# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

# FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

## CARRERA DE TURISMO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo

**El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo**

**Autora:** Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza

**Tutor**: Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg.

**Ambato – Ecuador**
**Junio, 2026**

## CERTIFICACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: *El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo* de la alumna Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, junio de 2026

LA TUTORA




.....

Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg.

**C.C.: 1802903888**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación *El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo*, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, junio de 2026

LA AUTORA



.....

Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza

**C.C.: 1850583400**

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, junio de 2026

LA AUTORA



.....

Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza

**C.C.: 1850583400**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema *El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo* de Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, junio de 2026

Para constancia firman

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
DANIEL OSWALDO SANCHEZ GUERRERO

Lic. Daniel Sánchez Guerrero, Mg.
MIEMBRO CALIFICADOR
**C.C.:** 1803236270

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
DIEGO FERNANDO MELO FIALLOS

Ing. Diego Melo Fiallos, Mg.
MIEMBRO CALIFICADOR
**C.C.:** 1803017365

## DEDICATORIA

*En este momento tan importante me gustaría expresar mi gratitud y eterno agradecimiento a todas aquellas personas que me brindaron su amor, confianza y fortaleza.*

*En especial a mis amados abuelos, Zoila Masaquiza y Mariano Chiliquinga quienes asumieron con valentía y amor infinito el reto de cuidar de mí. Por guiarme y por hacer de mí la persona que soy hoy, por ser quienes siempre han estado a mi lado, acompañándome en cada paso de mi vida brindándome su confianza y apoyo incondicional, este logro les pertenece por completo, como muestra de mi eterna gratitud.*

*A aquella personita que permanecerá siempre en mi corazón, al ángel más hermoso y brillante en el cielo, mi amado padre David Chiliquinga. Cada página y palabra de esta tesis lleva el eco de su legado. Miro al cielo con la certeza de que sonríes al verme llegar al final de este gran viaje. Sé que tu orgullo y amor me abrazan con calidez desde el cielo, celebrando junto a mi este logro.*

*A mis familiares, tíos, primos y mi madre María Masaquiza quienes a la distancia o de cerca se mantuvieron presentes con mensajes de aliento, este trabajo también lleva el sello de su cariño. Gracias por celebrar mis pequeños logros y por darme el impulso necesario para seguir adelante.*

*A mi novio, por ser mi refugio y mi apoyo incondicional en los momentos que más perdida me sentía. Tu compañía a lo largo de este camino hizo que todo fuera más ligero, encontrando en ti la tranquilidad y el respiro que necesitaba en los momentos de mayor dificultad.*

*Emily Chiliquinga M.*

## AGRADECIMIENTO

*A mi querida Universidad Técnica de Ambato quien hace tiempo atrás me acogió en sus aulas brindándome la oportunidad de crecer de manera académica y profesional.*

*A mi tutora, Ing. María Fernanda Viteri, por su tiempo y su guía en todo este proceso, su apoyo y su compromiso fueron claves para la culminación de este trabajo. El presente trabajo es el fruto de su entrega. Sus observaciones no solo sirvieron para corregir errores, sino para ampliar y profundizar mi conocimiento. Más allá de su compromiso con la docencia, descubrí a una persona maravillosa y abierta siempre al dialogo, por lo cual le guardo una sincera y eterna gratitud.*

*A los amigos que conocí en el trascurso de la carrera, Daniela, Abigail, Jenifer, Aracelly (estrellita) y Javier a quienes aprecio de todo corazón, gracias por el tiempo compartido en estos años y su amistad sincera, con quienes espero seguir compartiendo momentos de alegría. Que esto no represente el fin de nuestra amistad, sino el inicio de una nueva etapa en la que seguiremos apoyándonos como colegas y amigos.*

*A mis amigos, Kusi, Solange y Elvis quienes siempre han estado presentes en los capítulos más importantes de mi vida y me han acompañado durante todos estos años. Compartir junto a ustedes fue mi mejor escape para dejar atrás las preocupaciones y simplemente sonreír. Gracias por su amistad incondicional y los momentos compartidos.*

*Emily Chiliquinga M.*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... i
CERTIFICACIÓN DE LA TUTORA ..... ii
AUTORÍA DEL TRABAJO ..... iii
DERECHOS DE AUTOR ..... iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... v
DEDICATORIA ..... vi
AGRADECIMIENTO ..... vii
ÍNDICE GENERAL ..... viii
ÍNDICE DE FIGURAS ..... x
ÍNDICE DE TABLAS ..... xi
RESUMEN EJECUTIVO ..... xiv
ABSTRACT ..... xv

## CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos ..... 1
Teoría rectora de la investigación ..... 5
Desarrollo teórico de la variable independiente: Fototurismo ..... 7
Desarrollo teórico de la variable dependiente: Promoción Turística ..... 19
1.2 Objetivos ..... 31

## CAPÍTULO II

## METODOLOGÍA

2.1 Materiales ..... 33

2.2 Métodos ..... 34

## CAPÍTULO III

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados ..... 44

Análisis de resultados de las fichas de registro fotográfico ..... 44

Discusión de resultados de las fichas de registro fotográfico ..... 84

Análisis de resultados de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística ..... 89

Discusión de resultados de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística ..... 146

3.2 Generación de hipótesis ..... 150

## CAPÍTULO IV

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones ..... 152

4.2 Recomendaciones ..... 153

Propuesta ..... 155

Referencias Bibliograficas ..... 163

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1.** Mapa de la parroquia Salasaka ..... 37

**Figura 2.** Triangulación empírico y teórica..... 88

**Figura 3.** Mapa de calor cualitativo del análisis de estrategias de promoción turística ..... 149

**Figura 4.** Modelo metodológico para el desarrollo del manual de fototurismo..... 159

**Figura 5.** Carta compromiso ..... 176

**Figura 6.** Gráfico de la variable: fototurismo..... 177

**Figura 7.** Gráfico de la variable: promoción turística ..... 177

**Figura 8.** Validación del instrumento "Ficha de memoria visual" por la Ing. Andrea Guadalupe ..... 183

**Figura 9.** Validación del instrumento "Ficha de análisis de estrategias de promoción turística" por la Ing. Andrea Guadalupe ..... 184

**Figura 10.** Validación del instrumento "Ficha de memoria visual" por el Lic. José Masaquiza ..... 185

**Figura 11.** Validación del instrumento "Ficha de análisis de estrategias de promoción turístca" por el Lic. José Masaquiza ..... 186

**Figura 12.** Carta firmada por la presidenta del GAD Parroquial de Salasaka ..... 187

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1.** Recursos a utilizar durante la investigación ..... 33

**Tabla 2.** Material visual a utilizarse para el desarrollo de la investigación ..... 40

**Tabla 3.** Resultado de ficha fotográfica ECH001 ..... 44

**Tabla 4.** Resultado de ficha fotográfica ECH002 ..... 47

**Tabla 5.** Resultado de ficha fotográfica ECH003 ..... 51

**Tabla 6.** Resultado de ficha fotográfica ECH004 ..... 54

**Tabla 7.** Resultado de ficha fotográfica ECH005 ..... 57

**Tabla 8.** Resultado de ficha fotográfica ECH006 ..... 60

**Tabla 9.** Resultado de ficha fotográfica ECH007 ..... 63

**Tabla 10.** Resultado de ficha fotográfica ECH008 ..... 66

**Tabla 11.** Resultado de ficha fotográfica ECH009 ..... 69

**Tabla 12.** Resultado de ficha fotográfica ECH010 ..... 72

**Tabla 13.** Resultado de ficha fotográfica ECH011 ..... 75

**Tabla 14.** Resultado de ficha fotográfica ECH012 ..... 78

**Tabla 15.** Resultado de ficha fotográfica ECH013 ..... 81

**Tabla 16.** Triangulación de las fichas fotográficas ..... 84

**Tabla 17.** Resultado de ficha de promoción turística ECH014 ..... 89

**Tabla 18.** Resultado de ficha de promoción turística ECH015 ..... 92

**Tabla 19.** Resultado de ficha de promoción turística ECH016 ..... 95

**Tabla 20.** Resultado de ficha de promoción turística ECH017 ..... 98

**Tabla 21.** Resultado de ficha de promoción turística ECH018 ..... 100

**Tabla 22.** Resultado de ficha de promoción turística ECH019 ..... 103

**Tabla 23.** Resultado de ficha de promoción turística ECH020 ..... 106

**Tabla 24.** Resultado de ficha de promoción turística ECH021 ..... 109

**Tabla 25.** Resultado de ficha de promoción turística ECH022 ..... 112

**Tabla 26.** Resultado de ficha de promoción turística ECH023 ..... 115

**Tabla 27.** Resultado de ficha de promoción turística ECH024 ..... 118

**Tabla 28.** Resultado de ficha de promoción turística ECH025 ..... 121

**Tabla 29.** Resultado de ficha de promoción turística ECH026 ..... 124

**Tabla 30.** Resultado de ficha de promoción turística ECH027 ..... 127

**Tabla 31.** Resultado de ficha de promoción turística ECH028 ..... 129

**Tabla 32.** Resultado de ficha de promoción turística ECH029 ..... 132

**Tabla 33.** Resultado de ficha de promoción turística ECH030 ..... 135

**Tabla 34.** Resultado de ficha de promoción turística ECH031 ..... 138

**Tabla 35.** Resultado de ficha de promoción turística ECH032 ..... 140

**Tabla 36.** Resultado de ficha de promoción turística ECH033 ..... 143

**Tabla 37.** Triangulación de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística ..... 146

**Tabla 38.** Estrategias de fototurismo y su relación con la teoría de la mirada turística ..... 157

**Tabla 39.** Ficha de memoria visual “Fotografías de Manifestaciones Culturales” 178

**Tabla 40.** Ficha de análisis de estrategias de promoción turística ..... 181

## ÍNDICE DE ANEXOS

**Anexo A.** Carta Compromiso ..... 176

**Anexo B.** Constelación de las variables..... 177

**Anexo C**. Instrumentos ..... 178

**Anexo D.** Validación de instrumentos..... 183

**Anexo E.** Carta entrega recepción del producto al beneficiario ..... 187

**Anexo F.** Manual de fototurismo Salasaca en imágenes ..... 188

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tuvo como objetivo general investigar el fototurismo como eje estratégico de la promoción turística de las fiestas populares de la comunidad Salasaca, con la finalidad de diversificar la oferta turística cultural mediante nuevas formas de representación visual del territorio. La importancia del estudio radica en el análisis del valor de la fotografía como herramienta de difusión cultural, preservación patrimonial y fortalecimiento de la identidad indígena dentro de los procesos de promoción turística contemporánea. La metodología aplicada se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con diseño no experimental de tipo transversal y alcance de estudio de caso, permitiendo analizar las manifestaciones culturales y los recursos visuales vinculados con las festividades tradicionales de la comunidad. Para la recolección de información se utilizaron técnicas de registro visual y análisis documental, además de fichas de memoria visual y revisión de contenidos difundidos en redes sociales y medios digitales. Entre los principales resultados se identificó que las imágenes fotográficas cumplen un papel fundamental en la construcción de narrativas visuales, fortaleciendo la difusión de la vestimenta, rituales, danzas y símbolos culturales de las festividades. Asimismo, se evidenció que las plataformas digitales funcionan como herramientas estratégicas para incrementar la visibilidad turística de la comunidad. Finalmente, se concluye que el fototurismo constituye una alternativa innovadora para fortalecer la promoción turística cultural de Salasaca, contribuyendo a la preservación de su identidad patrimonial y la diversificación de su oferta turística comunitaria. Como propuesta, se diseñó un manual el *Manual de Fototurismo: Salasaca en Imágenes*, una propuesta de ocho componentes clave que redefine la experiencia en el territorio.



**PALABRAS CLAVE: FOTOTURISMO, PROMOCIÓN TURÍSTICA, FESTIVIDADES, SALASACA, TURISMO CULTURAL**

# ABSTRACT

The general objective of this research was to investigate phototourism as a strategic axis for promoting the popular festivals of the Salasaca community, with the aim of diversifying the cultural tourism offerings through new forms of visual representation of the territory. The importance of the study lies in analyzing the value of photography as a tool for cultural dissemination, heritage preservation, and strengthening of indigenous identity within contemporary tourism promotion processes. The methodology employed was developed using a qualitative approach, with a non-experimental, cross-sectional design and a case study scope, allowing for the analysis of cultural expressions and visual resources linked to the community's traditional festivities. Data collection techniques included visual recording and document analysis, as well as visual memory cards and a review of content disseminated on social networks and digital media. Among the main findings, it was identified that photographic images play a fundamental role in constructing visual narratives, strengthening the dissemination of clothing, rituals, dances, and cultural symbols of the festivities. Furthermore, it was demonstrated that digital platforms function as strategic tools for increasing the community's tourism visibility. Finally, it is concluded that phototourism constitutes an innovative alternative for strengthening the cultural tourism promotion of Salasaca, contributing to the preservation of its heritage and the diversification of its community-based tourism offerings. As a proposal, a manual, the Phototourism Manual: Salasaca in Images, was designed, a proposal with eight key components that redefines the experience in the region.



**KEYWORDS: PHOTO TOURISM, TOURISM PROMOTION, FESTIVITIES, SALASACA, CULTURAL TOURISM**

# CAPÍTULO I

# MARCO TEÓRICO

## 1.1 Antecedentes investigativos

### Investigaciones antecedentes

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó una revisión bibliográfica en fuentes académicas confiables como libros, artículos científicos y tesis relacionadas con el turismo y la comunicación visual.

En el estudio titulado *Importancia del arte fotográfico en la actividad turística* realizado por **Cabanillas (2021)**, establece a la fotografía como una herramienta de comunicación fundamental para el turismo, y va más allá de solo promover destinos y transmitir emociones, mensajes y perspectivas únicas del mundo. Se trabajó con un enfoque mixto, descriptivo y reflexivo, junto a un diseño basado en el análisis conceptual de la fotografía y su evolución como medio de expresión visual dentro de la actividad turística, así como sus diferentes aplicaciones en la promoción de recursos naturales y culturales. Es totalmente indispensable, porque no solo se utiliza para la publicidad, capta recursos que frecuentemente pasan desapercibidos, como la cultura, las personas y la historia de un lugar, rescata la identidad inmaterial y documenta de manera visual la biodiversidad. El estudio demuestra que la fotografía no solo registra los lugares recorridos, además actúa como medio de promoción que fortalece la presencia de los destinos turísticos y despierta el interés de los viajeros.

De acuerdo con **Gómez (2023),** titulado *Fotografía y Turismo* para empezar analiza la relación entre la fotografía y el turismo, con el objetivo de comprender cómo el uso de imágenes influye en la experiencia del visitante y en la promoción de los

destinos turísticos. Es importante decir que la investigación se desarrolló mediante una metodología mixta basada principalmente en revisión bibliográfica de fuentes académicas y estadísticas de organismos turísticos que fue complementada con una encuesta digital aplicada a 77 participantes de diferentes edades y perfiles laborales para poder conocer su percepción sobre el uso de la fotografía durante los viajes. Por lo tanto, el estudio evidencia que la fotografía se ha convertido en una herramienta fundamental dentro del turismo contemporáneo que permite documentar experiencias, compartir vivencias y especialmente propagar destinos a través de redes sociales y plataformas digitales. Dentro del estudio se demuestra que la visualización previa de fotografías influye significativamente en la decisión de los turistas al momento de escoger un destino, generando interés por lugares atractivos o emergentes.

Como se expone en el estudio de **Pérez (2020)**, titulado *La fotografía turística de interacción icónica: identidad de representación simbólica de imagen personal en el destino* en su estudio sobre la fotografía turística de interacción icónica, tuvo como principal objetivo analizar los motivos y funciones de las fotografías en las que los turistas interactúan con iconos representativos del destino. El enfoque que se utilizo fue mixto, en el cual se combinaron técnicas de análisis de contenido fotográfico y encuestas dirigidas a turistas que habían capturado este tipo de imágenes durante sus experiencias de viaje, para la recopilación de datos se utilizaron redes sociales y diversos medios digitales, lo cual facilito obtener 357 encuestas válidas. Sin embargo, los resultados revelan que los turistas suelen repetir patrones visuales similares al fotografiarse en lugares reconocidos y comparten estas imágenes principalmente para destacar su presencia en espacios relevantes mediante redes sociales. Por esta razón, se puede decir que la fotografía turística cumple una función simbólica y comunicativa, ya que contribuye a la difusión y promoción de los destinos dentro del turismo.

Otro trabajo analizado fue el manual titulado *Buenas prácticas para el fototurismo* realizado por **Ruiz (2022),** tiene como objetivo determinar lineamientos adecuados para el desarrollo del fototurismo de naturaleza en el cantón San Cristóbal de Patate, donde se establece que el fototurismo es una modalidad turística en la que los

visitantes capturan imágenes de paisajes, experiencias y atractivos del destino, contribuyendo a la difusión y viralización de sus recursos naturales y culturales. Sin embargo, tiene la finalidad de proponer una serie de recomendaciones orientadas a fomentar el comportamiento responsable por parte de los fototurista, considerando aspectos como vestimenta adecuada, técnicas para obtener buenas fotografías y el respeto hacia la flora, fauna y paisajes. Sin embargo, el estudio destaca la importancia de aplicar buenas prácticas para generar conciencia en los turistas sobre el uso responsable de los recursos, disminuir posibles impactos negativos y reforzar al fototurismo como una alternativa sostenible que impulsa la promoción del destino y el desarrollo turístico local.

La investigación realizada por **León (2022)**, titulado *Fotografía publicitaria y configuración de imaginarios turísticos de pueblos mexicanos: Pueblos Mágicos en México* propone a la fotografía publicitaria en la construcción de imaginarios turísticos en los Pueblos Mágicos de México, así mismo identificar los elementos visuales presentes en las imágenes utilizadas para promocionar estos destinos. Para lograrlo se utilizó un enfoque cualitativo, analizando 96 fotografías publicadas en el sitio web de la Secretaría de Turismo. Los resultados evidenciaron que las imágenes destacan principalmente el entorno natural, el patrimonio tangible, el patrimonio intangible y las experiencias turísticas para proyectar una imagen idealizada del destino. Se concluye que la fotografía publicitaria influye en la construcción del imaginario turístico y se convierte en una herramienta clave para motivar la visita a los destinos.

El articulo investigativo realizado por **Llontop (2021)**, lleva por título *El marketing digital y la promoción del turismo local* analizó la relación entre el marketing digital y la promoción del turismo local en un contexto globalizado y competitivo. Misma que tiene como objetivo reflexionar sobre cómo las estrategias de marketing digital contribuyen a la difusión y posicionamiento de destinos turísticos locales. La metodología aplicada es de tipo documental y analítica, basada en la revisión de literatura académica sobre marketing digital y turismo. Los resultados dieron a conocer que el uso de internet, redes sociales y plataformas digitales facilita la interacción con los turistas para ampliar la difusión de los destinos y fortalecer su

posicionamiento en el mercado. De tal manera, que el marketing digital se ha convertido en una herramienta muy importante para la promoción del turismo local, ya que contribuye a mejorar los destinos turísticos al generar mayor visibilidad y competitividad en el mercado global.

La investigación titulada *La importancia del turismo en la promoción de políticas públicas en apoyo al desarrollo regional sostenible* realizada por **Otero et al. (2021),** indica que el Programa de Regionalización en Brasil, tiene como objetivo diagnosticar la situación de la actividad turística en el destino para proponer acciones promocionales que contribuyan a su posicionamiento. La metodología aplicada fue descriptiva y se aplicó encuestas a una muestra de 372 habitantes de una población de 10 987 personas. Los resultados dieron a conocer que la población reconoce el potencial turístico del lugar y considera que la promoción es clave para incrementar la demanda de los visitantes. Además, se identificó que las redes sociales y el marketing digital son herramientas efectivas para difundir los atractivos turísticos. Se concluye que la implementación de estrategias de promoción adecuadas puede mejorar la comercialización del destino y fortalecer el desarrollo del turismo rural.

En la investigación de **Meza y Carvajal (2023)**, titulada *Estrategias de promoción para fomentar turismo rural en la parroquia San Isidro*, misma que tiene como objetivo estudiar la actividad turística del destino con el fin de plantear acciones promocionales que mejoren su posicionamiento, para ello se realizó un enfoque descriptivo y se aplicaron encuestas a 372 personas, lo que permitió recopilar información. A tal modo, que los estudios indican que la población reconoce el potencial turístico del lugar y la importancia de la promoción para aumentar la llegada de visitantes. Asimismo, se identificó que el marketing digital y las redes sociales funcionan como herramientas eficaces para difundir los atractivos del destino. En este sentido, el estudio concluye que la aplicación de estrategias promocionales adecuadas ayuda al fortalecimiento de la comercialización y el desarrollo del turismo rural, generando oportunidades de crecimiento a la comunidad.

Otro estudio relevante es **Cedeño et al. (2024),** titulado *Fortalecimiento del patrimonio cultural inmaterial: una ruta turística para el desarrollo* resalta la relevancia de la promoción como un elemento clave para el desarrollo sostenible y la preservación del Patrimonio Cultural Inmaterial lo que permite ampliar la oferta turística y crear propuestas basadas en la autenticidad. En consecuencia, la promoción no solo facilita la generación de ingresos económicos, sino que también actúa como un fuerte incentivo para la conservación. Los resultados muestran que la difusión consciente de los saberes ancestrales posibilita el intercambio cultural y refuerza la identidad local, siendo crucial para el reconocimiento y la valorización de las culturas indígenas.

Otro trabajo analizado fue *Comunicación persuasiva del influencer en el turismo: Teorías disponibles para su estudio* de los autores **Rodriguez et al. (2024),** tiene como finalidad analizar el papel de los *influencers* dentro de las nuevas dinámicas de comunicación turística y su peso en la toma de decisiones de los viajeros. En este contexto tiene como objetivo comprender la participación de los *influencers* desde diferentes paradigmas teóricos de la comunicación para comprender su impacto en la promoción de destinos turísticos. En cuanto a la metodología tiene un enfoque teórico y documental que revisa diversas perspectivas académicas relacionadas con la comunicación digital y el marketing turístico. De este modo los resultandos muestran que los creadores de contenido en redes sociales se han convertido en actores relevantes en la difusión de destinos turísticos, ya que funcionan como mediadores entre el destino y los potenciales visitantes, generando confianza e interés a través de las plataformas digitales.

## Teoría rectora de la investigación

### Teoría de la Mirada del Turista

La investigación toma como base la teoría conocida como *La mirada del turista* desarrollada por el sociólogo británico John Urry, sobre el fototurismo, podemos agregar su relación entre la fotografía y la actividad turística. Sin embargo, la actividad turística no solo implica el desplazamiento hacia nuevos espacios, sino también el deseo de observar escenarios distintos de la vida cotidiana. En otras

palabras, la observación y la toma de fotografías se convierten en la actividad central dentro del turismo. **(Urry, 2001)**.

En la misma línea para **Larsen (2005)**, explica el uso de la fotografía para que el turista registre y comparta durante los viajes. Asimismo, el autor señala que la fotografía turística no debe interpretarse únicamente como un medio para documentar el viaje, sino también forma como parte en la construcción de la experiencia turística. De tal modo, al momento de tomar fotografías, los visitantes tienden a seleccionar aquellos elementos del entorno que consideran más representativos o significativos del destino. Por otro lado, las imágenes obtenidas durante el viaje permiten elaborar narrativas visuales sobre los lugares visitados y al mismo tiempo influyen en la manera que otras personas imaginan de dichos destinos.

Por otra parte **Xiang y Gretzel (2010)**, indica el avance de las tecnologías digitales y las redes sociales ha fortalecido la importancia de la imagen en la actividad turística. Las plataformas digitales han cambiado la forma en que los turistas planifican y comparten sus travesías, las fotografías expuestas en internet se han convertido en una fuente de información e inspiración para otros viajeros. Ahora bien, las imágenes compartidas por los turistas no solo reflejan sus experiencias, sino que también en la construcción de la imagen turística en el entorno digital.

En relación con lo anterior, el concepto de fototurismo puede entenderse como una práctica turística centrada en la producción y consumo de imágenes relacionadas con los destinos. De la misma forma desempeña un papel fundamental al capturar momentos a través del lente guardando paisajes y momentos que se convierten en recuerdos del viaje, a su vez documenta la experiencia turística y refuerza el valor simbólico y cultural de los destinos **(Richards, 2018)**.

En todo caso, el estudio del fototurismo también permite comprender cómo las imágenes producidas por los visitantes en los procesos de promoción turística. De igual manera las representaciones visuales generadas por los turistas pueden ayudar a posicionar un destino dentro de la imaginación colectiva gracias a la difusión a través de plataformas digitales **(Saarinen et al., 2019)**.

**Desarrollo teórico de la variable independiente: Fototurismo**

De forma complementaria **Mkono y Tribe (2017)**, afirman que las fotografías turísticas no solo cumplen una función como fotodocumento sino que también asumen una función interpretativa, pues a partir de ellas los turistas pueden construir narrativas visuales sobre lugares visitados. Las narrativas visuales, constituyen una aportación al proceso de construcción de significados culturales y también a la creación y difusión de vivencias auténticas al respecto del patrimonio local.

El Fototurismo, en la práctica visual de gran difusión, tiene que contar con un rigor metodológico que evite caer en los errores de la Historia del Arte tradicional o en la dependencia que establece el terreno de los Estudios Culturales. Para historiar correctamente la fotografía y sus usos turísticos es preciso ir más allá de la teoría canónica y revisar el contexto sociopolítico de la producción, difusión y consumo de las imágenes constructivas. Se concluye que, dada la omnipresencia de la fotografía, se debe incluir una pluralidad de usos y tipos de imágenes el industrial, el del ocio o el del subalterno como instrumentos para poder llegar a entender el papel que la fotografía tiene en la construcción y visualización de la realidad turística **(Mraz, 2005)**.

La práctica del fototurismo permite observar cómo los turistas asimilan y experimentan el espacio que visitan. La búsqueda constante de imágenes representativas lleva a que el turista ignore o pase por desapercibido la experiencia en el territorio. Este sería el motivo, por el cual el viajero elige los modelos visuales previamente establecidos, tomando fotografías de los lugares más reconocidos o emblemáticos. Así, la práctica fotográfica motiva a los turistas a realizar una serie de acciones, como ser la reproducción de ciertas imágenes que ya han sido ampliamente reproducidas y que los mismos extranjeros se consideran las imponentes de los puntos más conocidos de la ciudad o la zona que visitan. Esto último nos muestra cómo la imagen fotográfica se convierte en un medio de apropiación simbólica del lugar, al permitir que el viajero se construya su prueba visual del recorrido realizado. Se puede decir que el fototurismo no sólo retrata la experiencia de viaje, sino que también participa en la construcción social de la imagen de la experiencia turística del destino **(Fuentes, 2014).**

## Signos y símbolos culturales

Para comprender los signos y símbolos culturales dentro del turismo cultural, es necesario reconocer que las sociedades transmiten a través de diferentes elementos notorios, tales como la vestimenta, los rituales, la arquitectura o los paisajes culturales los cuales se convierten en símbolos culturales que funcionan como medios que permiten expresar sus valores, creencias e identidad colectiva dentro de la comunidad. Estos componentes adquieres una gran relevancia porque influye directamente en la manera en que los visitantes interpretan y conocen un destino cultural por lo que varios estudios recientes señalan que los símbolos culturales funcionan como un puente de interacción entre los turistas y las comunidades locales, permitiendo transmitir significados sociales y favorecer al patrimonio cultural **(Zeng, 2024)**.

De igual manera, la presencia de símbolos culturales dentro de los destinos turísticos puede manifestarse mediante prácticas culturales, relatos colectivos o expresiones artísticas que reflejan la identidad cultural de un territorio. En este sentido, cuando estos elementos se integran dentro de la actividad turística, contribuyen a fortalecer la autenticidad del destino y al mismo tiempo favorecen la conservación de las tradiciones locales dentro de los procesos de desarrollo turístico sostenible **(Yi et al., 2025)**.

## Vestimenta tradicional de la comunidad

La vestimenta tradicional de la comunidad constituye uno de los símbolos culturales más representativos de los pueblos indígenas y de las comunidades rurales. La vestimenta tradicional no solo representa un elemento estético, sino que también refleja aspectos históricos, sociales y simbólicos que distinguen a una comunidad de otra, sin duda alguna las recientes investigaciones indican que los trajes tradicionales no solo cumplen una función estética, sino que también transmiten conocimientos culturales relacionados con el entorno natural, la cosmovisión y las prácticas sociales de cada pueblo. Por lo tanto, analizar la vestimenta tradicional permite comprender cómo las comunidades expresan su identidad a través de elementos textiles y decorativos que forman parte de su patrimonio cultural **(Zhang y Fang, 2024)**.

Así mismo, la vestimenta tradicional es un recurso importante especialmente en lugares donde la identidad cultural es el principal atractivo. Los colores, tejidos, bordados y accesorios presentes en la indumentaria reflejan aspectos simbólicos relacionados con la naturaleza, la espiritualidad y la estructura social de los pueblos. En este sentido **Yuan y Somthai (2025)** señalan que las manifestaciones culturales tangibles permiten fortalecer el turismo cultural al proporcionar experiencias visuales que conectan al visitante con las tradiciones locales. En este sentido la vestimenta tradicional adquiere relevancia dentro del fototurismo, ya que su riqueza visual motiva la captura de fotografías que posteriormente contribuyen a la difusión del destino.

**Simbología en rituales y danzas**

La simbología presente en los rituales y danzas también contribuye a la construcción de la imagen cultural de los destinos turísticos. Los movimientos coreográficos, los trajes ceremoniales y los objetos utilizados durante las celebraciones transmiten significados que reflejan la cosmovisión de las comunidades y desean mostrar a los visitantes nacionales e internacionales. De acuerdo con **Yépez (2014)**, las manifestaciones culturales representadas en festividades y rituales constituyen recursos turísticos que fortalecen la identidad del destino y fomentan su promoción a través de imágenes y representaciones visuales. En definitiva, las expresiones culturales se convierten en elementos fundamentales para el desarrollo del fototurismo.

**Paisaje cultural y arquitectura nativa**

De igual forma el paisaje cultural de un lugar y su arquitectura tradicional son piezas esenciales dentro de los signos y símbolos culturales de un territorio, mostrando como sus prácticas son un reflejo de su historia y sus costumbres locales, al igual que estos entornos no aparecen de la nada, a pesar de que son el resultado de la relación constante entre las comunidades y la naturaleza, lo que termina definiendo formas únicas de construir y de organizar el espacio en los que habitan, de tal modo los paisajes culturales son la cara visible de la herencia de un pueblo, mostrando de manera clara cómo se entrelazan la cultura y el suelo que se pisa. A causa del

fototurismo, la riqueza visual adquiere un valor significativo, pues ofrece entornos auténticos que los visitantes pueden capturar y compartir, por lo que las imágenes no solo sirven para documentar la realidad de un destino, sino que se convierten en la mejor carta de presentación para promocionarlo y validar su imagen ante el mundo **(Timothy, 2021)**.

**Experiencia visual del turista**

La experiencia visual del turista constituye un componente fundamental dentro del turismo cultural y del fototurismo, ya que gran parte de la experiencia turística se construye a partir de la percepción visual del entorno. Cuando un turista recorre un destino en el camino interpreta paisajes, celebraciones y actividades culturales a través de estímulos visuales que influyen en sus emociones, percepciones y memorias del destino. Diversos estudios señalan que los elementos visuales del entorno turístico generan respuestas cognitivas y emocionales que contribuyen a la satisfacción del visitante y a la construcción de la imagen del destino **(Villamarin et al. 2023)**. Esta dimensión nos dice que la experiencia turística es entendida como un proceso multidimensional que integra percepciones sensoriales, emociones y significados culturales asociados al lugar visitado.

**Observación del entorno festivo**

Dentro de esta investigación, la observación del entorno festivo representa un aspecto clave de la experiencia visual del visitante. Las festividades populares, caracterizadas por su música, vestimenta, colores y escenografías tradicionales, generan un escenario visual que despierta el interés de los turistas hacia las fiestas de las cuales se pueden disfrutar. Estos eventos no son solo entretenimiento, sino que permiten al viajero ser testigo directo de las costumbres y prácticas sociales que definen la identidad de un pueblo. Sobre todo las investigaciones indican que los entornos festivos impacta significativamente en la percepción del turista, ya que la motivación visual del ambiente, como decoraciones, paisajes y actividades culturales contribuyen a generar emociones positivas y experiencias memorables **(Huang y Zeng, 2024)**.

Muchas de las observaciones del entorno festivo se muestran como un elemento fundamental en la vivencia del visitante. En cambio, los eventos culturales resaltan por su música, ropa, colores vivos y adornos típicos ya que forman una vista que atrae la atención de los que llegan, tales muestras culturales dan a los turistas la opción de mirar hábitos sociales y herencias locales que muestran la identidad cultural del sitio. En un inicio señalan que los sitios festivos influyen mucho en cómo los turistas sienten su visita, pues los estímulos visuales que da el lugar, como adornos, paisajes y actos culturales, ayudan a crear emociones buenas y recuerdos importantes **(Wei y Lei, 2023)**.

**Interacción visual con las actividades culturales**

Además, resulta muy importante la interacción visual con las actividades culturales, entendida como el proceso mediante el cual el turista no solo observa, sino que además interpreta y se involucra visualmente con las prácticas culturales de su alrededor. En festividades, danzas típicas o expresiones tradicionales, los visitantes experimentan una conexión directa con la cultura local al observar con atención los movimientos, los trajes coloridos y todos aquellos símbolos que cuentan una historia propia, en efecto la participación a través de la vista en los eventos culturales es clave para fortalecer el vínculo emocional entre la persona y el destino, transformando una simple visita en una experiencia mucho más íntima y con un significado real. Además, algunos estudios muestran que la participación visual en eventos culturales ayuda a facilitar al turista a comprender mejor la identidad del pueblo que lo recibe, logrando que su estancia sea verdaderamente profunda y memorable **(Yang et al., 2022)**.

