



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DISEÑO GRÁFICO**

**“CAMPAÑA PUBLICITARIA TOPANDO EL SOL:  
MANIFESTACIONES CULTURALES DE CHIMBORAZO”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTORA:**

**VALERIA FERNANDA FLORES POZO**

Riobamba – Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DISEÑO GRÁFICO**

**“CAMPAÑA PUBLICITARIA TOPANDO EL SOL:  
MANIFESTACIONES CULTURALES DE CHIMBORAZO”**

**Trabajo de Titulación**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTORA: VALERIA FERNANDA FLORES POZO**

**DIRECTORA: DIS. MARÍA ALEXANDRA LÓPEZ CHIRIBOGA**

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Valeria Fernanda Flores Pozo

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica de documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

Yo, **Valeria Fernanda Flores Pozo**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 15 de marzo de 2022

A handwritten signature in cursive script that reads "Valeria Flores". The signature is written in dark ink and is positioned above a horizontal line.

**Valeria Fernanda Flores Pozo**

**172897276-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**  
**CARRERA DISEÑO GRÁFICO**

El tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación: Tipo: Proyecto Técnico, **CAMPAÑA PUBLICITARIA TOPANDO EL SOL: MANIFESTACIONES CULTURALES DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **VALERIA FERNANDA FLORES POZO**, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. María Lorena Villacrés Pumagualle

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



08.08.2022

Dis. María Alexandra López Chiriboga

**DIRECTORA DEL TRABAJO**

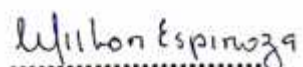
**DE TITULACION**



08.08.2022

Ing. Milton Elías Espinosa Villalba

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



08-08-2022

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor y orgullo presento la siguiente tesis dedicada a Dios, a quien debo todos mis logros, pues gracias a sus bendiciones me ha dado la sabiduría e inteligencia para conseguir mis objetivos.

A mis seres queridos por apoyarme y aconsejarme a lo largo de esta carrera que culmina.

Por último, a los jóvenes de la ciudad de Riobamba para quienes está dirigido el proyecto, para que admiren sus raíces y conozcan las leyendas de su tierra.

**Valeria**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios que, con su amor, bondad, y protección me permite alcanzar una meta más en mi vida, por ser mi fuerza en los momentos difíciles, permitiéndome culminar la presente carrera con éxitos.

Agradezco a mis seres queridos que han estado apoyándome en esta constante lucha para mi vida profesional y personal, siendo una mano amiga desinteresada llena de amor para conmigo, a quienes han estado siempre en los momentos de mayor necesidad; mi madre, mi abuela y mis hermanas, que a pesar de la distancia han sido el motor fundamental en mi camino; gracias A y B quienes sin esperar nada a cambio me brindan su ayuda incondicional, con consejos que me fortalecen y me permiten tomar las mejores decisiones.

**Valeria**

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN.....	XII
SUMMARY .....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Diagnóstico del problema .....</b>	<b>2</b>
<i>1.1.1. Antecedentes.....</i>	<i>2</i>
<i>1.1.2. Formulación del problema.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.3. Árbol de problemas .....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.4. Análisis de la situación .....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.5. Prognosis .....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.6. Sistematización del problema.....</i>	<i>7</i>
<i>1.1.7. Justificación .....</i>	<i>7</i>
<b>1.2. Objetivos de la investigación .....</b>	<b>8</b>
<i>1.2.1. Objetivo general .....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.2. Objetivos específicos.....</i>	<i>8</i>

### CAPITULO II

<b>2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Cultura .....</b>	<b>9</b>
<i>2.1.2. Patrimonio Cultural .....</i>	<i>10</i>
<i>2.1.3. Patrimonio Cultural Inmaterial.....</i>	<i>10</i>
<b>2.2. Manifestaciones culturales .....</b>	<b>11</b>
<i>2.2.1. Manifestaciones narrativas .....</i>	<i>13</i>
<b>2.3. Mito .....</b>	<b>13</b>
<i>2.3.1. Origen de los mitos .....</i>	<i>13</i>



