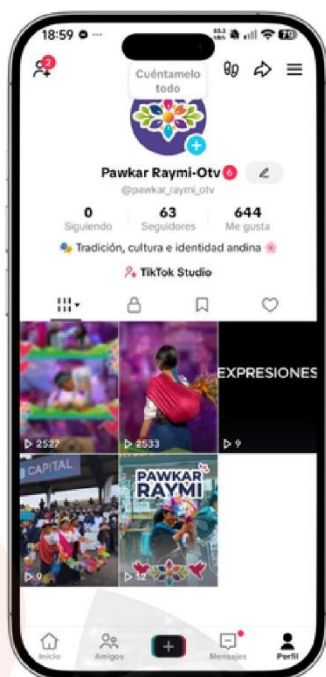
# Perfil Tiktok

## Avatar Tiktok



La marca se integra al perfil y a los contenidos audiovisuales verticales, permitiendo presentar las manifestaciones culturales de manera dinámica y cercana a las audiencias jóvenes

# Tiktok en dispositivos



## 4.5 Calendario de contenidos

| Semana              |           | 1                                | 2                                            |                                               |                                             |                                                |
|---------------------|-----------|----------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Red Social          |           | Facebook / Instagram             | Instagram / Tik Tok                          | Facebook / Instagram                          |                                             | Instagram / Tik Tok                            |
| Tipo de contenido   |           | Fotografía ritual Pawkar Raymi   | Reel inicio de celebración del florecimiento | Carrusel sobre actividades comunitarias       | Fotografía de la participación comunitaria  | Reel sobre la comunidad durante la celebración |
| Objetivo            |           | Visibilizar prácticas culturales | Generar conocimiento                         | Promover valoración de expresiones culturales | Resaltar el sentido de pertenencia cultural | Incrementar alcance e interacción              |
| Ubicación           | Feed      | X                                | X                                            | X                                             | X                                           | X                                              |
|                     | Historias | X                                |                                              | X                                             |                                             | X                                              |
| Formato             | Carrusel  |                                  |                                              |                                               |                                             |                                                |
|                     | Imagen    | X                                |                                              |                                               | X                                           |                                                |
|                     | Video     |                                  | X                                            | X                                             |                                             | X                                              |
| Tipo de publicación | Orgánica  | X                                | X                                            |                                               | X                                           |                                                |
|                     | Pagada    |                                  | X                                            | X                                             |                                             | X                                              |

## 4.5 Calendario de contenidos

| Semana              |           | 2                                        | 3                                             |                                                        |                                                         |
|---------------------|-----------|------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Red Social          |           | Facebook / Instagram                     | Instagram / Tik Tok                           | Facebook / Instagram                                   |                                                         |
| Tipo de contenido   |           | Fotografía de actividades culturales     | Reel sobre expresiones culturales y tradición | Carrusel sobre simbolismos presentes en la celebración | Fotografía de momentos representativos del Pawkar Raymi |
| Objetivo            |           | Difundir manifestaciones de su identidad | Fortalecer la valoración cultural             | Promover el conocimiento de elementos identitarios     | Visibilizar la riqueza cultural Kichwa Otavalo          |
| Ubicación           | Feed      | X                                        | X                                             | X                                                      | X                                                       |
|                     | Historias |                                          | X                                             | X                                                      |                                                         |
| Formato             | Carrusel  |                                          |                                               | X                                                      |                                                         |
|                     | Imagen    | X                                        |                                               |                                                        | X                                                       |
|                     | Video     |                                          | X                                             |                                                        |                                                         |
| Tipo de publicación | Orgánica  | X                                        |                                               | X                                                      | X                                                       |
|                     | Pagada    |                                          | X                                             |                                                        |                                                         |

## 4.5 Calendario de contenidos

| Semana                 |           | 4                                                  |                                                    |                                                                                | 5                                                                             |
|------------------------|-----------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Red Social             |           | Instagram /<br>Tik Tok                             | Facebook /<br>Instagram                            | Instagram /<br>Tik Tok                                                         | Facebook /<br>Instagram                                                       |
| Tipo de contenido      |           | Reel sobre<br>identidad y<br>tradicción            | Fotografía de<br>actividades<br>culturales         | Reel sobre<br>manifestacio<br>nes culturales<br>presentes en<br>la celebración | Carrusel<br>recopilatorio                                                     |
| Objetivo               |           | Generar<br>conexión<br>emocional<br>con el público | Difundir<br>manifestacio<br>nes de su<br>identidad | Potenciar el<br>reconocimien<br>to cultural                                    | Reforzar la<br>identidad<br>cultural kichwa<br>Otavalo y cierre<br>de campaña |
| Ubicación              | Feed      | X                                                  | X                                                  | X                                                                              | X                                                                             |
|                        | Historias | X                                                  |                                                    |                                                                                | X                                                                             |
| Formato                | Carrusel  |                                                    |                                                    |                                                                                |                                                                               |
|                        | Imagen    |                                                    | X                                                  |                                                                                |                                                                               |
|                        | Vídeo     | X                                                  |                                                    | X                                                                              |                                                                               |
| Tipo de<br>publicación | Orgánica  |                                                    | X                                                  |                                                                                | X                                                                             |
|                        | Pagada    | X                                                  |                                                    | X                                                                              |                                                                               |



## Estrategia de medios

### *Medios y soportes promocionales de la campaña*

| MEDIO    | SOPORTE /<br>PIEZA | FORMATO                                                                                                                                | OBJETIVO                                                                                                                                                                     |
|----------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Internet | Facebook           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• JPG</li> <li>• 4:5 vertical</li> <li>• RGB</li> </ul>                                         | Difusión de fotografías de las manifestaciones culturales y ampliar el alcance de la campaña mediante contenido visual.                                                      |
|          | Imagen fotográfica |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                              |
|          | Reel               |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                              |
|          |                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Presentar de forma dinámica los momentos, prácticas y expresiones culturales favoreciendo la interacción y el reconocimiento.                                                |
|          | Instagram          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• JPG</li> <li>• 4:5 vertical</li> <li>• RGB</li> </ul>                                         | Posicionar visualmente la identidad de la campaña mediante fotografías donde se evidencie símbolos, prácticas y manifestaciones culturales.                                  |
|          | Imagen fotográfica |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                              |
|          | Reel               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secuencia de Imágenes</li> </ul>                                                              |                                                                                                                                                                              |
|          | Carruse            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Generar contenidos audiovisuales breves y atractivos que acerquen las manifestaciones culturales a las audiencias jóvenes, reforzando el mensaje de revalorización cultural. |

|               |                        |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                    |
|---------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | TikTok<br>Video        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• 9:16 vertical</li> <li>• 1080 x 1920 px</li> <li>• Full Hd a 30 fps</li> </ul> | Conectar con público joven mediante los contenidos audiovisuales de corta duración que presenten la identidad cultural Kichwa Otavalo de manera visual y dinámica. |
| <b>Físico</b> | Stickers promocionales | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adhesivo impreso.</li> <li>• Diferentes tamaños según aplicación.</li> </ul>                  | Reforzar la recordación de marca y ampliar su presencia en espacios cotidianos mediante elementos gráficos vinculados a la marca                                   |
|               | Banners y pendones     |                                                                                                                                        | Presencia visual a distancia en puntos de circulación autorizados.                                                                                                 |
|               | Paneles de exhibición  |                                                                                                                                        | Aplicación cultural en espacios públicos de alta afluencia                                                                                                         |
|               | Stand                  |                                                                                                                                        | Punto de información y exhibición                                                                                                                                  |
|               | Spot fotográfico       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura gráfica a escala humana.</li> <li>• Elementos de la marca.</li> </ul>              | Generar experiencia de interacción con la marca, incentivar la toma y difusión de fotografías.                                                                     |

Esta estrategia de medios combina soportes digitales y físicos que permiten ampliar la presencia de la campaña. Las redes sociales funcionan como un medio de difusión para el contenido fotográfico y audiovisual, mientras que los formatos físicos trasladan la identidad visual a

espacios cotidianos. Esta integración contribuye al fortalecimiento de la recordación de la marca, genera interacción.