Las interacciones visuales con las actividades culturales también aportan a la construcción de la identidad cultural del destino turístico cuando los visitantes observan con atención actividades como las danzas tradicionales o los rituales propios de una fiesta, no solo ven un espectáculo, sino que entienden estos elementos como un proceso de reencuentro y de respeto hacia lo ajeno que modifica por completo la imagen que el turista se lleva del lugar, la convivenvia con estas expresiones culturales genera un proceso de aprendizaje y valoración cultural que influye en como mira el turista el destino. El turismo cultural señala que la

autenticidad percibida por cada visitante durante su estadía y la participación del turista en eventos culturales fortalecen el compromiso emocional. De este modo, esas imágenes se convierten en un puente hacia la comprensión en donde lugar y símbolo toman sentido ante la mirada de quien sabe apreciar la belleza de quien la percibe, imagen y movimiento observan su prestigio, mientras que el turista siente que forma parte de una historia que cruza lo superficial **(Uslu et al., 2023)**.

**Percepción estética de las celebraciones**

La percepción estética de las celebraciones culturales representa un componente central dentro de la experiencia visual que vive el turista durante su estadía, en este contexto las festividades culturales, gracias a su enorme riqueza de detalles, crean momentos estéticos que impactan directamente en qué tan satisfecho y a gusto se siente el visitante con su elección de destino. En este sentido la combinación de los colores, la escenografía, los trajes tradicionales y las coreografías forman parte de una creación visualmente atractiva que despierta emociones positivas. Asimismo, investigaciones recientes señalan que la armonía de los eventos culturales y festividades influyen significativamente en la apreciación del valor turístico del destino ya que genera mayor interés y satisfacción entre los visitantes, Por consiguiente, lo que el turista considera bello o auténtico en una celebración que se convierte en el recuerdo más valioso de su estancia, elevando el prestigio de la comunidad que comparte su cultura con el mundo **(Sun y Huang, 2023)**.

**Narrativa visual del destino**

La narrativa visual de un destino se establece como un pilar esencial en el estudio del fototurismo, ya que las imágenes tomadas por los viajeros van más allá de una simple documentación de un lugar para convertirse en relatos complejos sobre el territorio. En el panorama actual, estas fotografías actúan como un canal de comunicación que permite transmitir las sensaciones, ideas y significados personales vinculados a la visita. De acuerdo con lo planteado por **Jamal y Robinson (2009)**, este tipo de representaciones visuales determinan la forma en que los destinos son comprendidos y recordados, ya que ayudan a construir una historia narrativa que refleja los rasgos culturales y sociales de cada comunidad. Como resultado, la

fotografía deja de ser un registro estático y pasa a convertirse en una herramienta vital que moldea la imagen espiritual que el mundo tiene de un espacio geográfico.

Desde esta perspectiva, la creación de historias mediante a partir de imágenes se reconoce como una de las funciones más relevantes dentro de la fotografía en el ámbito turístico, porque cada captura permite resaltar una secuencia de hechos y escenarios que definen lo que el turista desea encontrar. En este sentido las fotografías no se limitan a captar el entorno, sino que organizan de manera secuencial los momentos significativos que conforman el recuerdo del visitante. Sin embargo, el contenido visual que los turistas difunden a través de entornos digitales actúan como un conjunto de relatos que impactan directamente en la imagen que se tiene de los destinos, orientando incluso las decisiones de futuros viajeros y por esta razón, la práctica fotográfica supera la simple recopilación de datos para consolidarse como un recurso narrativo que permite transmitir de forma clara la identidad y las emociones que se experimenta durante la visita **(Gretzel et al., 2020)**.

**Construcción de historias a través de imágenes**

Asimismo, la construcción de historias visuales facilita que los turistas interpreten el territorio desde una perspectiva personal debido a que cada fotografía representa una selección importante de elementos del paisaje, las actividades culturales o las interacciones sociales que el visitante considera significativas. A causa de esto las narrativas visuales producidas por los turistas evidencian procesos de interpretación personal en los cuales combinan emociones, experiencias y expectativas previas sobre el destino, por lo tanto, las imágenes se convierten en una forma de expresar mediante imágenes lo que los visitantes perciben, comprenden y representan los lugares que recorren **(Pearce, 2005)**.

**Interpretación fotográfica del territorio**

Otra subdimensión relevante corresponde a la interpretación fotográfica del territorio, la cual se refiere al proceso mediante el cual el turista observa, selecciona y captura elementos del entorno que considera representativos del destino. Durante este proceso, el visitante construye una interpretación visual del territorio basada en aspectos como paisajes naturales, arquitectura, tradiciones culturales o festividades.

En este sentido las investigaciones recientes señalan que la fotografía turística desempeña un papel relevante en la formación de la imagen del destino, ya que las imágenes compartidas en medios digitales contribuyen a difundir determinadas representaciones del lugar y sugerencia del destino **(Hunter, 2016)**.

De igual forma la interpretación a través de la fotografía favorece que los visitantes desarrollen una comprensión más profunda y otorguen un valor real al significado cultural de los entornos que disfrutan durante su estancia. Por medio del ejercicio fotográfico, el turista tiene la facultad de resaltar componentes específicos que son el reflejo de la historia, la identidad propia y las costumbres tradicionales de la población local. De acuerdo con los planteamientos de **(Olivera Zaldúa et al., 2024)**, el análisis visual de los destinos con carga cultural ayuda a consolidar la sensación de autenticidad sobre el territorio, lo que deriva en la creación de vivencias turísticas con un sentido mucho más relevante y consciente. De esta manera, la cámara fotográfica deja de ser un simple objeto tecnológico para transformarse en un instrumento de mediación que facilita el entendimiento del patrimonio cultural, permitiendo al observador conectar de forma directa con la realidad social y cultura del territorio explorado.

**Representación de la identidad cultural**

La representación de la identidad cultural a través de la fotografía favorece que los visitantes desarrollen una comprensión más profunda del significado cultural presente en los lugares que van conociendo. En este proceso, las imágenes capturadas por los turistas suelen destacar elementos que consideran distintivos o característicos de la cultura local, como la vestimenta tradicional, las festividades comunitarias o los paisajes culturales. De esta manera, las representaciones visuales contribuyen a difundir la identidad cultural del destino y a fortalecer su posicionamiento turístico, por lo que las fotografías compartidas por los visitantes desempeñan un papel importante en la promoción turística, ya que permiten proyectar una imagen auténtica y atractiva del destino hacia audiencias globales **(Molina Cedeño et al., 2017)**.

## Valor patrimonial de la fotografía turística

El valor patrimonial de la fotografía turística se relaciona con la capacidad de la imagen fotográfica para registrar, preservar y difundir los elementos culturales que conforman la identidad de un territorio. En el contexto del turismo cultural, la fotografía se convierte en un medio que documenta manifestaciones materiales e inmateriales del patrimonio, permitiendo conservar evidencias visuales de prácticas, paisajes y tradiciones que caracterizan a una comunidad que constituyen uno de los principales recursos del turismo, ya que permite transmitir la historia y la identidad de los pueblos a través de elementos tangibles e intangibles. Por lo tanto, la fotografía turística adquiere relevancia con un papel significativo de registro visual que favorece a la valoración y difusión del patrimonio cultural **(Castellanos, 2022)**.

En el contexto del turismo cultural, las funciones de la fotografía dentro del turismo es el registro del patrimonio cultural, ya que permite documentar distintos elementos arquitectónicos, paisajes culturales, objetos tradicionales y expresiones artísticas presentes en un destino. De esta manera, las imágenes actúan como evidencias visuales que facilitan el reconocimiento como la interpretación del patrimonio por parte de visitantes e investigadores. Por lo cual, investigaciones recientes señalan que la fotografía turística contribuye a incrementar la visibilidad del patrimonio cultural al difundir imágenes que destacan la singularidad y autenticidad de los destinos. En definitiva, el registro fotográfico se consolida como una herramienta, sino que también favorece la preservación simbólica del patrimonio y su promoción dentro del ámbito turístico **(León, 2022)**.

## Registro del patrimonio cultural

Asimismo, el registro visual del patrimonio cultural permite que tanto las comunidades locales como los visitantes reconozcan el valor histórico y social de los espacios culturales. A través de la fotografía, es posible documentar edificaciones tradicionales, monumentos históricos y paisajes culturales que reflejan la relación existente entre la sociedad y su entorno. Lo cual, ayuda a la documentación visual del patrimonio contribuye a fortalecer la identidad territorial y a generar conciencia

sobre la importancia de proteger los recursos culturales que conforman la memoria colectiva de una comunidad **(Timothy, 2020)**.

**Documentación de tradiciones vivas**

Otro aspecto de gran relevancia corresponde a la documentación de tradiciones vivas, entendidas como aquellas prácticas culturales que se mantienen activas dentro de una comunidad y que forman parte de su patrimonio cultural inmaterial. Para ello, se manifiestan en festividades, danzas, rituales, expresiones artísticas y costumbres que se transmiten de generación en generación, debido a que el patrimonio cultural inmaterial representa un conjunto de prácticas, representaciones y conocimientos que fortalecen la identidad cultural de las comunidades. Es decir, la fotografía permite registrar visualmente estas manifestaciones culturales, contribuyendo así a su difusión y reconocimiento a nivel local e internacional **(Rivera, 2025)**.

En este sentido, la documentación fotográfica de tradiciones vivas tiene como finalidad conservar momentos notables de la vida cultural de una comunidad, mediante las imágenes capturadas durante celebraciones, ceremonias o actividades tradicionales constituyen testimonios visuales que reflejan la dinámica cultural del territorio. Por otro lado, estudios recientes indican que la fotografía desempeña un papel importante en la preservación del patrimonio cultural inmaterial, ya que permite registrar expresiones culturales que, de otro modo, podrían perderse con el paso del tiempo**.** Por lo tanto, el fototurismo puede contribuir a visibilizar estas prácticas culturales y a promover su valoración dentro del ámbito turístico **(Rivero Zambrano et al., 2018)**.

**Conservación visual de la memoria cultural**

El fototurismo ayuda a la conservación visual de la memoria cultural representa una componente fundamental dentro del valor patrimonial de la fotografía turística. A través de las imágenes capturadas por turistas se convierten en archivos visuales que permiten documentar la evolución de los paisajes culturales, las tradiciones comunitarias, así como las diversas expresiones identitarias de los pueblos. De esta manera, las fotografías no solo reflejan la realidad del presente, sino que también se convierten en fuentes históricas que permiten comprender los cambios culturales a lo

largo del tiempo. Por consiguiente. la preservación de la memoria cultural a través de imágenes contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia de las comunidades, así mismo a promover el reconocimiento del patrimonio cultural dentro del turismo sostenible **(Pilay et al., 2023)**.

### Creatividad y composición fotográfica

La creatividad y composición fotográfica son elementos fundamentales dentro del fototurismo, ya que determinan la forma en que los paisajes, las actividades culturales y las experiencias turísticas son representadas visualmente. En el mundo del turismo, la fotografía no solo sirve para registrar imágenes o recuerdos del destino, esto genera un proceso creativo mediante el cual el fotógrafo selecciona encuadres, perspectivas y elementos visuales para transmitir una narrativa estética del lugar. Según **Nupan (2018)**, la producción de imágenes en el turismo actual influye significativamente en la construcción de la imagen del destino, ya que las fotografías compartidas por los visitantes contribuyen a difundir representaciones visuales que motivan el interés de otros viajeros. Para ello, la creatividad fotográfica se convierte en una herramienta esencial para mostrar la riqueza cultural y paisajística de un lugar.

### Uso de encuadres y perspectivas

En este estudio corresponde al uso de encuadres y perspectivas, lo cual se refiere a la capacidad del fotógrafo para organizar de forma lógica los elementos dentro de una fotografía, buscando siempre una composición visual que resulte equilibrada y cargada de significado. El plano permite realizar una selección cuidadosa de los componentes del entorno que se consideran valiosos, mientras que la perspectiva determina la profundidad y la jerarquía con la que el espectador percibirá dichos elementos. Investigaciones desarrolladas por **(Heredia, 2022),** señalan que la manera de realizar una toma fotográfica tiene una influencia directa en la valoración estética de las imágenes turísticas, dado que aquellas capturas que utilizan encuadres técnicamente adecuados logran despertar un mayor interés y una valoración positiva por parte del público. Por ende, el uso estratégico de estos recursos fotográficos

permite enfatizar los rasgos culturales, arquitectónicos y paisajísticos que definen la esencia de la identidad destino turístico.

Por otra parte, la gestión de distintos ángulos y encuadres favorece la creación de interpretaciones visuales variadas sobre un mismo espacio geográfico, lo cual enriquece la narrativa del lugar, de tal manera que el profesional del turismo o el visitante pueden optar por ángulos amplios para resaltar la magnitud de los paisajes culturales, o bien por acercamientos detallados que permitan apreciar las texturas y simbolismos de la cultura local. De acuerdo con los planteamientos de **(Medel et al., 2025)**, la fotografía se establece como una forma de interpretación de la realidad, debido a que cada captura es el resultado directo de la mirada y las decisiones estéticas de quien opera la cámara. En el contexto del fototurismo, estas decisiones creativas son las que ayudan a crear modos de representaciones visuales que resaltan la singularidad del territorio y, al mismo tiempo, aportan de manera significativa a su posicionamiento y promoción dentro del mercado turístico internacional.

**Captura de momentos significativos**

La captura de momentos significativos está relacionada directamente con la capacidad del observador para registrar instantes que resumen la vida cultural y social de un destino, en muchas ocasiones durante el desarrollo de festividades o eventos tradicionales, quien porta la cámara busca inmortalizar escenas que logren transmitir la carga emocional, la convivencia social y la profundidad simbólica de ese tiempo específico. Del mismo modo, loas experiencias culturales que se perciben como auténticas se han convertido en uno de los principales atractivos en el turismo actual, debido a que facilitan la conexión real entre el visitante y la identidad de las comunidades anfitrionas. En definitiva el acto de capturar estos instantes no solo sirve para documentar la realidad de manera estática, sino que también se convierte en un medio para comunicar y difundir la esencia de estas experiencias a través de las imágenes que posteriormente se comparten **(Tavares et al., 2023)**.

**Manejo de luz y color en festividades**

El manejo de la luz y el color durante las festividades se establece como un aspecto fundamental dentro de la composición fotográfica, especialmente en los entornos

culturales que destacan por una gran diversidad y contraste visual. La iluminación natural o artificial determinan la atmósfera y el misticismo de la fotografía, mientras que los colores presentes en la vestimenta, decoraciones y paisajes contribuyen a generar un impacto estético en el espectador. Estudios recientes indican que los elementos cromáticos y la iluminación juegan un papel importante en la percepción visual de las imágenes turísticas, ya que influyen en las emociones y en la valoración estética de las fotografías. Por lo tanto, una gestión adecuada de estos recursos visuales permite realzar la opulencia de las celebraciones populares, consolidando una representación estética del destino que resulta mucho más atractiva y competitiva en el mercado actual **(Viloria, 2025)**.

**Desarrollo teórico de la variable dependiente: promoción turística**

La promoción turística se considera uno de los elementos fundamentales dentro del marketing de destinos para dar a conocer y difundir las características, atractivos y experiencias que ofrece un territorio a los potenciales visitantes. A través de estrategias comunicativas y el manejo de herramientas promocionales, los destinos buscan posicionarse en el mercado turístico y despertar el interés de los viajeros. Sin embargo, la promoción turística forma parte del proceso de marketing que tiene como objetivo informar, persuadir y recordar a los consumidores sobre la existencia de los productos y servicios turísticos disponibles, con el fin de influir en su decisión de viaje. Asimismo, la promoción se convierte en una herramienta estratégica que permite aumentar la visibilidad y competitividad dentro del mercado turísticos **(Kotler et al., 2017)**.

A su vez, **Rodríguez et al. (2020)**, dentro del ámbito de la promoción turística, el turismo adquiere una perspectiva más amplia, ya que no solo se enfoca en atraer visitantes, sino también difundir los valores culturales, históricos y patrimoniales que definen a una comunidad. Sin embargo, la promoción de los destinos culturales implica la transmisión de experiencias implicadas con las tradiciones, festividades, gastronomía, artesanía y patrimonio cultural que forman parte de la identidad del territorio. Además, las estrategias de promoción turística han evolucionado significativamente con el desarrollo de las tecnologías digitales, permitiendo a los destinos utilizar plataformas en línea, redes sociales y contenidos multimedia como

medio para interactuar con los turistas y fortalecer su posicionamiento en el mercado global.

La promoción turística cumple un papel importante en la construcción de la imagen del destino, debido a que los contenidos promocionales difundidos directamente en la percepción que los turistas desarrollan antes de concretar su viaje. Por eso, las imágenes narrativas y experiencias que se difundan a través de medios de comunicación o plataformas digitales contribuyen a crear expectativas sobre el destino y despertar el interés de los viajeros. Por consiguiente, la promoción turística que circula en entornos digitales se ha convertido en un factor determinante en la elección de los destinos, debido a que la información compartida por instituciones, empresas y turistas genera representaciones que influyen en el comportamiento del consumidor turístico. Por lo tanto, una estrategia de promoción eficaz permite fortalecer la imagen del destino y aumentar su atractivo en el mercado turístico **(Chávez et al., 2024)**.

**Difusión del destino cultural**

La difusión de un destino cultural se establece como un componente primordial dentro de la promoción turística, debido a que facilita la transmisión de aquellos rasgos históricos, patrimoniales y sociales que otorgan una identidad única a un territorio. En el escenario del turismo actual, este proceso requiere una gestión estratégica de la información a través de diversos canales comunicativos, buscando posicionar las particularidades del destino en la mente de los potenciales visitantes de manera efectiva. Por otro lado, en los planteamientos de **López (2025)**, la promoción turística forma parte del marketing territorial, cuyo objetivo principal consiste en dar a conocer los atributos diferenciadores de un lugar para atraer la llegada de turistas y consolidar su nivel de competitividad en el mercado global. Para ello, la difusión cultural se consolida como una herramienta de gestión esencial para destacar la singularidad y los valores auténticos de aquellos territorios que poseen riqueza patrimonial, permitiendo que su esencia sea comprendida y valorada por el público externo.

## Circulación de información turística

Una de las herramientas fundamentales que sustenta este proceso es la circulación de información turística, la cual se define como el flujo continuo y dinámico de contenidos que permiten al visitante potencial conocer las particularidades del destino, sus atractivos patrimoniales y la oferta de experiencias disponibles. Este intercambio informativo se gestiona actualmente mediante el uso de plataformas digitales, medios de comunicación masivos, material promocional físico y, especialmente, a través de las redes sociales, que actúan como canales de respuesta inmediata. De acuerdo con las investigaciones de **(Túñez et al., 2016)**, la disponibilidad de información que sea tanto clara como de fácil acceso tiene un impacto determinante en la toma de decisiones de los turistas, puesto que reduce los niveles de incertidumbre y optimiza el proceso de planificación de la experiencia en el territorio. Por consiguiente, la circulación estratégica de información se consolida como un mecanismo indispensable para elevar la visibilidad de los destinos culturales, asegurando que su propuesta de valor llegue de manera efectiva a los segmentos de mercado adecuados.

La circulación de información turística contribuye a consolidar una imagen del destino en el mercado turístico. Por otro lado, cuando los contenidos promocionales destacan los valores culturales, históricos y sociales del lugar, se genera un proceso de reconocimiento que favorece y contribuye a posicionar el destino en el imaginario colectivo de los visitantes. Es por ello, que la información turística difundida a través de entornos digitales influye en la percepción del destino, ya que las imágenes, descripciones y experiencias compartidas por otros usuarios construyen representaciones que influyen en la elección del lugar a visitar **(Collado y Resino, 2005)**.

## Representación del destino en medios digitales

La representación del destino en medios digitales, la cual hace referencia a la manera en que un destino turístico es presentado y difundido a través de plataformas digitales como redes sociales, páginas web institucionales o portales de turismo. De tal manera, en la actualidad, los medios digitales se han convertido en herramientas

estratégicas para la promoción turística debido a su alcance global y a su capacidad para generar interacción con los usuarios. Asimismo, el uso de tecnologías digitales en el turismo ha transformado los procesos de promoción, permitiendo a los destinos comunicar su oferta turística mediante contenidos visuales, narrativas digitales e información interactiva que influyen en la decisión de los viajeros **(Soto y Visa, 2017)**.

La representación digital de los destinos culturales permite destacar elementos de identidad como festividades, tradiciones, gastronomía o paisajes culturales que forman parte del patrimonio local. Las fotografías, videos y relatos publicados en redes sociales contribuyen a construir una imagen atractiva del destino y a generar interés en los potenciales visitantes **(Monroy y Dezuanni, 2012).**

**Promoción del patrimonio intangible**

La promoción del patrimonio intangible se considera un aspecto fundamental en la estrategia de difusión de cualquier destino cultural, debido a que permite hacer visible a las tradiciones, rituales y diversas expresiones que forman parte de la identidad de una comunidad. Al mismo tiempo, este tipo de patrimonio al ser inmaterial representa un conjunto de saberes y prácticas sociales que se transmiten de generación en generación, cumpliendo la función crítica de fortalecer el sentido de pertenencia y garantizar la diversidad cultural frente a los procesos de globalización. De tal manera que el patrimonio intangible por medio de la actividad turística no solo favorece a salvaguardar su preservación y reconocimiento a nivel internacional, sino que también promueve el respeto hacia las raíces y costumbres de las comunidades a visitar. En este sentido, la difusión del patrimonio cultural material en la configuración de experiencias culturales inmateriales convertidas en producto turístico o en experiencias turísticas se torna en una ventaja competitiva para el destino en la medida que permite al visitante conocer manifestaciones culturales que no pueden ser replicadas por el destino **(Vintimilla, 2008)**.

## Difusión y consumo visual

La difusión y el consumo visual se han convertido como un elemento central de la promoción turística contemporánea, particularmente en un escenario donde la imagen digital desempeña una influencia determinante sobre la construcción de la percepción de los destinos. En cambio, el uso estratégico de la fotografía turística, el contenido en video y otros recursos multimedia permite proyectar experiencias, los paisajes y diversas formas culturales que logran captar la atención del visitante potencial de manera inmediata. Por ejemplo, bajo este enfoque la gestión de destinos se apoya progresivamente en narrativas visuales que no solo facilitan la interpretación de los atractivos, sino que también refuerzan el posicionamiento competitivo del territorio en un mercado global por una alta circulación de información. De acuerdo con **Reyero (2010)**, la integración de tecnologías digitales ha transformado las estrategias de marketing turístico, las plataformas visuales permiten a los organismos de gestión comunicar su propuesta de valor de forma más envolvente, fomentando al mismo tiempo una interacción directa y dinámica con el usuario.

## Creación de galerías o archivos visuales

En este proceso la creación de galerías o archivos visuales, se establece como un proceso técnico en la recopilación y organización de fotografías, videos y otros materiales visuales destinados a promover un destino turístico. Estas galerías pueden presentarse en páginas web institucionales, portales de turismo o plataformas digitales especializadas, donde las imágenes cumplen la función de representar visualmente los atractivos del territorio. De manera, que los archivos visuales digitales influyen en la toma de decisiones de los turistas, ya que permiten explorar anticipadamente los destinos y generan expectativas sobre las experiencias que se pueden vivir durante la visita **(Medina Cardona, 2011)**.

La creación de galerías visuales también contribuye a fortalecer la identidad turística del destino, dado que las imágenes seleccionadas suelen resaltar elementos del patrimonio cultural, las festividades y los paisajes del territorio. En este sentido, las fotografías son comunicativas, ya que transmiten significados culturales y valores

asociados al destino. Investigaciones recientes indican que los contenidos fotográficos organizados estratégicamente pueden mejorar el posicionamiento del destino en el mercado turístico. Por lo tanto, las galerías visuales constituyen herramientas relevantes dentro de las estrategias de promoción turística **(Yallop y Seraphin, 2020)**.

**Archivo personal y memoria del viaje**

El archivo personal y la memoria del viaje, que se refiere al conjunto de fotografías y registros visuales que los turistas generan durante sus experiencias de viaje. Estos archivos personales cumplen una doble función: por un lado, permiten conservar recuerdos y experiencias vividas; por otro, se convierten en recursos que pueden ser compartidos en diferentes plataformas digitales, contribuyendo indirectamente a la promoción del destino. Según **Ferrer y Martínez (2025)**, la fotografía turística se encuentra estrechamente vinculada con la construcción de la memoria del viaje, ya que las imágenes permiten capturar momentos significativos y reinterpretar la experiencia turística desde la perspectiva del visitante.

**Uso de redes sociales**

El uso de las redes sociales es una de las herramientas de mayor influencia en los procesos de difusión y consumo visual dentro del sector turístico. En cambio, las plataformas digitales con un alto componente gráfico, tales como Instagram, Facebook o TikTok, facilitan el intercambio de contenidos multimedia en tiempo real, lo cual permite proyectar la imagen de los destinos hacia una audiencia global de manera inmediata, debido a este escenario, las redes sociales funcionan como espacios de interacción dinámica donde los usuarios no solo consumen información, sino que además se convierten en consumidores que generan fotografías, videos y relatos basados en sus propias experiencias de viaje. Estas plataformas han cambiado la forma en la que buscan información y deciden realizar el viaje, pues las imágenes con los relatos publicados por otros usuarios alteran la elección de los destinos. Por consiguiente, el entorno digital se establece como el diseño de las estrategias de promoción actuales, permitiendo que la oferta cultural y paisajística sea percibida de una forma más cercana y confiable **(Sala et al., 2022)**.

### Características del contenido promocional

Las características del contenido promocional son decisivas dentro de las estrategias de promoción turística, pues determinan la manera en que un destino comunica sus atractivos y experiencias al público, dado que el contenido promocional comprende el conjunto de mensajes, imágenes y recursos informativos utilizados para difundir un destino turístico con el propósito de captar la atención de los potenciales visitantes. Lo cual, en el ámbito del turismo cultural, estos contenidos deben resaltar los valores identitarios, las tradiciones y las manifestaciones culturales propias del territorio. Asimismo, el contenido promocional efectivo se caracteriza por transmitir mensajes claros, atractivos y diferenciadores que permitan posicionar un destino en el mercado turístico y generar interés en los visitantes **(Asunción, 2024)**.

### Uso de imágenes atractivas de las fiestas

La calidad del contenido promocional se relaciona directamente con el uso de imágenes atractivas que representan adecuadamente las festividades, especialmente en aquellos destinos donde las celebraciones culturales constituyen un elemento central de la oferta turística. De esta manera, las imágenes permiten mostrar visualmente distintas expresiones culturales, como la vestimenta tradicional, las danzas y los rituales que forman parte de las festividades, generando una conexión con el público. Asimismo, en este sentido, la fotografía turística cumple un papel fundamental en la promoción de destinos culturales, ya que facilita la transmisión de experiencias visuales que despiertan el interés de los turistas, por ejemplo, se destacan que los contenidos visuales influyen significativamente en la percepción del destino y en la decisión de viaje de los turistas **(Coronel et al., 2025)**.

### Claridad en la información del evento

La claridad en la información del evento, la cual se refiere a la capacidad de los contenidos promocionales para proporcionar datos precisos y comprensibles sobre las festividades y actividades culturales. La información sobre fechas, horarios, ubicación, programación y significado cultural de los eventos permite a los turistas planificar su visita y comprender el contexto de las celebraciones. Por otro lado, la información clara y accesible en plataformas digitales influye significativamente en

la elección de los turistas, debido a que facilita la búsqueda de información con datos relevantes y reduce la incertidumbre durante la planificación del viaje **(Fernández et al., 2025)**.

Asimismo, la claridad informativa, esta se convierte en un factor determinante para fortalecer la credibilidad de las estrategias de promoción turística, ya que los visitantes tienden a generar mayor confianza cuando los contenidos presentan información completa, organizada y de fácil comprensión. A tal modo que, cuando los eventos culturales se explican adecuadamente a los turistas pueden comprender su valor histórico y simbólico, lo que enriquece la experiencia turística, dentro de los destinos dado que proporcionan información estructurada y contextualizada sobre sus eventos culturales logran mejorar la experiencia del visitante y fortalecer su posicionamiento en el mercado turístico **(Molina, 2023)**.

**Enfoque en la identidad cultural indígena**

El enfoque en la identidad cultural indígena establece un aspecto fundamental dentro de las características del contenido promocional en aquellos destinos que poseen una fuerte presencia de patrimonio cultural. Es por ello que, la promoción turística debe resaltar los elementos que conforman la identidad de las comunidades indígenas, tales como sus tradiciones, cosmovisión, artesanías, música y festividades. En cambio, la difusión responsable de este patrimonio cultural contribuye a su preservación existente y al reconocimiento de la diversidad cultural. En este sentido, la promoción turística basada en la identidad cultural permite visibilizar las tradiciones de las comunidades y fortalecer el desarrollo del turismo cultural sostenible, no solo favorece el patrimonio intangible, sino que al tiempo que genera oportunidades de desarrollo local para los pueblos originarios **(Villacrés et al., 2025)**.

**Estrategias de comunicación**

Las estrategias de comunicación constituyen un elemento fundamental dentro de la promoción turística, ya que permiten difundir los atractivos, experiencias y valores culturales de un destino hacia los potenciales visitantes. Por otro lado, estas estrategias conllevan el conjunto de herramientas, medios y canales utilizados para

transmitir mensajes promocionales con el propósito de posicionar un destino en el mercado turístico, sobre el ámbito del marketing turístico, la comunicación efectiva contribuye a generar interés, confianza y reconocimiento del destino entre los viajeros. De la misma manera, las estrategias de comunicación en turismo tienen como finalidad buscar, informar y persuadir a los consumidores mediante diversos medios promocionales que facilitan la difusión de los productos y servicios turísticos, la adecuada planificación mejora la visibilidad de los lugares a visitar **(Bazan, 2024)**.

**Canales digitales de promoción**

En el contexto actual son los canales digitales de promoción, los cuales incluyen plataformas en línea como páginas web, redes sociales, blogs de viaje y portales especializados en turismo. Asimismo, el desarrollo de las tecnologías de la información ha generado cambios significativos en las estrategias de promoción turística, permitiendo que los destinos alcancen audiencias globales de manera inmediata. Para **(Martínez, 2026)**, el uso de plataformas digitales ha fortalecido la comunicación turística, ya que permite compartir contenidos visuales, información actualizada y experiencias de viaje que influyen en la toma de decisiones de los turistas.

Por otro lado, los canales digitales también favorecen la interacción entre los destinos turísticos y los potenciales visitantes, ya que generan espacios de comunicación bidireccional en los que los usuarios pueden comentar, compartir experiencias y recomendar distintos lugares. Por ende, este tipo de interacción contribuye a fortalecer la imagen del destino y a incrementar la confianza en el público. En el caso de investigaciones recientes que señalan que el contenido difundido en redes sociales y plataformas digitales incide significativamente en la planificación del viaje, debido a que los turistas suelen consultar información en línea antes de elegir un destino **(Moreira, 2025)**. Por lo tanto, los canales digitales se han convertido en herramientas clave dentro de las estrategias de promoción turística contemporáneas.

**Material publicitario impreso y audiovisual**

El material publicitario impreso y audiovisual, el cual incluye recursos como folletos, catálogos turísticos, afiches promocionales, videos institucionales y documentales turísticos. Estos materiales permiten comunicar de manera visual y estructurada las características del destino, resaltando sus principales atractivos culturales y naturales. Según **(Suquilanda, 2022)**, el material promocional constituye una herramienta fundamental para transmitir información turística de forma clara y atractiva, facilitando la promoción del destino en ferias turísticas, oficinas de información y campañas publicitarias.

Para el desarrollo de esta investigación el uso de materiales audiovisuales permite generar experiencias visuales que captan la atención del público y transmiten emociones asociadas al destino. Los videos promocionales, por ejemplo, pueden mostrar paisajes, festividades y actividades culturales que permiten al visitante imaginar la experiencia turística antes de viajar. Estudios recientes indican que los contenidos audiovisuales no solo contribuyen significativamente en la imagen del destino y en la intención de visita de los turistas al despertar su interés y motivación por conocer un destino **(Bulchand, 2022)**.

**Relaciones públicas y eventos de lanzamiento**

En cuanto a las relaciones públicas y eventos de lanzamiento representan otra estrategia de suma importancia dentro de la comunicación turística. De esta manera, estas acciones incluyen actividades como presentaciones oficiales de destinos, festivales culturales, ferias turísticas y eventos promocionales dirigidos a medios de comunicación, agencias de viaje y operadores turísticos. De acuerdo con **(González, 2023)**, las relaciones públicas permiten fortalecer la visibilidad de los destinos turísticos y establecer vínculos estratégicos con actores clave del sector turístico. En este sentido, los eventos de lanzamiento y las actividades promocionales contribuyen a generar mayor difusión del destino y a posicionar sus atractivos culturales en el mercado turístico.

## Comunicación turística del destino

La comunicación turística del destino representa el conjunto de procesos mediante los cuales se transmiten mensajes informativos y persuasivos que permiten dar a conocer los atractivos, experiencias y valores culturales de un territorio. Ahora bien, en el contexto del turismo cultural, esta comunicación se orienta principalmente a resaltar los elementos identitarios que diferencian al destino dentro del mercado turístico. En referencia a lo expuesto, **(González y Segredo, 2025)** la comunicación turística desempeña un papel estratégico en la construcción de significados sobre los destinos, debido a que los contenidos promocionales ayudan a desarrollar la forma de las percepciones y expectativas de los turistas antes de su visita, de esta manera, una comunicación adecuada permite posicionar al destino y generar interés en experiencias culturales auténticas.

## Mensajes promocionales sobre las festividades

Los mensajes promocionales sobre las festividades, los cuales tienen como objetivo resaltar las celebraciones tradicionales como parte del atractivo turístico del destino. Las festividades constituyen manifestaciones culturales que reflejan las prácticas sociales, religiosas y simbólicas de una comunidad, por lo que su difusión contribuye a fortalecer el turismo cultural. De acuerdo con **(Galeas y Calderón, 2022)**, la promoción de eventos culturales y festividades tradicionales permite diversificar la oferta turística de un determinado sitio y atraer turistas interesados en vivir experiencias culturales vinculadas con la cultura y la identidad local.

Es fundamental dentro del turismo cultural, los mensajes promocionales relacionados con las festividades suelen incorporar descripciones interpretativas que explican el significado cultural de las celebraciones que muestran las danzas, las vestimentas tradicionales y rituales que forman parte de estas manifestaciones culturales. De esta manera, cuando estos mensajes promocionales son diseñados de manera estratégica, logran transmitir una imagen autentica del destino y despertar el interés de los futuros turistas. Por ello, la comunicación de eventos culturales contribuye a fortalecer la identidad del destino y a dinamizar la actividad turística local,

especialmente relevante en aquellas comunidades que mantienen tradiciones ancestrales **(Fernández et al., 2024)**.