2.3.2.	<i>Tipos de mitos</i> .....	14
2.4.	<b>Leyenda</b> .....	16
2.4.1.	<i>Origen de las leyendas</i> .....	17
2.4.2.	<i>Clasificación de las leyendas</i> .....	17
2.4.2.1.	<i>Según su lugar de origen</i> .....	17
2.4.2.2.	<i>Según su temática</i> .....	19
2.4.3.	<i>Leyendas Ecuatorianas</i> .....	23
2.4.4.	<i>Leyendas Chimboracenses</i> .....	24
2.4.5.	<i>Leyendas en torno al volcán Chimborazo</i> .....	25
2.5.	<b>Cuento</b> .....	25
2.6.	<b>Fábula</b> .....	25
2.7.	<b>Caso</b> .....	26
2.8.	<b>Chiste</b> .....	26
2.9.	<b>Turismo</b> .....	26
2.9.1.	<i>Turismo literario</i> .....	27
2.9.2.	<i>Turismo literario en Ecuador</i> .....	28
2.9.3.	<i>Turismo en Chimborazo</i> .....	28
2.10.	<b>Ilustración</b> .....	28
2.10.1.	<i>La ilustración digital</i> .....	28
2.10.2.	<i>Ilustración tradicional</i> .....	29
2.11.	<b>Publicidad</b> .....	29
2.11.1.	<i>Campañas publicitarias</i> .....	31
2.11.2.	<i>Marketing Digital</i> .....	33
2.11.3.	<i>Publicidad digital “Instagram”</i> .....	33

### CAPÍTULO III

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	34
3.1.	<b>Introducción</b> .....	34
3.2.	<b>Tipo o enfoque de investigación</b> .....	34
3.3.	<b>Método investigativo</b> .....	34
3.3.1	<i>Analítico</i> .....	35
3.3.2.	<i>Deductivo</i> .....	35
3.4.	<b>Población</b> .....	35
3.5.	<b>Técnicas de investigación</b> .....	36
3.6.	<b>Instrumentos de investigación</b> .....	36

3.6.1.	<i>Búsqueda</i> .....	36
3.6.2.	<i>Lectura y resumen</i> .....	36
3.6.3.	<i>Elaboración de fichas</i> .....	36
3.7.	<b>Metodologías de diseño</b> .....	38
3.7.1.	<i>Proceso de ilustración</i> .....	38
3.7.2.	<i>Planteamiento de la campaña publicitaria</i> .....	39

## CAPÍTULO IV

4.	<b>MARCO DE RESULTADOS</b> .....	40
4.1.	<b>Análisis de resultados</b> .....	40
4.2.	<b>Etapas de ilustración</b> .....	45
4.2.1.	<i>Recopilación de información (mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo)</i> .....	45
4.2.2	<i>Caja negra-lluvia de ideas</i> .....	45
4.2.3	<i>Referencias Visuales</i> .....	47
4.2.4.	<i>Fase boceto, con trazos simples y espontáneos</i> .....	49
4.2.5.	<i>Ilustrar considerando la técnica (manual y digital)</i> .....	52
4.3.	<b>Campaña Publicitaria</b> .....	54

	<b>CONCLUSIONES</b> .....	73
--	---------------------------	----

	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	74
--	------------------------------	----