## Contenido para la campaña

### *Guiones para contenido videográfico*

#### 1. Guion Manifestaciones culturales del Pawkar Raymi

| Nº | Plano / toma                  | Imagen / acción                                                                                                                                                            | Audio / Voz en Off                                                                                                     |
|----|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Plano general / detalle       | Introducción visual con elementos culturales y fotografías que anticipan las diferentes manifestaciones presentes en el video.                                             | El Pawkar Raymi florece en cada expresión de la cultura Kichwa Otavalo. Música andina suave de fondo.                  |
| 2  | Plano medio + primeros planos | Se muestran músicos y participantes interpretando instrumentos durante una actividad cultural. La escena representa a la música como una expresión de identidad colectiva. | La música hace vibrar la memoria de los pueblos... La música aumenta ligeramente.                                      |
| 3  | Plano general + plano detalle | Se presentan participantes con vestimenta tradicional, reforzando la presencia de la comunidad y sus expresiones culturales.                                               | mientras la danza expresa una identidad que se comparte de generación en generación.                                   |
| 4  | Primer plano + plano detalle  | Mujer con vestimenta tradicional participa dentro de la celebración. Posteriormente se integra una imagen de alimentos compartidos comunitariamente.                       | Los rituales honran a la Pachamama y fortalecen nuestra conexión con la naturaleza.                                    |
| 5  | Plano general + plano medio   | Diferentes integrantes de la comunidad aparecen participando en las actividades, utilizando prendas y elementos característicos de la cultura Kichwa Otavalo.              | Y en cada encuentro, la comunidad se une para compartir, celebrar y mantener vivas sus raíces.                         |
| 6  | Plano general → cierre        | Cierre del montaje visual con elementos culturales presentes en el fondo.                                                                                                  | Porque nuestra cultura no solo se recuerda se vive, se comparte y continúa floreciendo. Música cierra progresivamente. |

## 2. Guion Pawkar Raymi

| N.º | Plano                       | Imagen / acción                                                                                           | Audio / Voz en Off                                                                                                                                    |
|-----|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Plano general               | Mujeres con vestimenta tradicional participan en el recorrido y realizan movimientos de danza.            | Música Tradicional.                                                                                                                                   |
| 2   | Plano general               | Mujeres portan elementos decorativos florales mientras participan en la celebración.                      | En Peguche, el florecimiento de la naturaleza marca el inicio de una de las celebraciones más importantes del calendario andino el Pawkar Raymi.      |
| 3   | Plano medio / general       | Grupo de participantes danza frente al público                                                            | Esta festividad ancestral agradece la abundancia de la tierra y celebra el renacer de la vida con música, danza y encuentros comunitarios.            |
| 4   | Plano general               | Ingreso de músicos y participantes con instrumentos.                                                      | Familias, músicos y danzantes se reúnen para mantener viva una tradición que ha pasado de generación en generación.                                   |
| 5   | Transición / recurso visual | Aparece un personaje montado a caballo con vestimenta y elementos ornamentales propios de la celebración. | Más que una fiesta, el Pawkar Raymi es un espacio de identidad, memoria y conexión con las raíces de los pueblos andinos.                             |
| 6   | Plano general               | Fondo negro                                                                                               | Así comienza una celebración que llena de color, cultura y espiritualidad a Peguche. Audio música tradicional sube ligeramente y termina en fade out. |

### 3. Guion La comunidad en el Pawkar Raymi

| N.º | Tipo de plano                | Imagen / Acción                                                                                                               | Audio / Voz en Off                                                                                                                                                        |
|-----|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Plano general                | Comunidad reunida con vestimenta tradicional. Se observan distintos integrantes preparados para participar en la celebración. | El Pawkar Raymi reúne a la comunidad en una celebración de identidad y tradición.                                                                                         |
| 2   | Plano general                | Recorrido de la comunidad y participación colectiva. Tomas de música, movimiento y danza durante la jornada.                  | Las calles se llenan de música, danza y alegría, mientras las familias comparten este momento de encuentro.                                                               |
| 3   | Plano detalle / Primer plano | Tomas de recipientes, flores y elementos utilizados durante los momentos rituales y comunitarios.                             | La jornada continúa con un espacio de reflexión, agradecimiento y conexión con sus tradiciones.                                                                           |
| 4   | Plano general                | Integrantes de la comunidad comienzan a colocar los alimentos sobre el mantel para formar la pambamesa.                       | Finalmente, la pambamesa reúne a todos alrededor de un mismo alimento simbolizando la unión, la reciprocidad y el espíritu de compartir que caracteriza esta celebración. |

#### 4. Guion Expresiones Culturales en el Pawkar Raymi

| Nº | Imagen / Acción                                                                                                                                           | Tipo de plano                 | Audio / Narración                                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Inicio del video con el texto <b>EXPRESIONES</b> . Corte hacia participantes de la celebración.                                                           | Plano gráfico → plano general | Inicio de música andina instrumental.                                                                                        |
| 2  | Jóvenes con vestimenta tradicional participando al ritmo de la música. Se observa el tambor y el movimiento colectivo de los participantes.               | Plano general y plano medio   | En el Pawkar Raymi, la música despierta la memoria de nuestros pueblos y acompaña el florecimiento de la vida.               |
| 3  | Mujeres con vestimenta tradicional realizan una danza colectiva mientras portan elementos florales de colores. Se muestran diferentes momentos del baile. | Plano entero y plano general  | Cada danza es una expresión de identidad, historia y gratitud que se transmite de generación en generación. Música continúa. |
| 4  | Personas reunidas alrededor de los elementos colocados en el suelo. Participantes de distintas edades observan y comparten el espacio ceremonial.         | Plano general y plano medio   | La comunidad se reúne para fortalecer sus lazos, compartir saberes y celebrar la fuerza de la unidad.                        |
| 5  | Mujer mayor realiza parte del ritual frente a los asistentes. Posteriormente se observa la participación de otras personas junto al espacio ceremonial.   | Plano medio y plano general   | La ritualidad andina honra a la Pachamama y reafirma el equilibrio entre la naturaleza, el ser humano y el espíritu.         |
| 6  | Participantes realizan acciones rituales junto al espacio natural. Se muestran flores, frutos, plantas y humo alrededor de la ofrenda.                    | Plano medio → plano detalle   | Mientras estas tradiciones sigan latiendo en cada generación...                                                              |
| 7  | Cierre con primer plano de las ofrendas, flores, frutas y humo ceremonial.                                                                                | Plano detalle                 | ...nuestra identidad continuará floreciendo con la fuerza de nuestras raíces. La música sube ligeramente y finaliza.         |

## 5. Guion – Pawkar Raymi

| Nº | Imagen                                                                                                                                                             | Tipo de plano                              | Audio / Narración                                                                                                 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Mujer de espaldas con vestimenta tradicional. Se destacan los colores de su indumentaria mientras aparecen elementos gráficos inspirados en símbolos andinos.      | Plano medio / plano detalle de vestimenta  | Cada color cuenta una historia. Cada símbolo guarda la memoria de nuestros pueblos. Música andina suave de fondo. |
| 2  | Fotografías de alimentos, flores, frutos y elementos propios de la celebración. Se refuerza la relación entre cultura, territorio y tradición.                     | Plano detalle / fotografía en primer plano | En el Pawkar Raymi, florecen las tradiciones que nos conectan con nuestras raíces y nuestra tierra.               |
| 3  | Escenas de personas compartiendo y participando juntas. Se aprecia interacción entre miembros de la comunidad.                                                     | Plano medio y plano conjunto               | Generación tras generación, compartimos saberes, costumbres y el orgullo de nuestra identidad.                    |
| 4  | Continúa la práctica tradicional. Se enfatiza la interacción entre generaciones y los detalles de la vestimenta.                                                   | Plano medio y plano detalle                | Porque preservar nuestra cultura es mantener vivo...                                                              |
| 5  | Joven con indumentaria tradicional aparece como imagen final. Los elementos gráficos andinos permanecen en el fondo y refuerzan visualmente la identidad cultural. | Primer plano / plano medio                 | ...el legado que nos une. La música aumenta ligeramente y finaliza.                                               |