### Organización de imágenes y texto

La organización de imágenes y texto, la cual se refiere a la manera en que los contenidos visuales y escritos se estructuran dentro de los materiales promocionales para transmitir información de forma clara y atractiva. La combinación adecuada de imágenes y texto permite comunicar las características del destino de manera comprensible para los potenciales visitantes. Según **(Vargas et al., 2024)**, los materiales promocionales efectivos deben integrar elementos visuales y narrativos que permitan interpretar el destino y generar una experiencia comunicativa coherente para el público.

De igual manera **(García et al., 2023)**, la adecuada organización de imágenes y texto contribuye a construir una representación clara y atractiva del destino que facilita la comprensión de su oferta turística. De esta manera, las imágenes cumplen con captar la atención del público, mientras que los textos aportan información contextual que explica el significado cultural de los elementos representados. Por otro lado, indagaciones recientes resaltan que la estructura visual y narrativa de los contenidos promocionales contribuye en la percepción del destino y en la intención de visitar de los turistas.

### Narrativas comunicativas del destino

La narrativa comunicativa del destino constituye un recurso fundamental dentro de la promoción turística, ya que permite construir relatos que transmiten la historia, cultura y valores del territorio. Las narrativas turísticas combinan elementos simbólicos, culturales y emocionales que ayudan a los turistas a interpretar el significado del destino. Según **(Escudero, 2022)**, las narrativas en la comunicación turística permiten generar conexiones emocionales entre los visitantes y el destino, lo que contribuye a fortalecer la imagen turística y a consolidar experiencias significativas para los viajeros.

## 1.2 Objetivos

### Objetivo general

Investigar el fototurismo como eje estratégico de la promoción turística de las fiestas populares de la comunidad Salasaca, para diversificar la oferta turística cultural a partir de la construcción de nuevas formas de mirada y representación del territorio.

### Objetivos específicos

- Analizar el fototurismo como actividad interpretativa que permite comprender las narrativas y significados culturales presentes en las fiestas populares de la comunidad Salasaca.
- Identificar las estrategias de promoción turística utilizadas en las fiestas populares de la comunidad Salasaca, identificando cómo construyen y proyectan la imagen cultural del destino.
- Diseñar un manual de estrategia de fototurismo, que fortalezca la promoción turística de las fiestas populares de la comunidad Salasaca y contribuya a la diversificación de su oferta cultural.

### Descripción del cumplimiento de los objetivos

Para el cumplimiento con los objetivos, lo primero fue enfocar y analizar el fototurismo como actividad interpretativa dentro de las fiestas populares de la comunidad Salasaca, se utilizaron fichas de memoria visual como instrumento de investigación. Mediante este recurso se recopilaron imágenes relacionadas con el ciclo festivo de la comunidad, permitiendo identificar símbolos culturales, vestimenta tradicional, rituales y expresiones identitarias presentes en las celebraciones. El análisis visual facilitó la comprensión de las narrativas culturales proyectadas a través de la fotografía y evidenció el valor interpretativo del fototurismo dentro del contexto cultural de Salasaca.

De la misma manera, se realizó la recolección de imágenes publicadas en redes sociales y medios digitales con el propósito de identificar las estrategias de promoción turística utilizadas durante las fiestas populares de la comunidad. El análisis permitió reconocer el uso frecuente de fotografías y contenidos visuales

enfocados en la difusión de la identidad cultural indígena, las festividades tradicionales y las expresiones patrimoniales del territorio. Asimismo, se evidenció que las redes sociales funcionan como herramientas de difusión que fortalecen la visibilidad turística y la proyección cultural de Salasaca.

Finalmente, para dar cumplimiento al último objetivo, se diseñó un manual de estrategias de fototurismo orientado al fortalecimiento de la promoción turística de las fiestas populares de la comunidad Salasaca. El manual integró diferentes fichas temáticas enfocadas en rutas fotográficas, experiencias inmersivas, circuitos festivos, vestimenta tradicional, promoción visual y estrategias digitales, permitiendo consolidar herramientas prácticas para la difusión cultural del territorio. Además, el manual busca contribuir a la diversificación de la oferta turística cultural mediante estrategias que promuevan la identidad local y mejoren la proyección turística de las festividades comunitarias.

# CAPÍTULO II

# METODOLOGÍA

## 2.1 Materiales

**Tabla 1**

*Recursos a utilizar durante la investigación*

| **INSTITUCIONALES** | **DETALLE** | **COSTO** |
|---|---|---|
| GAD Parroquial Salasaka | Institución local que facilita información territorial para la investigación. | $0,00 |
| Biblioteca institucional | Permite el acceso a fuentes académicas. | $0,00 |
| **HUMANOS** | **DETALLE** | **COSTO** |
| Estudiante | Personas solicitadas e indispensables que participan de manera directa o indirectamente en la investigación. | $0,00 |
| Tutor | | $0,00 |
| Entrevistados | | $0,00 |
| **TECNOLOGICOS** | **DETALLE** | **COSTO** |
| Computadora | Facilitan la recopilación, procesamiento y análisis de la información sobre las variables del estudio | $600,00 |
| Celular | | $480,00 |
| Internet | | $100,00 |
| **MATERIALES** | **DETALLE** | **COSTO** |
| Esfero | Serán utilizados en las diferentes etapas de la investigación, especialmente en la recopilación de datos y elaboración de documentos. | $0,40 |
| Resma de papel Bon | | $4,00 |
| Tinta de impresora | | $24,00 |
| Copias | | $5,00 |
| **TOTAL** | | $1.213,40 |

*Nota.* Los recursos detallados en la siguiente tabla representan de manera detallada que los recursos que se utilizó durante la investigación.

## 2.2 Métodos

### Enfoque cualitativo

Para la presente investigación se utilizó un enfoque cualitativo, el cual fue concebido como una perspectiva metodológica orientada a comprender la realidad social mediante el análisis de significados, experiencias y acciones de los individuos dentro de su contexto. Por otro lado, los métodos cuantitativos, este enfoque no se apoyó en la medición de datos numéricos, sino en la compresión profunda de los fenómenos tal como se manifestaron en la vida real. D esta manera se permitió analizar la forma en que las personas construyeron e interpretaron su realidad, tomando en cuenta sus prácticas, valores y relaciones sociales. Según **Piña (2023)**, este enfoque se centró en interpretar y comprender los hechos sociales desde la perspectiva de los propios sujetos, abordando la realidad tal como se presentó, lo que lo caracteriza como una metodología de carácter interpretativo y fenomenológico.

En el caso del fototurismo y la promoción, especialmente en el contexto de sus festividades populares. Este enfoque permitió obtener información centrada en los significados culturales y sociales de las imágenes, lo cual permitió documentar de manera sistemática las manifestaciones de valor simbólico, identidad cultural y prácticas tradicionales presentes en el contexto de estudio. Además, facilita la interpretación de análisis de estrategias de promoción turística facilitó examinar el uso de las imágenes en distintos medios de difusión, permitiendo identificar elementos como la narrativa visual. De esta manera, contribuye a obtener una visión integral y contextualizada del fenómeno estudiado, permitiendo analizar la realidad cultural de Salasaca desde una perspectiva profunda, interpretativa y vinculada a la experiencia social.

De acuerdo con **Guevara et al. (2025)**, el enfoque cualitativo dentro del estudio de comunidades permitió comprender las realidades socioculturales desde la perspectiva de sus actores, valorando sus saberes, prácticas y cosmovisiones. Asimismo, facilitó interpretar la identidad cultural y las dinámicas sociales dentro de su contexto, logrando un análisis profundo y contextualizado.

**Diseño no experimental de tipo transversal**

El diseño no experimental de tipo transversal se aplicó en la presente investigación como una estrategia metodológica que permitió analizar el fenómeno sin manipular las variables de estudio, observándolo tal como se manifiesta en su contexto real. Sin embargo, la recolección de datos se realizó en un único momento, lo que permitió obtener una visión concreta sobre la relación entre el fototurismo y la promoción turística en las festividades populares de la comunidad Salasaca. De esta manera, este tipo de diseño se enfocó a describir y analizar las características de las variables en su estado natural, facilitando compresión de comportamiento dentro del entorno sociocultural sin alterar su dinámica **(Hernández, 2022)**.

Asimismo, este diseño permitió analizar de manera específica las prácticas de fototurismo al tratarse de un estudio transversal, se logró captar información relevante en un periodo determinado, lo que facilitó reconocer cómo los turistas perciben, registran y comparten imágenes del destino. De esta manera, este enfoque hizo posible evidenciar la relevancia de la visualización de la imagen en la construcción de la identidad turística, en coherencia con la naturaleza de las variables planteadas y su relación con la promoción cultural del pueblo Salasaca **(Zúñiga et al., 2023)**.

Para la investigación, el diseño no experimental de tipo transversal fue pertinente para el desarrollo de la investigación, ya que me permitió trabajar con información obtenida directamente del contexto, sin necesidad de intervenir en la dinámica del comportamiento de la comunidad involucrada. Además, esto permitió obtener información pertinente tanto de mano de turistas como habitantes de la comunidad, lo cual le da mayor veracidad al estudio. Ahora bien, al centrarse en determinados periodos de tiempo, se logró diagnosticar un resultado rápido y preciso, que sirvió como base para la elaboración de una estrategia de fototurismo orientada al fortalecimiento la promoción turística y ampliar las alternativas culturales del lugar. Mientras que, el diseño empleado se ajustó adecuadamente a los objetivos planteados y además favoreció el conocimiento dentro de su propia realidad inmediata.

## Alcance

### Alcance investigativo

El alcance investigativo de la presente tesis se fundamentó en el método de estudio de caso, el cual posibilita examinar de manera profunda y sistemática un contexto cultural específico, como lo es la parroquia Salasaca y sus festividades populares. Asimismo, este enfoque nos permitió evidenciar, organizar y analizar la información basada en hechos reales, facilitando la compresión de los elementos socioculturales que participan en la dinámica del fototurismo y su impacto en la promoción turística de la comunidad. Así lo señala **Lara (2017)**, la investigación se distinguió por su facilidad metodológica, lo que destacó su adaptación a los diferentes escenarios y la combinar la teoría con la práctica, lo que dejó comprender las manifestaciones del patrimonio inmaterial desde su propio entorno. De esta manera, las festividades tradicionales establecen una propia conexión entre imagen, cultura y la actividad turística que las características.

Es decir, que la presente investigación se orientó a analizar las festividades representativas, pero también considera sus prácticas, simbolismos y prácticas culturales. La adaptabilidad del estudio de caso favoreció una inmersión directa en el contexto cultural, favoreciendo determinar las actitudes, comportamientos y dinámicas sociales durante la celebración. Por ende, se integran los fundamentos teóricos con la evidencia empírica, resaltando que las manifestaciones festivas de Salasaca no solo conservan las tradiciones locales, sino que también se consolidaron en recursos estratégicos para fortalecer la promoción turística usando la imagen y la experiencia visual.

### Alcance territorial

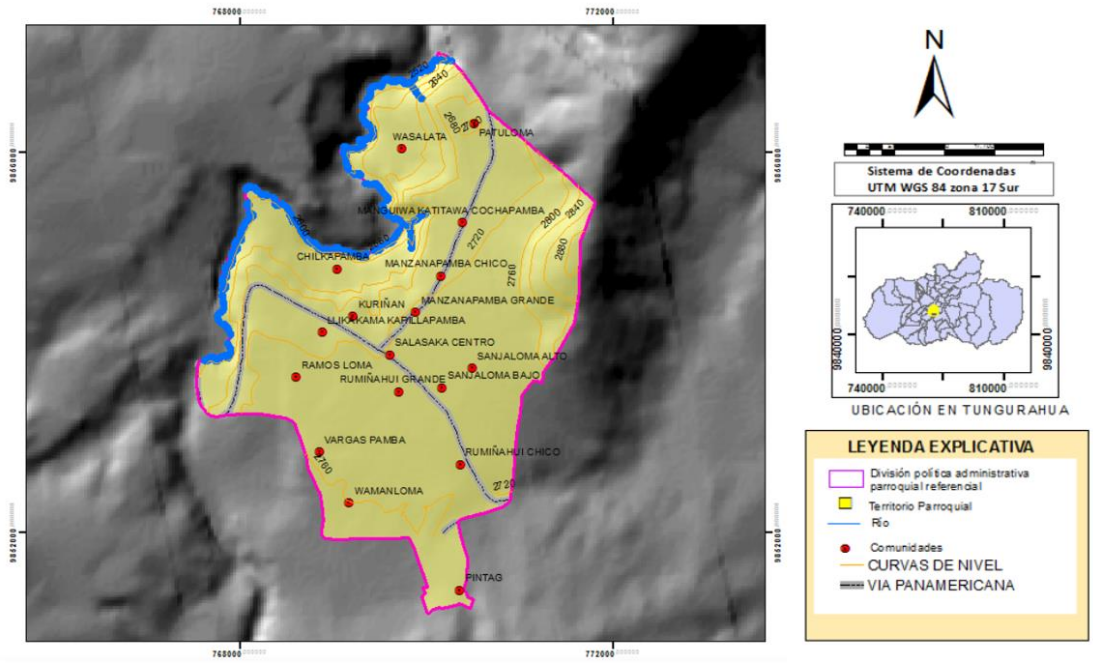
### Ubicación geográfica

Ubicado en el cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua, el *Pueblo Kichwa Salasaca* se extiende sobre una superficie total de 1.415 hectáreas. Este se encuentra a 13 Km de distancia de la ciudad de Ambato y forma parte de la hoya de Patate, al igual se encuentra a 5 Km de la ciudad de Pelileo, se caracteriza por su entorno

Andino y está atravesado por la carretera panamericana lo que facilita su accesibilidad turística. Sus límites territoriales comprenden al norte la parroquia El Rosario, al sur Benítez, al este García Moreno y al oeste Totoras y Picaihua. La parroquia Salasaca está conformada por 17 comunidades, los cuales son: Centro Salasaka, Sanjaloma, Manguiwa, Patuloma, Llikakama, Wasalata, Rumiñahui, Manzana Pamba, entre otras que son fundamentales para la organización social, cada comunidad tiene su propia forma de organización, y las decisiones importantes se toman en reuniones llamadas asambleas donde participan los habitantes. Este tipo de organización ayuda a que las personas trabajen en conjunto y se mantenga la unión entre las comunidades y todos puedan participar en el desarrollo de la parroquia. **(Gobierno Autónomo Descentralizado Salasaka, 2023)**.

**Figura 1**

*Mapa de la parroquia Salasaca*




*Nota*. Mapa del Pueblo Salasaca. Fuente: Instituto Geográfico Militar (IGM).

## Historia

La historia del pueblo Salasaca se remonta a la época prehispánica, cuando grupos de origen Aymara fueron trasladados durante el proceso de expansión del Imperio incaico. De acuerdo a diversos registros, este desplazamiento de estos grupos se llevó a cabo bajo el mandato de Túpac Yupanqui, con intereses estratégicos relacionados con la organización social, política y económica del territorio. Más tarde, estos grupos se asentaron en la región que actualmente corresponde a la parroquia Salasaca, donde lograron mantener y preservar sus tradiciones, lengua y formas de organización comunitaria a lo largo del tiempo. Finalmente, esta herencia histórica permitió la consolidación de una identidad cultural propia, definida por la permanencia de sus prácticas ancestrales y un vínculo inquebrantable con la cosmovisión andina **(GAD Salasaka, 2023)**.

## Manifestaciones culturales

Las manifestaciones culturales del pueblo Salasaca estuvieron representadas por diversas festividades populares que evidenciaron la vigencia de su identidad ancestral y su cosmovisión andina. Aunque las principales celebraciones que posee el pueblo Salasaca es el: Alcalde o Apuk Varayuk, el carnaval o Pawkar Raymi, el Caporal, Casi Muzo, Inty Raymi, Corpus Christi, Chishi Otava, Aya Markay (Finados) y finalmente los Capitanes en el mes de Diciembre para culminar el ciclo festivo. Los cuales integraron elementos rituales, agrícolas y religiosos en un proceso de sincretismo cultural, estas festividades incluyen danzas, música, vestimenta simbólica y prácticas comunitarias orientadas al agradecimiento a la pachamama **(Núñez et al., 2024)**.

## Población y muestra

### Población

La población de estudio estuvo conformada por diversos recursos visuales y materiales promocionales relacionados con las fiestas populares de la comunidad Salasaca, considerados como unidades de análisis pertinentes para el estudio del fototurismo y la promoción turística. De esta manera, se incluyeron fotografías

difundidas en medios digitales e impresos, además de diferentes piezas promocionales tales como publicaciones en redes sociales, afiches, videos, páginas web y otros formatos comunicacionales utilizados para la difusión del evento.

Desde el punto de vista metodológico, este trabajo se centró en el análisis de contenidos documentales y elementos visuales, por lo tanto el objetivo de estudio no se basó por informantes o actores sociales, sino por los componentes simbólicos y comunicativos que proyectan la identidad cultural de la localidad, siguiendo los criterios de **(Hernández & Mendoza, 2018)**. Por otro lado, los materiales seleccionados funcionaron como fuentes empíricas necesarias para entender cómo se organizan las estrategias de promoción turística y cómo estas ayudan en el posicionamiento de la imagen cultural en contextos comunitarios.

De igual manera, el estudio partió de las premisas de que las imágenes y los contenidos promocionales no solo cumplen una función informativa, sino que actúan como dispositivos de representación cultural, capaces de transmitir significados, valores identitarios y narrativas turísticas, lo cual justifica su consideración como población de análisis **(Rose, 2016).**

**Muestra**

La muestra fue de tipo no probabilística, específicamente mediante un muestreo intencional o por criterio, dado que la selección de las unidades de análisis respondió a la pertinencia temática y a la capacidad de los materiales para aportar información relevante en función de los objetivos de la investigación **(Otzen y Manterola, 2017)**. De esta manera, se seleccionaron fotografías y materiales promocionales que guardan relación directa con las fiestas populares de la comunidad Salasaca y que evidencian elementos culturales, simbólicos y turísticos.

La muestra estuvo constituida por un total de:

**Tabla 2**

*Material visual a utilizarse para el desarrollo de la investigación*

| **Tipo de material** | **Cantidad** |
|---|---|
| Fotografías | 13 |
| Piezas Promocionales | 20 |
| Total | 33 |

*Nota.* Material fotográfico y promocional a utilizarse durante la investigación.

La selección se realizó considerando criterios de inclusión tales como: (a) relación directa con las festividades analizadas, (b) presencia de contenido visual representativo de la identidad cultural, (c) difusión en canales de promoción turística, y (d) calidad visual y comunicacional del material.

La selección de la muestra se llevó a cabo a partir de criterios de descarte enfocados en eliminar materiales duplicados, archivos que no son de calidad visual y contenidos que no tienen conexión directa con la promoción turística de las festividades. Asimismo, este procedimiento permitió garantizar la calidad y sentido de la información recolectada, contribuyendo al fortalecimiento de la investigación.

Durante dicho procedimiento se nos permitió seleccionar elementos de carácter intencional que sustentó el enfoque descriptivo y cualitativo de la investigación, debido a que el interés principal no estuvo en obtener una vista general estadística, sino en alcanzar una interpretación profunda y detallada de la información a analizarse. De esta manera, la muestra seleccionada permitió estudiar de manera sistemática cómo las estrategias de promoción turística, apoyadas en recursos visuales, contribuyen a la construcción y proyección de la imagen cultural del destino **(Moser y Korstjens, 2018)**.

## Técnicas

### Registro visual

El registro visual es una técnica de recolección de información que consiste en la captura de imágenes, fotografías o videos con el fin de documentar de manera directa los fenómenos observados en su contexto natural. En este sentido, permite evidenciar

elementos culturales, sociales y espaciales que forman parte del objeto de estudio, facilitando su posterior análisis e interpretación. Además, esta técnica resulta especialmente útil en investigaciones vinculadas al turismo, ya que posibilita registrar aspectos visuales como manifestaciones culturales, actividades y escenarios que difícilmente pueden describirse únicamente de forma escrita **(Banks, 2007)**.

Para este proceso investigativo, el registro visual fue empleado con la finalidad de documentar las festividades tradicionales de la comunidad Salasaca, enfocándose en las prácticas vinculadas al fototurismo, la interacción de los visitantes y las distintas manifestaciones culturales presentes en el territorio. Por lo cual, se permitió recopilar evidencia visual sobre cómo los visitantes capturan e interpretan el destino, lo cual contribuyó al análisis de la promoción turística a partir de la imagen. Asimismo, esta técnica facilitó complementar la información obtenida mediante otras fuentes, fortaleciendo la validez del estudio.

**Análisis documental**

El análisis documental es una técnica que consiste en la revisión, selección e interpretación de información obtenida de documentos escritos, digitales o audiovisuales relacionados con el tema de investigación. Asimismo, permite construir un sustento teórico sólido, así como comprender antecedentes, conceptos y enfoques que aportan al desarrollo del estudio. Por eso, esta técnica facilita la organización de la información existente, permitiendo identificar elementos clave que contribuyen al análisis del fenómeno investigado **(Bowen, 2009)**.

En este contexto, el análisis documental se aplicó para revisar fuentes académicas, artículos científicos, planes de desarrollo y documentos institucionales relacionados con el fototurismo, la promoción turística y el patrimonio cultural de la comunidad Salasaca. Por lo tanto, esta técnica permitió fundamentar teóricamente el estudio, así como contextualizar el fenómeno dentro del ámbito del turismo cultural.

## Instrumentos

### Ficha de registro fotográfico

Las fichas de análisis fotográfico utilizadas en la investigación se desarrollaron en concordancia con principios éticos relacionados con la cesión y uso responsable de derechos de imagen. Este instrumento garantizó que las fotografías obtenidas para este estudio fueran de fuentes con libre acceso o mediante una debida autorización por parte de sus autores o creadores. De la misma manera, se respetaron los lineamientos relacionados con la autoría, el uso académico, el trato de las imágenes como uso no comercial de los materiales fotográficos que se utilizó. Asimismo, el manejo de estas imágenes se realizó exclusivamente con fines de investigación para mantener los criterios de confidencialidad y el debido respeto hacías las normas vigentes de los derechos del autor de cada una de estas.

Para asegurar la fiabilidad del estudio, el instrumento fue evaluado por un comité de dos expertos con amplia trayectoria en investigación turística y metodológica. En la cual, dicha validación consistió en una revisión exhaustiva orientada a verificar la claridad y la relevancia de los componentes del instrumento. De esta manera, se confirmó que la estructura del cuestionario o guía guardara una relación directa y lógica con las metas del estudio, cumpliendo con los estándares de calidad académica exigidos.

### Ficha de análisis de estrategias de promoción turística

El instrumento de investigación fue sometido a un proceso de validación por juicio de expertos, en el cual participaron dos especialistas con experiencia en el área de turismo y metodología de la investigación. La evaluación se centró en criterios de pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems en relación con los objetivos del estudio y las variables analizadas. A partir de las observaciones y sugerencias emitidas, se realizaron los ajustes necesarios, lo que permitió garantizar la validez de contenido y la adecuación del instrumento al contexto de investigación.

En la presente investigación, esta ficha se utilizó con el propósito de analizar cómo las festividades populares de la comunidad Salasaca fueron promovidas a través de

distintos medios, especialmente desde el enfoque de la promoción turística. Su aplicación permitió identificar la intencionalidad comunicativa, el uso de imágenes y la coherencia entre los contenidos difundidos y la identidad cultural del territorio. De esta manera, este instrumento contribuyó a comprender cómo las estrategias de promoción turística influyeron en la construcción de la imagen del destino y en la valorización de su patrimonio cultural.

# CAPÍTULO III

# RESULTADOS Y DISCUSIÓN

## 3.1 Análisis y discusión de los resultados

### Análisis de resultados de las fichas de registro fotográfico

**Tabla 3**

*Resultado de ficha fotográfica ECH001*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** |
|---|
| **1. Material visual** |
|  |

| **2. Datos generales** | |
|---|---|
| **Código:** | ECH001 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Apuk Varayuk “tayta alcaldes” |
| **Año aproximado:** | 01de Enero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Iglesia central del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Darío Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Rikuy Salasaka |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=856236313880542&set=pb.100084825426715.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |
| **3. Componentes visuales y socioculturales** | |
| Se observa la posesión del Nuevo Apuk Varayuk (Alcalde Mayor), esta celebración se la realiza el primer día del año y refleja un acto lleno de simbolismo ya que en esta ceremonia se le entrega una vara de mando que representa poder, responsabilidad y rectitud otorgado por el Obispo de la iglesia católica, por lo tanto el será una figura de poder dentro del pueblo Salasaca durante todo el año, este personaje también llevara más varayuks detrás de él, ellos serán los protectores de la comunidad y actores fundamentales en las celebraciones tradicionales, suelen vestir formal destacando el poncho negro y blanco, pantalón blanco y el sombrero blanco de ala ancha, su presencia suele ser fundamental para dar credibilidad a las festividades ya que se aseguran que se mantengan fieles a su origen, dado su importancia suelen ser el centro de las narrativas visuales que normalmente buscan documentar la herencia intangible y la resistencia cultural frente a la modernidad. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☐ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☐ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☐ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |

| | |
|---|---|
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☑ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☐ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 4**

*Resultado de ficha fotográfica ECH002*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH002 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Recorrido de los alcaldes. |
| **Año aproximado:** | 15 de Enero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Recorrido de todo el Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Darío Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Rikuy Salasaka |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=866597906177716&set=pb.100084825426715.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| A las dos semanas desde su posesión en la iglesia central de Salasaca, los alcaldes tienen la obligación de hacer un recorrido de 2 días empezando por el día miércoles en la madrugada hasta el día jueves en la noche por todo el territorio. El recorrido suele iniciar desde la comunidad de Katitawa y finaliza en la comunidad Manzana Pamba chico con el alcalde mayor siempre a la cabeza , en su visita van casa por casa por toda la comunidad, invitando a la gente que encuentren en casa a ir a la misa de los días Domingos, suelen ser vigilantes del bienestar de la comunidad, antiguamente eran los encargados de verificar que los niños asistieran a las escuelas y consolidar matrimonios, en su trayecto pasaran por la casa de los alcaldes que lo siguen, en la cual los esperaran con música, chicha y comida para que sigan con su camino, para esta ocasión se visten con un poncho negro con líneas rojas "Mudana", su sombrero adornado con cintas de colores y una pluma multicolor, un pantalón blanco con un bordado en la parte inferior lleno de simbolismo "Katatumba" sujetado por el chumbi, el reboso de color rojo alrededor de su cuello y por último la vara en su mano de igual manera la vara está adornada con cintas y plata para darle mayor realce. Ellos representan la verdadera narrativa visual en movimiento, los Varayuks caminan con un paso rítmico y pausado, asegurándose de que su presencia sea vista por todos como un recordatorio de la resistencia cultural y la vigencia de las leyes ancestrales que rigen la vida en la Parroquia Salasaca. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☐ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☐ Espacios culturales representativos<br>☑ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☑ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☐ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☐ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión |

| | |
|---|---|
| | ☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☑ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 5**

*Resultado de ficha fotográfica ECH003*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH003 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Caporales del día Domingo |
| **Año aproximado:** | 08 de Febrero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Iglesia de pelileo |
| **Autor/a** | Curi Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Kausari TV. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=831609336652684&set=pb.100094108763850.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| **3. Componentes visuales y socioculturales** | |
|---|---|
| El Caporal del día domingo es una de las festividades más representativas del pueblo Salasaca, la celebración dura aproximadamente 3 días, el Caporal es quien asume la responsabilidad de financiar y preparar la fiesta, tendrá el periodo de un año para organizar de manera adecuada tras haber sido nombrado el Domingo de Ramos es decir hasta febrero del siguiente año en honor al niño Manuelito, suele vestir con paños de colores asimilando al arcoíris y bordados representativos, sombrero de ala ancha de color verde, negro o café y en su mano un azadón representando su trabajo en el campo, otro personaje es el ñuñu, un joven vestido con la ropa típica de la mujer Salasaca que representa la fertilidad y la protección maternal que baila junto al caporal y a su vez también ayuda a financiar la festividad. El caporal y el ñuñu tendrán a su mando un numero representativos de doñas y negros, los negros el día domingo se vestirán completamente de blanco y de igual manera su cara deberá ser pintada de color blanco, las doñas estarán con baetas de colores y una cinta de colores a su alrededor asemejando al arcoíris, blusa blanca bordada de un pavo real, anaco negro y por dentro una enagua blanca, una baja de colores, sandalias y un sombrero del color designado por el caporal. Los montados por otra parte son un grupo de 50 a 70 personas, una mula lleva consigo un baúl con plata, utensilios y otra mula lleva un muñeco llamado el patrón, en sus bolsillos lleva papeles asemejando al dinero. Esta festividad representa a la época de la colonia en donde los españoles recorrían el pueblo Salasaca en busca de jóvenes fuertes que trabajaran gratis, por lo que los jóvenes no tuvieron más opción que vestirse como las mujeres para evitar ser llevados. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☑ Participación comunitaria<br>☑ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☑ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☑ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☑ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☑ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales |

| | |
|---|---|
| | ☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☑ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☐ Observación pasiva<br>☑ Participación activa<br>☑ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☑ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☑ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☑ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☐ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☑ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☑ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 6**

*Resultado de ficha fotográfica ECH004*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH004 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Caporales día Lunes y Martes |
| **Año aproximado:** | 09 y 10 de Enero del 2026 |
| **Lugar específico:** | Iglesia central de Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Curi Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Kausari TV. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=832218856591732&set=pb.100094108763850.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |
| **3. Componentes visuales y socioculturales** | |

| | |
|---|---|
| El caporal del día lunes y martes son los más conocidos debido a que son más atrevidos y osados que los del día domingo. Cabe señalar que, por la representación de su esbelto y colorido atuendo, el caporal figura toda la cosmovisión e ideología del mundo indígena, en la casa del caporal varias mujeres tendrán grandes fogones con ollas donde se hierven papas, carne y mote, en otra olla agua con panela. Por otro lado, el ñuñu el día de hoy vestirá con mote pelado una baeta blanca con bolitas de colores hechas de hilos a sus costados, encima una baeta negra, para cragar al niño Manuelito lo hara con un paño de mano y el sombrero blanco decorado con cintas de colores y una pluma multicolor que saldrá desde su casa con los negros y doñas a su disposición después de entregarles pan, cola, cuy y gallina para que carguen en sus espaldas con una cuerda llamada "alapa", los negros como ya se dice en su palabra vestirán totalmente de negro al igual que las doñas con una baeta negra y sombrero blanco como el ñuñu. En la casa del caporal dos hombres serán los encargados de repartir la comida preparada por las mujeres a todos los asistentes mientras el caporal se viste para salir con camisa y pantalón blanco que en sus vastas posee un bordado con formas geométricas en representación del bien, alrededor de su cuerpo entrelazadas lleva pañuelos de colores con acabados de flores, encima de los pañuelos lleva un manto en forma de capa similar a un poncho pequeño de color negro, una cruz de plata elaborada con 5 monedas de plata, las cuales representan el Tawantinsuyo, Anty Suyu,Cunty Suyu, Chinchay Suyu y Kolla Suyu y por último el azadón con un mango de caña de azúcar. Luego de comer se dirigirán hacía la ciudad de pelileo a la iglesia para finalizar su celebración en honor al niño Dios. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☑ Escenario festivo<br>☑ Participación comunitaria<br>☑ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☑ Percepción estética de la celebración<br>☑ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☑ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☑ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales |

| | |
|---|---|
| | ☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☐ Observación pasiva<br>☑ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☑ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☑ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☐ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☑ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☑ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 7**

*Resultado de ficha fotográfica ECH005*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH005 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Carnaval |
| **Año aproximado:** | 17 de Febrero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Comunidad de Chilcapamba perteneciente al Pueblo Salasaca |
| **Autor/a** | Darío Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Rikuy Salasaka. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=8939781434396 92&set=pb.100084825426715.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| Se da inicio al carnaval, esta festividad está a cargo de los alcaldes, se lo realiza el día martes donde cada comitiva de músicos y danzantes salen de la casa los alcaldes en dirección a la comunidad de Chilcapamba en su trayecto a las mujeres deberán brindar chicha y mote a los transeúntes que encuentren en su camino. Los danzantes llevan un pocho rojo con franjas de color café y beige, una camisa y pantalón blanco, también llevan consigo cascabeles atados a sus pies para producir un sonido tranquilizante, en sus hombros llevan caña de azúcar símbolo del trabajo agrícola y muestra de que tenían esencial relación con los indígenas amazónicos. Los músicos llevan la vestimenta tradicional con el poncho blanco, el pingullo y el tambor para entonarlos hasta la tarde. Al anochecer los alcaldes prepararán pan, mote, caldo de res y arroz para recibir a los jóvenes carnavaleros que tendrán como misión asistir a la casa de todos los alcaldes, normalmente finalizan al amanecer. Los carnavaleros son grupos conformados por hombre y mujeres que deberán asistir a la casa de los alcaldes vestidos completamente de blanco y con harina blanca en el rostro, frecuentemente llevan violines, tambores, flautas, pianica y guitarra para cantar coplas carnavaleras y hacer reír al público presente mostrando una faceta alegre donde cantan y bailan a cambio de comida. Estarán acompañados de los danzantes que bailaran al ritmo del pingullo hasta finalizar la noche. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☑ Escenario festivo<br>☑ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☑ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☑ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☑ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☑ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 8**