## GLOSARIO

## BIBLIOGRAFÍA

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 – 2:</b>	Taxonomía de las Manifestaciones Culturales Populares.....	12
<b>Tabla 1 – 3:</b>	Modelo de ficha de documentación del perfil de la población 1 .....	37
<b>Tabla 2 – 3:</b>	Modelo de ficha de documentación del perfil de la población 2 .....	37
<b>Tabla 1 – 4:</b>	Ficha de documentación del perfil 1 .....	41
<b>Tabla 2 – 4:</b>	Ficha de documentación del perfil 2.....	42
<b>Tabla 3 – 4:</b>	Ficha de documentación del perfil 3.....	43
<b>Tabla 4 – 4:</b>	Ficha de documentación del público objetivo .....	44
<b>Tabla 5 – 4:</b>	Lluvia de ideas de la primera leyenda.....	45
<b>Tabla 6 – 4:</b>	Lluvia de ideas de la segunda leyenda.....	46
<b>Tabla 7 – 4:</b>	Lluvia de ideas de la tercera leyenda .....	46
<b>Tabla 8 – 4:</b>	Ficha de Personaje 1 .....	49
<b>Tabla 9 – 4:</b>	Ficha de Personaje 2 .....	49
<b>Tabla 10 – 4:</b>	Ficha de Personaje 3 .....	50
<b>Tabla 11 – 4:</b>	Ficha de Personaje 4 .....	50
<b>Tabla 12 – 4:</b>	Ficha de Personaje 5 .....	51
<b>Tabla 13 – 4:</b>	Ficha de Personaje 6 .....	51
<b>Tabla 14 – 4:</b>	Ficha de Personaje 7 .....	52
<b>Tabla 15 – 4:</b>	Calendario.....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 – 1:</b> Desconocimiento literario acerca de los mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo.....	5
<b>Figura 1 – 2:</b> El nacimiento de Afrodita .....	14
<b>Figura 2 – 2:</b> La creación del mundo según la cosmogonía china .....	14
<b>Figura 3 – 2:</b> El mito azteca del Sol y la Luna.....	15
<b>Figura 4 – 2:</b> Ask y Embla.....	15
<b>Figura 5 – 2:</b> El mito de Narciso.....	16
<b>Figura 6 – 2:</b> Las brujas de Zugarramurdi - Moncó, Beatriz .....	18
<b>Figura 7 – 2:</b> La Leyenda de Cantuña.....	18
<b>Figura 8 – 2:</b> La Dama Tapada .....	19
<b>Figura 9 – 2:</b> María Angula.....	19
<b>Figura 10 – 2:</b> Viracocha y el mito de los orígenes .....	20
<b>Figura 11 – 2:</b> El Luterano.....	20
<b>Figura 12 – 2:</b> El horrible Huiña Guilli.....	21
<b>Figura 13 – :</b> Caverna de Platón.....	21
<b>Figura 14 – 2:</b> La Difunta Correa.....	22
<b>Figura 15 – 2:</b> La leyenda de la madre del agua .....	22
<b>Figura 16 – 2:</b> La viuda del Tamarindo .....	23
<b>Figura 17 – 2:</b> Leyendas Ecuatorianas .....	24
<b>Figura 18 – 2:</b> Técnicas de la Ilustración.....	29
<b>Figura 19 – 2:</b> Modelos Publicitarios.....	31
<b>Figura 20 – 2:</b> Brief Publicitario.....	32
<b>Figura 1 – 3:</b> Ilustración manual y digital.....	39
<b>Figura 1 – 4:</b> Referencias visuales rostros .....	47
<b>Figura 2 – 4:</b> Referencias visuales escenarios.....	48
<b>Figura 3 – 4:</b> Primera Ilustración .....	52
<b>Figura 4 – 4:</b> Segunda Ilustración .....	53

<b>Figura 5 – 4:</b>	Tercera Ilustración.....	53
<b>Figura 6 – 4:</b>	Portada de la Campaña.....	55
<b>Figura 7 – 4:</b>	Título 1 de las leyendas.....	56
<b>Figura 8 – 4:</b>	Ilustración 1.....	57
<b>Figura 9 – 4:</b>	Leyenda primera parte.....	58
<b>Figura 10 – 4:</b>	Leyenda segunda parte.....	59
<b>Figura 11 – 4:</b>	Resumen 1.....	60
<b>Figura 12 – 4:</b>	Título 2 de las leyendas.....	61
<b>Figura 13 – 4:</b>	Ilustración 2.....	62
<b>Figura 14 – 4:</b>	Leyenda primera parte (2).....	63
<b>Figura 15 – 4:</b>	Leyenda segunda parte (2).....	64
<b>Figura 16 – 4:</b>	Leyenda tercera parte (2).....	65
<b>Figura 17 – 4:</b>	Resumen 2.....	66
<b>Figura 18 – 4:</b>	Título 3 de las leyendas.....	67
<b>Figura 19 – 4:</b>	Ilustración 3.....	68
<b>Figura 20 – 4:</b>	Leyenda primera parte (3).....	69
<b>Figura 21 – 4:</b>	Leyenda segunda parte (3).....	70
<b>Figura 22 – 4:</b>	Resumen 3.....	71
<b>Figura 23 – 4:</b>	Post final.....	72