### *Propuesta video*



[https://drive.google.com/drive/folders/1czQkk78z4\\_B6nvFJ\\_IrV4XLO0PCWkvI9?usp=sha  
ring](https://drive.google.com/drive/folders/1czQkk78z4_B6nvFJ_IrV4XLO0PCWkvI9?usp=sharing)

### *Propuesta material fotográfico*



[https://drive.google.com/drive/folders/1LwaFigH60g\\_w6QbR5vQtXrBMwgZ-3Jve?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1LwaFigH60g_w6QbR5vQtXrBMwgZ-3Jve?usp=sharing)

[https://drive.google.com/drive/folders/12Wr61AKo\\_MDQrYUAAISWsrD\\_yVas313x?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/12Wr61AKo_MDQrYUAAISWsrD_yVas313x?usp=sharing)

[https://drive.google.com/drive/folders/1GhkjazyKOhIFUX\\_Qpt\\_RW9IiikaVSYcZ?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1GhkjazyKOhIFUX_Qpt_RW9IiikaVSYcZ?usp=sharing)

### **Propuesta Calendario de Contenido**

El calendario de contenido constituye una herramienta de planificación que ayudará a organizar la publicación estratégica del contenido de la campaña en redes sociales con la finalidad de establecer el orden, la frecuencia y el tipo de contenido que se difundirá, asegurando el progreso de la campaña y su aplicación efectiva.

*Calendario de contenidos*

| Semana<br>1 | Red<br>Social           | Tipo de<br>contenido                                        | Objetivo                                                      | Ubicación |           | Formato  |        | Tipo de<br>publicación |                    |
|-------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|--------|------------------------|--------------------|
|             |                         |                                                             |                                                               | Feed      | Historias | Carrusel | Imagen | Video                  | Orgánica<br>Pagada |
|             | Facebook /<br>Instagram | Fotografía<br>ritual Pawkar<br>raymi                        | Visibilizar<br>prácticas<br>culturales                        | x         | x         |          | x      |                        | x                  |
| Semana<br>2 | Instagram/<br>Tik tok   | Reel sobre<br>inicio<br>celebración<br>del<br>florecimiento | Generar<br>conocimiento                                       | x         |           |          |        | x                      | x                  |
|             | Facebook /<br>Instagram | Carrusel sobre<br>actividades<br>comunitarias               | Promover la<br>valoración de las<br>expresiones<br>culturales | x         | x         |          |        | x                      | x                  |
|             | Facebook /<br>Instagram | Fotografía de<br>la<br>participación<br>comunitaria         | Resaltar el<br>sentido de<br>pertenencia<br>cultural          | x         |           |          | x      |                        | x                  |

|          | Instagram / Tik tok  | Reel sobre la comunidad durante la celebración         | Incrementar alcance e interacción                       | x         | x         |          |        | x     |                     | x      |
|----------|----------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|--------|-------|---------------------|--------|
|          | Facebook / Instagram | Fotografía de actividades culturales                   | Difundir manifestaciones de la identidad Kichwa Otavalo | x         |           |          | x      |       | x                   |        |
| Semana   | Red Social           | Tipo de contenido                                      | Objetivo                                                | Ubicación |           | Formato  |        |       | Tipo de publicación |        |
|          |                      |                                                        |                                                         | Feed      | Historias | Carrusel | Imagen | Video | Orgánica            | Pagada |
| Semana 3 | Instagram / Tik tok  | Reel sobre expresiones culturales y tradición          | Fortalecer la valoración cultural                       | x         | x         |          |        | x     |                     | x      |
|          | Facebook / Instagram | Carrusel sobre simbolismos presentes en la celebración | Promover el conocimiento de elementos identitarios      | x         | x         | x        |        |       | x                   |        |
|          | Facebook / Instagram | Fotografía de momentos representativos                 | Visibilizar la riqueza cultural kichwa Otavalo          | x         |           |          | x      |       | x                   |        |

|                 |                      |                                                                   |                                                                   |   |   |   |   |   |
|-----------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
|                 |                      | del Pawkar<br>raymi                                               |                                                                   |   |   |   |   |   |
| <b>Semana 4</b> | Instagram / Tik tok  | Reel sobre identidad y tradición                                  | Generar conexión emocional con el público                         | x | x |   | x | x |
|                 | Facebook / Instagram | Fotografía de actividades culturales                              | Difundir manifestaciones de la identidad Kichwa Otavalo           | x |   | x |   | x |
|                 | Instagram / tik tok  | Reel sobre manifestaciones culturales presentes en la celebración | Potenciar el reconocimiento cultural                              | x |   |   | x | x |
| <b>Semana 5</b> | Facebook / Instagram | Carrusel recopilatorio                                            | Reforzar la identidad cultural kichwa Otavalo y cierre de campaña | x | x |   |   | x |

<https://docs.google.com/document/d/1Pp8hnP2lCWWhrTCunlSruljSy6jhMF9k6c-NNXiIxFac/edit?usp=sharing>

## **Gestión de contenidos en redes sociales**

La gestión de contenidos de la campaña se estructura de acuerdo con las características comunicacionales de Instagram, TikTok y Facebook. Aunque las tres plataformas mantienen una misma identidad visual y narrativa cultural, cada una cumple una función específica dentro de la estrategia digital. De esta manera, las piezas fotográficas y audiovisuales se adaptan según el formato y la dinámica de difusión de cada red social manteniendo coherencia.

### **Instagram**

Instagram organiza de manera visual la narrativa fotográfica de la campaña. Dentro de esta plataforma, la identidad visual funciona como un elemento de reconocimiento y unidad entre publicaciones, mientras las fotografías, carruseles, reels e historias permiten mostrar diferentes manifestaciones vinculadas al Pawkar Raymi.

La organización del feed y publicaciones individuales mantiene una continuidad gráfica mediante el uso constante de la marca, paleta de colores y recursos visuales de la propuesta.