*Resultado de ficha fotográfica ECH006*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH006 |
| **Código Institucional externo** | N/A |
| **Título asignado a la fotografía:** | Kazi Muzo |
| **Año aproximado:** | 01de Enero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Chacana Pamba del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Darío Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Rikuy Salasaka. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=937821059055400&set=pb.100084825426715.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| Es una celebración previa a recibir al inti raymi conocida como ensayo o Kazi muzo, los alcaldes organizan un evento en donde los danzantes para el Corpus Christi realizan un breve repaso el día Domingo en donde bailan y comparten la comida en la Chakana andina que está cerca del cementerio del Pueblo Salasaca hasta el atardecer, en donde lanzaran palomas blancas dando un significado de libertad para este día llevaran camisa y pantalón blanco, además de ello llevaran consigo pañuelos de colores entrelazadas entre sí que contienen bordados en dorado y el pavo real como símbolo de realeza, en sus piernas llevaran cascabeles que sonaran al caminar y al bailar y su sombrero de ala ancha del color designado por el alcalde, los 3 danzantes saldrán desde la casa del alcalde cargando lima y pan alrededor de su cuerpo para finalizar también llevan caña de azúcar al hombro hasta la chakana al son del pingullo y el tambor. La festividad seguirá hasta el día lunes en la casa del alcalde en donde el los recibirá con chica y comida, aquí es donde los Kazi muzo aprenden como baila el danzante, en este día el alcalde les ofrecerá los cascabeles de los pies que deberán de llevar puestos el día del Corpus Christi. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☑ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☑ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas |

| | |
|---|---|
| | ☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 9**

*Resultado de ficha fotográfica ECH007*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH007 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Inti Raymi |
| **Año aproximado:** | 26 de Junio de 2024 |
| **Lugar específico:** | Chacana Pamba del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Salasaka Cultura. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Facebook. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=333718756441747&set=pb.100094108763850.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| El Danzante es el personaje más imponente del ciclo festivo, representa la máxima expresión del sincretismo, donde el culto prehispánico al Sol y la gratitud por las cosechas se funden con la celebración católica del Corpus Christi. Cabe destacar que esta festividad tiene varios simbolismos que lo representan a través de su vestimenta, son tres danzantes por cada alcalde, los cuales se concentraran en la chakana andina. Empezando por la corona que simboliza el esplendor y la abundancia de tierra debido a que sus espejos reflejan la luz del Sol mientras bailan, las plumas de su tocado que simbolizan el mundo espiritual, además de figuras y joyas que representan la biodiversidad y riqueza de la región. Alrededor de su cuello leva pañuelos de colores con el bordado del pavo real, además de una pechera y faldones de color rojo. Llevan consigo un pantalón blanco y dentro de ellos los cascabeles que al golpear el suelo con fuerza en el "zapateo", el sonido ahuyenta las malas energías y "despierta" a la tierra para que sea fértil. El ritmo es coordinado por el músico que toca el bombo y el pingullo. Los giros que realizan el danzante en su baile representan le movimiento de rotación de la tierra y los ciclos solares. Por ultimo lleva un | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☑ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☑ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☑ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☐ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☑ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas |

| | |
|---|---|
| | ☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☑ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 10**

*Resultado de ficha fotográfica ECH008*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH008 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Chishi Otava “Tarde Otava” |
| **Año aproximado:** | 03 de Julio de 2022 |
| **Lugar específico:** | Comunidad de Chilcapamba del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Jatun Rumiñahui. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Facebook. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=2230842857066715&set=pb.100064866067307.-2207520000 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| **3. Componentes visuales y socioculturales** | |
|---|---|
| La chishi Otava o Tarde Otava como su nombre lo indica, de festeja ocho días después de la celebración principal en este caso del Corpus Christi en agradecimiento por los favores recibidos y la culminación del compromiso asumido por los alcaldes. Para dar inicio a esta celebración las personas de cada comunidad serán las encargadas de hacer castillos de madera en formas geométricas, aquí se deberán de colar pan, naranjas, colas, licor, ropa, frutas y pañuelos, estos castillos serán colgados en tres lugares, Chilcapamba, Llicakama y centro de Salasaca en un palo previamente encebado. La celebración se la realizara el día Domingo en la tarde en donde destacaran los danzantes y personajes disfrazados de animales, profesionistas como peluqueros que portan tijeras grandes, peines gigantes y a veces un espejo o un "asiento" improvisado, chamanes que son los encargados de limpiar el camino de una manera carismática y cómica., boxeadores que llevan mascara de animales y grandes guantes de boxeo que llevan consigo ortiga y hierbas para limpiar las malas energías y reinas de años pasados o actuales a manera de despedida del inti raymi. Estos personajes se acercan a los turistas para simular que les cortan el cabello o los "arreglan". Este acto es una forma de integración forzada pero alegre, donde el espectador deja de ser un observador pasivo y se convierte en parte de la narrativa festiva. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☐ Actividad cultural definida<br>☑ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☑ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☑ Danzas y rituales<br>☐ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☑ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☑ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☐ Espacios culturales representativos<br>☑ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☑ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☐ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☐ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☐ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☑ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☑ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 11**

*Resultado de ficha fotográfica ECH009*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH009 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Capitán de San Antonio de Padua |
| **Año aproximado:** | 05 de Octubre de 2023 |
| **Lugar específico:** | Iglesia de Teligote. |
| **Autor/a** | Curi Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Kausari TV. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=173949192418705&set=pb.100094108763850.-2207520000 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| El capitán se la celebra el mes de agosto en la iglesia Teligote, esta festividad se da en honor a San Antonio de Padua. El origen se basa en homenaje a antiguos capitanes y soldados debido a que se conmemora que el pueblo formo parte de las filas de batallones liberales de Eloy Alfaro, esta celebración dura un aproximado de tres días, empezando por el día miércoles, jueves y viernes. El Capitán vestirá de blanco con pañuelos de color azul, rosado y amarillo a su alrededor que contengan el bordado del pavo real, un sombrero de la capitanía para mostrar su poder y liderazgo a los soldados y una vara de mando similar a la de los alcaldes, el Paje lleva pañuelos de colores entrelazados con un tocado en forma triangular que contiene espejos para demostrar el esplendor de sol y la Loa quienes visten de traje blanco, alas y una aureola en la cabeza quien será el encardo de recitar unas palabras en honor al santo que están venerado en la festividad, todos estos son los personajes principales de esta conmemoración, quienes con dedicación y devoción reafirmaron su compromiso espiritual y cultural, mostrando gratitud hacia quienes colaboran y acompañan en la fiesta. Además de ellos cada capitán posee un número de considerable de soldados y montados que saldrán desde Salasaca hasta la iglesia de Teligote en donde los soldados demostrarán cualidades militares en honor a los soldados caídos en el batallón. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☑ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☑ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☑ Percepción estética de la celebración<br>☑ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☑ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☑ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☑ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☑ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☐ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☑ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☑ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobada por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 12**

*Resultado de ficha fotográfica ECH010*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH010 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Aya Funlla (Día de los difuntos) |
| **Año aproximado:** | 02 de Noviembre de 2025 |
| **Lugar específico:** | Cementerio del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Salasaka Cultura. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Facebook. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1222042766363720000&set=pb.61561160006010.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| Las familias del pueblo Salasaca se preparan para recibir el día de muertos un día antes de asistir al cementerio, cada familia debe prepara los alimentos que llevarán al encuentro de sus seres queridos como, por ejemplo: Pan sin levadura, mote casado, cuy, papas, colada morada, frutas, guaguas de pan y dinero cuidadosamente colocados en una shigra para llevar al día siguiente. Esta ceremonia es el encuentro de dos mundos ya que en la cosmovisión andina los muertos aún no se han ido para siempre y regresan cada año a visitar a sus familiares, con esto en mente el pueblo Salasaca se viste de gala para ir a visitar a sus familiares, la shigra previamente preparada la llevaran las mujeres de la casa en la espalda con el paño de manozo que consiste en un lienzo blanco con franjas negras, al llegar al cementerio cada familia ira a la mesa (tumba) de su familiar en donde deberán de intercambiar los alimentos con el resto de la familia, en esta parte es normal que las familias intercambien comida con otros conocidos en el cementerio, reforzando el tejido social de la parroquia., al finalizar dejaran sobre la tumba los alimentos preferidos por el ancestro para dirigirse a sus hogares, al día siguiente las familias asistirán a la ciudad de Pelileo para pagar una misa de honra para los seres que han partido. La festividad es, en esencia, un acto de reciprocidad. Los vivos proveen alimento y compañía, y a cambio, los ancestros brindan protección y bendiciones para las cosechas y la familia. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☑ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☑ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☑ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☑ Uso de encuadres y perspectivas<br>☑ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☑ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☑ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☐ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☑ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☑ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☑ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☑ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 13**

*Resultado de ficha fotográfica ECH011*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH011 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Capitán de San Buenaventura |
| **Año aproximado:** | 20 de Diciembre de 2022 |
| **Lugar específico:** | Comunidad de Chilcapamba del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Salasaka. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Rikuy Salasaka |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=223841023312409&set=pb.100070595391239.-2207520000 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| El capitán del mes de diciembre se lo hace en honor al santo de San Buenaventura, el capitán que fue nombrado deberá de encargarse de los gastos financiero y el cual tendrá el periodo de un año para realizar los preparativos. La festividad dura aproximadamente tres días, empezando el día miércoles hasta el día viernes. En la casa del capitán grandes fogones con ollas de comida esperan a los soldados que empezaran a llegar paulatinamente desde la mañana al medio día, los cuales serán recibidos con música de banda, chicha y comida mientras esperan que el capitán se prepara con sus ropajes para salir a recibir a los invitados, al salir tiene viste con una camisa blanca, pantalón negro, pañuelos de color amarillo, azul y rojo en el cual llevan bordado de un pavo real, el sombrero de un capitán, un colgante hecho con monedas de plata representando a las 4 regiones de Tahuantinsuyo adornado con cadenas y colgantes de plata y por último la vara adornado con cintas de colores y plata a manera de representar su autoridad y liderazgo hacía los soldados, otros dos personajes lo acompañaran en este trayecto, el Loa que suele ser un ángel el cual guía el camino de nuestro capitán, por otro lado estará el Paje a su lado en representación de un comandante que siempre lo acompañara vestido con pañuelos entrelazados por su cuerpo y una corona llena de espejos, al tercer día finalizaran la celebración en la comunidad de Chilcapamba con fuegos artificiales. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☐ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☑ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |

| | |
|---|---|
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas<br>☒ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☒ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☒ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☒ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☒ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☒ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☒ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☒ Memoria cultural<br>☐ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☒ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 14**

*Resultado de ficha fotográfica ECH012*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH012 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Wawa entierro |
| **Año aproximado:** | 19 de Febrero de 2026 |
| **Lugar específico:** | Iglesia central del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Curi Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Kausari TV. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=781630454983906&set=pb.100094108763850.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| El wawa entierro es una celebración que se da para culminar el ciclo del Caporal, se da años después de haber realizado los 3 días de caporales, puede ser hasta 30 años después de la celebración durante este periodo el ñuñu será el encargado de cuidar al wawa caporal. Para empezar esta celebración el caporal deberá reunir a su ñuñu y a los negros, doñas y negro mayor que participaron en la celebración, como todo un funeral se le pagara una misa de honra para despedirlo, el wawa caporal será colocado en un pequeño ataúd de color blanco, luego de la misa se dirigirán nuevamente a la casa del caporal en donde serán recibidos con bebidas, comida y música hasta al anochecer, una vez finalizada la hora de comida y baile los negros y procederán hacer un pequeño agujero en el patio delantero de la casa en donde será enterrado el wawa caporal para dar por finalizado su periodo como Caporal. Cabe recalcar que otros personajes que participaron en las festividades pueden acompañar el féretro, creando una imagen de gran impacto que mezcla el dolor familiar con el orgullo de la identidad cultural. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☑ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☑ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas<br>☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☑ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural |

| | |
|---|---|
| | ☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☐ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☑ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☑ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 15**

*Resultado de ficha fotográfica ECH013*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH013 |
| **Código Institucional externo** | N/D |
| **Título asignado a la fotografía:** | Tinguirina (Matrimonio) |
| **Año aproximado:** | 02 de Octubre de 2023 |
| **Lugar específico:** | Iglesia central del Pueblo Salasaca. |
| **Autor/a** | Curi Masaquiza. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Kausari TV. |
| **Link:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=172376035909354&set=pb.100094108763850.-2207520000&type=3 |
| **Tipo de fotografía:** | ☐ Blanco y negro<br>☑ Color<br>☑ Digitalizada<br>☑ Original |
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☑ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |

| 3. Componentes visuales y socioculturales | |
|---|---|
| El matrimonio dentro de la comunidad es un acontecimiento de gran felicidad, todo empieza con la pedida de mano hacia la novia, el novio asistirá a la casa de los padres con el "mediano" en agradecimiento a la crianza dela mujer con la que se casará. La celebración tiene un periodo aproximado de tres días empezando por el día domingo hasta el día martes, los novios y los padrinos empezarán a vestirse desde la mañana, los padrinos tienen la obligación de ir a la casa de los novios a recogeros para llevarlos a la iglesia para unir sus vidas, en la iglesia los novios serán unidos por un lazo y un manto este acto se lo conoce como tinguina, al salir de la iglesia la gente les arrojara arroz blanco como símbolo de abundancia y prosperidad, al salir los padrinos deberán de bailar hasta llegar a la casa de la novia en donde permanecerán hasta el atardecer en ese transcurso los novios recibirán bendiciones por parte de los familiares de la novia, luego se deberán trasladar a la casa del novio en donde de igual manera recibirán consejos y bendiciones por parte de los familiares del novio, aquí los padrinos tendrán la obligación de dejar a los novios en la cama hasta el día siguiente, repetirán este proceso hasta dar por finalizado la unión de la pareja es estos días solo los padrinos deberán bailar ya que si los novios bailan se tiene la creencia de que la pareja podría separarse a los pocos día de su unión, de aquí en adelante los padrinos no son solo testigo, son los nuevos guías espirituales y consejeros de la pareja, son quienes ofrecen consejos públicos a los recién casados sobre cómo llevar un hogar basado en el trabajo y el respeto. | |
| **3.1 Observación del entorno festivo** | ☑ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **3.2 Signos y símbolos culturales:** | ☑ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☑ Elementos simbólicos<br>☑ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **3.3 Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☑ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **3.4 Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☑ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: Espacio religioso |
| **3.5 Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☑ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **3.6 Imagen del destino:** | ☑ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☑ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **3.7 Tipo de interacción:** | ☑ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas |

| | |
|---|---|
| | ☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **3.8 Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas<br>☑ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **3.9 Tipo de interacción:** | ☑ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☑ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4 .1 Narrativa de la fotografía** | ☑ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☑ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **4. 2 Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☑ Mujeres<br>☑ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **4.3 Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☑ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **4.4 Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☑ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **4.5 Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☑ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Discusión de resultados de las fichas de registro fotográfico**

La presente tabla expone el proceso de triangulación realizado entre las evidencias obtenidas en las fichas fotográficas y las categorías teóricas planteadas desde la teoría de la mirada turística de John Urry. A través de estos análisis, se nos permitió identificar los principales elementos que se relacionan de manera directa con la representación cultural y turística de la comunidad de Salasaca, tomando en cuenta elementos visuales, simbologías y las experiencias que se evidencian en las manifestaciones culturales ya registradas. Por otro lado, esta tabla nos permite identificar de manera cualitativa como el fototurismo influye en la creación de significados, la difusión de saberes y el posicionamiento entorno al lugar, además de sus implicaciones debido a la indebida exposición visual y promoción turística que pueden sacar de contexto su significado cultural.

**Tabla 16**

*Triangulación de las fichas fotográficas*

| Dimensión analítica | Categoría teórica (Urry) | Evidencia empírica (fichas) | Interpretación cualitativa e implicación para el fototurismo |
|---|---|---|---|
| Construcción de la mirada turística | La mirada construida socialmente. | Centralidad de personajes como Varayuks, Caporales, Danzantes, etc. | La imagen no puede considerarse un elemento neutral, ya que surge de un proceso de selección influido por factores culturales, en el cual el poder simbólico representado, por ejemplo, en las autoridades rituales determina aquello que se muestra. De esta manera, la mirada turística suele enfocarse en los elementos más llamativos. De esta manera, el fototurismo contribuye a la difusión de manifestaciones para destacar a lo más representativo del destino, mientras que se deja en segundo plano la diversidad cotidiana y prácticas comunitarias que también forman parte de la narrativa cultural. |
| Exotización y diferenciación cultural | Búsqueda de lo “otro” | Vestimenta, rituales, danzas, simbolismo (ñuñu, danzantes, cascabeles, máscaras) | Este análisis nos permitió evidenciar como la mirada turística influencia de buena manera las practicas socioculturales de las comunidades, como sus prácticas, la representación de pueblos originarios y su adecuada interpretación. Por otro lado, estas prácticas pueden sacarse de contexto al |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | folclorizar las imágenes, alterando sus simbolismos y significado, dejando a un lado su aporte en la difusión cultural y con el riesgo de considerarse inapropiadas y desvinculadas de su realidad histórica. |
| Escenificación de la cultura | Performance cultural | Ritualidad en iglesia, recorridos, carnaval, entierros simbólicos | Estas festividades ancestrales actúan como espacios donde demuestran su cultura, ceremonias y manifiestan rituales cargados de grandes actos simbolismos ante los visitantes. Por esto se puede entender que la fotografía tiende a capturar momentos llamativos y estéticos para facilitar la difusión en redes, pero también puede provocar la pérdida del sentido cultural al no reflejar de buena manera su contexto y significado cultural. |
| Consumo visual del patrimonio | Consumo simbólico de experiencias | Registro fotográfico de rituales, recorridos, celebraciones | Dentro del turismo, la cultura es un elemento visual importante en el consumo, donde tomar una fotografía se convierte en una forma de plasmar o apropiarse del valor simbólico del patrimonio. Por lo que el fototurismo convierte la memoria cultural en una herramienta que facilita su difusión, pero también corre con el riesgo de tergiversar su significado. |
| Interacción turista-comunidad | Mirada recíproca / co-presencia | Interacciones en Chishi Otava (integración forzada), carnaval, recorridos | Se logra traspasar la observación pasiva del turista logrando que este se integre en el desarrollo del ritual, creando experiencias en el momento para combinar los roles de espectador y participante. En este sentido, el fototurismo puede orientarse hacia propuestas más participativas e inmersivas que enriquecen la vivencia cultural. |
| Narrativa visual y memoria | Producción de significado | Fotografías como registro de memoria colectiva e identitaria | La imagen fotográfica no solo registra la realidad, sino que también contribuye a la construcción de la memoria cultural al resignificar prácticas ancestrales desde una mirada contemporánea. Este proceso permite que las manifestaciones culturales se interpreten en diálogo con el presente. En este sentido, el |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | fototurismo se convierte en una herramienta que favorece la preservación y reinterpretación cultural. Asimismo, amplía la difusión de estas prácticas hacia públicos más diversos. Sin embargo, requiere un manejo responsable. De este modo, se busca mantener un equilibrio entre conservación y cambio cultural. |
| Visibilidad e invisibilidad cultural | Selección de lo observable | Predominio de autoridades, hombres, rituales públicos; menor visibilidad de mujeres en ciertos roles | La mirada turística se prioriza en lo más llamativo, dejando de lado otros aspectos más dinámicos del día a día, lo que reproducen ciertos grupos culturales. Esta compilación limita de cierta manera una comprensión más completa de la cultura. Por lo tanto, se plantea un fototurismo con enfoque crucial que amplié la representación de distintos grupos y prácticas. Asi, se impulsa una visión más inclusiva y equilibrada de la cultura, pero también resalta elementos que suelen pasar desapercibidos visualmente de los encuadres. De esta forma, se logra entender de mejor manera sobre la cultura y su patrimonio. |
| Temporalidad de la mirada | Ruptura de lo cotidiano | Fiestas como momentos extraordinarios (Inti Raymi, Caporales, Aya Funlla) | La mirada turística suele fijarse en los momentos más importantes sin tomar tanto en cuento la vida diaria de las culturas y tradiciones. Está clasificación prioriza lo más atractivo, limitando un enfoque más profundo de la comunidad. Asimismo, el fototurismo tiene más favorecimiento a lo festivo sobre lo estructural porque facilita la difusión y puede generar una versión distinta. Por lo cual es necesario incorporar la cotidianidad para así lograr un enfoque más auténtico de la cultura. |
| Autenticidad y construcción simbólica | Autenticidad escenificada | Ritualidad, vestimenta, símbolos ancestrales | Lo auténtico no siempre se presenta como un elemento fijo. Sino más bien como una construcción entres el contexto turístico y comunitario, donde este proceso contribuye a que las manifestaciones culturales se adapten a diferentes formas de expresión. Por lo tanto, el fototurismo puede contribuir de buena manera a la percepción de dicha |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | autenticidad, por lo que ayuda a su reconocimiento y valorización. Pero también corre el riesgo de generar interpretaciones mal intencionadas, por lo cual es necesario evidenciar un enfoque más ético para su tratamiento y la gestión de la imagen turística. |
| Fototurismo como mediador interpretativo | Mirada mediada | Uso de cámaras, dispositivos, encuadres | Normalmente la cámara no se limita a registrar la realidad, sino que además interpreta y concede nuevos significados dentro de lo cultural. En este proceso las imágenes reflejan una perspectiva más elaborada por quienes la produce. De esta manera el fototurismo se entiende como un medio que ayuda a contribuir en la generación de conocimiento sobre culturas no descubiertas. A través de las fotografías, se difunden interpretaciones que permiten entender diferentes prácticas y significados. Sin embargo, estas representaciones no son neutrales y responden a ciertos enfoques, por lo que es necesario analizarlas de manera crítica. |

*Nota.* Triangulación elaborada a partir de las fichas fotográficas y las categorías teóricas de John Urry para el análisis del fototurismo cultural en Salasaca.

**Figura 2**

*Triangulación empírico y teórica*




*Nota.* Imagen generada por ChatGPT.

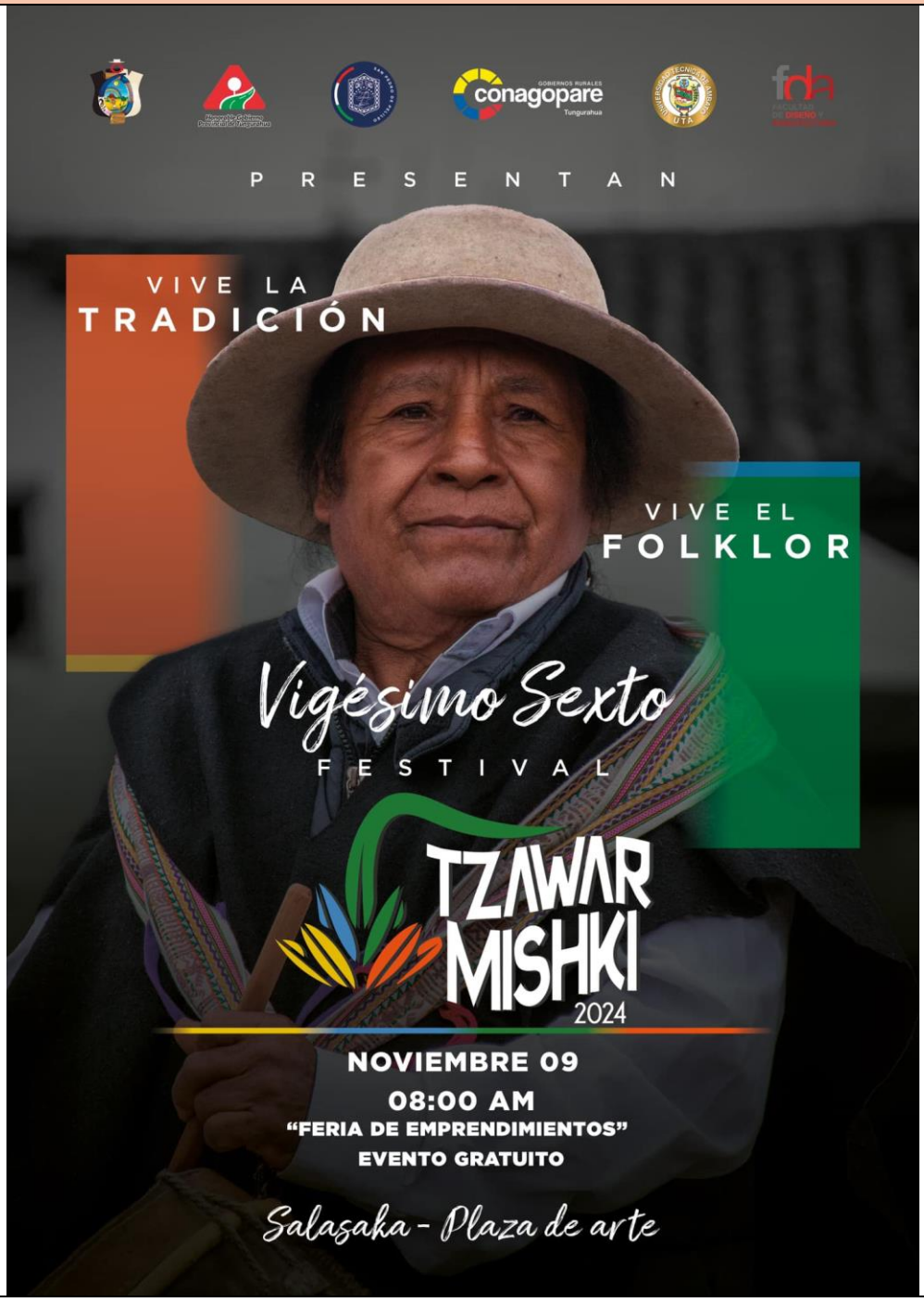
## Lectura interpretativa

En la siguiente imagen podemos evidenciar la conexión que existe entre las evidencias obtenidas en las fichas fotográficas, el marco conceptual basada en la mirada del turista de John Urry y la percepción de la realidad del fototurismo en el contexto comunitario, se evidencia mediante las fotografías que no solo registran a las manifestaciones culturales, sino que además interviene de manera directa en la construcción de significados sobre las representaciones de la identidad y el territorio. Por lo que la triangulación mostro que los elementos como los rituales, danzas y manifestaciones ancestrales impulsan, fortalecen y moldean la difusión turística de la comunidad, aunque también da prioridad a otros aspectos visuales sobre las dinámicas cotidianas del destino.

**Análisis de resultados de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística**

**Tabla 17**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH014*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** |
|---|
| **1. Material visual** |
|  |

| 2. Datos generales | |
|---|---|
| **Código:** | ECH014 |
| **Fecha:** | 25 de Octubre de 2024. |
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka. |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook). |
| **Evento/Festividad** | Tzawar Mishki. |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza central de Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo?fbid=1095253928862498&set=pcb.1095066072214617 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka. |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La forma de promocionar el turismo priorizando material visual se centra principalmente en la apreciación de la identidad cultural y reforzar el sentido de pertenecer a la comunidad, resaltando principalmente en difundir el evento tradicional como es el festival Tzawar Mishki.

En este contexto, se apreció que la promoción no solo busca atraer visitantes, sino que también sientan que están viviendo una experiencia real de la cultura propia del territorio. Uno de los elementos más relevantes es el uso de un personaje local, lo cual aporta credibilidad, cercanía y autenticidad al mensaje promocional, generando una conexión emocional con el público, de igual forma, el eslogan vive la tradición y vive el folclor refuerzan la estrategia de marketing experiencial, ya que invita al turista a involucrarse activamente con la cultura y no solo observarla. Otro elemento importante fue incorporar información clara sobre la fecha. Hora y lugar del evento, lo cual facilita la planificación del visitante y cumple una función esencial dentro de la promoción. De igual manera, la presencia de logos institucionales refleja el respaldo de entidades públicas, lo que aporta confianza y formalidad a la actividad promocionada.

En cuanto al diseño, se puede apreciar el uso de colores llamativos que permiten destacar la información realmente importante que guía la lectura del espectador. También se puede identificar que la estrategia combina elementos de promoción cultural con técnicas modernas de comunicación visual, lo que resulta en un producto atractivo para turistas nacionales eh internacionales. En este caso, la promoción turística no se limita a mostrar solo un evento sino que construye una narrativa que posiciona al destino como un espacio de riqueza cultural y tradición que perdura, Finalmente, se puede concluir que la estrategia aplicada responde a un enfoque claro de marketing turístico en el que se articulan componentes visual, informativos y emocionales para generar interés, motivar la visita y fortalecer la imagen del destino dentro del mercado turístico.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☐ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☑ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Promoción de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☑ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: Plataforma de Facebook plataforma oficial del GAD |

| | |
|---|---|
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☑ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☐ Claridad en la información del evento<br>☐ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☑ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☐ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☐ Informativo<br>☑ Cultural<br>☐ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☐ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☑ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☐ Identitaria<br>☑ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 18**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH015*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** |
|---|
| **1. Material visual** |



| 2. Datos generales | |
|---|---|
| **Código:** | ECH015 |
| **Fecha:** | 04 de Septiembre de 2025 |
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | GAD parroquial de Salasaka |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1328945168826705&set=pb.100051337020140.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

En este afiche se evidencia su enfoque hacia la revalorización cultural de los saberes ancestrales como un elemento importante para fortalecer e incentivar la identidad cultural de la comunidad Salasaca para que al mismo tiempo se genere interés de potenciales visitantes, comparado con otra publicaciones que se enfocan en eventos o festividades, aquí se evidencia una inclinación a la formación y transmisión de conocimientos ancestrales, lo que indica una diversificación turística enfocada en experiencias vivenciales y educativas.

El mensaje que nos da con el uso de *Cursos de Saberes Ancestrales*, nos dice que el turista no será solo un observador en los cursos, sino que más bien el turista podrá participar de y a su vez aprender de manera activa con la comunidad local. Se puede observar temas importantes que se darán conocer en este taller, dando una diversificación de contenido como lo son las fiestas, vestimenta autóctona e historia permitiendo brindar una propuesta más clara y diferenciada para todo tipo de público interesado en el turismo cultural. De la misma manera, al mostrar imágenes con la practica real, como la música, el tejido, bordado y la producción agrícola, ayuda a reforzar la autenticidad de la experiencia y a su vez genera confianza hacía las personas que lo observan. Por otro lado, al ser una institución interna como el GAD Parroquial de Salasaca como la entidad organizadora, refuerza la credibilidad de la propuesta.