## RESUMEN

El presente proyecto técnico tiene como objetivo realizar una campaña publicitaria ilustrada para redes sociales, que evidencie los principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo con el fin de impulsar el turismo literario. La metodología utilizada para la recolección de información, es una investigación de tipo exploratoria, donde gracias a las técnicas e instrumentos, se ejecutó una recopilación bibliográfica de fuentes secundarias tales como: libros, páginas web, blogs científicos, tesis, entre otros; para realizar una lectura crítica y detenida cerniendo la información requerida, para reflejarlas en fichas de registro, desarrolladas para determinar el perfil de la población de mitos y leyendas y el del público objetivo, identificando tres leyendas en torno al volcán Chimborazo sin autor conocido pues son transmitidas de generación en generación entre los habitantes; en cuanto a la metodología de diseño fueron realizados por separado para mejores resultados; la ilustración se desarrolló con una metodología creativa que partió de una lluvia de ideas para identificar conceptos, seguida de recopilación y análisis de las referencias visuales que sirvieron para la creación de personajes y escenarios, para realizar bocetos simples caracterizados de una manera adecuada con rasgos físicos y de personalidad definidos, para continuar con la ilustración en técnicas manual- mixta, y digital, y finalmente para la campaña publicitaria se desarrolló un brief publicitario donde se destacó aspectos como el objetivo publicitario, el público objetivo, el presupuesto, y el cronograma, además se identificó que el perfil del público objetivo son los jóvenes de 18 a 25 años, para en función de esto diseñar una campaña para la red social destinada “Instagram”. Finalmente se concluyó que fueron logrados los objetivos propuestos y se recomienda incentivar el turismo literario con la creación de programas publicitarios que permitan dar a conocer las manifestaciones narrativas de la provincia.

**Palabras clave:** <CAMPAÑA PUBLICITARIA> <ILUSTRACIÓN> <LEYENDAS>  
<VOLCAN CHIMBORAZO> <TURISMO LITERARIO> <REDES SOCIALES>.

1341-DBRA-UTP-2022



## Abstract

The aim of this research was to develop an illustrated advertising campaign for social networks, which evidences the main myths and legends surrounding the Chimborazo volcano in order to promote literary tourism. The methodology used for the collection of information is an exploratory type of research, where we carried out a bibliographic compilation of secondary sources such as books, web pages, scientific blogs, theses, among others. In order to make a critical and careful reading and reflect them in record cards, developed to determine the profile of the population and the objective audience, identifying three legends around the Chimborazo volcano with no known author, as they are transmitted from generation to generation among the inhabitants. Regarding the design methodology, they were made separately for better results. The illustration was developed with a creative methodology that started with a brainstorming to identify concepts, followed by collection and analysis of visual references that served for the creation of characters and scenarios, to make simple sketches characterized in an appropriate manner with physical and personality traits defined to continue with the illustration in manual mixed and digital techniques. Finally, an advertising brief was developed for the advertising campaign, highlighting aspects such as the advertising objective, the objective audiences, the budget and the schedule. It was also identified that the profile of the objective audiences are young people between 18 and 25 years old, to design a campaign for the social network Instagram. The proposed objectives were achieved, so it is recommended to encourage literary tourism with the creation of advertising programs to promote the narrative expressions of the province.