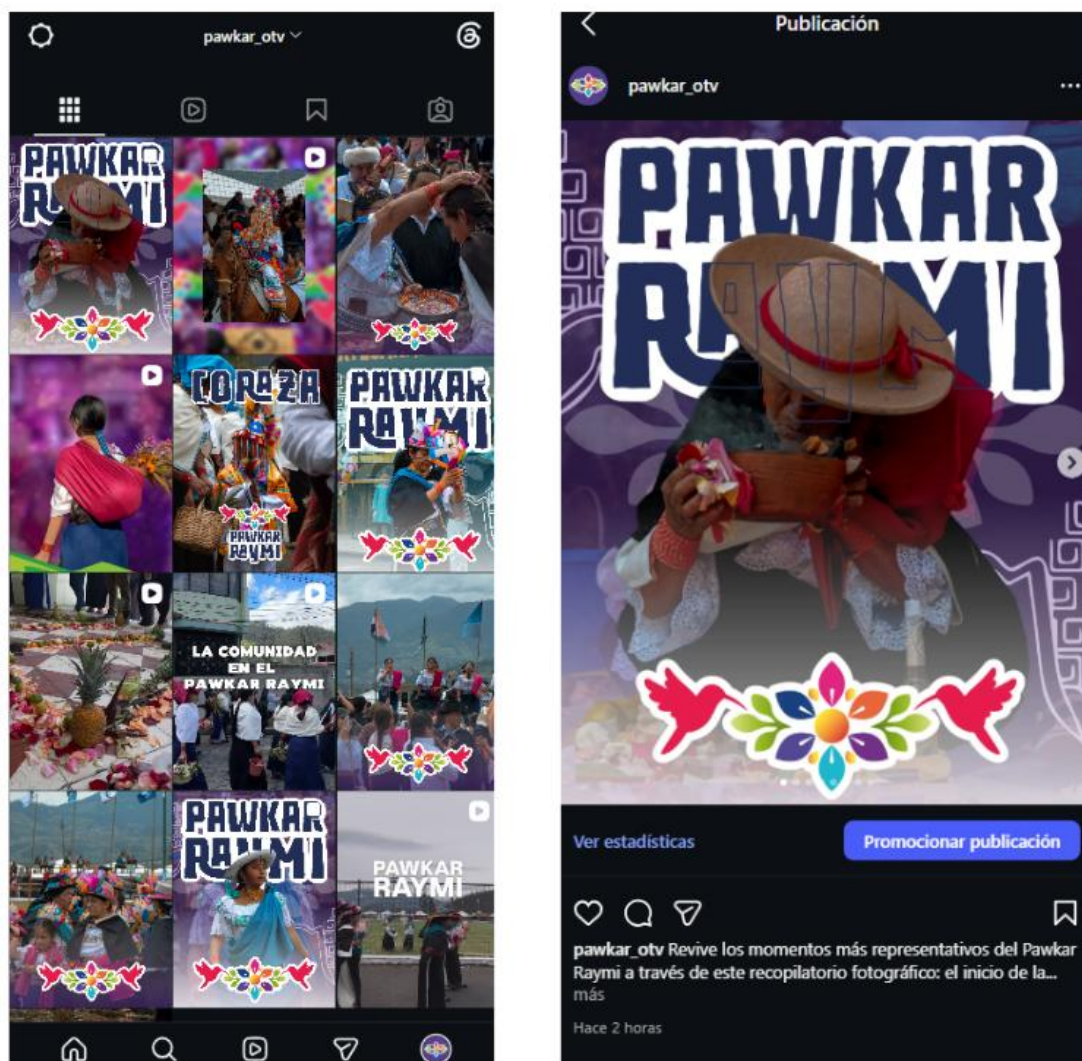
**Objetivo:** posicionar de manera visual la identidad cultural Kichwa Otavalo mediante contenidos fotográficos y audiovisuales propuestos para la campaña.

**Contenidos:** fotografías, carruseles, reels e historias.

**Formatos:** imagen vertical de 4:5 y video vertical de 9:16 1080 x 1920 px según el tipo de publicación.

**Función estratégica:** construir una narrativa visual para fortalecer el reconocimiento de la campaña y organice las manifestaciones culturales.

### Gestión de contenidos en Instagram



*Nota.* Capturas de la propuesta de organización del feed y de una publicación individual en Instagram.

## **Tik Tok**

Esta plataforma funciona como un soporte audiovisual para presentarlos mediante contenidos de corta duración. Estos permiten mostrar expresiones culturales de manera fluida, incorporando elementos de la identidad visual. Tik tok nos facilita una presentación dinámica del contenido y mantiene la coherencia visual con las demás redes de la campaña.

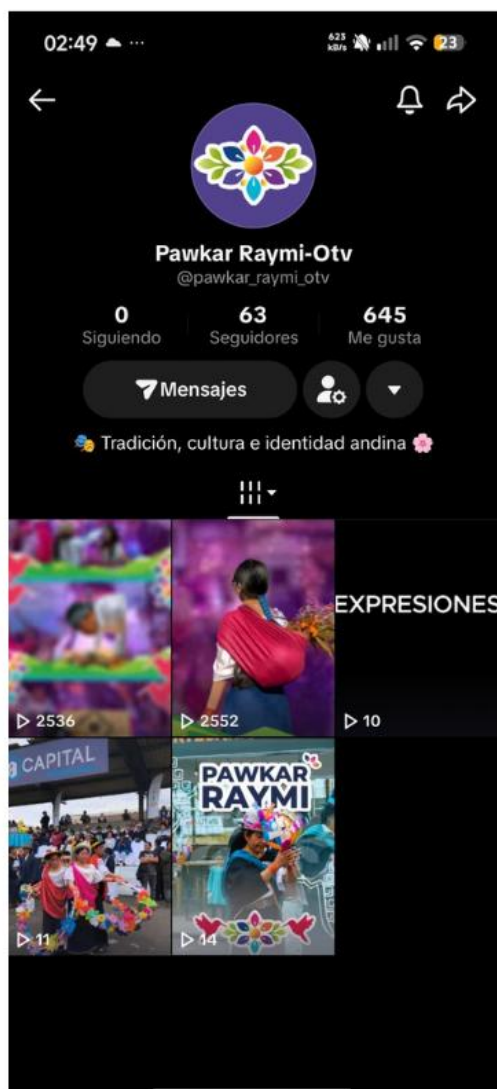
**Objetivo:** ampliar la difusión de las manifestaciones culturales y generar cercanía con audiencias jóvenes mediante contenido audiovisual breve.

**Contenidos:** videos verticales sobre las manifestaciones existentes en el contexto de la celebración del Pawkar Raymi.

**Formato:** video vertical 9:16, 1080 x 1920 px.

**Función estratégica:** presentar a la cultura desde el movimiento, la música y la participación comunitaria, reforzando la campaña dentro de un formato audiovisual.

### *Gestión de contenidos en Tik Tok*



*Nota.* Capturas del perfil y de un contenido audiovisual propuesto para TikTok.

## Facebook

Facebook funciona para ampliar la presencia de la campaña mediante una estructura de comunicación más informativa. La foto de perfil, portada y publicaciones mantienen la identidad de la marca, mientras los contenidos permiten integrar varias imágenes y textos descriptivos para presentar diferentes momentos y manifestaciones. Esta plataforma complementa el ecosistema digital al facilitar la difusión de recopilaciones fotográficas y publicaciones con mayor contexto informativo.

***Objetivo:*** ampliar la difusión de la de la campaña presentando información cultural alineada con los contenidos propuestos.

***Contenidos:*** publicaciones fotográficas y reels.

***Formatos:*** imagen vertical 4:5 y video vertical 9:16 1080 x 1920 px, de acuerdo con el tipo de publicación.

***Función estratégica:*** reforzar la presencia digital de la campaña mediante publicaciones con mayor componente informativo y recopilaciones visuales de las manifestaciones culturales.

## Gestión de contenidos en Facebook



*Nota.* Capturas de pantalla y publicación fotográfica propuesta para Facebook.



## Enlaces redes sociales

### *Facebook*

<https://www.facebook.com/share/1DMo6HFG1d/>

### *Instagram*

[https://www.instagram.com/pawkar\\_otv?stkn=MXZkbTI4YzFtNTlyNQ==](https://www.instagram.com/pawkar_otv?stkn=MXZkbTI4YzFtNTlyNQ==)

### *Tik Tok*

[https://www.tiktok.com/@pawkar\\_raymi\\_otv?\\_r=1&\\_t=ZS-9A3CORDaymr](https://www.tiktok.com/@pawkar_raymi_otv?_r=1&_t=ZS-9A3CORDaymr)

Aunque cada plataforma tiene diferentes formatos, todas utilizarán la misma identidad visual de la campaña. Esto permite que la campaña funcione como un ecosistema digital coherente, donde los contenidos gráficos, audiovisuales y la marca contribuyen en conjunto a la difusión.