El diseño implementa una composición visual armónica con colores que reflejan su relación con la naturaleza y a la cosmovisión andina, por lo que ayuda a transmitir su coherencia con el mensaje cultural que se desea dar a conocer, además de la integración de la iconografía y elementos gráficos que facilitan a comprender de mejor manera la información y hace más llamativa el afiche promocional. Todos estos elementos hacen referencia al turismo comunitario en el cual se da prioridad a la participación de la comunidad y la preservación de sus tradiciones como diferenciadores de otros pueblos dentro del turismo. Por lo tanto, se puede concluir que la promoción no solo busca atraer visitantes, sino también generar procesos de intercambio cultural y aprendizaje, consolidando al destino como un referente de turismo cultural sostenible.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de talleres culturales |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital |

| | |
|---|---|
| | ☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 19**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH016*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** |
|---|
| **1. Material visual** |



| 2. Datos generales | |
|---|---|
| **Código:** | ECH016 |
| **Fecha:** | 12 de Diciembre de 2025 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaca |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Elección del nuevo Apuk Varayuk "Alcalde" |
| **Comunidad/Ubicación:** | GAD parroquial de Salasaka. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1204073385155311&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

El afiche promocional de turismo refleja la orientación hacia la estructura social interna dentro de la comunidad y su combinación con las propias tradiciones de Salasaca, tomando como elemento principal la convocatoria al proceso de elección del Jatun Varayuk. En este sentido la promoción no solo se centra en difundir un evento de entretenimiento, sino que más bien comunica el posicionamiento del nuevo líder aportando gran significado social dentro de la comunidad, el cual aporta un mensaje más profundo y autentico. Con esta perspectiva presente la imagen nos permite visibilizar la jerarquía y su rol comunitario, el cual genera interés en los turistas que les gusta el turismo cultural y etnográfico. Por otro lado, un elemento importante que se visibiliza es el uso de términos en lengua kichwa que ayuda a reforzar la identidad y su diferenciación de otros lugares, proyectando autenticidad y consolidación ancestral. La implementación de información detallada como la fecha, horarios y los requisitos para su inscripción cumple una función importante, ya que brinda seriedad sobre el desarrollo de la actividad y transmite mayor responsabilidad y organización al público. De igual manera, el hecho de que esta convocatoria sea impulsada por la organización comunitaria evidencia un modelo de gestión local unido con los principios del turismo comunitario y la participación social. Su diseño a su vez muestra el dominio de un color rojo intenso que refleja la solemnidad y relevancia cultural, manteniendo su lógica cultural para el evento, mientras que las imágenes muestran de manera visual la dinámica y prácticas comunitarias. También se puede observar una adecuada distribución de datos, permitiendo identificar con mayor facilidad la información principal como el nombre del evento y las fechas establecidas para la inscripción. La consolidación de estos elementos en la promoción une componentes culturales, simbólicos e informativos que no solo buscan atraer visitantes, sino que también proyectar a Salasaca como un territorio donde las tradiciones y las formas de organización ancestral continúan vigentes. Por lo tanto, se puede considerar que la estrategia responde a un enfoque de turismo cultural y comunitario que fortalece la identidad local y fomenta un interés turístico basado en el respeto y la valoración de las prácticas culturales del pueblo Salasaca.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento social |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales |

| | |
|---|---|
| | Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 20**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH017*

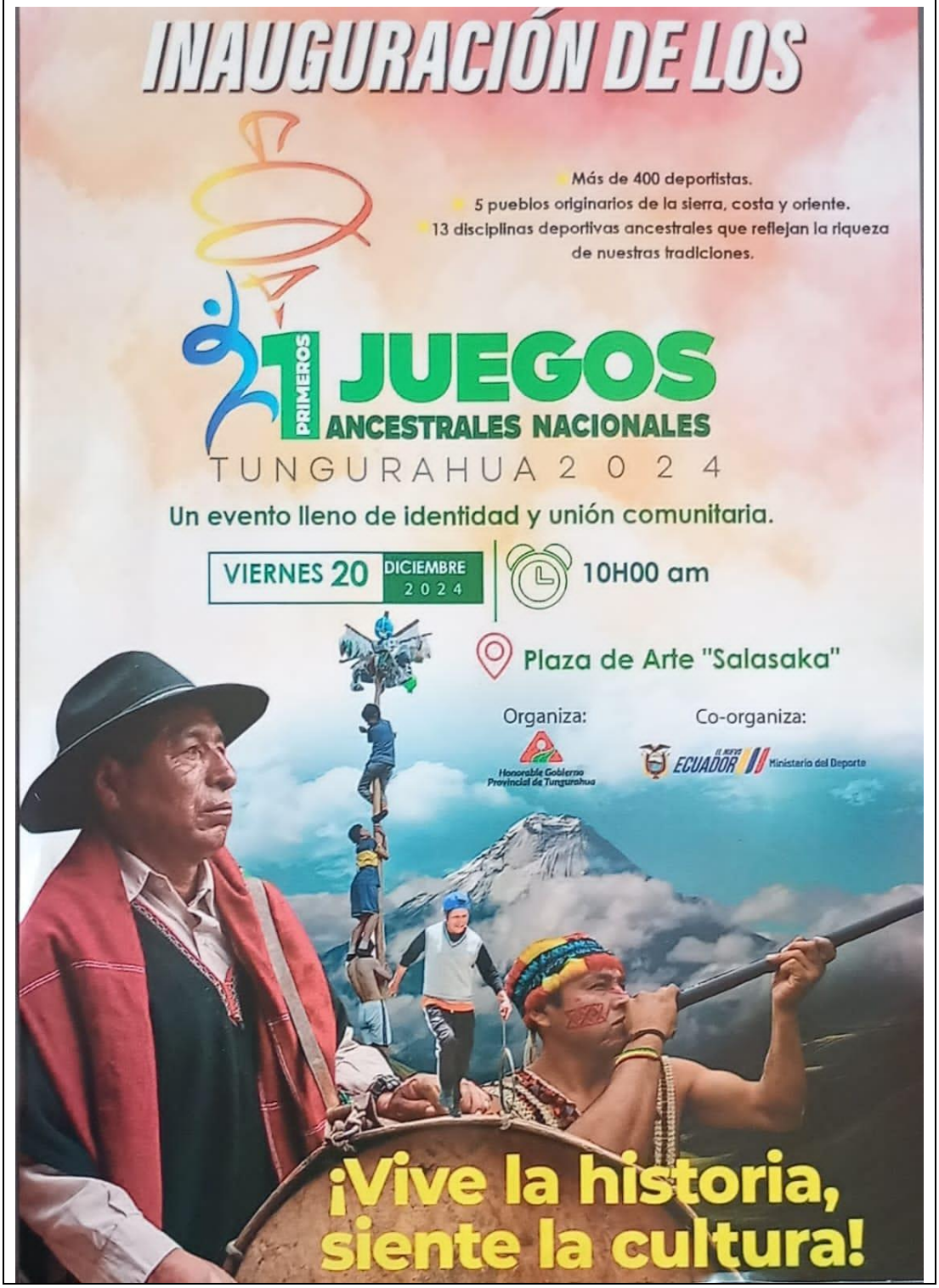
| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH017 |
| **Fecha:** | 04 de Septiembre de 2025 |
| **Investigador/a:** | Gobierno Provincial de Tungurahua |
| **Tipo de material:** | Exposición de eventos culturales |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Primer aniversario del Geoparque Mundial UNESCO Volcán Tungurahua |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza central del Pueblo Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1279060374402700&set=pb.100068962487950.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Provincial de Tungurahua |
| **3. Componentes de Promoción Turística** | |
| Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.<br><br>En la siguiente imagen se puede apreciar una estrategia de turismo dirigida en la difusión del turismo vivencial en donde las experiencias en tiempo real destacan por su participación comunitaria como algo fundamental para poder atraer turistas interesado en lo cultural y ceremonial. A diferencia de publicidades más elaboradas, en esta fotografía podemos observar como la publicación busca mostrar una imagen más auténtica de las actividades culturales realizadas en el momento donde se evidencia a personas de la localidad en medio de una ceremonia ancestral como lo es el agradecimiento hacia la naturaleza, se aprecia al turista como partícipe de la actividad y su integración en la población haciendo más significativa su experiencia. Uno de los recursos claves es la participación de la población local vestidos con su atuendo tradicional, lo cual fortalece la identidad cultural del pueblo Salasaca y despierta el interés de visitantes que buscan conocer y evidenciar rituales ancestrales. Asimismo, la inclusión de público diverso, tanto local como visitante, evidencia un ambiente de integración e interacción social, lo cual resulta atractivo para el turismo contemporáneo. | |

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☑ Posicionamiento del destino<br>☑ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Exposición de saberes ancestrales. |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☐ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☐ Creación de publicidad digital<br>☑ Medios tradicionales<br>Descripción: Feria de exposición al publico |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☑ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☐ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Muestra de saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☑ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☑ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 21**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH018*

| FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA |
|---|
| **1. Material visual** |



| 2. Datos generales | |
|---|---|
| **Código:** | ECH018 |
| **Fecha:** | 17 de Diciembre de 2024 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=926395242923128&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

En esta estrategia de promoción turística podemos evidenciar que este afiche se orienta hacia la puesta en valor de las manifestaciones culturales y deportivas ancestrales como un elemento diferenciador del destino, tomando como eje central la inauguración de los Juegos Ancestrales Nacionales Tungurahua 2024. De esta manera, las imágenes relacionadas con una actividad en específico, no solo buscan relacionar un evento, sino que ayuda a construir una narrativa visual donde las prácticas tradicionales no solo se conservan, sino que aún permanecen vigentes hasta la actualidad. El principal mensaje de esta estrategia es dar persuadir al público con las palabras Vive la historia, siente la cultura, el cual busca las emociones del público para transmitir la idea de una experiencia turística dinámica y vivencial. Por lo cual se puede evidenciar la integración de imágenes con personajes representativos de la localidad en donde las actividades tradicionales no solo permiten construir una imagen integral de la identidad, la memoria histórica y la convivencia generando mayor interés por parte de los visitantes. Asimismo, la presencia de información específica sobre la fecha, hora y lugar del evento cumple una función informativa importante dentro del proceso promocional, facilitando la planificación y toma de decisiones del turista. Por otro lado, el apoyo institucional en la ficha refleja el apoyo de estas identidades las cuales organizan y aportan mayor formalidad al proyecto planteado. Los colores que se presentan son de una tonalidad suave para resaltan la información principal sin sobrecargar la pieza visual, manteniendo armonía entre lo estético y lo funcional. Por lo tanto, los datos como el número de participantes, disciplinas que permite ver la relevancia de las actividades y su importancia para aumentar su valor cultural ante el visitante. En conjunto, esta estrategia responde a un enfoque de marketing turístico experiencial y cultural, en el que se articulan componentes visuales, emocionales e informativos para captar la atención del público, motivar la visita y fortalecer la imagen del destino como un referente de tradiciones vivas y actividades ancestrales.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |

| | |
|---|---|
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 22**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH019*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** |
| --- |
| **1. Material visual** |
|  |

| 2. Datos generales | |
|---|---|
| **Código:** | ECH019 |
| **Fecha:** | 26 de Abril de 2026 |
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | Chakana Pamba en Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=2829238174041 29&set=pb.100070595391239.-2207520000 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

El siguiente afiche de promoción turística analizada en la imagen del evento *Fiestas del Varayuk Raymi Carnaval Salasaka* se enfoca principalmente en el posicionamiento de la identidad cultural de la comunidad Salasaka como atractivo diferenciador dentro de la oferta turística local y regional. En primer lugar, se evidencia el uso de elementos visuales llamativos, como colores intensos y figuras tradicionales, que captan la atención del público y transmiten alegría, celebración y autenticidad. Asimismo, la incorporación de personajes con vestimenta típica, instrumentos musicales y expresiones artísticas permite destacar las costumbres ancestrales del pueblo Salasaca, fortaleciendo el turismo cultural y vivencial, otro componente importante de la promoción es el nombre del evento, ya que resalta una festividad reconocida dentro de la comunidad y genera interés tanto en visitantes nacionales como extranjeros. Por otro lado, detallar la fecha dentro del afiche facilita que los posibles visitantes organicen adecuadamente su viaje hacia el evento. La publicidad no solo cumple una función tanto como informativa y persuasiva, ya que no solo invita a ser partícipe de una actividad, sino que motiva a los visitantes a ser parte e involucrarse para conocer más y vivir las tradiciones de la comunidad. Se evidencia una estrategia de posicionamiento territorial conocida como branding que ayuda a fortalecer la imagen de Salasaca como referente cultural en la provincia de Tungurahua. El material publicitario puede ser difundido a través de distintas plataformas, como redes sociales, páginas institucionales, material impreso y oficinas de información turística, para así permitir la amplificación significativa y su mejor alcance y visibilidad. La frase representativa de Vive nuestras tradiciones difunden un mensaje emocional para así buscar cercanía con el turista y despertar el interés de experiencias auténticas que ayudan a impulsar la economía local en diferentes ámbitos como transporte, hospedaje y guianza. Finalmente, se puede concluir que la estrategia aplicada combina identidad cultural, diseño visual atractivo, información clara y mensajes motivacionales, elementos fundamentales para incentivar la demanda turística y revalorizar el patrimonio intangible de la comunidad.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☑ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |

| | |
|---|---|
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 23**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH020*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH020 |
| **Fecha:** | 06 de Junio de 2023 |

| | |
|---|---|
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Corpus Christi |
| **Comunidad/Ubicación:** | Cruz Pamba "Cementerio" de Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=289539100075934&set=pb.100070595391239.-2207520000 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística reflejada en el afiche del evento *Corpus Christi Salasaca*, se orienta a fortalecer la difusión del patrimonio cultural y religioso de la comunidad mediante una propuesta visual atractiva y de fácil comprensión para el público objetivo. Se puede observar el predominio de colores cálidos como el amarillo y el anaranjado, estas son tonalidades que transmiten alegría, cercanía y un ambiente festivo que resulta adecuado para atraer la atención de posibles visitantes. De igual manera la figura principal representa su vestimenta tradicional, lo que permite destacar la identidad cultural y las expresiones propias del pueblo Salasaca. Por otro lado, este tipo de representación gráfica resulta relevante porque proyecta autenticidad y pone en valor el patrimonio cultural de la comunidad.

El nombre que se le da realce es el Corpus Christi una celebración muy importante dentro de la comunidad debido a su significado, aporte religioso y cultura de tanto dentro y fuera de la cosmovisión andina, el afiche promocional muestra al Jatun Varayuk como figura principal, debido su mando y posición social dentro de la comunidad y por ser quien dirige esta celebración, es el encargado de llevar a los danzantes hacia los puntos de valor simbólico como indica en la publicación. La ubicación que nos ofrece es Cruz Pamba un lugar cargado de misticismo por su conexión con los cuatro elementos de la naturaleza como los son el fuego, viento, agua y tierra. Se muestra la hora de concentración para que los visitantes planifiquen de mejor manera su horario para asistir a la celebración y poder observar un momento los danzantes que una vez al año salen a mostrar al publicó ropa colorida y llena de significados en cada una de sus prendas. El afiche refleja de manera comercial y turística la festividad para dar mayor alcance a posibles visitantes sin mucho texto solo a través de figuras principales para su rápida comprensión. Se aprecia la inclusión de diseños visual equilibrado, con datos importantes que buscan de alguna manera posicionar a Salasaca como un destino que puede resaltar a nivel provincial, dependiendo de sus tradiciones y costumbres diferenciadoras de otras comunidades indígenas que viven a los alrededores. Busca destacar una la festividad por medio de la difusión de redes sociales e instituciones reconocidas para su mayor alcance al público externo.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☑ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de festividad |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas |

| | |
|---|---|
| **contenido promocional:** | ☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☑ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☐ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☐ Informativo<br>☑ Cultural<br>☐ Comercial<br>☑ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☑ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☑ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 24**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH021*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH021 |
| **Fecha:** | 01 de Noviembre de 2024. |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook). |
| **Evento/Festividad** | Finados “Aya Killa Raymi” |
| **Comunidad/Ubicación:** | Cruz Pamba (Cementerio) del Pueblo Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=895793632649956&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka. |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística presentada en el afiche correspondiente al evento simbólico del Día de Finados “Killa Raymi” se enfoca en la difusión de una manifestación cultural vinculada a la memoria ancestral, la espiritualidad y las tradiciones comunitarias de Salasaca. En primer lugar, el diseño utiliza una gama cromática predominada por tonos oscuros y morados, colores asociados al recogimiento, respeto y conmemoración, lo cual guarda relación directa con el significado de esta fecha. Asimismo, se incorporan fotografías reales de actividades comunitarias, como la preparación de alimentos tradicionales y momentos de encuentro entre pobladores, recurso que aporta autenticidad y permite al observador comprender cómo se vive esta celebración dentro del territorio.

El nombre “Killa Raymi” fortalece la identidad cultural local al emplear terminología ancestral que conecta al visitante con las raíces indígenas de la comunidad. Además, el afiche incorpora información importante como la fecha, el lugar y las actividades extra que se desarrollarán durante el evento, lo que facilita a qué los visitantes puedan organizar de manera adecuada su viaje y disfrutar en compañía de los lugareños de la gastronomía y productos artesanales autóctonos, actividades que suman de forma positiva porque permite enriquecer la experiencia turística. En cuanto al diseño del material promocional, combina elementos ancestrales, y rituales que caracterizan a la cultura local, brindando experiencias emocionales y trascendentales, que motiven a los turistas a regresar. Asimismo, para generar mayor credibilidad y confianza las instituciones y entidades públicas serán partícipes.

Una fecha igual de importante es la celebración del Día de Finados, desde la visión propia de la comunidad, constituye una oportunidad para fortalecer las tradiciones, ya que los visitantes pueden conocer costumbres auténticas vinculadas con la memoria colectiva y la relación espiritual con sus antepasados. Estas actividades aportan beneficios a emprendedores, productores gastronómicos, artesanos y prestadores de servicios turísticos de la zona.

Para concluir, la estrategia promocional utilizada reúne elementos culturales, identidad territorial, actividades complementarias e información precisa que favorecen el posicionamiento de Salasaca como un destino de turismo cultural con tradiciones vivas y un importante valor patrimonial.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de la memoria colectiva del Pueblo Salasaca |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación** | ☑ Narrativas comunicativas del destino |

| | |
|---|---|
| **turística del destino:** | ☐ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☑ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☐ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☐ Informativo<br>☑ Cultural<br>☐ Comercial<br>☑ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 25**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH022*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH022 |
| **Fecha:** | 19 de Junio de 2024 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Desfile intercultural |
| **Comunidad/Ubicación:** | Cruz Pamba (Cementerio) del Pueblo Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=808067028089284&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

El evento a promocionarse en este afiche del *Desfile Inti Raymi Intercultural Salasaca* se enfoca en posicionar esta gran manifestación cultural como uno de los principales atractivos culturales de la comunidad. En este sentido, el diseño utiliza colores cálidos como café, dorado y naranja, tonalidades que representan elementos relacionados con la tierra, el sol y la naturaleza, aspectos relacionados directamente con el significado ancestral del Inti Raymi. De esta manera, el uso de las imágenes de danzantes, caporales, vestimenta autóctona e instrumentos simbólicos permiten resaltar la riqueza cultural de la comunidad Salasaca para transmitir autenticidad y fortaleciendo el sentido de identidad comunitaria. El nombre que se le da al evento se presenta en un lugar visible y con un tamaño notable, recurso clave que facilita su reconocimiento inmediato y genera mayor impacto visual para quienes observan el afiche. Por lo cual, es relevante la introducción de fotografías reales del desfile, ya que permite evidenciar la participación de la comunidad y ofrecer una idea más cercana de la experiencia cultural que vivirán los asistentes, para que se incluya información básica como fecha, hora y lugar, aspectos muy importantes para que los visitantes puedan mejorar su estadía en esas fechas. En este punto el enfoque promocional, también se observa que tendrán la presencia de artistas e invitados especiales, que incrementa el atractivo de la festividad y despierta interés en distintos tipos de público. Además, la inclusión de logotipos institucionales aporta respaldo organizativo y fortalece la credibilidad de la propuesta turística. Por otro lado, este material promocional puede difundirse mediante redes sociales, medios impresos y plataformas oficiales, permitiendo ampliar su alcance y cobertura territorial. En el ámbito turístico, la promoción del Inti Raymi impulsa el desarrollo del turismo cultural ya que mediante esta expresión se puede visibilizar las diferentes festividades que se dan durante el ciclo festivo en la comunidad y su importancia en la vida cotidiana, contando con el respaldo de instituciones internas y externas para su difusión. En términos generales, la estrategia aplicada combina identidad cultural, diseño atractivo, información clara y valor simbólico, elementos fundamentales para consolidar a Salasaca como un destino turístico con celebraciones tradicionales vivas y de alto interés para visitantes nacionales y extranjeros.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☑ Promoción en páginas web oficiales<br>☐ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de** | ☐ Canales digitales de promoción |

| | |
|---|---|
| **Comunicación:** | ☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☑ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 26**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH023*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH023 |
| **Fecha:** | 24 de Mayo de 2024 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Inti Raymi |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1328945168826705&set=pb.100051337020140.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

| **3. Componentes de Promoción Turística** | |
|---|---|
| Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.<br><br>La estrategia de promoción turística reflejada en el afiche *Inti Raymi Salasaka 2024* se enfoca en consolidar esta festividad como uno de los principales eventos culturales de la comunidad, mediante la difusión organizada de sus actividades y el fortalecimiento de la identidad local. La publicidad utilizada para la promoción de la festividad del Inti Raymi presenta tonalidades de color amarillo, dorado, rojo y café dado a entender su significado y relación con los elementos de la tierra, y naturaleza, directamente el color dorado representa su relación directa con el Sol, el afiche muestra un cronograma detallado de las actividades a realizarse en la noche de inscripción donde se darán a conocer a diferentes chicas representando a cada comunidad que conforma al pueblo kichwa Salasaca, también destaca a la chamisa un ritual reconocido dentro de su cosmovisión en donde las candidatas ya inscritas se dirigirán a una cruz andina en donde recibirán bendiciones durante su proceso de preparación. En la noche de elección se elegirá de todas las participantes a la que más destaque por su alegría, confianza y belleza llegando a ser la ñusta del pueblo Salasaca durante el periodo de un año, durante este proceso acompañarían a la soberana tres participantes más ocupando las dignidades de allpa, yaku y wayra ñusta debidamente. Además, en el diseño se incorporan detalles gráficos inspirados en símbolos andinos, elementos que fortalecen la identidad cultural de la comunidad y aportan autenticidad a la propuesta visual, involucrando de manera directa a la comunidad en las actividades programadas. Este recurso visual acerca a la festividad al público y proyecta una imagen más humana y participativa del evento. Por lo cual es importante la incorporación de una agenda organizada con distintas actividades, entre ellas el desfile intercultural en que se visualizaran las festividades de alrededor de todo el año en un solo día. Esta planificación no solo informa sobre el desarrollo del evento, sino que también incentiva a los visitantes a permanecer durante varios días y participar en diferentes actividades culturales. Desde el ámbito promocional, el afiche no se limita a anunciar una sola actividad, sino que presenta una programación más amplia que enriquece la experiencia turística. También se evidencia respaldo institucional mediante la inclusión de nombres y elementos organizativos, aspecto que transmite mayor credibilidad hacia el público. | |
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de** | ☐ Canales digitales de promoción |

| | |
|---|---|
| **Comunicación:** | ☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 27**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH024*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH024 |
| **Fecha:** | 19 de Marzo de 2024 |

| | |
|---|---|
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Pawkar Raymi |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=753688080193846&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística que se desprende del material gráfico del *Pawkar Raymi Salasaka 2024*, se fundamenta en la proyección de la parroquia como un destino de turismo cultural y productivo de alta jerarquía, utilizando la comunicación visual para articular el patrimonio inmaterial con el desarrollo económico local. En comparación con estos diseños promocionales, esta publicación nos ofrece una figura ya antes vista como representación de los pueblos indígenas y su cosmovisión, aportando gran relevancia a la imagen difundida, en su interior se crean un collage de imágenes en donde cada una representa a un elemento de la naturales, la primera nos muestra el agua, la segunda el cóndor como significado del viento, la tercera nos muestra el fuego en honor al sol, la cuarta una imagen de la agricultura en representación a la tierra y en su centro a la comunidad.

Más allá de presentarse como una decoración desapercibida la chakana o cruz andina posee un significado con alto valor simbólico por su conexión con la naturaleza y el trabajo comunitario, se relaciona directamente con la celebración de la cosecha y el florecimiento por lo que al igual busca impulsar la economía local debido a que muestra que en esta feria los habitantes tendrán la oportunidad de mostrar sus productos agrícolas, demostrando la riqueza de sus tierras, al igual que artesanías hechas por ellos, gastronomía representativa y por ultimo música autóctona con instrumentos elaborados por la misma comunidad para impulsar su enfoque. Además, la propuesta turística no se limita únicamente al acto ceremonial, sino que incorpora experiencias relacionadas con la vivencia local del día a día, expresiones culturales, elementos que complementan la experiencia del visitante y fortalecen el turismo vivencial.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de talleres culturales |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino |

| | |
|---|---|
| | ☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 28**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH025*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH025 |
| **Fecha:** | 20 de Septiembre de 2023 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |

| | |
|---|---|
| **Evento/Festividad** | Taller de cine |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=654210516808270&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística evidenciada en el material gráfico del *Kulla Raymi Salasaca* se centra en la diversificación de la oferta cultural a través de la formación y la participación comunitaria, posicionando este tiempo ritual no solo como un evento contemplativo, sino como un espacio de creación activa. En primer lugar, el diseño utiliza una paleta cromática dominada por el ocre, el amarillo y el rojo profundo, tonalidades que remiten directamente a la fertilidad de la tierra y a la feminidad, elementos centrales en la simbología del Kulla Raymi. La incorporación de una media luna estilizada junto a motivos florales refuerza la identidad visual de la festividad, vinculándola con los ciclos lunares y la preparación de la tierra para la siembra Por lo cual, a composición visual otorga protagonismo a la mujer salasaca, elemento que aporta cercanía y genera una conexión más directa con el espectador, además de transmitir autenticidad y reconocimiento hacia quienes conservan los conocimientos y tradiciones ancestrales de la comunidad.

Otro aspecto innovador dentro de la estrategia promocional es la incorporación del *Taller de Cine* como actividad central, propuesta que va más allá de la promoción turística tradicional. Esta iniciativa evidencia una orientación hacia experiencias participativas y educativas, donde el visitante no solo observa la cultura local, sino que también interactúa y aprende sobre el patrimonio cultural de la comunidad mediante actividades creativas y formativas. Esta táctica resulta sumamente efectiva, ya que amplía el mercado objetivo hacia colectivos de jóvenes, estudiantes y creativos, motivando un flujo de visitantes interesado en la producción audiovisual y la narrativa comunitaria. De igual manera, el afiche presenta la información operativa de manera sumamente clara y directa en la franja inferior, detallando la hora (09:00 AM), la fecha y el lugar Plaza *Central Salasaca*, facilitando así la planificación del viaje para el turista regional. La visibilidad de los organizadores, liderados por el Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaca, otorga un carácter de autogestión y legitimidad cultural que es fundamental para el turismo comunitario.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de talleres culturales |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades |

| | |
|---|---|
| | Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 29**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH026*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH026 |
| **Fecha:** | 08 de Junio de 2021 |
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Feria Productiva Salasaca. |
| **Comunidad/Ubicación:** | Museo Casa del Portal. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=319487123105853&set=pb.100051337020140.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística que se desprende de la invitación a la *Feria Productiva Salasaka Llikakama* se orienta hacia el fortalecimiento de la imagen de marca de los productos locales y la articulación entre la producción primaria y el sector servicios. En primer lugar, la pieza utiliza una estrategia de posicionamiento por asociación de calidad, donde el logotipo central integra elementos visuales como una canasta de productos frescos y textiles tradicionales de fondo, comunicando de manera inmediata una oferta de Turismo Agroecológico y Turismo de Compras. El diseño es más limpio y corporativo que los afiches festivos, lo cual responde a una táctica de comunicación dirigida a un público que busca seguridad alimentaria y autenticidad artesanal, a un sector turístico determinado que buscan la originalidad de productos elaborados con materiales sostenibles en este caso, la artesanía del pueblo Salasaca se destaca por sus tejidos y tapices de lana de oveja. Se puede apreciar el uso del término Llikakama el cual muestra como la identidad cultural y lingüística kichwa, prevalece como un elemento distintivo que diferencia a la feria de otros espacios comerciales tradicionales de la zona. Este recurso no solo aporta legitimidad al proyecto, sino que también permite mirar las raíces culturales de la comunidad Salasaca dentro del proceso de promoción turística y productiva. Uno de los aspectos más destacables de la estrategia es que el lanzamiento del evento se desarrolla en el Museo Casa del Portal, ubicado en el centro de la ciudad de Ambato. Esta decisión representa una estrategia de difusión clave, ya que busca acercar la oferta cultural y productiva de Salasaca a un espacio urbano con mayor circulación de personas. De esta manera, se pretende captar el interés de residentes, turistas locales y potenciales visitantes para motivarlos a conocer la parroquia y participar en sus actividades. Asimismo, la publicación presenta información detallada sobre la fecha, hora y ubicación exacta del evento, incluyendo referencias de acceso vial que facilitan la asistencia de visitantes, medios de comunicación, autoridades y posibles compradores. Esta organización de la información aporta claridad y mejora la comunicación con el público objetivo.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de talleres culturales |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento |

| | |
|---|---|
| | Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 30**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH027*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH027 |
| **Fecha:** | 23 de Marzo de 2023 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Congreso del Pueblo Salasaca |
| **Comunidad/Ubicación:** | Coliseo del Pueblo Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=556973699865286&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |
| **3. Componentes de Promoción Turística** | |
| Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.<br><br>La presente estrategia en este material se orienta hacia un enfoque político y cultural en donde se busca resaltar la organización comunitaria de la parroquia como parte importante de su identidad y cohesión social. A diferencia de otros afiches centrados principalmente en festividades o actividades recreativas, esta propuesta destaca elementos relacionados con la participación colectiva y los procesos organizativos de la comunidad. Uno de los aspectos más representativos es la incorporación de una frase de Dolores Cacuango la cual tiene relación con el color rojo debido a que es un recurso que aporta un contenido simbólico e ideológico vinculado con la lucha, la identidad y la resistencia de los pueblos indígenas. Esta característica permite atraer el interés de personas vinculadas con el turismo académico, social y cultural. En cuanto a su diseño, se observa una estructura visual ordenada donde el número romano IX ocupa un lugar destacado, resaltando la continuidad y trayectoria histórica del congreso. Demuestra que la promoción turística en Salasaca no solo se limita al espectáculo festivo, sino que se sustenta en una organización política sólida que garantiza la preservación del patrimonio y la soberanía del territorio frente a agentes externos. | |

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento social |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 31**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH028*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH028 |
| **Fecha:** | 14 de Octubre de 2022 |
| **Investigador/a:** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

| | |
|---|---|
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Koya Killa Raymi |
| **Comunidad/Ubicación:** | GAD parroquial de Salasaka. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=449392327290091&set=pb.100066579819300.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística que se desprende del afiche del *Conversatorio Koya Killa Raymi* se orienta hacia la consolidación de Salasaka como un centro de pensamiento y transferencia de saberes ancestrales, utilizando el formato de evento académico para atraer a un nicho de turismo científico y cultural de alto nivel. En esta publicidad podemos observar la fuerte descarga cultural que emana la imagen, debido a su significado, se muestra a una mujer de la comunidad Salasaca realizando una reverencia a la naturaleza para dar inicio a un ritual ancestral en agradecimiento la Pachamama por sus regalos a través de la tierra, además de mostrar sus respetos al ambiente que la rodea, se puede apreciar que es un lugar apartado y representativo de la comunidad, además se evidencia la equidad de género dado que generalmente suelen ser hombres quienes realizan estos rituales, dando importancia a las mujeres de la comunidad.

De la misma manera nos transmite que el conversatorio tendrá como finalidad transmitir los conocimientos ancestrales, lo cual indica que estas prácticas son suma importancia para la población y de ser transmitida a las generaciones más jóvenes para fortalecer su vínculo con la naturaleza. Se destaca el intercambio de saberes y experiencias tanto entre turistas y las personas de la comunidad, más allá de promocionar una actividad buscan poner el patrimonio intangible como un producto importante para lograr que los visitantes puedan entender de mejor manera los significados, conocimiento y las prácticas que conllevan las mismas.

También se debe destacar la paleta de colores sombrías acompañadas de tipografías en ciertos tonos amarillos y blancos, esta combinación facilita la lectura de la información y refleja una imagen más organizada y formal como lo es la hora, fecha y el lugar del evento, esto permite a las personas interesadas ya sean estudiantes, investigadores o visitante de paso poder acudir del lugar indicado. Este tipo de afiches favorece un turismo de carácter educativo y cultural, en donde el turista participa de manera más responsable por respeto a sus rituales y ceremonias. Para finalizar, el fomento del Koya Killa Raymi expone elementos claves de la identidad cultural, conocimientos y saberes ancestrales por medio de la participación en la población, aportando la ubicación de Salasaca como un destino a visitarse a nivel nacional.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento |

| | |
|---|---|
| | ☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 32**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH029*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH029 |
| **Fecha:** | 17 de Enero de 2026 |
| **Investigador/a:** | Salasaka. |

| | |
|---|---|
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Caporales |
| **Comunidad/Ubicación:** | Chakana Andina de Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo/?fbid=914241390939032&set=a.207853178244527 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística presente en el afiche del *Caporal Pishta Salasaka* se orienta hacia la difusión de las expresiones artísticas y folclóricas de la comunidad, utilizando elementos visuales dinámicos para atraer especialmente a un público joven interesado en actividades culturales y festivas. La propuesta busca posicionar el espectáculo de danza y música como uno de los principales atractivos de la experiencia turística.

Podemos resaltar a personajes principales como los son el Caporal, el ñuñu, los negros y las doñas ocupando el espacio central del encuadre con colores suaves y sencillos, lo que permite apreciar de buena manera la indumentaria tradicional de los personajes, el movimiento, la energía y la alegría, destacando no solo su riqueza cultural y estética, sino más bien como demuestran su sentimiento de pertenecía a un pueblo indígena que carga tradiciones propias y auténticas. Algo importante a destacar es el uso de un código de Qr como una herramienta para dar manejar información más detallada y rápida, lo que hace que los datos compartidos sean más accesibles para turistas nacionales como extranjeros, el uso de estos recursos tecnológicos da facilidad a que los usuarios puedan visibilizar de mejor manera datos adicionales del evento, como el lugar, las ubicaciones, contenido audiovisual y detalles más profundos, al incorporar herramientas digitales modernas donde la interacción es importante para reducir las dudas del consumidor.

Asimismo, la información temporal se presenta de forma sintética 1, 2, 3 de febrero, lo que sugiere una festividad de aproximadamente tres días que fomenta el pernocte en los emprendimientos de alojamiento locales. De igual manera, la visibilidad de la marca indica una profesionalización en la producción de contenidos comunicacionales para el destino, asegurando una estética coherente que eleva la competitividad de Salasaca frente a otros destinos culturales, este material constituye un activo de promoción de la identidad kinestésica, puesto que la danza del Caporal se presenta como el principal atractivo motivador del desplazamiento turístico. Al centrar la narrativa visual en el cuerpo en movimiento, se apela a una experiencia sensorial que trasciende el lenguaje, facilitando la comprensión de la riqueza cultural del pueblo Salasaca para visitantes de diversos orígenes. En el ámbito económico, la promoción de este festival de tres días es determinante para la activación de la cadena productiva local, beneficiando directamente a los sectores de restauración, transporte y guianza. Po lo tanto, la estrategia para el Caporal Pishta integra con éxito el diseño contemporáneo, la conectividad digital y el valor del patrimonio vivo, componentes esenciales para consolidar a la parroquia como un nodo de turismo cultural dinámico.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☑ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales |

| | |
|---|---|
| | ☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 33**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH030*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH030 |

| | |
|---|---|
| **Fecha:** | 15 de Marzo de 2026 |
| **Investigador/a:** | Geoparque Volcán Tungurahua |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Ruta del Caporal |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte de Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1602731258064898&set=pb.100049841176736.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Geoparque Volcán Tungurahua |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística identificada en el afiche de la *Ruta del Caporal Trail Running* se define como una Estrategia de Diversificación de Producto Turístico, orientada específicamente al nicho del Turismo Deportivo de Aventura. A comparación de otros proyectos de promoción enfocados solo en las ceremonias, rituales o actividades tradicionales donde normalmente el turista suele ser observador, este proyecto tuvo como iniciativa turística captar el interés de personas que prefieren experiencias más inmersivas, experimentales como lo son las actividades deportivas, esto refleja la colaboración

entre organizaciones deportivas y culturales. Esta colaboración permite recorrer los paisajes andinos del pueblo Salasaca con actividades recreativas y de manera respetuosa hacia la comunidad. En cuanto al diseño de este afiche se puede destacar la composición de figuras demostrativas como la montaña que se relaciona de manera directa con el título principal que nos da entender un mensaje de esfuerzo y superación personal. El uso de colores como el amarillo en la parte inferior aportando dinamismo y movimiento al personaje principal, esto indica que el corredor principal llevara la vestimenta tradicional de Caporal como el nombre de la ruta lo indica, fortaleciendo la identidad cultural dentro de otras competencias deportivas comunes. Algo a destacarse es la presencia de varios auspiciantes e instituciones locales ubicados en la parte inferior del afiche, lo que muestra un trabajo coordinado entre distintos actores de la comunidad.

Estas colaboraciones fortalecen la buena organización del evento y demuestra que las actividades deportivas también pueden convertirse en una herramienta para impulsar la economía local y promover el turismo dentro de la parroquia. Por lo mismo, el afiche presentó datos importantes sobre las fechas 28 y 29 de marzo de 2026, el lugar de realización, el mensaje en kichwa Ven y celebra el Pawkar Pukllaykuna, elementos que facilitan la comprensión del evento y relacionan la competencia con las festividades culturales del florecimiento. Desde la perspectiva turística, esta propuesta se orientó hacia el turismo activo y sostenible, combinando actividades físicas con expresiones culturales y espacios naturales, fortaleciendo la programación en dos días, en donde la permanencia de los visitantes en la comunidad ayuda generando movimiento económico en servicios de hospedaje, alimentación, transporte y otros emprendimientos locales. Finalmente, la promoción de la Ruta del Caporal 2026 integra deporte, identidad cultural y trabajo comunitario.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☑ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de deporte con integración cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales |

| | |
|---|---|
| | ☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 34**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH031*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH031 |
| **Fecha:** | 04 de Septiembre de 2025 |
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | GAD parroquial de Salasaka. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1328945168826705&set=pb.100051337020140.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **3. Componentes de Promoción Turística** | |
| Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.<br>En esta publicación se analizaron diferentes personajes como lo son el artesano, las dos mujeres que muestran su esfuerzo y dedicación a la creación de artesanías, portadores de saberes y conocimientos que certifican el producto como original y autentico, por otro lado, se observa la indumentaria típica como el anaco, los collares, las baetas y el poncho negro como evidencia viva del patrimonio inmaterial que los visitantes pueden tomar como aprendizaje y ética. El nivel de jerarquía visual prioriza a la experiencia emocional como una táctica de marketing experiencial que transforma una feria de exposición en exposición emocional y espiritualidad.<br>Desde otro de punto de vista del neuromarketing cultural son las frases que apelan al sistema límbico, conectando la nostalgia con el deseo de viajar. La integración de productos de la economía circular, como las canastas agroecológicas y los textiles, no se promociona solo un festival, se promociona un ecosistema productivo local donde el turismo actúa como el motor que visibiliza y dinamiza la artesanía y la agricultura comunitaria. Se puede concluir que este material visual es un instrumento de branding territorial de alto valor ya que demuestra que cuando la auto representación auténtica se gestiona con coherencia cromática andina e iconografía del penco, logra un posicionamiento diferencial que trasciende la folclorización comercial para consolidar a Salasaca como un destino de turismo cultural y vivencial competitivo a nivel nacional | |

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de artesanía cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 35**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH032*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH032 |
| **Fecha:** | 16 de Septiembre de 2025 |
| **Investigador/a:** | Ñustas del Pueblo Kichwa Salasaka. |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | Cerro Teligote. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1385984963329761&set=pb.100057548121626.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

El plan de promoción turística utilizada para difundir la caminata al cerro Teligote se concentró en fortalecer el sentido de cuidado y rescate hacia la naturaleza y la cultura de la parroquia Salasaca, fortaleciendo las tradiciones y costumbres ancestrales. Complementando elementos que fortalecen la identidad local y la participación de la comunidad. Al no dirigirse a un público en especifico permite que niños, jóvenes y adultos participen esta iniciativa en donde recorrerán los lugares por los cuales sus antepasados recolectaban los tintes naturales para la coloración de su indumentaria, además de recolectar todo tipo de plantas medicinales, en compañía de un chamán que reconoce los elementos naturales de cada lugar.