### KEYWORDS:

ADVERTISING CAMPAIGN / ILLUSTRATION / LEGENDS / CHIMBORAZO VOLCANO / LITERARY TOURISM / SOCIAL NETWORKS.

*Miguel Serrano*  
*EVANGELISTA*  
*CHIMBORAZO VOLCANO*  
*01601802424*

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un paraíso ubicado en el centro del mundo, donde se encuentra situado el volcán Chimborazo que da nombre a la provincia en la zona central, se eleva a 6 384.4 kilómetros de distancia del centro de la tierra con unos 2 kilómetros más alejado del centro de la tierra que el Monte Everest; por lo que sus habitantes gracias a su imponente y misticismo han creado múltiples mitos y leyendas, por lo que en el siguiente proyecto técnico se hizo uso de tres leyendas en torno al volcán Chimborazo “**La historia de amor del Chimborazo y la mama Tungurahua, La Ciudad Oculta del Chimborazo y El Tesoro que guarda el Chimborazo**”, mismas que se aprovecharán como impulsor turístico y por la necesidad de recuperar, salvaguardar y fortalecer la cultura de los principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo; gracias a la creación de una campaña publicitaria ilustrada para redes sociales que tiene como fin ir destacando la importancia que tiene la memoria literaria de la provincia y una adecuada divulgación, puesto que los atractivos turísticos culturales, religiosos y gastronómicos son los principales incentivos del turismo, sin embargo el turismo literario no tiene el conocimiento suficiente, como impulsor socioeconómico por lo que se busca una debida divulgación y preservación como un registro bíblico ilustrado.

Por lo tanto, el siguiente proyecto técnico se concentra en la creación de una “**CAMPAÑA PUBLICITARIA TOPANDO EL SOL: MANIFESTACIONES CULTURALES DE CHIMBORAZO**”, pensado para la divulgación orgánica en la red social Instagram entre jóvenes de la provincia de Chimborazo, los mitos y leyendas originarios del volcán de mismo nombre, despertando la curiosidad y por consecuencia incentivando el turismo literario.



## CAPÍTULO I

### 1. MARCO REFERENCIAL

#### 1.1. Diagnóstico del problema

##### 1.1.1. Antecedentes.

Ecuador es un paraíso ubicado en el centro del mundo, el cual ocupa el tercer lugar entre los 10 destinos que más han crecido año tras año, esto en cuanto a las reservas de hoteles y establecimientos de alojamiento con un incremento del 84% en la demanda de visitantes, superado únicamente en esta lista por Australia y China, en cuanto a la inversión de turismo del país se destaca más de 600 millones de dólares de incremento colocándolo en el puesto 8 de la lista mundial; así como destacar por ser el más popular en Sudamérica. (Turismo – KML El Ciudadano)

Está claro que el turismo es una de las principales actividades económicas que se realizan en Ecuador; incrementando y empleando estrategias de comunicación que han dado resultado en los principales sitios turísticos del país; en el que se sitúa la provincia de Chimborazo en la zona central de la Región Interandina rodeada de las cumbres más elevadas del país, como son el caso del Chimborazo, Carihuairazo, el Altar, Tungurahua, Sangay, entre otros, algunas de las cuales comparte con otras provincias.

En la cordillera occidental se encuentra el volcán Chimborazo, que da nombre a la provincia el mismo que pertenece a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, por lo que está rodeado por miles de hectáreas donde habitan variadas especies como achupallas y vicuñas que dan vida al impresionante paisaje andino así mismo como su impresionante y variada flora, y con una altura de 6.310 msnm, se constituye como la mayor elevación del país, y el punto de la Tierra más cercano al sol por encima del Monte Everest ubicado en la cordillera del Himalaya con 8.848 metros, (Notimérica, 2017) puesto que en la nueva expedición del Instituto Geográfico Militar (IGM) del país y del Instituto Francés de Investigación para el Desarrollo (IRD), y con ayuda de la medición de un GPS (Sistema Global de Posicionamiento) colocado por el expedicionario francés Juan Sebastián Rodríguez en la cumbre del Chimborazo para realizar la medición, se confirmó que el Chimborazo, en el centro de Ecuador, se eleva 6.384,4 kilómetros de distancia del centro de la Tierra con unos 2 kilómetros más alejada del centro de la Tierra que el Monte Everest (BBC Mundo, 2016); esta formación geológica es mitad montaña y mitad volcán, ya que se trata de un gigante dormido, un volcán inactivo; dando origen a múltiples mitos y leyendas en torno a su

presencia; pues ha tenido algunas erupciones históricas que han dado vida a las singulares leyendas donde se cuenta sobre la rivalidad con el Cotopaxi.