### *Gestión estratégica de contenidos en redes sociales*

| Red social | Función estratégica             | Contenidos principales                          | Objetivo                                                                                 |
|------------|---------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Instagram  | Narrativa y organización visual | Fotografías, carruseles, reels e historias      | Construir una identidad visual coherente y reconocible.                                  |
| TikTok     | Difusión audiovisual dinámica   | Videos y reels verticales                       | Presentar las manifestaciones culturales mediante contenido audiovisual breve y cercano. |
| Facebook   | Difusión e información cultural | Fotografías, reels y publicaciones informativas | Ampliar la presencia de la campaña y contextualizar el contenido cultural.               |

### **Desarrollo narrativo y alineación con el concepto de campaña cultural**

La narrativa de esta campaña se basa en presentar al Pawkar Raymi como una expresión de la identidad cultural Kichwa Otavalo, dentro de esta celebración existen diferentes expresiones como la música, la danza, rituales, prácticas ancestrales y la participación comunitaria, estos elementos representan la memoria y el sentido de pertenencia. Por lo tanto, la fotografía y el contenido audiovisual ayudan a organizar estas expresiones dentro de un relato auténtico, cercano y comprensible para las nuevas generaciones. Es así como esta narrativa se alinea con el concepto cultural de la campaña, esta no busca únicamente promocionar el Pawkar Raymi como una festividad, sino posicionar a la identidad Kichwa Otavalo dentro del entorno digital como un valor cultural auténtico, para fortalecer el reconocimiento entre los jóvenes, además de proyectarlo hacia públicos nacionales y extranjeros. En conclusión, el Pawkar Raymi hace función de contexto,

mientras la identidad kichwa otavalo funciona como el valor central y por último las redes sociales como un medio para su revalorización y difusión,

## Conclusiones

Mediante la aplicación de la fotografía narrativa se identificaron los principales elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo presentes durante la celebración del Pawkar Raymi entre ellos los rituales del florecimiento, actividades comunitarias, expresiones artísticas como música y danza, además de prácticas ancestrales, evidenciando que la imagen constituye en un recurso capaz de registrar y comunicar los significados culturales que conforman la memoria del pueblo Kichwa Otavalo.

La investigación teórica permitió establecer que la fotografía narrativa constituye como una herramienta comunicacional efectiva para la promoción cultural debido a su capacidad para construir relatos visuales transmitir emociones y fortalecer el sentido de pertenencia. Del mismo modo, las redes sociales representan espacios estratégicos para la difusión y preservación del patrimonio cultural, gracias a su alcance e interacción con público diverso.

Se elaboraron las bases fundamentales para el diseño de una campaña digital sustentada en la fotografía narrativa, estableciendo una propuesta de comunicación adaptada a la dinámica de las redes sociales. Como resultado, se desarrolló una campaña compuesta por fotografías y piezas audiovisuales derivadas del material fotográfico recopilado permitiendo promover la identidad cultural Kichwa Otavalo, contribuyendo así a su valoración y difusión.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a las comunidades Kichwa Otavalo, instituciones culturales y entidades públicas o privadas continuar documentando las manifestaciones culturales mediante la fotografía narrativa, no sólo durante el Pawkar Raymi, sino también en otras celebraciones y prácticas ancestrales. Esto permitirá fortalecer la preservación de la memoria colectiva y generar un archivo visual que contribuya a la difusión y valoración de la identidad cultural.

También se sugiere a investigadores, comunicadores y profesionales de la publicidad incorporar la fotografía narrativa como estrategia de comunicación en proyectos de promoción cultural, aprovechando las posibilidades que ofrecen las redes sociales para difundir contenidos visuales que transmitan historias, emociones y valores culturales a públicos diversos, especialmente a las nuevas generaciones

Por último, se recomienda implementar la campaña digital propuesta y evaluar periódicamente su impacto mediante indicadores de desempeño en redes sociales como el alcance, interacciones y el nivel de participación de los usuarios. Asimismo, se sugiere actualizar continuamente el contenido fotográfico y audiovisual para mantener vigente la estrategia de comunicación y contribuir de manera permanente a la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo.

## Referencias

- Ariza, A. S., Tamayo, L. C. T., & Echavarría, J. C. V. (2017). Memoria fotográfica: La imagen como recuerdo y documento histórico. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 40(1), 73-84. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v40n1a07>
- Ayala, C. (2013). *Incidencia de la cultura y simbologías en el proceso comunicacional caso Pawkar Raymi Peguche Tio* [bachelorThesis, Universidad Técnica del Norte]. <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2745>
- Abarca, W., & Montalvo, C. (2016). El Inti Raymi, Kulla Raymi, Pawkar Raymi y su influencia en la cotidianidad de los habitantes de la parroquia Punin, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo en el 2014. [bachelorThesis, Riobamba, UNACH 2016]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2013>
- Alcaldía de Otavalo. (s. f.). Historia. Alcaldía Ciudadana de Otavalo. Recuperado 8 de febrero de 2026, de <https://www.otavalo.gob.ec/web/historia/>
- Arellano Moreta, J. I. (2017). Análisis de los contenidos audiovisuales otavaleños como fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo kichwa Otavalo de la provincia de Imbabura. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/39534>

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (6.<sup>a</sup> ed.).

Editorial

Episteme.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%25C3%25B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf&ved=2ahUKEwimvd78jZmSAxXpSzABHSN3IC8QFnoECCYQAQ&usg=AOvVaw0dSaKZMyZ7ytiIy1xEjZyT>

Arias-Odón, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones sistemáticas. *redhecs: Revista electrónica de Humanidades, Educación*

y Comunicación Social, 31(22), 9-28.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9489470>.

Bravo, C., Vergara del Solar, J. I., & Ordoñez Charpentier, A. (2021). El Pawkar Raymi como afirmación de la identidad étnica en la migración: El caso de los migrantes kichwa-otavalo en Santiago de Chile.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/www.dspace.uce.edu.ec>

Bell, J. (2005). Cómo hacer tu primer trabajo de investigación (Roc Filella Escolá, trad.). España: Gedisa.

Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%25C3%25B3n-F.G.->

Arias-2012-pdf.pdf&ved=2ahUKEwjwlrWsqpmSAxWXQTABHZ-

ULAUQFnoECBAQAQ&usg=AOvVaw2JE2R7PgcBBTsKbhpu9Wflu

Bisquerra, R. (2009). Metodología de la investigación educativa. Editorial La Muralla.

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3DVSb4\\_cVukkcC%26printsec%3Dfrontcover%26source%3Dgbs\\_ge\\_summary\\_r%26cad%3D0&ved=2ahUKEwjMj7q6q5mSAxXVQjABHQ7eEBAQFnoECA4QAQ&usg=AOvVaw15x9BMBKqO5PxjWDDHe2Co](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3DVSb4_cVukkcC%26printsec%3Dfrontcover%26source%3Dgbs_ge_summary_r%26cad%3D0&ved=2ahUKEwjMj7q6q5mSAxXVQjABHQ7eEBAQFnoECA4QAQ&usg=AOvVaw15x9BMBKqO5PxjWDDHe2Co)

Cangás, O. y Portilla, J. C. (2014). Guía Didáctica Danza Tradicional Ancestral Imbabura Llaeta Manta. La Choz.

Coello, J. (2010). Un acercamiento a la Cosmovisión Andina. Revista Raíz, 30, 10-20

Campos, G. y Lule, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. Xihmai, 7(13), 45-60. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>

Chasi, K., & Chasi, K. (2025, 24 febrero). Inicia el Pawkar Raymi Peguche 2025. Sonidos y Sentimientos. <https://sonysen.com/index.php/2025/02/24/inicia-el-pawkar-raymi-peguche-2025/>

Creswell, J. (2005). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. Upper Saddle River: Pearson Education.

Constitución de la República de Ecuador [Const]. Art. 21. 25 de enero de 2021 (Ecuador).

- De La Torre, G. (2026, 2 abril). *Pawkar Raymi y Mushuk Nina: Florecimiento y renovación en la cosmovisión kichwa*. Chicago History Museum. <https://www.chicagohistory.org/pawkar-raymi-y-mushuk-nina/>
- De Jesús, C. (2024). El Valor de la Investigación Cualitativa en el Contexto Digital. Corporación Universitaria de Asturias
- Echeverría Mateus, D. P. (2024). Enfoque de la identidad gastronómica en las fiestas del Yamor y San Juan en la ciudad de Otavalo. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/44535>
- Galeas, C. E. N., & Calderón, B. A. P. (2017). Identidad e identificación: Investigación de campo como herramienta de aprendizaje en el diseño de marcas. *INNOVA Research Journal*, 2(10.1), 155-164. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.465>
- Gavela Salazar, S. I. (2023). *Escenificación dancística para el aprendizaje de la cosmovisión andina del Ecuador*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/43399>
- Guerrero, J. L. (2019). La fotografía documental como herramienta de difusión de las tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo. <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/182>
- Guerra, A. (2017). *Fotoreportaje que evidencia la riqueza cultural andina del Pawkar Raymi en Peguche Imbabura*. [bachelorThesis]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14560>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., y Castro Molina, N. E. (2020).