De esta manera, esta propuesta no solo tiene como propósito atraer visitantes, sino también proporciona una experiencia que conecta las prácticas y costumbres ancestrales de la comunidad, esto hace que resalte el mensaje promocional centrado principalmente en mantener vivas la practicas culturales de pueblo Salasaca. Al visibilizar imágenes de la practica en la realidad el consumidor se pude dar una idea de cómo se llevará esta caminata y las actividades que realizaran en este trayecto.

Uno de los elementos que se priorizo para promocionar la cultura de la comunidad fue publicar en plataformas digitales afiches atractivos visualmente. Se evidencia que este proyecto se lleva cabo por instituciones internas lo que aporta el respaldo y formalidad de esta actividad. La publicación promueve el entretenimiento en el entorno natural como el respeto a las prácticas ancestrales.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de actividades ancestrales. |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |

| 4. Lectura crítica y reflexiva | |
|---|---|
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☑ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Tabla 36**

*Resultado de ficha de promoción turística ECH033*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | ECH033 |
| **Fecha:** | 12 de Octubre de 2023 |

| | |
|---|---|
| **Investigador/a:** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |
| **Tipo de material:** | Publicación en redes, página web y afiche digital. |
| **Medio de difusión:** | Redes Sociales (Facebook) |
| **Evento/Festividad** | Saberes Ancestrales |
| **Comunidad/Ubicación:** | Plaza de Arte Salasaca. |
| **Fuente/ enlace:** | https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1328945168826705&set=pb.100051337020140.-2207520000&type=3 |
| **Institución responsable** | Gobierno Autónomo Descentralizado del Pueblo Salasaka |

## 3. Componentes de Promoción Turística

Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados.

La estrategia de promoción turística evidenciada en el material visual del festival plurinacional *Tzawar Mishki 2023* responde a un enfoque integral que articula elementos culturales, artísticos y comunitarios con el fin de posicionar el evento como una experiencia auténtica dentro del cantón. En primer lugar, se observa que el diseño del afiche prioriza la identidad cultural de la parroquia Salasaca mediante el uso de colores, vestimenta tradicional y símbolos andinos, lo cual permite generar un reconocimiento inmediato del territorio y diferenciarlo de otras ofertas turísticas.

Al dar a conocer el nombre del festival en el idioma kichwa es una forma de fortalecer la identidad cultural del pueblo Salasaca y promueve la importancia de no olvidar y conservar las tradiciones y conocimientos ancestrales de sus antepasados, estos detalles se convierten en recursos importantes para comunicar y diferenciar el evento de otros que se puedan presentar al mismo tiempo, dando realce a su autenticidad, ya que este evento es en honor al Tzawar Mishki una bebida milenaria que se extrae del corazón de la penca al llegar una cierta edad de maduración, las encargadas de sacar este líquido son las mujeres de la comunidad como se indica en la parte inferior izquierda del afiche, normalmente se debe de raspar y realizar un agujero para sustraer al mishki. Como parte de un plan de marketing la publicación detalle a los artistas invitados, agrupaciones culturales, músicos y diferentes emprendimientos, lo que da una diversificación en las actividades a observarse.

Por otro lado, el uso de imágenes reales facilita el generar confianza ya que muestra a personas de la comunidad realizando actividades artísticas y productivas. El uso de colores cálidos y suaves facilita la visibilización de la información para los espectadores como lo es las fechas y un cronograma establecido para la presentación de los artistas, al ser dos días de celebración ayuda a dinamizar la actividad económica dentro de la comunidad permitiéndoles ofrecer servicios de alojamiento, transporte, alimentación e inclusive guianza local por los paisajes urbanos, lugares identitarios y actividades recreativas que pueden llegar a ser del interés del turista.

| | |
|---|---|
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☑ Difusión de información del destino<br>☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: Difusión de evento cultural |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☑ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☑ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas |

| | |
|---|---|
| **contenido promocional:** | ☑ Claridad en la información del evento<br>☑ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☑ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: Mensaje promocional sobre saberes ancestrales |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☑ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☑ Informativo<br>☐ Cultural<br>☑ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☐ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☑ Cultural<br>☑ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☑ Tradicional<br>☑ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | Universidad Técnica de Ambato. |
| **Investigador/a** | Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza. |
| **Fecha de investigación:** | 20/04/2026. |
| **Aprobado por:** | Mg. María Fernanda Viteri |

**Discusión de resultados de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística**

La presente tabla analiza la relación entre las dimensiones teórico - analíticas planteadas por John Urry y otros autores vinculados al estudio de la imagen turística, con las evidencias empíricas obtenidas a partir de las fichas de promoción turística de Salasaca. De este modo, se logran establecer los principales elementos visuales, comunicaciones y visuales de que se utilizaron en la producción del territorio, uno de esos es la indumentaria autóctona, las ceremonias y prácticas ancestrales a través de los recursos digitales y las experiencias desarrolladas dentro de la comunidad. De la misma manera esta tabla nos permite analizar cómo estos factores ayudan a la construcción de la imagen turística de Salasaca, mostrando la manera en la que el territorio es presentado como una zona autentica, cultural y vivencial en el fototurismo y el turismo cultural.

**Tabla 37**

*Triangulación de las fichas de análisis de estrategias de promoción turística*

| Dimensión teórico-analítica (Urry) | Evidencia empírica (fichas de promoción) | Construcción y proyección de la imagen del destino |
|---|---|---|
| Construcción simbólica de la mirada turística | Uso de personajes locales, vestimenta tradicional, figuras de autoridad | La imagen de un destino no surge de manera espontánea, sino que se configura a partir de una selección deliberada de elementos culturalmente validados, como las autoridades tradicionales, la indumentaria y las prácticas rituales, los cuales orientan la percepción del visitante hacia aquello que se considera auténtico. En este marco, Salasaka se proyecta como un espacio donde predomina la legitimidad cultural y el valor simbólico. |
| Estetización de la cultura como objeto visual | Diseño gráfico atractivo, colores intensos, composición visual | La imagen del destino se va formando a partir de la estatización de la cultura, ya que los elementos simbólicos son organizados de manera visual para que resulten más atractivos y fáciles de consumir por parte del turista. De esta manera, el territorio se muestra como un sitio llamativo y escénico en donde la cultura se muestra, no solo como que se deba de observar, sino que como una experiencia estética de fácil acceso para los viajeros que exploran y visitan estos lugares. |

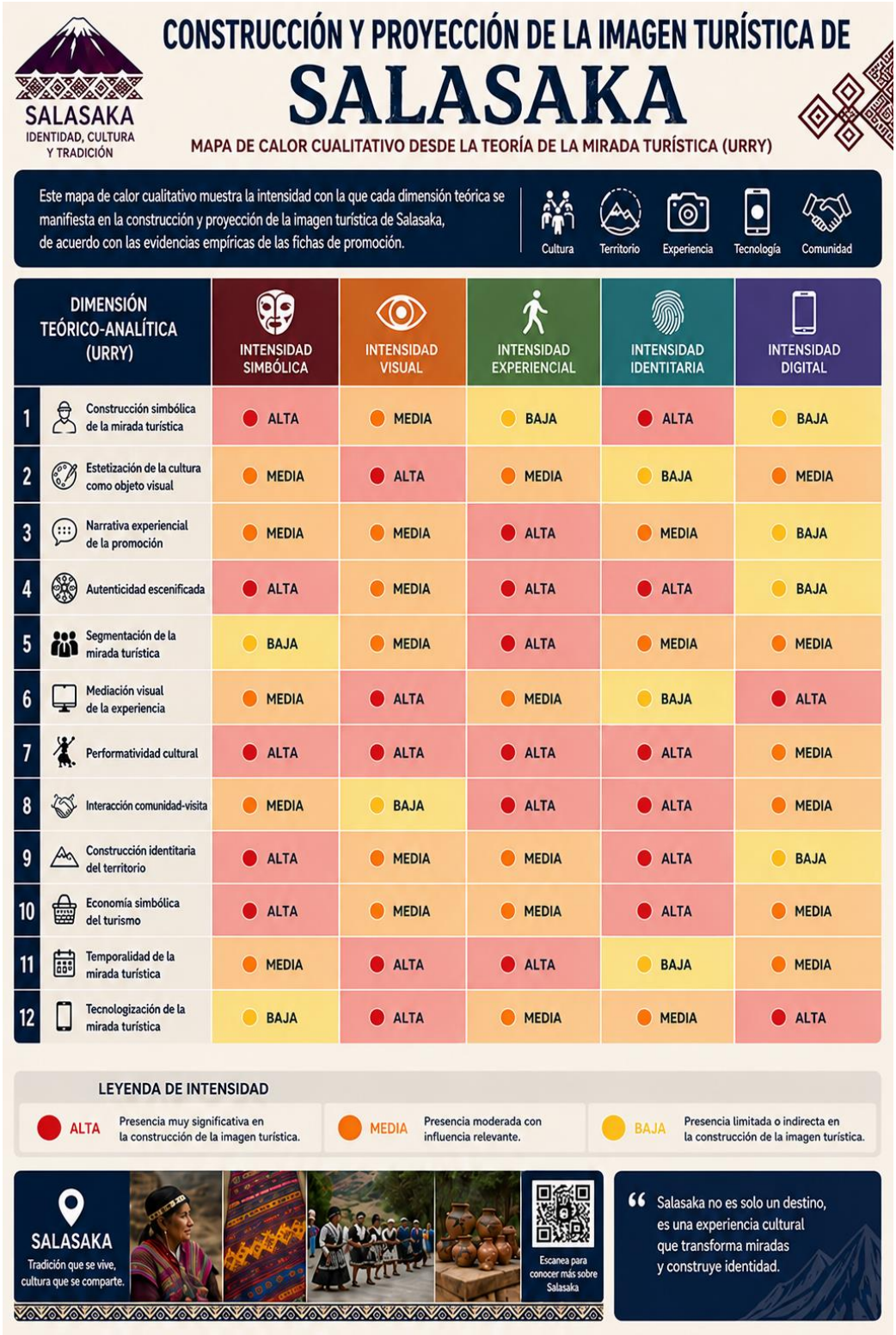
| | | |
|---|---|---|
| Narrativa experiencial de la promoción | Esloganes: "Vive la tradición", "Siente la cultura" | La percepción del destino se produce a partir de un enfoque concentrado en la experiencia en donde el lenguaje utilizado en la promoción es crear de manera directa una relación emocional y psicológica entre el público y la localidad visitada. De esta manera, Salasaca se proyecta como un destino inversivo, en el que la cultura no solo se observa, sino que también se vive y se siente a través de la interacción directa con sus manifestaciones. |
| Autenticidad escenificada | Uso de prácticas ancestrales, imágenes reales | La construcción de la representación responde a una autenticidad mediada, donde las prácticas culturales y ritos ancestrales son seleccionadas y organizadas para cumplir expectativas turísticas. De esta manera, el lugar suele presentarse como un estándar autentico y genuino, dada que dicha autenticidad está planificada para el consumo superficial que selecciona al patrimonio inmaterial cuidadosamente. |
| Segmentación de la mirada turística | Eventos culturales, académicos, deportivos | La percepción imaginaria de un destino generalmente se construye de maneras diferentes, dependiendo del perfil de los visitantes. En este sentido, Salasaca, surge como un lugar atractivo, logrando incluir distintas modalidades que van desde el turismo cultural y de investigación a un nivel académico y deportivo, lo que permite adaptarse de buena manera los intereses de los turistas. |
| Mediación visual de la experiencia | Redes sociales, afiches digitales, QR | De acuerdo a la visibilización del viaje se basa mediante la construcción de la imagen mediante dispositivos visuales que les ofrecen una visión atractiva del destino. Por lo tanto, el lugar tiene una representación digital dentro de las narrativas multimedia que influye de forma directa en las emociones. |
| Performatividad cultural | Promoción de fiestas, rituales, danzas | El posicionamiento de la localidad se construye desde una narrativa visual que se interpreta como el patrimonio inmaterial desde la percepción de la representación escénica, permitiendo que las costumbres tomen formatos festivos y cercanos. Por otro lado, Salasaca se proyecta en el mapa turístico como una comunidad activa y ritual, donde la legitimidad de sus ciclos festivos actúa como un recurso estratégico para la dinamización del turismo cultural. |
| Interacción comunidad–turista | Talleres, turismo comunitario, participación | La localización de la comunidad se construye a partir de una lógica relacional, en dinámicas colaborativas, quien asume un rol dinámico y |

| | | |
|---|---|---|
| | | vivencial dentro del turismo, por este motivo, el destino se presenta como un destino integrador y participativo, en donde las estrategias promocionales se materializan a través de principios de turismo comunitario. |
| Construcción identitaria del territorio | Uso de lengua kichwa, símbolos andinos | La dinamización del lugar se estructura a partir de la gestión mediante sus activos intangibles y patrimoniales para reforzar la identidad y diferenciarlo dentro del entorno publicitario. De esta manera, la comunidad Salasaca surge como un destino con valores culturales propios que le permiten diferenciarlo de otros lugares dentro del turismo. |
| Economía simbólica del turismo | Gastronomía, artesanías, ferias productivas | La idealización de un destino generalmente se construye a partir de una valiosa conexión entre la cultura y la economía. Por lo cual, está lógica permite analizar la localidad como un espacio productivo y sostenible sin comprometer la integridad de la comunidad. |
| Temporalidad de la mirada turística | Promoción de eventos específicos | La representación del destino se construye alrededor de momentos extraordinarios, lo que tiende a dejar en segundo plano la vida cotidiana. En este sentido, Salasaca se asocia principalmente con eventos y festividades, consolidándose como un destino orientado a experiencias específicas y puntuales para el visitante. |
| Tecnologización de la mirada turística | Redes sociales, plataformas digitales | El posicionamiento de un destino se determina a través del uso de las redes sociales que son capaces de aumentar la reproducción de la experiencia visual. Por lo cual, la comunidad se proyecta una combinación entre lo tradicional y el uso actual de plataformas digitales, lo que permite acoplarse al turismo. |

*Nota.* Relación entre las dimensiones teóricas, las fichas de promoción y la construcción de la imagen turística de Salasaca.

**Figura 3**

*Mapa de calor cualitativo del análisis de estrategias de promoción turística*




*Nota.* Imagen generada por ChatGPT.

**Lectura interpretativa**

A partir de los resultados expuestos, se evidenció que las categorías con mayor predominancia fueron la intensidad simbólica, experiencial e identitaria, las cuales reflejaron que el destino mantiene una fuerte conexión con sus expresiones culturales, tradiciones ancestrales y elementos representativos de la comunidad. Asimismo, la autenticidad escenificada y la performatividad cultural alcanzaron niveles altos, demostrando que las manifestaciones culturales, la vestimenta tradicional, las artesanías y las prácticas comunitarias constituyen recursos clave para fortalecer el atractivo turístico del territorio. De esta manera, la percepción visual presento valores de medios y altos, lo que permitió visibilizar que la promoción turística utiliza imágenes y material promocional capaces de posicionar la esencia cultural del lugar, aunque aún se puede mejorar aspectos para generar mayor influencia en los turistas. Por lo tanto, se evidencio que, aunque existen medio de difusión y estrategias promocionales diferenciadas no son suficientes, ya que se necesita un plan comunicacional más competitivo, constante y diferenciador. En conjunto, el análisis permitió reconocer que el fototurismo contribuye significativamente a la construcción de imaginarios turísticos alrededor de Salasaca, fortaleciendo la valoración del patrimonio cultural y posicionando a la parroquia como un destino con identidad propia, autenticidad y experiencias vivenciales ligadas a la cultura indígena andina.

## 3.2 Generación de hipótesis

La presente investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, debido a que el objetivo general no estuvo orientado a la comprobación estadística de hipótesis, sino a investigar el fototurismo como eje estratégico de la promoción turística de las fiestas populares de la comunidad Salasaca, para diversificar la oferta turística cultural a partir de la construcción de nuevas formas de mirada y representación del territorio.Para la recopilación de datos se utilizó la técnica de fichaje, como una herramienta de registro para análisis visual y publicitario, los cuales permitieron obtener y organizar la información recolectada a través del material fotográfico, contenido gráfico y recursos promocionales conectados al destino turístico. Por consiguiente, la información fue interpretada y triangulada teóricamente con la mirada del turista, la representación cultural, el patrimonio y el turismo comunitario.

Por lo tanto, las fichas fueron herramientas claves para el desarrollo de la investigación, facilitando la ordenanza y desglose de los mensajes promocionales presentes para la comunidad. Asimismo, debido a estos análisis se identificaron diferentes elementos relacionados con la identidad cultural, los significados, prácticas tradicionales, expresión artesanal y las narrativas visuales que utiliza la promoción para proyectarla imagen turística del destino. De esta manera, permitió reconocer cómo las fotografías y recursos visuales contribuyen a fortalecer la representación cultural de Salasaca, resaltando elementos asociados con las experiencias comunitarias, las tradiciones y el patrimonio local.

A partir de este proceso de análisis inductivo e interpretativo, se formularon la hipótesis alternativa y la hipótesis nula como planteamientos orientadores del estudio. Estas hipótesis no fueron concebidas para una validación cuantitativa, sino como referentes construidos desde la interpretación de la evidencia empírica y su relación con el sustento teórico abordado en la investigación. En este sentido, permitieron organizar la discusión académica sobre la relación entre el fototurismo y la promoción turística dentro del contexto cultural de la parroquia Salasaca.

$H_1$: El fototurismo *sí se relaciona* con la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo.

$H_0$: El fototurismo *no se relaciona* con la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo.

# CAPÍTULO IV

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 4.1 Conclusiones

Se analizó que el fototurismo constituye una herramienta fundamental para interpretar de manera más amplia y detallada las narrativas culturales presentes en las fiestas populares de la comunidad Salasaca, a través de la observación detallada de los elementos visuales, se logró registrar diversas narrativas culturales que evidenciaron la riqueza cultural del territorio, tales como la vestimenta tradicional encontrando significados en el anaco, baeta, collares, sombrero blanco, sandalias, blusas bordadas y fajas; las prácticas ancestrales como ofrendas a la pachama, la purificación, ajusticiamiento, chamanismo y la minga; las danzas por ejemplo de la cosecha, pendoneros, albazo y tonada, danzantes y la particular danza con la punta del pie; la música como el San Juanito, Yaraví; y las dinámicas de interacción social entre los miembros de la comunidad como el compadrazgo a través de bautizos y matrimonios, elementos que reflejan cosmovisión, sincretismo y cohesión comunitaria de las festividades.

El análisis de las promociones turísticas permitió identificar cinco tipos de estrategias de promoción predominantes utilizadas en las fiestas populares de la comunidad Salasaca, siendo de tipo comercial, seguido por el informativo, cultural, identitario y experiencial, las cuales se centraron principalmente en el uso de contenido visual atractivo, difundido a través de medios digitales que se limitan a publicaciones aisladas y reactivas en Facebook e Instagram durante las vísperas de las festividades, enfocadas en los contenidos visuales de tipo genérico. Estas

proyectan una imagen folclorizada y estática del destino, desaprovechando el potencial de la fotografía como recurso persuasivo y emocional para posicionar a Salasaca de forma diferenciada. Asimismo, se determinó que esta capacidad persuasiva operó de forma unidimensional: logró capturar la atención momentánea del visitante interesado, al no ser capaz de transformar esa atracción visual en una conexión profunda.

Se diseñó la estrategia de fototurismo materializada en el *Manual de Fototurismo: Salasaca en Imágenes*, el cual se estructura en ocho componentes clave interconectados de forma directa con los hallazgos del diagnóstico cultural y promocional de la investigación. La propuesta consiste en la implementación de rutas fotográficas y puntos identitarios que traducen las danzas, música y paisajes sagrados en escenarios de interpretación activa para superar la captura de imágenes genéricas; paralelamente, incorpora un concurso local y experiencias inmersivas comunitarias que rompen la mirada unidimensional del visitante al fomentar la convivencia en la preparación de alimentos y oficios tradicionales. Asimismo, el manual diversifica la oferta temporal y los canales de difusión mediante una galería digital del patrimonio y un circuito nocturno de fotografía festiva para capturar el alto impacto de los rituales nocturnos, complementado con un componente normativo de respeto a la vestimenta tradicional. Este instrumento ayuda a los actores locales y guía a los visitantes hacia una nueva mirada del territorio.

### 4.2 Recomendaciones

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Salasaka y al Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka, implementar talleres de co-diseño visual donde la propia comunidad defina qué narrativas sagradas y qué significados de su simbología ancestral como rituales y vestimenta, fortalecer el uso del fototurismo como herramienta de interpretación cultural en las fiestas populares de la comunidad Salasaca, promoviendo la captura y difusión de imágenes que reflejen de manera auténtica los elementos simbólicos, rituales y tradicionales del lugar. Asimismo, se sugiere implementar cursos de capacitación dirigidos a la población local y gestores turísticos sobre el uso adecuado de la fotografía como medio interpretativo, con el fin de garantizar que las representaciones visuales respeten el

valor cultural y la identidad de la comunidad. De esta manera, se garantiza que la transmisión de este conocimiento a los visitantes sea auténtica, profunda y evite interpretaciones superficiales.

Se recomienda al GAD de Salasaka y al Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka, reestructurar la gestión de la promoción turística digital hacia un enfoque experiencial e identitario diseñar e implementar estrategias de promoción turística más estructuradas, que integren de manera planificada el uso de contenido visual en diferentes plataformas digitales, como redes sociales, páginas web y campañas publicitarias. Además, se sugiere diversificar los canales de difusión y fortalecer la coherencia de los mensajes promocionales, asegurando una planificación estratégica de marketing de contenidos basada en los enfoques identitario y experiencial. Para ello, se debe utilizar la fotografía no como un simple elemento de atracción momentánea, sino como un recurso persuasivo y emocional que visibilice los procesos vivos y dinámicos de las fiestas populares. Igualmente, se propone incorporar enfoques innovadores, como el marketing digital y la participación de creadores de contenido, para ampliar el alcance y posicionamiento de la comunidad Salasaca en el mercado turístico.

Se recomienda de manera prioritaria al Gobierno Autónomo Descentralizado de Salasaka y al Consejo de Gobierno del Pueblo Kichwa Salasaka, la socialización y ejecución práctica del *Manual de Fototurismo: Salasaca en Imágenes*. Para garantizar su éxito, es indispensable activar de forma progresiva cada uno de sus ocho componentes metodológicos, empezando por la implementación de las rutas fotográficas y la señalización de los puntos identitarios que articulan los paisajes sagrados y las danzas tradicionales. Asimismo, se deben coordinar los concursos locales y las experiencias inmersivas de convivencia para involucrar activamente a los comuneros en la interacción con los visitantes. Además, es importante actualizar periódicamente el contenido visual y las estrategias digitales del manual, incorporando nuevos registros fotográficos, eventos comunitarios y plataformas de difusión que permitan mantener vigente la visibilidad turística y cultural del territorio, convirtiéndolo en una herramienta viva que diversifique la oferta, eduque al turista y dinamice de forma sostenible la economía de Salasaca.

# PROPUESTA

## Título de la propuesta

*Salasaca a través del lente: esencia cultural y belleza ancestral*: manual de fototurismo para la debida promoción turística de las festividades ancestrales del pueblo Salasaca

## Objetivo de la propuesta

Diseñar un manual de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, fundamentada en la difusión visual de sus manifestaciones culturales, tradiciones ancestrales, paisajes y expresiones identitarias, con la finalidad de fortalecer el atractivo turístico del destino, incentivar la participación comunitaria y contribuir a la revalorización del patrimonio cultural de la localidad.

## Justificación

La propuesta de una guía de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, se justifica desde la necesidad de fortalecer estrategias innovadoras de difusión cultural y turística que permitan visibilizar la riqueza patrimonial, las tradiciones ancestrales y la identidad de la comunidad a través de la fotografía como herramienta de interpretación y comunicación visual. En este contexto, el fototurismo no solo se concibe como una práctica orientada a capturar imágenes de un destino, sino como una experiencia que posibilita al visitante establecer conexiones culturales y emocionales con el territorio, sus habitantes y sus manifestaciones culturales. De esta manera, la fotografía turística se convierte en un medio capaz de transmitir significados, sensaciones y elementos identitarios que fortalecen el interés por conocer y valorar la parroquia Salasaca desde una perspectiva cultural, participativa y vivencial.

Asimismo, la propuesta posee una dimensión social y cultural al reconocer a la comunidad Salasaca como portadora de un importante patrimonio cultural material e inmaterial que puede ser difundido mediante estrategias visuales de promoción turística. A través de la guía de fototurismo, los habitantes no solo participan como parte del paisaje turístico, sino también como actores fundamentales en la

construcción y proyección de la imagen cultural del territorio. Este enfoque permite fortalecer la participación comunitaria y fomentar la valoración de las prácticas tradicionales, costumbres, vestimenta, artesanías y expresiones culturales propias de la identidad Salasaca. Además, la fotografía turística contribuye a generar procesos de sensibilización y reconocimiento cultural tanto en visitantes como en la población local, promoviendo el sentido de pertenencia y la preservación de las tradiciones ancestrales.

De igual manera, la propuesta enfatiza la importancia del patrimonio cultural y paisajístico de la parroquia Salasaca, el cual constituye un recurso turístico con gran potencial para el desarrollo de experiencias fotográficas auténticas. Las festividades, tejidos, expresiones artísticas, paisajes naturales y prácticas comunitarias representan elementos visuales de alto valor simbólico e identitario que pueden ser aprovechados para fortalecer la promoción turística del destino. En un contexto marcado por la globalización y la constante transformación de las dinámicas culturales, la guía de fototurismo busca contribuir a la preservación y revalorización de estos elementos patrimoniales mediante la creación de experiencias visuales. De esta forma, el uso de la fotografía turística se convierte en una herramienta estratégica para proyectar la autenticidad cultural de Salasaca y posicionarla como un destino de interés turístico y cultural.

Finalmente, la propuesta se sustenta en la teoría del desarrollo endógeno planteada por Vázquez Barquero, quien sostiene que el desarrollo local debe originarse a partir de las capacidades, recursos y potencialidades propias del territorio. Desde esta perspectiva, el patrimonio cultural, las expresiones identitarias y los recursos visuales de la parroquia Salasaca constituyen elementos estratégicos para dinamizar procesos de promoción turística sostenible. La guía de fototurismo permite fortalecer la imagen del destino mediante estrategias visuales innovadoras. En consecuencia, el turismo y la fotografía se articulan como herramientas de valorización cultural, difusión patrimonial y fortalecimiento comunitario, construidas desde las características propias de la parroquia Salasaca y orientadas al desarrollo turístico local sostenible.

## Desarrollo de la propuesta

### Fases metodológicas para el desarrollo de la propuesta

La elaboración de la guía de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, se desarrolló mediante un proceso metodológico estructurado en cinco fases, las cuales permitieron integrar de manera coherente los resultados obtenidos durante la investigación con el diseño, construcción, aplicación y evaluación de la propuesta. Este proceso metodológico se fundamentó en la utilización del fototurismo como una estrategia de difusión visual orientada a fortalecer la promoción turística del territorio, destacando las manifestaciones culturales, paisajes, tradiciones ancestrales y expresiones identitarias de la comunidad Salasaca como elementos centrales para la valorización y posicionamiento turístico del destino.

**Tabla 38**

*Estrategias de fototurismo y su relación con la teoría de la mirada turística*

| N.º | Estrategia de fototurismo | Hallazgo de campo | Sustento desde la teoría de la mirada turística de John Urry |
|---|---|---|---|
| 1 | Ruta fotográfica de las fiestas ancestrales | En las fichas de observación y promoción se evidenció que los rituales, danzas y expresiones festivas son los elementos más fotografiados por visitantes y medios digitales durante las celebraciones comunitarias. | La mirada turística se construye a partir de aquello que social y culturalmente es considerado digno de ser observado. Las fiestas ancestrales organizan visualmente la experiencia del visitante, transformando los rituales en escenarios de contemplación y consumo simbólico. |
| 2 | Puntos fotográficos identitarios | Se identificó el uso constante de símbolos andinos, tejidos, vestimenta tradicional y murales culturales dentro de la promoción visual de Salasaca. | Urry plantea que la experiencia turística está mediada por imágenes previamente construidas. Los espacios visuales identitarios fortalecen la creación de imaginarios turísticos y consolidan una representación auténtica del territorio. |
| 3 | Concurso local de fotografía cultural | Las entrevistas evidenciaron que las imágenes compartidas en redes sociales incrementan la visibilidad de las fiestas y motivan nuevas visitas al territorio. | La mirada turística contemporánea se reproduce y amplifica mediante medios visuales y digitales. La fotografía convierte al turista en productor y difusor de representaciones culturales del destino. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | Experiencias inmersivas de fotografía comunitaria | Los actores comunitarios manifestaron interés en que el visitante participe activamente en las prácticas culturales y no solo como observador externo. | La mirada turística no es pasiva, sino experiencial e interactiva. La participación directa genera una relación más profunda entre visitante y comunidad, fortaleciendo la experiencia cultural compartida. |
| 5 | Galería digital del patrimonio festivo | Se observó la existencia de archivos visuales y fotografías históricas utilizadas para mantener viva la memoria cultural de las festividades. | Urry sostiene que el turismo se construye desde representaciones visuales previas al viaje. Las galerías digitales permiten que el destino exista simbólicamente antes de ser experimentado físicamente. |
| 6 | Circuito nocturno de fotografía festiva | En el trabajo de campo se identificó que las actividades nocturnas, rituales y juegos de luces generan mayor interés visual en turistas y fotógrafos. | La mirada turística privilegia experiencias extraordinarias y escénicas. La nocturnidad transforma la percepción visual del territorio y convierte la fiesta en una experiencia estética diferenciada. |
| 7 | Fototurismo con vestimenta tradicional | Las fichas registraron que la indumentaria Salasaca es uno de los elementos más representativos y fotografiados por los visitantes. | La vestimenta tradicional funciona como marcador visual de autenticidad cultural. Desde la mirada turística, estos elementos se convierten en símbolos que diferencian y posicionan el destino culturalmente. |
| 8 | Estrategia de promoción visual en redes sociales | Se evidenció el uso frecuente de redes sociales, afiches digitales y contenido visual como principal medio de difusión turística de las fiestas populares. | Urry explica que la experiencia turística moderna está profundamente mediada por tecnologías visuales. Las redes sociales anticipan la experiencia y condicionan la percepción del destino antes del viaje. |
| 9 | Senderos interpretativos para fotografía cultural | La observación permitió identificar espacios naturales, comunitarios y rituales con alto potencial visual y narrativo para el visitante. | La mirada turística organiza el territorio en función de paisajes culturalmente atractivos. Los senderos interpretativos guían la observación y orientan la construcción simbólica del lugar. |
| 10 | Festival de fototurismo y cultura Salasaca | Los participantes señalaron que las fiestas populares representan el principal espacio de encuentro cultural, promoción comunitaria y atracción turística. | Desde la teoría de Urry, los eventos festivos producen escenarios de consumo visual colectivo donde la cultura se convierte en experiencia observable, compartida y reproducible mediáticamente. |

*Nota.* La tabla presenta las principales estrategias de fototurismo propuestas a partir de los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo y su relación con los planteamientos de la teoría de la mirada turística de John Urry.

**Figura 4**

*Modelo metodológico para el desarrollo del manual de fototurismo*




*Nota.* Imagen generada por ChatGPT.

**Fase 1. Recolección de información mediante fichaje**

La primera fase se fundamentó en el proceso de recopilación y organización de información desarrollado en el Capítulo III de la presente investigación, específicamente en el análisis del fototurismo y la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo. En esta etapa se aplicó el método de fichaje como técnica principal de recolección de información, permitiendo registrar de manera ordenada y sistemática diversos elementos relacionados con la imagen turística, las representaciones culturales y las estrategias visuales utilizadas en la promoción del destino.

Para ello, se emplearon fichas de análisis orientadas al registro de fotografías turísticas, material promocional y recursos visuales vinculados con la parroquia Salasaca. Mediante este proceso se identificaron aspectos relacionados con los paisajes, manifestaciones culturales, vestimenta tradicional, artesanías, festividades, expresiones identitarias y escenarios con potencial fototurístico. Asimismo, el fichaje permitió analizar la manera en que estos elementos son proyectados dentro de la promoción turística, considerando componentes como la composición visual, el mensaje cultural, la representación simbólica y el valor turístico de las imágenes utilizadas.

En consecuencia, la información obtenida mediante el método de fichaje constituyó una base empírica y documental sólida para comprender cómo el fototurismo puede contribuir al fortalecimiento de la promoción turística de la parroquia Salasaca. Además, permitió integrar elementos culturales, visuales y turísticos fundamentales para el diseño de la propuesta, orientada a la difusión de la identidad cultural, la preservación patrimonial y el posicionamiento turístico del destino desde una perspectiva visual y comunitaria.