- Hidalgo Flores, D. M. (2023). Saberes ancestrales en el pueblo Kichwa Otavalo, provincia de Imbabura, en el cantón Otavalo [Trabajo de titulación, Universidad Central del Ecuador]. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1e0a255d-f010-424b9492-1942e6f0be4d/content>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education. [https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. México, McGRAW-HILL.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s.f.). La Fiesta del Pawkar Raymi fue certificada como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/la-fiesta-del-pawkar-raymi-fuecertificada-como-patrimonio-cultural-inmaterial-del-ecuador/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2022). Censo Ecuador 2022 (Autoidentificación según Cultura y Costumbres). <https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/#resultados>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). The Action Research Planner. Deakin University Press. <https://educons.edu.rs/wp-content/uploads/2020/05/2014-The-Action-Research-Planner.pdf>

León, D. E. A. (2022). Fotografía documental y su aporte en el desarrollo cultural de la sociedad. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 525-544.  
[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.2602](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2602)

Lascano, H. R. C., & Cortes, C. A. (2025). La influencia de las redes sociales en la identidad cultural contemporánea. *Yachana*, 14(1).  
<https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v14.n1.2025.955>

Matos, Y. y Pasek, E. (2008). LA OBSERVACIÓN, DISCUSIÓN Y DEMOSTRACIÓN: TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN EL AULA. *Laurus*, 14(27), 33-52.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111892003>

Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173.  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Ministerio de Educación. (2021). CARTILLA DE SABERES y CONOCIMIENTOS DE LA NACIONALIDAD KICHWA, PUEBLO OTAVALO. En Ministerio de Educación. Recuperado 12 de febrero de 2026, de [https://www.educacionbilingue.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/CARTILAPUEBLO-OTAVALO\\_compressed.pdf](https://www.educacionbilingue.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/CARTILAPUEBLO-OTAVALO_compressed.pdf)

Ministerio de Turismo. (s. f.). Otavalo, Nuestro Mundo, es el nuevo Rincón Mágico del Ecuador  
<https://www.turismo.gob.ec/otavalo-nuestro-mundo-es-el-nuevorincon-magico-del-ecuador/>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 7, 69-84.

- Monroy, R. (2014). Nuevos retos para los fotohistoriadores: De la fotografía analógica a la digital. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 36(78/1), 15- 44.
- Martín Nieto, Eva. (2005) El valor de la fotografía. *Antropología e imagen*. En: *Gazeta de Antropología*, N° 21, 2005, Artículo 04. <http://hdl.handle.net/10481/7178>
- Murra, John; Rolena Adorno y Jorge Urioste (eds.) (1992) *El Primer Nueva Corónica y Buen Gobierno*, por Felipe Guaman Poma de Ayala. México, Siglo XXI Editores.
- Marín-Gutiérrez, I., Arcos, D., Allen-Perkins, D., & Hinojosa Becerra, M. (2016). El Pawkar Raymi, la celebración del nuevo tiempo. *Cannabis Magazine*, 88-93.
- O'Grady, J. (2018). *Manual de investigación para diseñadores*. Blume.
- Olivera Zaldúa, M., Salvador Benítez, A., & Sánchez Vigil, J. M. (2024). Propuesta de criterios metodológicos para la interpretación histórica desde la fotografía y su análisis documental. *Fotocinema: revista científica de cine y fotografía*, (28 (Enero 2024)), 13-34.
- Ordóñez, A. (2008) *Migración transnacional de los kichwa otavalo y la fiesta del Pawkar Raymi*. Gioconda Herrera; Jacques Ramírez (eds.), *América Latina migrante: estado, familias, identidades*. Quito: FLACSO - Sede Ecuador: Ministerio de Cultura del Ecuador. [https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/migracion-transnacional-de-los-kichwaotavalo-y-la-fieta-del-pawkarraymi?fbclid=IwY2xjawRH4OVleHRuA2FlbQlXMAbicmlkETFFa2xHZ1RXcTF5N05XZzFHc3J0YwZhchBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHtC4q\\_yvQHc3L2UCXRjl\\_\\_UolGdjQtGG9V4GQNk03mHikBP95vA9pasWtbl\\_aem\\_FbcK2jEOMp0V3VC3GCj19g](https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/migracion-transnacional-de-los-kichwaotavalo-y-la-fieta-del-pawkarraymi?fbclid=IwY2xjawRH4OVleHRuA2FlbQlXMAbicmlkETFFa2xHZ1RXcTF5N05XZzFHc3J0YwZhchBfaWQQMjIyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHtC4q_yvQHc3L2UCXRjl__UolGdjQtGG9V4GQNk03mHikBP95vA9pasWtbl_aem_FbcK2jEOMp0V3VC3GCj19g)

- Pazos, J. S. (2020). Fotografía documental ecuatoriana contemporánea: Cotidianidad e imágenes [masterThesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8063>
- Pazos Barrera, J. (2009). Cocinas regionales andinas: Memorias del IV Congreso, Quito, Ecuador. Corporación Editora Nacional.
- Prieto, M. (2021). LA FOTOGRAFÍA ANTROPOLÓGICA EN LOS ANDES COMO TECNOLOGÍA DEL CONOCER: DESPLAZAMIENTOS Y EMPLAZAMIENTOS. Chungará (Arica), 53(2), 341-358. <https://doi.org/10.4067/S0717-73562021005000601>
- Peralta, G. V. P., & Córdova Solís, M. C. (2019). Estudio de la estética de los productos vestimentarios en la Plaza de los Ponchos del pueblo indígena de Otavalo. Análisis comparativo 1990-2000 2013-2018 [bachelorThesis, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/9147>
- Peralta Martínez, C. (2009). Etnografía y métodos etnográficos. Análisis. *Revista Colombiana de Humanidades*, (74), 33-52. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551760003>
- Portilla, J. L. G., Gispert, L. I. D., & Anrango, J. A. C. (2020). Diseño de una revista impresa como herramienta de difusión de tradiciones y costumbres del pueblo Kichwa Otavalo. REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA, 7(6), 26-51. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.76.391>
- Pawkar Peguche. (2026). Pawkar Peguche. <https://www.pawkarpeguche.com>

Quinatoa Casicana, L. A. (2014). Aspectos de la cosmovisión andina en la serie de kukayus pedagógicos del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe del Ecuador en comparación con la visión occidental moderna [masterThesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4513>

*Qué es la fotografía digital?* - Instituto Tecnológico Superior Serra. (2023, julio 21). <https://institutoserra.org/fotografia-digital/>

Ramos, N. G. (2025). Re-escribir la imagen fotográfica: La práctica documental como enunciado social y político desde tres aproximaciones a la fotografía peruana [masterThesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/10415>

Redacción País Adentro. (2017). El Pawkar Raymi Peguche Tío conjuga la tradición y el deporte. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regionalnorte/220/el-pawkar-raymi-peguche-tio-conjuga-la-tradicion-y-el-deporte>

Rigat, L. (2019). De lo fotográfico a la fotografía digital contemporánea: La imagen en el intercambio discursivo. *Fotocinema: revista científica de cine y fotografía*, 18, 193-213.

Rios, C. (2024). Investigación cualitativa en el contexto de la Salud Pública: Actualización de conceptos. *ResearchGate*, 14(1), 51-58. <https://doi.org/10.18004/rspp.2024.abr.08>

Rodríguez Lucas, J. E. (2021). Factores socioculturales y pérdida de identidad en la población rural del Ecuador. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/17776>

Rodríguez Saritama, L. L. (2017). La fiesta del Yamor y su incidencia en las tradiciones, costumbres de Otavalo.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/www.dspace.uce.edu.ec>

Sánchez-Vigil, J. M., Marcos-Recio, J. C., & Olivera-Zaldua, M. (2014). Tesis doctorales sobre fotografía en la universidad española. Análisis de la producción y dirección (1976-2012).

Revista Española de Documentación Científica, 37(1), e034-e034.

<https://doi.org/10.3989/redc.2014.1.1073>

Salgado Lévano, A. C. (2007). Investigación cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. Liberabit, 13(13), 71-78.

Simbaña Pichamba, M. (2020). El desarrollo turístico del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura y la incidencia de su declaratoria como geoparque mundial. CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO FACULTAD: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL.

<https://hdl.handle.net/20.500.13066/20979>

Sierra Bravo, R. (2013). Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios. Paraninfo Editorial. Madrid, España.

The Ohio State University. (2017). Pueblo Otavalo: Historia/Evolución | Galería Virtual Andina.

<https://u.osu.edu/andeanvirtualgallery/otavalo-peoplehistoryevolution/>

UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

<https://ich.unesco.org/es/convencion> Villalba Aguilar, D. P. (2012). Conociendo Otavalo

[bachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2012].  
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1601>

Velasco, M. G. (2006). Retórica de la imagen fotográfica: La fotografía como documento social y cultural en la lucha por los derechos humanos en el Ecuador en los años 80 y 90 [masterThesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador].  
<http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/506>

Villalba Aguilar, D. P. (2012). Conociendo Otavalo [bachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2012]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1601>

Villavicencio, G. B. (2022). Análisis narrativo visual de la fotografía documental en Quito desde 1875 a 1925 [bachelorThesis]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23304>

Vidal Ledo, M. y Rivera Michelena, N. (2007). Investigación-acción. Educación Médica Superior, 21(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21412007000400012&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412007000400012&lng=es&tlng=es)

## **Anexos**

### **Anexo 1**

#### *Instrumento encuesta*

**TEMA:** “CAMPAÑA FOTOGRÁFICA DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL KICHWA OTAVALO EN REDES SOCIALES”

#### **CUESTIONARIO DIRIGIDO A JÓVENES KICHWAS OTAVALOS**

Este cuestionario busca la recolección de información sobre la percepción con respecto a la fotografía digital y la promoción de la identidad Kichwa Otavalo, muestra que servirá para el correcto desarrollo de la investigación. Los datos aquí proporcionados solo se utilizarán con fines estadísticos. Se agradece de antemano su tiempo y sinceridad al responder cada pregunta.

#### **Objetivo General**

Examinar cómo la campaña fotográfica ayuda para la promoción de la identidad Kichwa Otavalo en redes sociales”

#### **Datos Informativos**

Edad:

Menos de 20 años    \_\_\_\_\_

20 a 25 años        \_\_\_\_\_

25 a 29 años        \_\_\_\_\_

Marque con una (X) la opción que mejor represente su nivel de acuerdo con cada afirmación en base a la siguiente escala:

**1** Totalmente en desacuerdo

**2** En desacuerdo

**3** Ni de acuerdo ni en desacuerdo

**4** De acuerdo

**5** Totalmente de acuerdo

### **USO DE REDES SOCIALES Y FOTOGRAFÍA DIGITAL**

**1. Las redes sociales son un medio adecuado para la difusión de contenidos.**

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

**2. Las campañas fotográficas culturales generan mayor interés que otros tipos de contenido digital.**

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

**3. Las imágenes bien planificadas comunican mejor los valores culturales en redes sociales.**

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

### **IDENTIDAD CULTURAL KICHWA OTAVALO**

**4. Conozco los principales elementos que representan la identidad cultural Kichwa Otavalo.**

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

5. La identidad cultural Kichwa Otavalo debe ser promovida activamente en redes sociales.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

6. La difusión de la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales contribuyen a su preservación.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

### **CAMPAÑA FOTOGRÁFICA Y PROMOCIÓN CULTURAL**

7. Una campaña fotográfica digital puede fortalecer la identidad cultural Kichwa Otavalo.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

8. El contenido visual cultural influye positivamente en el interés de las personas por conocer una cultura.

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

*Muchas gracias por su colaboración*

**Anexo 2***Instrumento entrevista***ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS CULTURALES**

Esta guía de entrevista busca la recolección de información sobre la percepción con respecto a la fotografía digital y la promoción de la identidad Kichwa Otavalo, muestra que servirá para el correcto desarrollo de la investigación. Los datos aquí proporcionados solo se utilizarán con fines estadísticos. Se agradece de antemano su tiempo y sinceridad al responder cada pregunta.

**Objetivo General**

Recoger criterios y aportes de expertos culturales sobre los elementos representativos de la identidad cultural Kichwa Otavalo y el uso de la fotografía digital como herramienta para su promoción en redes sociales.

**Datos Informativos**

Nivel de formación:

Licenciado \_\_\_\_\_

Magister \_\_\_\_\_

Doctorado \_\_\_\_\_

Años de experiencia: \_\_\_\_\_ años

Área de trabajo: \_\_\_\_\_

## **IDENTIDAD CULTURAL KICHWA OTAVALO**

1. ¿Cuáles considera que son los elementos más representativos de la cultura Kichwa Otavalo que deberían difundirse en redes sociales?
2. ¿Cree usted que actualmente la identidad cultural Kichwa Otavalo está adecuadamente representada en los medios digitales? ¿Por qué?
3. ¿Qué riesgos existen al difundir la cultura Kichwa Otavalo en redes sociales sin un enfoque adecuado?

## **FOTOGRAFÍA DIGITAL Y PROMOCIÓN CULTURAL**

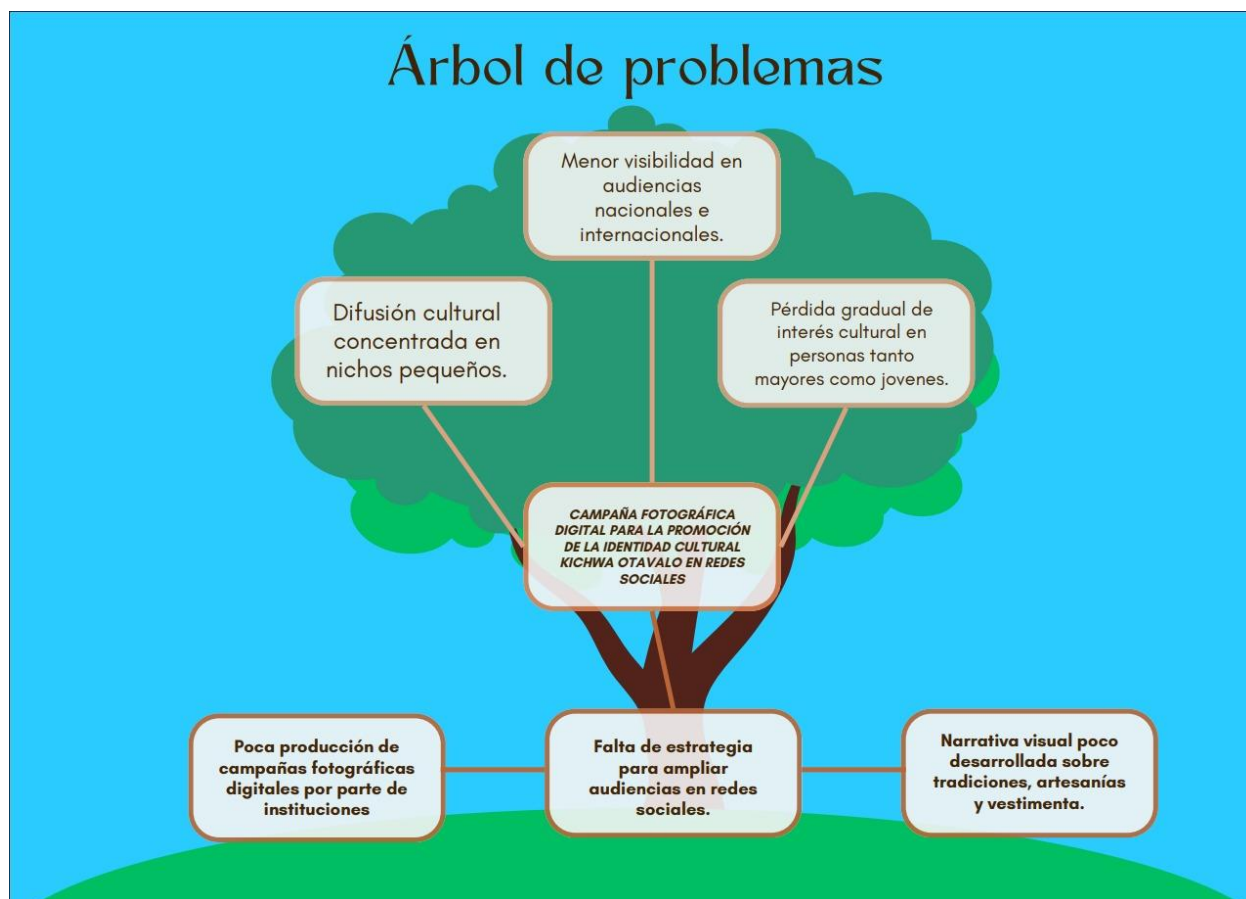
4. ¿Qué papel considera que cumple la fotografía digital en la difusión y preservación de la identidad cultural?
5. Desde su punto de vista, ¿qué características debería tener una fotografía para representar de manera respetuosa la cultura Kichwa Otavalo?