**Fase 2. Análisis de resultados para la construcción del contenido**

La presente fase correspondió al análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante el método de fichaje, con la finalidad de estructurar el contenido de la guía de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo. A

partir de la información recopilada en las fichas de análisis, se identificaron elementos relacionados con la identidad cultural, los recursos paisajísticos, las manifestaciones tradicionales y el potencial visual y turístico del territorio.

Asimismo, se analizaron las características de las fotografías y materiales promocionales identificando componentes vinculados con la representación cultural, el valor simbólico de las imágenes, la composición fotográfica y la proyección de la imagen turística de Salasaca.

Desde la perspectiva del fototurismo y la promoción turística cultural, se estructuró el contenido de la guía considerando elementos visuales, descriptivos e interpretativos que contribuyan a la valorización del patrimonio cultural y paisajístico de la parroquia. De esta manera, la información analizada permitió diseñar una propuesta enfocada en la difusión de la identidad local, el fortalecimiento de la imagen turística y la generación de experiencias visuales.

**Fase 3: Diseño del manual de experiencias turísticas**

A partir de los ejes temáticos identificados en el análisis de resultados, se procedió al diseño de la guía de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, incorporando elementos orientados a la difusión visual de los recursos culturales, paisajísticos e identitarios del territorio. Para ello, se elaboraron fichas descriptivas fundamentadas en las fotografías y materiales promocionales analizados durante el proceso de fichaje, las cuales incluyen información relacionada con atractivos turísticos, escenarios representativos, manifestaciones culturales, tradiciones, vestimenta ancestral y espacios con potencial fotográfico. Asimismo, se integraron componentes vinculados con la interpretación cultural y turística de las imágenes, la valorización del patrimonio cultural, la construcción de rutas fotográficas y la proyección de la imagen turística de Salasaca, con la finalidad de estructurar una propuesta visual, práctica y contextualizada.

LINK DE LA PROPUESTA Y VISUALIZACIÓN EN EL ANEXO F.
https://canva.link/8ol7x5p3btjgneq

**Fase 4: Aplicación de la propuesta**

La fase de aplicación de la guía de experiencias turísticas vivenciales se desarrollará La fase de aplicación de la guía de fototurismo para la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, se desarrollará posteriormente a la defensa del proyecto de investigación, mediante la socialización e implementación piloto de las rutas y actividades fototurísticas propuestas dentro de la comunidad. Esta etapa contempla la utilización de la guía como una herramienta visual y promocional orientada a fortalecer la difusión de los recursos culturales, paisajísticos y patrimoniales de Salasaca, a través de recorridos fotográficos, registro de escenarios representativos y experiencias vinculadas con la interpretación cultural del territorio. Asimismo, se considerará la participación de actores comunitarios, visitantes y emprendedores locales con la finalidad de promover una experiencia participativa y contextualizada que permita evidenciar el funcionamiento de la guía en escenarios reales y su aporte al fortalecimiento de la promoción turística, la valorización cultural y el posicionamiento fototurístico de la parroquia Salasaca.

**Fase 5: Evaluación de la propuesta**

La evaluación de la guía de fototurismo se realizará mediante procesos de análisis y retroalimentación orientados a valorar la funcionalidad, utilidad y aporte de la propuesta dentro de la promoción turística de la parroquia Salasaca, cantón Pelileo. Este proceso permitirá recopilar información relacionada con la percepción de los usuarios respecto a la calidad visual de la guía, la organización de las rutas fotográficas, la interpretación cultural de los atractivos y el nivel de interés generado por las experiencias fototurísticas propuestas. De igual manera, la evaluación facilitará la identificación de fortalezas, limitaciones y oportunidades de mejora vinculadas con la difusión de la imagen turística, la valorización del patrimonio cultural y la participación comunitaria, contribuyendo al perfeccionamiento de la guía y al fortalecimiento sostenible de la promoción turística y cultural de la parroquia Salasaca.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


ASUNCIÓN, F.-V. A. (2024). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Banks, M. (2007). *Using Visual Data in Qualitative Research*. SAGE Publications Ltd. https://doi.org/10.4135/9780857020260

Bazan, J. M. T. (2024). Estrategias de Comunicación Digital y su Rol en el Turismo Gastronómico de Barranco. *Dialogos Abiertos*, *3*(2), 88-101. https://doi.org/10.32654/DialogosAbiertos.3-2.6

Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, *9*(2), 27-40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Bulchand-Gidumal, J. (2022). Post-COVID-19 recovery of island tourism using a smart tourism destination framework. *Journal of Destination Marketing & Management*, *23*, 100689. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100689

Cabanillas, R. (2021, febrero 9). Importancia del arte fotográfico en la actividad turística. *Entorno Turístico*. https://www.entornoturistico.com/importancia-del-arte-fotografico-en-la-actividad-turistica/

Castellanos, S. M. S. (2022). El estudio de la imagen en turismo. Una aproximación a sus principales definiciones. *Turismo y Patrimonio*, (18), 31-47. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.02

Cedeño Castro, T. T., Garzón Mosquera, F. F., González Amagua, J. E., & Minchalo Minchalo, J. R. (2024). FORTALECIMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL: UNA RUTA TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO. *Universidad de Cienfuegos.*, *16*(1), 474-481.

Chávez, M. A., García, S. L. M., & Cárdenas, F. M. M. (2024). Desarrollo de una marca turística para la promoción y fortalecimiento de la identidad cultural de Pile como destino turístico en Manabí. *Turismo y Patrimonio*, (23), 43-59. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2024.n23.03

Collado, A. M., & Resino, J. J. B. (2005). Las fuentes de información en el proceso de decisión del consumidor turístico. *ESIC Market*, *36*(120), 263-283.

Contreras-Medel, M. G., Castro-Angulo, S. A., & López-Gaytán, J. A. (2025). El Uso del Meme en Redes Sociales como Estrategia de Encuadre en Campañas Políticas en México (2024): The Use of Memes on Social Media as a Framing Strategy in Political Campaigns in México (2024). *REVISTA LINCE*, *1*(1), 202-220. https://doi.org/10.63622/RLI/2025.01/08

Coronel, J. L. G., Moscoso, A. F. O., & Guaranda, M. E. R. (2025). Propuesta de metodologías activas para la inclusión étnica en segundo nivel de Bachillerato a través de la fotografía de fiestas populares. *Runae*, (12), 66-79. https://doi.org/10.70141/runae.12.1149

Escudero, C. (2022). Brasileños en Canadá: Un estudio de narrativa a partir de las formas de acción, interacción y conexión en red en un ambiente virtual. *Revista Diarios del Terruño*, (14), 118-132.

Fernández, D. B., Castillo, G. P., Dueñas, P. P. M., & Paradas, A. R. F. (2025). *Voces y tramas: Narrativas artísticas y expresiones culturales*. ESIC Editorial.

Fernández-Alonso, Y. de la C., Rodríguez-Alemán, L. M., Díaz-Pompa, F., López-Yanes, Y., Fernández-Alonso, Y. de la C., Rodríguez-Alemán, L. M., Díaz-Pompa, F., & López-Yanes, Y. (2024). La comunicación promocional en el

destino turístico Trinidad, Sancti Spíritus. *Revista Científica UISRAEL*, *11*(3), 89-106. https://doi.org/10.35290/rcui.v11n3.2024.1156

Ferrer Bielsa, J., & Martínez Samper, C. (with Universidad de Zaragoza). (2025). *Dejarse atravesar: El viaje como archivo de memoria, deseo y transformación*. Universidad de Zaragoza.

Fuentes, C. (2014). Foto-turismo: La constitución social de una mirada persistente. *Revista Valenciana, estudios de filosofía y letras*, (13), 7. https://doi.org/10.15174/rv.v0i13.43

GAD Salasaka. (2023). *Reseña Histórica – GAD Parroquial Rural de Salasaka*. https://gobiernoparroquialsalasaka.gob.ec/index.php/resena-historica/

Galeas, C. E. N., & Calderón, B. A. P. (2022). Composición visual y diseño de la información en mensajes promocionales y publicitarios de los alimentos artesanales de la Vitrina Productiva de Tungurahua. *Sinergias Educativas*. https://doi.org/10.37954/se.vi.309

García-Serna, E., Hernández-Lobato, L., & Solís-Radilla, M. (2023). Imagen percibida como detonante para la innovación y competitividad empresarial en el sector turístico. *Revista revoluciones*, *5*(12), 8-19. https://doi.org/10.35622/j.rr.2023.012.001

Gobierno Autónomo Descentralizado Salasaka. (2023). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SALASAKA 2019-2023*. 279.

Gómez Sánchez, C. (2023). *FOTOGRAFÍA Y TURISMO PHOTOGRAPHY AND TOURISM*. 42.

González Pellerano, S. E., & Segredo, Y. M. M. (2025). Influencia de la comunicación turística del destino cuba en la intencionalidad de viajes. *Revista de Comunicación de la SEECI, 58*. https://doi.org/10.15198/seeci.2025.58.e938

González Ros, A. (2023). *Relaciones públicas y marketing sensorial en redes sociales de eventos de moda: Nicaragua Diseña*. http://dspace.umh.es/handle/11000/36430

Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, *22*(2), 187-203. https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3

Guevara, X., Albuja, J., Vera, F., & Benavides, E. (2025). Educación intercultural e inclusión indígena en Ecuador: Estudio cualitativo sobre políticas, desafíos y transformaciones en el sistema educativo. *South Florida Journal of Development*, *6*, e5979. https://doi.org/10.46932/sfjdv6n11-024

Heredia, V. N. (2022). *Elecciones y encuadres con perspectivas de género*. https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/24397

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.

Hernández-Sampieri, R. (2022, febrero 12). *Metodología de La Investigación 7ma Ed—Hernandez Sampieri | PDF*. Ma. Eugenia Buendía López. Scribd. https://es.scribd.com/document/905292221/Metodologia-de-La-Investigacion-7ma-Ed-Hernandez-Sampieri-Bibliotecadelfriki-site-1

Huang, Y., & Zeng, Y. (2024). The impact of visual and auditory landscapes on coastal tourism experience: Applying the stimulus-organism-response model for social development. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, *8*(8), 6559. https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.6559

Hunter, W. C. (2016). The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of Seoul. *Tourism Management, 54*, 221-229. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.012

Jamal, T., & Robinson, M. (2009). *The SAGE handbook of tourism studies*. Sage. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=502050

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (Seventh edition, global edition). Pearson.

Lara, G. T. (2017). La investigación cualitativa y el estudio de casos: Una revisión teórica para su discusión. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/125

Larsen, J. (2005). Families Seen Sightseeing: Performativity of Tourist Photography. *Space and Culture*, *8*(4), 416-434. https://doi.org/10.1177/1206331205279354

León Alvarado, L. S. (2022). Fotografía publicitaria y configuración de imaginarios turísticos de pueblos mexicanos: Pueblos Mágicos en México. *Cultura y representaciones sociales*, *17*(33). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2007-81102022000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=es

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

Llontop, V. (2021). El marketing digital y la promoción del turismo local. *Business Innova Sciences*, *2*(2), 52-64. https://doi.org/10.58720/bis.v2i2.39

López Hernández, I. (2025). *Propuesta integral para la valoración y difusión del patrimonio cultural del convento de todos los santos de Zempoala, Hidalgo.* http://200.57.56.70:8080/xmlui/handle/231104/7164

Marrero-Rodríguez, R., Morini-Marrero, S., & Ramos-Henriquez, J. M. (2020). Tourism jobs in demand: Where the best contracts and high salaries go at online offers. *Tourism Management Perspectives*, *35*, 100721. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100721

Martinez Panta, X. L. (2026). *Marketing digital y promoción turística de las agencias de viajes y turismo de la provincia de Tumbes, 2024*. https://hdl.handle.net/20.500.12874/66526

Medina Cardona, L. F. (2011). *Un bazar de Imágenes: Software libre/abierto, producción visual y creación colaborativa*. https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/9418

Meza-Andrade, J. R., & Carvajal-Zambrano, G. V. (2023). Estrategias de promoción para fomentar turismo rural en la parroquia San Isidro. *Ciencias Holguín*, *29*(2). http://www.ciencias.holguin.cu/revista/article/view/175

Mkono, M., & Tribe, J. (2017). Beyond Reviewing: Uncovering the Multiple Roles of Tourism Social Media Users. *Journal of Travel Research*, *56*(3), 287-298. https://doi.org/10.1177/0047287516636236

Molina Cedeño, R., Piñeiro Aguiar, E., Molina Cedeño, R., & Piñeiro Aguiar, E. (2017). FOTOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN INTERGENERACIONAL EN LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA HISTÓRICA Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL. *Revista San Gregorio*, *1*(19), 44-53.

Molina, P. G. (2023). *Gestión de la información y documentación turística local. UF0081. Ed. 2023.* Tutor Formación.

Monroy-Hernandez, A., & Dezuanni, M. (2012). Prosumidores interculturales: Creación de medios digitales globales entre jóvenes = Prosuming across Cultures : Youth Creating and Discussing Digital Media across Borders. *Comunicar : Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación = Scientific Journal of Media Education : 38, 1, 2012*, 1-16. https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-06

Moreira Villao, M. L. (2025). *"Marketing digital como estrategia de promoción del turismo rural, caso de Santa Marianita"*. [bachelorThesis, Jipijapa - Unesum]. http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/8039

Moser, A., & Korstjens, I. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 3: Sampling, data collection and analysis. *European Journal of General Practice*, *24*(1), 9-18. https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375091

Mraz, J. (2005). Historiar la fotografía. *EIAL - Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, *16*(2). https://doi.org/10.61490/eial.v16i2.349

Núñez, Á. V. P., Condor, C. J. C., Ocaña, M. P. C., & López, A. G. S. (2024). Investigación etnográfica ancestral en la comunidad Salasaka de la Provincia de Tungurahua: Análisis profundo de su patrimonio cultural. *Dilemas*

*contemporáneos: Educación, Política y Valores*. https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i3.4225

Nupan Jaramillo, M. C. (2018). *Creatividad y expresión a través de la experimentación artística y fotográfica* [Monografía]. Universidad de Nariño. https://sired.udenar.edu.co/8052/

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.

Otero, B. C., Zambrano, L. D., Lemoine Quintero, F. Á., & Hernández Rodríguez, N. R. (2021). Importancia del turismo en la promoción de políticas públicas en favor del desarrollo regional sostenible. *Research, Society and Development*, *10*(11), e05101119153-e05101119153. https://doi.org/10.33448/rsd-v10i11.19153

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Population Study. *International Journal of Morphology*, *35*(1), 227-232. https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Pearce, P. P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*.

Pérez-García, A. (2020). La fotografía turística de interacción icónica: Identidad de representación simbólica de imagen personal en el destino. *Investigaciones Turísticas*, (19), 186-212. https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.09

Pilay, L., Custoja-Ripoll, M., Pilay, L., & Custoja-Ripoll, M. (2023). Tejiendo la memoria huancavilca. Experiencias en el codiseño para la conservación de prácticas textiles ancestrales. *Boletín del Museo Chileno de Arte*

*Precolombino*, *28*(2), 31-49. https://doi.org/10.56522/bmchap.0020020280003

Piña-Ferrer, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, *8*(15), 1-3. https://doi.org/10.35381/r.k.v8i15.2440

Reyero, A. (2010). Difusión y consumo de la fotografía etnográfica chaqueña. *Avá*, (16), 1-1.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *36*, 12-21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Rivera, D. Y. C. (2025). *Miniserie web Memoria Viva: Saberes ancestrales y tradición oral de los habitantes de El Carmen de Viboral-Antioquia*.

Rivero Zambrano, L. F., Durán González, R. E., Rivero Zambrano, L. F., & Durán González, R. E. (2018). Aplicación del método archivístico en documentos de tradición e historia oral. *Tzintzun. Revista de estudios históricos*, (67), 249-273.

Rodriguez-Hidalgo, A. B., Tamayo Salcedo, A. L., & Guadarrama Tavira, E. (2024). Comunicación persuasiva del influencer en el turismo: Teorías disponibles para su estudio. *Turismo: Visão e Ação*, *26*, e19601. https://doi.org/10.14210/tva.v26.19601

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. SAGE.

Ruiz, M. (2022). *BUENAS PRÁCTICAS PARA EL FOTOTURISMO*. https://fche.uta.edu.ec/v4.0/images/Noticias/TURISMO/CONVENIO_AFE/01_Buenas_prcticas_para_el_fototurismo_por_Ruiz_Micaela.pdf

Saarinen, J., Rogerson, C. M., Hall, C. M., Saarinen, J., Rogerson, C. M., & Hall, C. M. (2019). *Tourism Planning and Development: Contemporary Cases and Emerging Issues*. Routledge. https://www.perlego.com/book/1493866/tourism-planning-and-development-contemporary-cases-and-emerging-issues-pdf

Sala, A. M. M., Márquez, C. P., & Sastre, D. M. (2022). *Comunicación y soluciones digitales para nuevos contenidos*. Gedisa Editorial.

Soto Merola, J., & Visa Barbosa, M. (2017). Representar la migración juvenil. Estudio comparativo de sus imaginarios simbólicos en la televisión y en las redes sociales digitales. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 72*(1), 37-42. https://doi.org/10.3989/rdtp.2017.01.001.04

Sun, T., & Huang, T. (2023). Research of Glamping Tourism Based on the Aesthetics of Atmosphere. *Sustainability*, *15*(1), 581. https://doi.org/10.3390/su15010581

Suquilanda Villa, K. M. (2022). *Diseño y dirección de arte de publicidad digital para la Red de Turismo Comunitario Pakariñan*. http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/38998

Tavares, G., Quijandría, R., & Acosta Rosales, R. (2023). La fotografía artística y los momentos decisivos y continuos a través de la Mobgrafía. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (191), 125-130.

Timothy, D. J. (2020). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction: 2nd Edition*. Channel View Publications. https://doi.org/10.21832/TIMOTH7710

Timothy, D. J. (2021). Heritage and Tourism: Alternative Perspectives from South Asia. *South Asian Journal of Tourism and Hospitality*, *1*(1). https://doi.org/10.4038/sajth.v1i1.26

Túñez-López, M., Altamirano, V., & González, K. P. V. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: Promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 249-271. https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1094

Urry, J. (2001). La mirada del turista. *Turismo y Patrimonio*, (3), 51-66. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03

Uslu, F., Yayla, O., Guven, Y., Ergun, G. S., Demir, E., Erol, S., Yıldırım, M. N. O., Keles, H., & Gozen, E. (2023). The Perception of Cultural Authenticity, Destination Attachment, and Support for Cultural Heritage Tourism Development by Local People: The Moderator Role of Cultural Sustainability. *Sustainability*, *15*(22), 15794. https://doi.org/10.3390/su152215794

Vargas, E. S., Cerro, A. M. C., Di Clemente, E., & Recio, E. P. (2024). Evaluación de la imagen de un destino de turismo rural a través del UGC. *Investigaciones Turisticas*, (27), 105. https://doi.org/10.14198/INTURI.24768

Villacrés, A. M. V., Vaca, C. I. V., Rojas, M. G. R., & Chango, M. J. B. (2025). Tradiciones e Identidad Cultural del Pueblo Quisapincha: Un Enfoque para su Revalorización Turística. *Sinergia Académica*, *8*(1), 614-626. https://doi.org/10.51736/by2vb898

Villamarin-Ojeda, S., Zizumbo-Villareal, L., & González-Damián, A. (2023). Las experiencias turísticas. Su estudio desde la revisión sistemática de la literatura científica. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, *17*(2), 1-26. https://doi.org/10.17979/rotur.2023.17.2.9481

Viloria, D. G. (2025, marzo 21). *Celebremos el color y la luz: Un viaje a través del diseño y los sentidos*. https://iluminet.com/celebremos-el-color-y-la-luz-un-viaje-a-traves-del-diseno-y-los-sentidos/

Vintimilla Vintimilla, J. A. (2008). *Promoción de patrimonio intangible e identidad cultural cuencana: Diagnóstico, programación, diseño* [bachelorThesis, Universidad del Azuay]. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/349

Wei-feng, C., & Lei, S. (2023). Research on Perception Analysis and Optimization of Tourist Attractions Based on Image Semantic Analysis. *Science Innovation*, *11*(6), 259-265. https://doi.org/10.11648/j.si.20231106.16

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, *31*(2), 179-188. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016

Yallop, A., & Seraphin, H. (2020). Big data and analytics in tourism and hospitality: Opportunities and risks. *Journal of Tourism Futures*, *6*(3), 257-262. https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0108

Yang, W., Chen, Q., Huang, X., Xie, M., & Guo, Q. (2022). How do aesthetics and tourist involvement influence cultural identity in heritage tourism? The mediating role of mental experience. *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.990030

Yépez Navarrete, K. E. (2014). *El lenguaje corporal y simbología en la danza folklórica. :Análisis de caso; grupo de danza folklórica de la UPS* [bachelorThesis]. http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7747

Yi, X., Fu, X., Lin, B., Zhang, G., Liao, J., & Zhang. (2025). Investigating the impact of tourists' perceived authenticity and aesthetics on word-of-mouth in cultural heritage sites. *Tourism Management*, *111*, 105167. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105167

Yuan, N., & Somthai, P. (2025). Research of Aesthetic Value for Enhancing Tujia Ethnic Costumes as a Cultural Symbol in Shizhu County. *Asian Creative Architecture, Art and Design*, *38*(1), e275015-e275015. https://doi.org/10.55003/acaad.2025.275015

Zeng, Y. (2024). *Research on Ethnic Tourism Consumption Interaction Based on Symbol Interaction Theory*. *Vol. 5*, 30-35. https://doi.org/https://doi.org/10.38007/SESR.2024.050104

Zhang, H., & Fang, Z. (2024). Research on the Aesthetic Value of Costume Creation in the Song Dynasty. *EVOLUTIONARY STUDIES IN IMAGINATIVE CULTURE*, 1017-1034. https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.1196

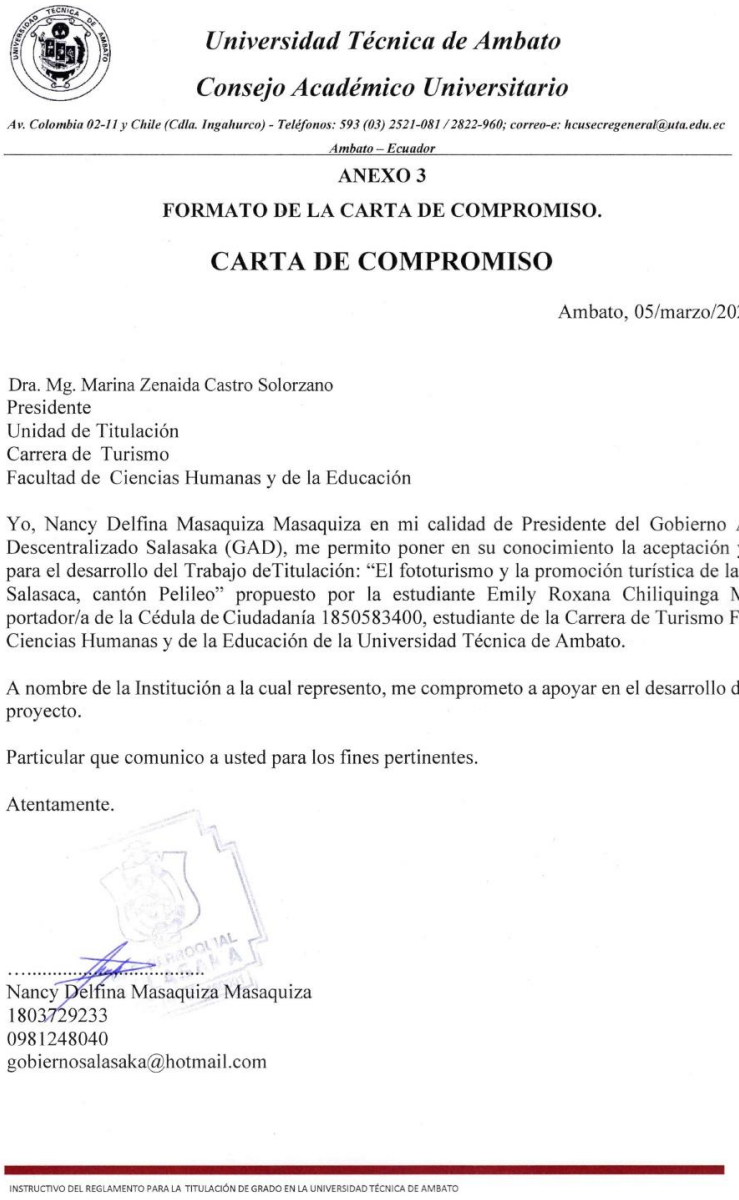
Zúñiga, P. I. V., Cedeño, R. J. C., & Palacios, I. A. M. (2023). Metodología de la investigación científica: Guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *7*(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

# ANEXOS

## Anexo A. Carta Compromiso

**Figura 5**

*Carta compromiso*



*Universidad Técnica de Ambato*

*Consejo Académico Universitario*

*Av. Colombia 02-11 y Chile (Cdla. Ingahurco) - Teléfonos: 593 (03) 2521-081 / 2822-960; correo-e: hcusecregeneral@uta.edu.ec*

*Ambato – Ecuador*

**ANEXO 3**

**FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.**

**CARTA DE COMPROMISO**

Ambato, 05/marzo/2026

Dra. Mg. Marina Zenaida Castro Solorzano
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Yo, Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza en mi calidad de Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Salasaka (GAD), me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo deTitulación: "El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo" propuesto por la estudiante Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza, portador/a de la Cédula de Ciudadanía 1850583400, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

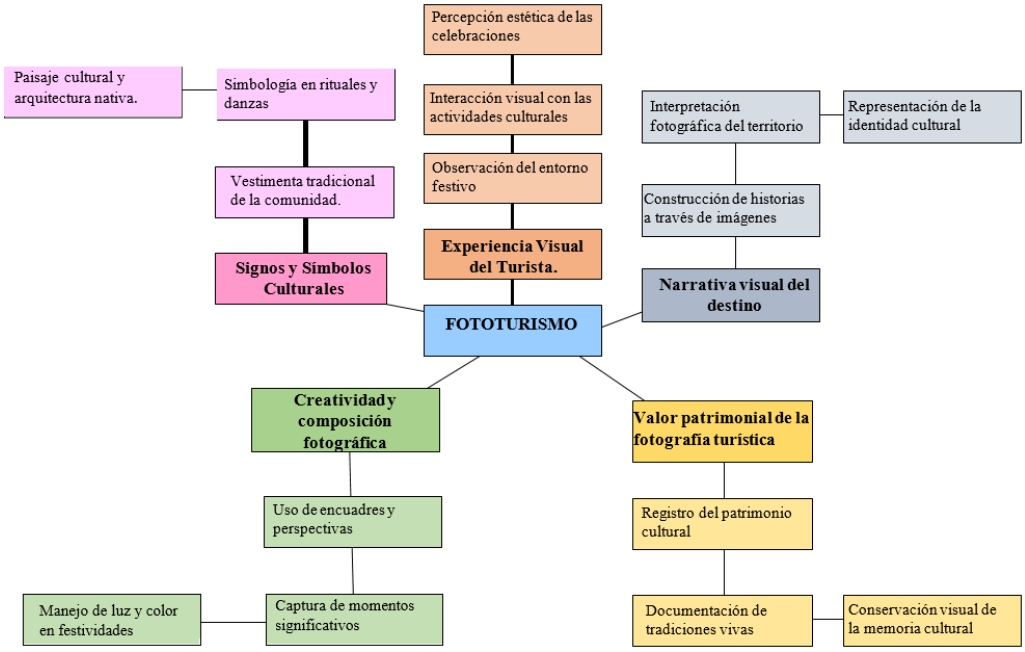
.....
Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza
1803729233
0981248040
gobiernosalasaka@hotmail.com

INSTRUCTIVO DEL REGLAMENTO PARA LA TITULACIÓN DE GRADO EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

## Anexo B. Constelación de las variables

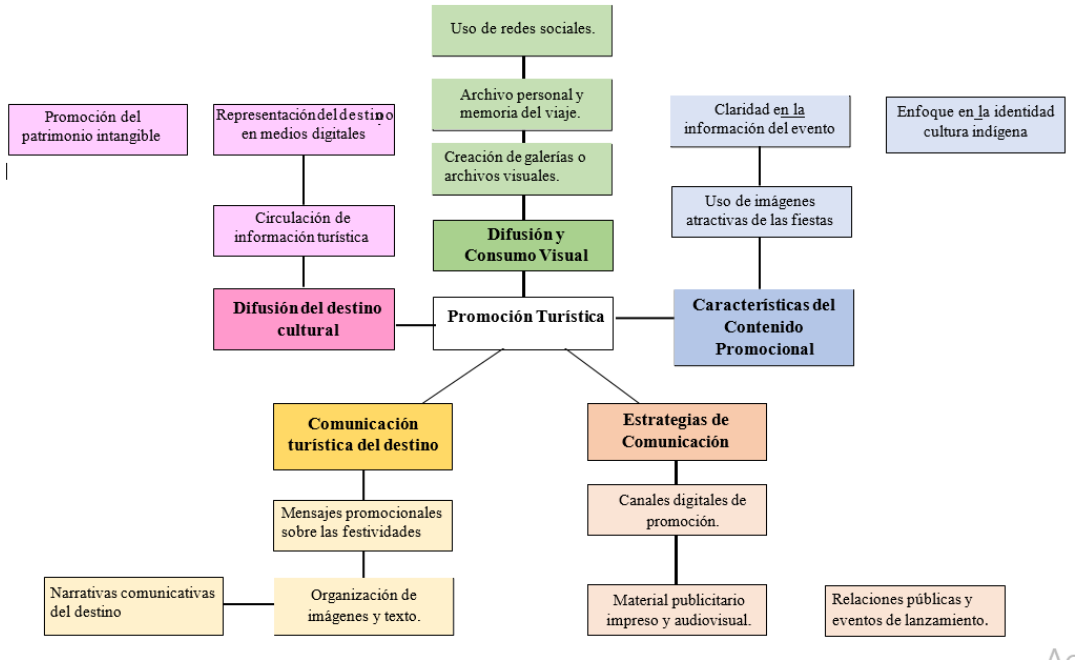
### Figura 6

*Gráfico de la variable: fototurismo*




### Figura 7

*Gráfico de la variable: promoción turística*



## Anexo C. Instrumentos

### Tabla 39

*Ficha de memoria visual "Fotografías de Manifestaciones Culturales"*

| **Ficha de memoria visual**<br>**Fotografías de Manifestaciones Culturales** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
| <br>Inserte la fotografía a analizar | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | Identificador único de la ficha para su control y clasificación. |
| **Código Institucional externo** | Código otorgado por la institución de origen para identificar la fotografía. |
| **Título asignado a la fotografía:** | Nombre dado por el fondo de fotografía, el propietario o el investigador. |
| **Año aproximado:** | Fecha estimada de la fotografía según evidencias o referencias disponibles. |
| **Lugar específico:** | Lugar exacto donde se captó la imagen. |
| **Autor/a** | Fotógrafo/a o creador de la imagen. |
| **Fuente, archivo o propietario:** | Origen o custodio de la imagen. |
| **Link:** | Enlace web de acceso a la imagen, en el caso de existir. |
| **Tipo de fotografía:** | Marque la(s) opción(es) que correspondan.<br>☐ Blanco y negro<br>☐ Color<br>☐ Digitalizada<br>☐ Original |

| | |
|---|---|
| **Estado de conservación:** | Marque la condición de la fotografía según su estado.<br>☐ Bueno<br>☐ Regular<br>☐ Malo |
| **3. Componentes visuales y socioculturales** | |
| Describa la imagen y marque los elementos visuales y socioculturales identificados. Puede seleccionar varias opciones y complementar en "Otros"<br>_____<br>_____<br>_____<br>_____ | |
| **Observación del entorno festivo** | ☐ Actividad cultural definida<br>☐ Escenario festivo<br>☐ Participación comunitaria<br>☐ Interacción turista-comunidad<br>☐ Otros: _____ |
| **Signos y símbolos culturales:** | ☐ Vestimenta tradicional<br>☐ Danzas y rituales<br>☐ Elementos simbólicos<br>☐ Prácticas ancestrales<br>☐ Otros: _____ |
| **Interacción Visual:** | ☐ Toma de fotografías por turistas<br>☐ Uso de dispositivos móviles o cámaras<br>☐ Percepción estética de la celebración<br>☐ Construcción de experiencia visual<br>☐ Otros: _____ |
| **Paisaje cultural y arquitectura:** | ☐ Arquitectura tradicional<br>☐ Espacios culturales representativos<br>☐ Entorno natural Visible<br>☐ Escenarios turísticos<br>☐ Otros: _____ |
| **Creatividad y composición fotográfica:** | ☐ Uso de encuadres y perspectivas<br>☐ Manejo de luz y color<br>☐ Captura de momentos significativos<br>☐ Enfoque visual intencional<br>☐ Otros: _____ |
| **Imagen del destino:** | ☐ Representación cultural<br>☐ Imagen Auténtica<br>☐ Imagen atractiva/escénica<br>☐ Elementos identitarios visibles<br>☐ Otros: _____ |
| **Tipo de interacción:** | ☐ Convivencia, diálogos horizontales<br>☐ Integración, integración entre culturas |

| | |
|---|---|
| | ☐ Tensión<br>☐ Otros: _____ |
| **Valor patrimonial de la Fotografía:** | ☐ Registro del patrimonio cultural<br>☐ Documentación de tradiciones vivas<br>☐ Conservación de la memoria cultural<br>☐ Testimonio histórico-cultural<br>☐ Otros: _____ |
| **Tipo de interacción:** | ☐ Observación pasiva<br>☐ Participación activa<br>☐ Interacción cultural directa<br>☐ Registro fotográfico del evento<br>☐ Otros: _____ |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **Narrativa de la fotografía** | ☐ Tradicional / cultural<br>☐ Histórica<br>☐ Cotidiana<br>☐ Productiva / laboral<br>☐ Ritual / festiva<br>☐ Otra: _____ |
| **Voces presentes** | ☐ Comunidad local<br>☐ Mujeres<br>☐ Hombres<br>☐ Niños/as<br>☐ Autoridades / líderes<br>☐ Diversidad cultural visible |
| **Voces ausentes** | ☐ Mujeres<br>☐ Niños/as<br>☐ Adultos mayores<br>☐ Grupos minoritarios<br>☐ Ninguna evidente<br>☐ Otra: _____ |
| **Tipo de memoria que fortalece** | ☐ Memoria histórica<br>☐ Memoria cultural<br>☐ Memoria colectiva<br>☐ Memoria familiar<br>☐ Memoria identitaria |
| **Posibilidades de resignificación** | ☐ Uso educativo<br>☐ Uso turístico<br>☐ Museo / exposición<br>☐ Material digital<br>☐ Fortalecimiento identitario |
| **5. Registro de control** | |

| | |
|---|---|
| **Entidad investigadora:** | |
| **Investigador/a** | |
| **Fecha de investigación:** | |
| **Revisado y aprobado por:** | |

**Tabla 40**

*Ficha de análisis de estrategias de promoción turística*

| **FICHA DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA** | |
|---|---|
| **1. Material visual** | |
|  Inserte el material promocional que evidencie la estrategia de promoción turística (publicidad, publicación digital, afiche, video, etc.). | |
| **2. Datos generales** | |
| **Código:** | Identificador único de la ficha para su control y clasificación. |
| **Fecha:** | Fecha en el que se publicó o difundió el material, permitiendo ubicar temporalmente la estrategia. |
| **Investigador/a:** | Nombre del responsable que realizó el análisis del contenido promocional. |
| **Tipo de material:** | Clasificación del recurso promocional (publicación en redes, página web, afiche digital o impreso, entre otros). |
| **Medio de difusión:** | Canal utilizado para la promoción |
| **Evento/Festividad** | Nombre del evento cultural promoionado. |
| **Comunidad/Ubicación:** | Lugar donde se desarrolla la festividad. |
| **Fuente/ enlace:** | Enlace web de acceso a la puclicidad, en el caso de existir. |
| **Institución responsable** | Entidad encargada dela creación del contenido promocional |
| **3. Componentes de Promoción Turística** | |
| Describa la estrategia y marque los componentes de promoción turística identificados. Puede seleccionar varias opciones y complementar en “Otros” _____ _____ _____ _____ | |
| **3.1 Elementos generales** | ☐ Promoción de atractivos turísticos<br>☐ Difusión de información del destino |

| | |
|---|---|
| | ☐ Posicionamiento del destino<br>☐ Enfoque en la identidad cultural<br>Descripción: |
| **3.2 Difusión y consumo visual:** | ☐ Uso de redes sociales<br>☐ Promoción en páginas web oficiales<br>☐ Creación de publicidad digital<br>☐ Medios tradicionales<br>Descripción: |
| **3.3 Características del contenido promocional:** | ☐ Uso de imágenes atractivas de las fiestas<br>☐ Claridad en la información del evento<br>☐ Organización de imágenes y texto<br>Descripción: |
| **3.4 Comunicación turística del destino:** | ☐ Narrativas comunicativas del destino<br>☐ Mensajes promocionales sobre festividades<br>Descripción: |
| **3.5 Estrategias de Comunicación:** | ☐ Canales digitales de promoción<br>☐ Material Publicitario impreso y audiovisual<br>☐ Relaciones públicas y eventos de lanzamiento<br>Descripción: |
| **4. Lectura crítica y reflexiva** | |
| **4.1 Tipo de estrategia predominante** | ☐ Informativo<br>☐ Cultural<br>☐ Comercial<br>☐ Identitaria<br>☐ Experiencial<br>Descripción: |
| **4.2 Imagen del destino proyectada** | ☐ Cultural<br>☐ Ancestral<br>☐ Festiva<br>☐ Comunitaria<br>☐ Turística<br>Descripción: |
| **4.3 Narrativa del destino** | ☐ Tradicional<br>☐ Identitaria<br>☐ Turística<br>☐ Simbólica<br>Descripción: |
| **5. Registro de control** | |
| **Entidad investigadora:** | |
| **Investigador/a** | |
| **Fecha de investigación:** | |
| **Revisado y aprobado por:** | |

## Anexo D. Validación de instrumentos

### Figura 8

*Validación del instrumento "Ficha de memoria visual" por la Ing. Andrea Guadalupe*




**Validación de Expertos**

**Instrumento:** Ficha de Memoria Visual "Fotografías de Manifestaciones Culturales"

**Propósito:** Obtener información sistemática sobre la representación visual de los elementos culturales y turísticos del destino, a través del análisis de imágenes, con el fin de identificar cómo se construyen y comunican los atributos del lugar.