## **CAMPAÑA FOTOGRÁFICA DIGITAL EN REDES SOCIALES**

6. ¿Qué elementos visuales y comunicacionales considera fundamentales para el diseño de una campaña fotográfica digital cultural?
7. ¿Cómo cree que una campaña fotográfica digital puede fortalecer el sentido de identidad cultural en jóvenes y adultos?
8. ¿Qué recomendaciones brindaría para el diseño de una campaña fotográfica digital dirigida a la promoción de la identidad cultural Kichwa Otavalo?

### Anexo 3

#### *Árbol de problemas*



### Anexo 4

#### *Evidencias aplicación de instrumento entrevista*



<https://drive.google.com/file/d/1zvE3Yz6G91rmCS4Of0mD4QkN7dia1LoB/view?usp=sharing>



<https://drive.google.com/drive/folders/1lQOGnNs2P9RMKm1kmL1hPz32Rx-VvaZx?usp=sharing>

## Anexo 5

### *Métricas redes sociales*

#### Métricas de rendimiento de Instagram

| Indicador                        | Resultado                           |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Visualizaciones totales          | 28.739                              |
| Espectadores                     | 16.083                              |
| Visualizaciones de seguidores    | 4,5 %                               |
| Visualizaciones de no seguidores | 95,5 %                              |
| Interacciones totales            | 532                                 |
| Cuentas que interactuaron        | 383                                 |
| Interacciones de no seguidores   | 76,3 %                              |
| Visualizaciones en reels         | 46,9 %                              |
| Visualizaciones en publicaciones | 34,9 %                              |
| Visualizaciones en historias     | 18,2 %                              |
| Contenido más visto              | Reel del 16 de julio (5.600 vistas) |

Elaboración propia a partir de las estadísticas de Instagram.

## Estadísticas de la cuenta

### Visualizaciones ⓘ

**28.739**

Visualizaciones

Seguidores 4,5%

No seguidores 95,5%

Espectadores 16.083

#### Por tipo de contenido

Todo

Seguidores

No seguidores

Reels 46,9%

Publicaciones 34,9%

Historias 18,2%

● Seguidores ● No seguidores

### Interacciones ⓘ

**532**

Interacciones

Seguidores 23,7%

No seguidores 76,3%

Cuentas que interactuaron 383

#### Por interacciones con el contenido

Historias 34,2%

Reels 33,3%

Publicaciones 32,5%

● Seguidores y no seguidores

### Contenido destacado según las visualizaciones

[Ver todo](#)



5,6 mil

16 de jul



3,6 mil

13 de jul



199

13 de jul



160

25 de sep



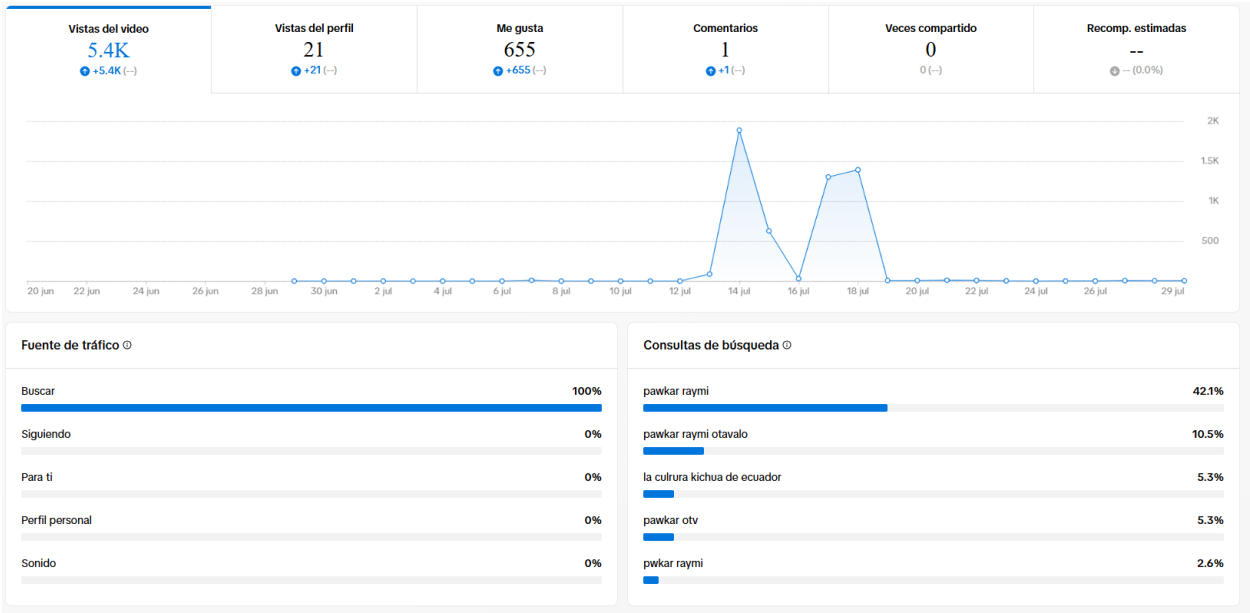
137

25 de sep

Métricas de rendimiento de TikTok

| Indicador                        | Resultado         |
|----------------------------------|-------------------|
| Visualizaciones de videos        | 5.400             |
| Visitas al perfil                | 21                |
| Me gusta                         | 655               |
| Comentarios                      | 1                 |
| Veces compartido                 | 0                 |
| Principal fuente de tráfico      | Búsquedas (100 %) |
| Búsqueda principal: Pawkar Raymi | 42,1 %            |
| Búsqueda: Pawkar Raymi Otavalo   | 10,5 %            |

Elaboración propia a partir de las estadísticas de TikTok Analytics.



Métricas de rendimiento de Facebook

| Indicador                      | Resultado        |
|--------------------------------|------------------|
| Visualizaciones totales        | 15.170           |
| Espectadores                   | 9.379            |
| Visualizaciones orgánicas      | 1.437            |
| Visualizaciones por anuncios   | 13.733           |
| Visitas a la página            | 98               |
| Nuevos seguidores              | 10               |
| Interacciones con el contenido | 41               |
| Reproducciones de 3 segundos   | 93               |
| Contenido publicado            | 8 fotos y 1 reel |

Elaboración propia a partir de las estadísticas de Meta Business Suite.