**Datos del experto**

Nombre completo: Andrea Concepción Guadalupe Zambrano
Título académico: Ing. en Ecoturismo
Institución: UTA
Área de especialización: Turismo
Años de experiencia en el área: 19 años

| CRITERIOS DE VALIDACIÓN | APRECIACIÓN | | | |
|---|---|---|---|---|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Los ítems, dimensiones e indicadores son comprensibles específicos y fáciles de interpretar. | | ✓ | | |
| La formulación de las preguntas guía es clara, precisa y libre de ambigüedades. | ✓ | | | |
| La extensión y formato de instrumento permiten su uso práctico en el trabajo. | ✓ | | | |
| Los datos que se obtendrán con la observación aportan significativamente al logro del objetivo específico. | | ✓ | | |

**Tabla de validación**

| ÍTEM | ESCALA | | | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|
| | DEJAR | MODIFICAR | ELIMINAR | |
| 3.1 | ✓ | | | |
| 3.2 | ✓ | | | |
| 3.3 | ✓ | | | |
| 3.4 | ✓ | | | |
| 3.5 | ✓ | | | |
| 3.6 | ✓ | | | |
| 3.7 | ✓ | | | |
| 3.8 | ✓ | | | |
| 3.9 | ✓ | | | |
| 4.1 | ✓ | | | |
| 4.2 | ✓ | | | |
| 4.3 | ✓ | | | |
| 4.4 | ✓ | | | |
| 4.5 | ✓ | | | |

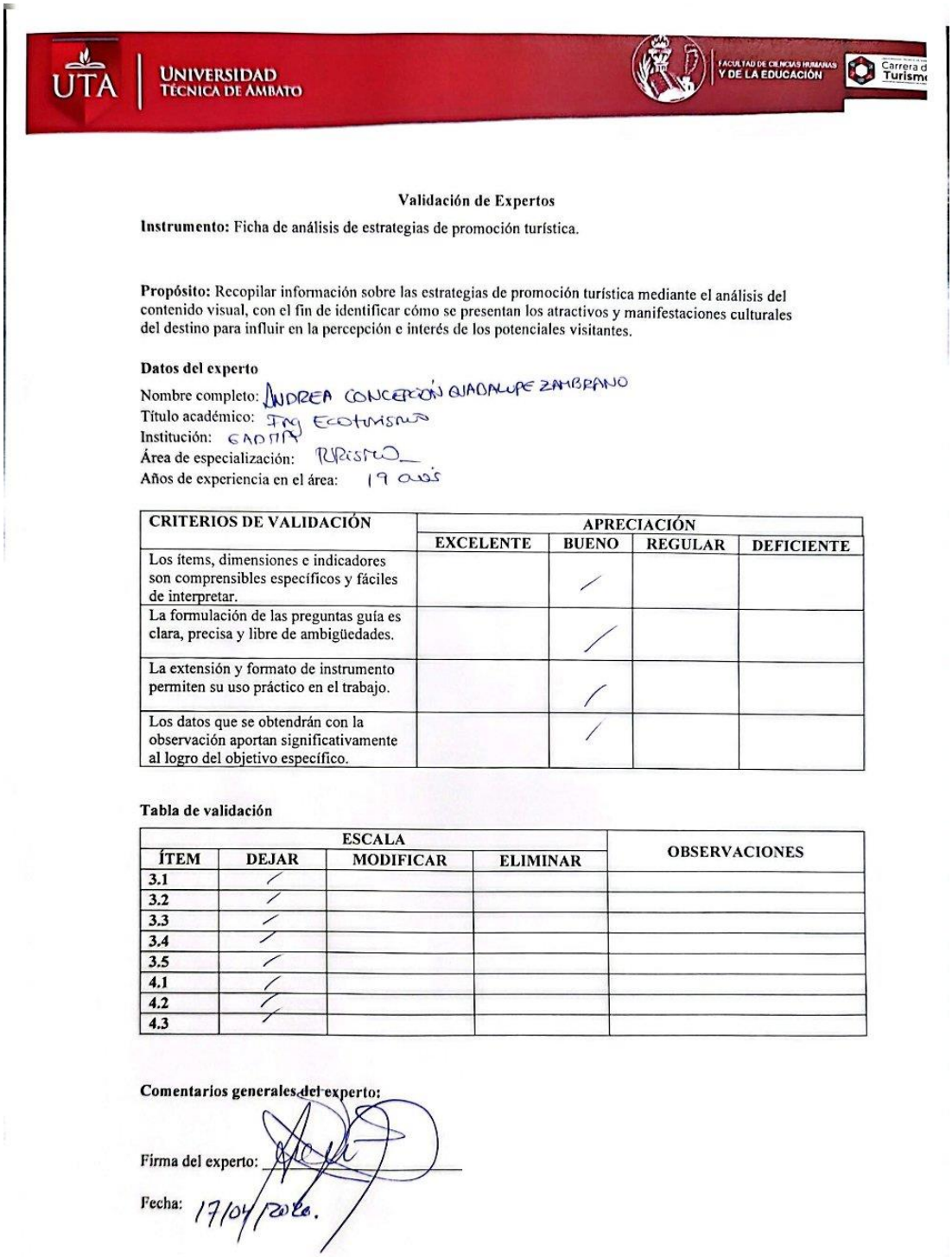
**Comentarios generales del experto:**
Revisar los acentos del ítem 2.

Firma del experto:

Fecha: 15/04/2026.

**Figura 9**

*Validación del instrumento "Ficha de análisis de estrategias de promoción turística" por la Ing. Andrea Guadalupe*



UTA | UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO — FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN — Carrera de Turismo

**Validación de Expertos**

**Instrumento:** Ficha de análisis de estrategias de promoción turística.

**Propósito:** Recopilar información sobre las estrategias de promoción turística mediante el análisis del contenido visual, con el fin de identificar cómo se presentan los atractivos y manifestaciones culturales del destino para influir en la percepción e interés de los potenciales visitantes.

**Datos del experto**

Nombre completo: ANDREA CONCEPCIÓN GUADALUPE ZAMBRANO
Título académico: ING ECOTURISMO
Institución: UTA
Área de especialización: TURISMO
Años de experiencia en el área: 19 AÑOS

| CRITERIOS DE VALIDACIÓN | APRECIACIÓN | | | |
|---|---|---|---|---|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Los ítems, dimensiones e indicadores son comprensibles específicos y fáciles de interpretar. | | ✓ | | |
| La formulación de las preguntas guía es clara, precisa y libre de ambigüedades. | | ✓ | | |
| La extensión y formato de instrumento permiten su uso práctico en el trabajo. | | ✓ | | |
| Los datos que se obtendrán con la observación aportan significativamente al logro del objetivo específico. | | ✓ | | |

**Tabla de validación**

| ÍTEM | ESCALA | | | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|
| | DEJAR | MODIFICAR | ELIMINAR | |
| 3.1 | ✓ | | | |
| 3.2 | ✓ | | | |
| 3.3 | ✓ | | | |
| 3.4 | ✓ | | | |
| 3.5 | ✓ | | | |
| 4.1 | ✓ | | | |
| 4.2 | ✓ | | | |
| 4.3 | ✓ | | | |

**Comentarios generales del experto:**

Firma del experto:

Fecha: 17/04/2026.

**Figura 10**

*Validación del instrumento "Ficha de memoria visual" por el Lic. José Masaquiza*




**Validación de Expertos**

**Instrumento:** Ficha de Memoria Visual "Fotografías de Manifestaciones Culturales"

**Propósito:** Obtener información sistemática sobre la representación visual de los elementos culturales y turísticos del destino, a través del análisis de imágenes, con el fin de identificar cómo se construyen y comunican los atributos del lugar.

**Datos del experto**

Nombre completo: Jose Alberto Masaquiza Chango.
Título académico: Licenciado en Artes plasticas, especialidad pintura y cerámica
Institución: Casa de la Cultura Benjamín Carrión
Área de especialización: Encargado del Museo Franklin Ballesteros.
Años de experiencia en el área: 8 años

| CRITERIOS DE VALIDACIÓN | APRECIACIÓN | | | |
|---|---|---|---|---|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Los ítems, dimensiones e indicadores son comprensibles específicos y fáciles de interpretar. | / | | | |
| La formulación de las preguntas guía es clara, precisa y libre de ambigüedades. | / | | | |
| La extensión y formato de instrumento permiten su uso práctico en el trabajo. | / | | | |
| Los datos que se obtendrán con la observación aportan significativamente al logro del objetivo específico. | / | | | |

**Tabla de validación**

| | ESCALA | | | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|
| ÍTEM | DEJAR | MODIFICAR | ELIMINAR | |
| 3.1 | / | | | |
| 3.2 | / | | | |
| 3.3 | / | | | |
| 3.4 | / | | | |
| 3.5 | / | | | |
| 3.6 | / | | | |
| 3.7 | / | | | |
| 3.8 | / | | | |
| 3.9 | / | | | |
| 4.1 | / | | | |
| 4.2 | / | | | |
| 4.3 | / | | | |
| 4.4 | / | | | |
| 4.5 | / | | | |

**Comentarios generales del experto:**

**Firma del experto:** _____

**Fecha:** Ambato, 17 Abril 2026

**Figura 11**

*Validación del instrumento "Ficha de análisis de estrategias de promoción turístca" por el Lic. José Masaquiza*




**Validación de Expertos**

**Instrumento:** Ficha de análisis de estrategias de promoción turística.

**Propósito:** Recopilar información sobre las estrategias de promoción turística mediante el análisis del contenido visual, con el fin de identificar cómo se presentan los atractivos y manifestaciones culturales del destino para influir en la percepción e interés de los potenciales visitantes.

**Datos del experto**

Nombre completo: Jose Alberto Masaquiza Chango
Título académico: Licenciado en Artes Plasticas, especialidad pintura y cerámica
Institución: Casa de la Cultura Benjamin Carrión
Área de especialización: Encargado del Mureo Franklin Ballesteros
Años de experiencia en el área: 8 años

| CRITERIOS DE VALIDACIÓN | APRECIACIÓN | | | |
|---|---|---|---|---|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Los ítems, dimensiones e indicadores son comprensibles específicos y fáciles de interpretar. | / | | | |
| La formulación de las preguntas guía es clara, precisa y libre de ambigüedades. | / | | | |
| La extensión y formato de instrumento permiten su uso práctico en el trabajo. | / | | | |
| Los datos que se obtendrán con la observación aportan significativamente al logro del objetivo específico. | | / | | |

**Tabla de validación**

| ESCALA | | | | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|
| ÍTEM | DEJAR | MODIFICAR | ELIMINAR | |
| 3.1 | / | | | |
| 3.2 | / | | | |
| 3.3 | / | | | |
| 3.4 | / | | | |
| 3.5 | / | | | |
| 4.1 | / | | | |
| 4.2 | / | | | |
| 4.3 | / | | | |

**Comentarios generales del experto:**

Firma del experto: _____

Fecha: Ambato, 17 de Abril 2026

## Anexo E. Carta entrega recepción del producto al beneficiario

**Figura 12**

*Carta firmada por la presidenta del GAD Parroquial de Salasaka*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO
UNIDAD DE TITULACIÓN
MARZO - JULIO

**ACTA DE ENTREGA RECEPCIÓN DEL PRODUCTO**

Ambato, 19 de mayo de 2026

Yo, Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza, con número de cédula C.I. **1803729233**, en calidad de presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Salasaka (GADPR Salasaka), por medio de la presente hago constar que he recibido el manual titulado: " Salasaca a través del lente: esencia cultural y belleza ancestral " una guía educativa sobre el fototurismo para la formación de buenas prácticas turísticas en la comunidad Salasaka. Elaborado por Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza, con número de cédula C.I. **1850583400**, estudiante de la Carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, como producto final de su trabajo de titulación denominado: " El fototurismo y la promoción turística de la Parroquia Salasaca, cantón Pelileo".

El presente documento corresponde al compromiso institucional de la UTA que a través de este trabajo de Titulación contribuye y aporta al desarrollo del turismo en el lugar establecido.

Para constancia firman las partes en mención:

Entregado por:

Emily Roxana Chiliquinga Masaquiza
Estudiante de la Carrera de Turismo
C.I. 1850583400
echiliquinga3400@uta.edu.ec
+593 939661041

Nancy Delfina Masaquiza Masaquiza
Presidenta GADPR Salasaka
C.I. 1803729233
+593 981248040

**Anexo F. Manual de fototurismo Salasaca en imágenes**



# Salasaca

## A TRAVÉS DEL LENTE:

ESENCIA CULTURAL Y BELLEZA ANCESTRAL



FICHA DE ACTIVIDAD

TALLER VIVENCIAL DE

# Fotografía

para la promoción turística

del pueblo Salasaca

## OBJETIVO

Promover el fototurismo como estrategia para difundir y pone en valor los atractivos culturales, paisajísticos y patrimoniales de Salasaca.

## DURACIÓN

2 a 3 Horas aprox.

## PARTICIPANTES

De 5 a 12 personas

## LUGAR

Parroquia Salasaca (Espacios culturales, paisajes e identidad.

## INCLUYE

Guía local, consejos fotográficos, rutas sugeridas y experiencias culturales

## ¿QUÉ HARÁS?

1. **EXPLORA Y CONOCE**
   Recorrido guiado por los lugares más representativos.
2. **CAPTURA LA ESENCIA**
   Toma de fotografías de paisajes, tradiciones y cultura
3. **DESCUBRE LA CULTURA**
   Interactúa a la comunidad y registra manifestaciones culturales auténticas.
4. **APRENDE Y MEJORA**
   Recibe consejos de composición, luz y narrativa visual para potenciar tus fotos
5. **COMPARTE Y PROMOCIONA**
   Comparte tus mejores imágenes y contribuye a la promoción turística.

## MATERIALES QUE USARÁS

- Cámara fotográfica o celular
- Baterías y memoria extra
- Trípode (opcional)
- Ropa cómoda y gorra
- Agua y protector solar
- Libreta para apuntes
- Respeto y buena actitud



FOTOTURISMO

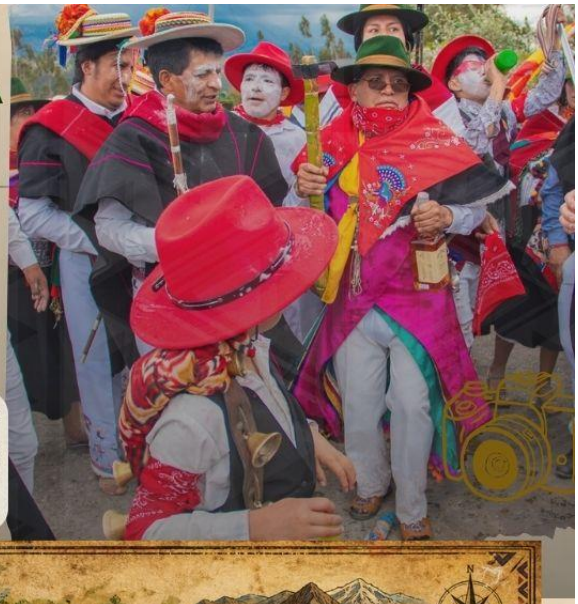
Promovemos Salasaca, destino de cultura, paisajes e identidad

CULTURA · PAISAJE · IDENTIDAD · TRADICIÓN

MANUAL FOTOGRÁFICO

01

# RUTA FOTOGRÁFICA DE LAS Fiestas Ancestrales



Descubre, vive y captura la esencia de nuestras celebraciones tradicionales, expresión viva de nuestra identidad Salasaca.



## DESCRIPCIÓN

Las celebraciones ancestrales de Salasaca representan uno de los escenarios culturales más importantes para el fototurismo comunitario. Durante las festividades, los visitantes pueden registrar rituales, personajes tradicionales, música, danza y símbolos identitarios que fortalecen la memoria visual del territorio.

## OBJETIVO DE LA RUTA

Promover la fotografia cultural como herramienta para visibilizar y preservar las manifestaciones festivas de la comunidad Salasaca mediante recorridos fotográficos organizados durante las celebraciones tradicionales.

## EXPERIENCIA VISUAL

La ruta permite observar:

- Desfiles y comparsas tradicionales
- Danzas rituales y expresiones musicales
- Personajes festivos y vestimenta ancestral
- Interacción comunitaria durante las celebraciones
- Símbolos culturales y elementos ceremoniales

## ELEMENTOS IDENTITARIOS

- Ponchos y sombreros tradicionales
- Instrumentos musicales andinos
- Máscaras y personajes festivos
- Bordados y textiles culturales
- Elementos agrícolas y ceremoniales

FOTOTURISMO | Captura nuestra cultura, despierta nuestra historia y promueve Salasaca



# PUNTOS FOTOGRÁFICOS *Identitarios*

MANUAL FOTOGRÁFICO 02

GUIA PARA CAPTURAR LA ESENCIA DE SALASACA

Estos espacios reflejan la historia, las tradiciones y la cosmovisión de la comunidad Salasaca. Fotografiar es preservar la memoria cultural y compartir la identidad del territorio

## ¿POR QUÉ SON IMPORTANTES?

- Comunican la identidad cultural a tráves de imagenes autenticas
- Enriquecen la narrativa visual del destino turístico
- Fortalecen el sentido de pertenencia y el orgullo comunitario

## ¿COMO IDENTIFICARLOS?

- Observa símbolos, colores, tejidos, arquitectura y expresiones culturales presentes en el territorio.
- Recorre la comunidad y reconoce los lugares que cuentan historias visuales propias.
- Dialoga con los sabios y moradores para conocer el significado cultural de cada espacio.

## TIPOS DE PUNTOS IDENTITARIOS

- Murales y arte comunitario
- Tejidos y talleres artesanales
- Espacios ceremoniales y rituales
- Arquitectura tradicional
- Paisajes culturales andinos
- Personas y oficios tradicionales



### CASAS PATRIMONIALES

Arquitectura que refleja la historia y forma de visa comunitaria



### PAISAJES CENTRALES

Kinlli montaña con significado espiritual para la comunida



### TEJIDOS TRADICIONALES

Colores, símbolos y técnicas ancestrales que expresan identidad



### FIESTAS Y RITUALES

Expresiones vivas que conectan el pasado con el presente

## BUENAS PRÁCTICAS VISUALES

- Respetar el significado cultural de cada espacio
- Pedir autorización antes de fotografiar a las personas
- Evitar alterar escenas o elementos del lugar
- Compartir las fotografías resaltando el valor cultural

## IDEAS PARA TU FOTOGRAFÍA

- Enfócate en detalles que cuenten historias
- Aprovecha la luz natural para resaltar texturas y color
- Incluye elementos humanos para dar contexto y vida
- Cuenta historias visuales, no solo tomes fotos sueltas

Cada imagen que tomas es un testimonio de la identidad de Salasaca. Fotografia con respeto, conecta con el territorio y comparte su esencia con el mundo

**FOTOTURISMO** | Fotografía con propósito, promueve tu cultura y fortalece tu territorio

MANUAL FOTOGRÁFICO 03

# CONCURSO LOCAL DE Fotografía Cultural

Captura la identidad visual de Salasaca y comparte la esencia de sus tradiciones a través de la fotografía comunitaria.



Patrimonio cultural y festividades

Tradiciones y costumbres ancestrales

Paisajes culturales y rurales

## ¿QUÉ FOTOGRAFIAR?

- Expresiones culturales y rituales
- Vestimenta tradicional y máscaras
- Actividades comunitarias
- Escenarios festivos y decoraciones
- Artesanías y símbolos ancestrales
- Retratos espontáneos de la comunidad

## CONSEJOS FOTOGRÁFICOS

- Prioriza fotografías espontáneas y naturaleza.
- Utilizar iluminación natural para resaltar colores y texturas.
- Mantén respeto hacia ceremonias y espacios sagrados.
- Busca ángulos amplios para capturar la interracción cultural.

## EQUIPO SUGERIDO

- Cámara DSLR o Mirrorless
- Teléfono móvil con buena resolución
- Lente 24 - 70 mm o gran angular
- Batería portátil
- Memoria extra
- trípode ligero



## MEJOR MOMENTO

- Durante las festividades tradicionales y eventos comunitarios organizados entre, enero, febrero, abril, junio, septiembre, noviembre y diciembre, cuando existe mayor expresión de manifestaciones, participación cultural y actividad turística.

**FOTOTURISMO** | Participa, fotografía y comparte nuestra cultura. Tu imagen cuenta nuestra historia



# EXPERIENCIAS INMERSIVAS DE Fotografía Comunitaria

MANUAL FOTOGRÁFICO 04

Sé parte de la actividad de la comunidad, comparte momentos reales y construye recuerdos juntos

## ¿CÓMO PARTICIPAR?

1. ACERCATE Y SALUDA
   Inicia con un saludo amable y presentarte. El respeto abre las puertas a experiencias auténticas.
2. PREGUNTA Y ESCUCHA
   Pregunta si puedes fotografiar y escucha las historias que quieren compartirte.
3. PARTICIPA ACTIVAMENTE
   Únete a las actividades, aprende, colabora y sé parte de la fiesta.
4. COMPARTE MOMENTOS
   Fotografía desde la convivencia, no solo desde la mirada externa.
5. AGRADECE Y DEVUELVE
   Agradece siempre y comparte tus fotos con la comunidad

## BUENAS PRÁCTICAS

- Respetar los tiempos, espacios y decisiones de la comunidad.
- No interrumpas rituales o momentos importantes
- Evita poses forzadas; busca momentos naturales.
- No compartas imágenes sin consentimiento.
- Tu presencia puede sumar: apoyo lo local y consume responsablemente

## ¿QUÉ PUEDES VIVIR?



RITUALES Y LIMPIAS



PREPARACIÓN DE COMIDA



TALLERES Y OFICIOS TRADICIONALES

FOTOTURISMO

Cuando participas con respeto y corazón, la comunidad te recibe como amigo y la experiencia se transforma en algo inolvidable

MANUAL FOTOGRÁFICO

05

# GALERIA DIGITAL DEL Patrimonio Cultural




## ¿CÓMO CREAR UNA GALERIA DIGITAL COMUNITARIA?

### 1 PLANIFICACIÓN
Define el objetivo de la galería: preservar, visibilizar y promover las festividades.

### 2 RECOLECCIÓN
Reúne fotografías históricas y actuales con el apoyo de la comunidad.

### 3 ORGANIZACIÓN
Clasifica las imágenes por festividad, fecha, lugar y temática.

### 4 DIGITALIZACIÓN Y CARGA
Digitaliza fotos antiguas y sube las imágenes a una plataforma digital

### 5 DESCRIPCIÓN Y CONTEXTO
Añade información sobre la festividad, autores, fechas y significados.

### 6 DIFUSIÓN Y PARTICIPACIÓN
Comparte la galería en redes y sitios web e invita a la comunidad a participar

## ¿Cómo influyen las galerías digitales en la toma de decisiones?

- Inspiran el interés y motivan el viaje.
- Generan confianza y expectativas positivas.
- Facilitan la planificación del itinerario.
- Posicionan a Salasaca como destino cultural autentico.
- Fortalecen la identidad y el orgullo comunitario

## Elementos clave de una Galeria

- Fotos nítidas, bien iluminadas y representativas
- Contexto, historia y fecha de cada festividad
- Involucra a los actores locales en la creación y gestión.
- Plataformas fáciles de usar y adaptadas a móviles.
- Cuida los derechos de autor y el respeto a la cultura

## RECOMENDACIONES

- Mantén la galería actualizada.
- Promueve el uso ético de las imágenes.
- Valora cada aporte de la comunidad.
- Usa las imágenes para educar promover en turismo responsable

## IMPACTO ESPERADO

- Mayor visibilidad del patrimonio festivo.
- Más visitantes interesados y respetuosos.
- Conservación de la memoria cultural
- Orgullo e identidad fortalecidos.

## PLATAFORMAS SUGERIDAS

- Google Photos.
- Flickr
- SmugMug
- 500px
- Issuu
- Página web propia

FOTOTURISMO

Cada fotografía guarda nuestra historia. La galería digital la comparte con el mundo

RUTA FOTOGRÁFICA 07

# FOTOTURISMO CON Vestimenta Tradicional



Cada prenda cuenta una historia, refleja el vínculo con la tierra y el orgullo de un pueblo que mantiene sus tradiciones.

## ¿POR QUÉ FOTOGRAFIAR LA VESTIMENTA TRADICIONAL?

**EXPRESA IDENTIDAD**
Cada color, bordado y accesorio comunica valores, historia y pertinencia

**ATRAE MIRADAS**
Es uno de los elementos más buscados por visitantes y fotógrafos.

**GENERA CONEXIÓN**
Permite acercarse a la cultura desde el respeto y la admiración

**POSICONA EL DESTINO**
La vestimenta tradicional diferencia y posiciona al destino

## FOTOGRAFÍA CON RESPETO Y CONEXIÓN

**PIDE AUTORIZACIÓN**
Consulta siempre antes de fotografiar a las personas

**COMPARTE EL MOMENTO**
Interactúa, conversa y conoce la historia detrás de la prenda

**VALORA EL SIGNIFICADO**
Cada prenda tiene un propósito y un simbolismo

**ENFOCA CON SENSIBILIDAD**
Resalta detalles, texturas, colores, y expresiones

**DEVUELVE AL APRECIO**
Comparte tus fotos y etiqueta a la comunidad

## ANTES DE SALIR, TEN PRESENTE

Respeta a las personas y a las ceremonias ancestrales.

Evita el uso de flash durante las procesiones y rituales.

Usa ropa comoda y abrigada dependiendo del clima.

Lleva batería extra y memoria suficiente.

Cuida el espacio y no dejar residuos en el lugar.

## ELEMENTOS CLAVES DE LA VESTIMENTA TRADICIONAL



**ANACO**
Representa la fuerza de la tierra (Pachamama) y la protección, está ligado a la seriedad y el respeto hacia los ancestros.



**CHUMBI (FAJA)**
Demuestra la fuerza vital y la columna vertebral de la persona, manteniendo el equilibrio entre el cuerpo y el espíritu.



**BLUSA BORDADA**
El blanco simboliza la pureza y la luz. Los bordados suelen representar la flora y fauna local (como el pavo real, flores o diseños geométricos).



**COLLARES**
Sus cuentas rojas o rosadas simbolizan la sangre vital y resaltan la elegancia y el estatus de la mujer dentro de la comunidad.



**BAETAS**
Ejerce la madurez y responsabilidad de la mujer, utilizada para el abrigo y el sustento de los hijos.

FOTOTURISMO

Fotografiar la vestimenta es capturar la esencia de un pueblo que lleva su historia con orgullo.




# ESTRATEGIA DE *Promoción Visual* EN REDES SOCIALES

MANUAL FOTOGRÁFICO 08

Las imágenes, promocionan, inspiran y posicionan. Promover las fiestas de Salasaca a través de contenidos visuales de gran interés y fortalece la identidad cultural en el entorno digital.

## PASOS PARA UNA PROMOCIÓN VISUAL EFECTIVA

### DEFINE TU MENSAJE
¿Qué quieres transmitir? Tradición, alegría, identidad y comunidad.

### CREA CONTENIDO ATRACTIVO
Usa fotografías y videos auténticos, coloridos y de alta calidad

### USA HASHTAGS ESTRATÉGICOS
Aumenta el alcance con etiquetas locales y temáticas

### PUBLICA CON CONSISTENCIA
Manrén una frecuencia regular y aprovecha fechas clave del calendario festivo

### INTERACTÚA CON LA COMUNIDAD
Responde, comparte y reconoce a quienes difunden la cultura

### ANALIZA Y MEJORA
Evalúa qué contenido genera más impacto y ajusta la estrategia

## IMPACTO EN EL TURISMO LOCAL

- Aumenta la visibilidad de Salasaca.
- Atrae más visitantes interesados en la cultura.
- Genera orgullo e identidad comunitaria.
- Fortalece la economía local a través del turismo




## TIPOS DE CONTENIDO QUE FUNCIONAN

- **DETRAS DE CAMARAS**
  Muestra el proceso de preparación de las fiestas
- **HISTORIAS VIVAS**
  Relatos breves de comuneros y portadores de tradición
- **IMÁGENES EMBLEMÁTICAS**
  Fotos impactantes de danzas, máscaras y paisajes
- **CALENDARIO VISUAL**
  Recordatorios y avances de próximas felicidades

## PLATAFORMAS FORMATOS RECOMENDADOS

### INSTAGRAM
- Historias
- Reels
- Carruseles
- Publicaciones Visuales



### FACEBOOK
- Eventos
- Álbumes fotográficos
- Transmisiones en vivo



### TIK TOK
- Videos creativos y dinámicos que generan alcance



### YOUTUBE
- Documentales cortos y cápsulas culturales sobre las fiestas



**FOTOTURISMO** | Lo que se comparte, se recuerda. Lo que se muestra se visita.


MANUAL
DE
FOTOTURISMO
Salasaca en Imágenes
GRACIAS POR SER PARTE DE ESTA historia.
Cada fotografía que tomas es una puerta abierta al conocimiento, al respeto y a la valoración de nuestras raíces y tradiciones.
ESTE MANUAL ES EL INICIO DE UN VIAJE QUE CONTINÚA.
Te invitamos a seguir recorriendo, fotografiando y compartiendo la riqueza cultural de Salasaca. Tu mirada ayuda a preservar nuestra identidad y a inspirar un turismo más consciente, sostenible y comunitario.
NUESTROS COMPROMISOS PARA UN FOTOTURISMO RESPONSABLE
RESPETA
nuestras tradiciones y espacios sagrados.
INTERACTÚA
con la comunidad desde la empatía y el diálogo.
CUIDA
el entorno natural y el patrimonio cultural.
COMPARTE
tus imágenes con responsabilidad y reconocimiento.
VALORA
nuestra identidad como fuente de vida y orgullo.
“ LAS IMÁGENES SE VAN, PERO LO QUE REPRESENTAN SE QUEDA PARA SIEMPRE.”
FOTOGRAFÍA CON EL CORAZÓN, VIAJA CON RESPETO, Y LLEVA CONTIGO EL ALMA DE SALASACA.
SALASACA • TUNGURAHUA • ECUADOR