El turismo literario es una modalidad de turismo cultural realizado en lugares que, por los acontecimientos relatados en los textos de ficción y la vida de los autores, proporciona una oferta turística en las ciudades del mundo, requiriendo solamente un relato y una mente inquisitiva para dar vida al nuevo turismo cultural de ficción del mundo real.

La atracción y fascinación por los espacios geográficos relacionados con los escritos que para los lectores representa lugares de próxima visita fabricándose el turismo literario a medida de su imaginación. La importancia de la literatura fundamentada y clara para poder aumentar e ilustrar a la sociedad. (Magadan, M. & Rivas, J. 2012)

En la tesis de la Universidad degli Studi di Bologna de turismo literario de la ciudad de México a través de Los Detectives Salvajes de Roberto Bolano; define al turismo literario como una parte del turismo cultural que tiene que ver con la cultura literaria de un país región o ciudad, surgiendo cuando el área geográfica está asociada con los lugares más significativos de un autor o a espacios reales que han servido de inspiración para cuentos.

Como se evidencia en la tesis de Pérez, L. (2017) de turismo literario, ambientes históricos y “santandereanidad”: representaciones narrativas sobre el territorio santandereano de la Universidad Nacional de Colombia, la literatura y los espacios simbólicos han sido esenciales para la conformación y consolidación de los proyectos de nación de los estados en formación, así como para la reafirmación de los sentimientos de patria e identidad territorial; expresando que la literatura es un viaje a lugares y épocas remotas cuyos vestigios siguen impactando nuestro tiempo tomado de Magadan, M. & Rivas, J. (2012)

Tal es el caso del libertador Simón Bolívar durante su estadía en Ecuador, definió su visita al Chimborazo como un encuentro espiritual con los dioses y el tiempo, dando como resultado un testimonio de deslumbramiento y un tesoro literario titulado “Mi Delirio por Chimborazo” (Serrano, R. 2009).

Se encontró una tesis (Bombón, E. 2021. p.21) sobre fortalecimiento del turismo literario en la ciudad de Ambato con la latente cultura ambateña que ha venido arraigada de una pluma, poniendo como ejemplo a Juan Montalvo, personaje celebre que cambio ideas y creencias, teniendo un aforismo que cambio todo con “Mi pluma lo mato”.

Se encontró en la tesis de Pérez, L. (2017) el turismo, literatura y paisaje: El Chicamocha que evidencia el turismo literario gracias a espacios imaginarios, que de forma recurrente vuelven lectores y autores para hacer una arqueología literaria de sus referentes de origen, creando mundos fantásticos, al igual que recrear las ciudades literarias lugares visitados o rememorados por cada

autor, ofreciendo a otros lectores guías útiles sobre la historia política, natural, sobrenatural y accidental, partiendo de los problemas cartográficos propios de ciudades imaginarias e imaginadas por autores-lectores.

Al ser este proyecto técnico sustentado en el proyecto de investigación de la Facultad de Informática y Electrónica, “Manifestaciones Culturales Populares de Chimborazo”, se puede determinar que la manifestación narrativa es basta en la provincia, de lo cual mucho se encuentra sustentada en tesis, trabajos de titulación y páginas web, así como libros que darán la pauta necesaria para a su vez desarrollar la campaña publicitaria de incentivo turístico literario.

Por lo que, teniendo en cuenta estas definiciones para considerar el turismo literario, dentro del país existe una gran riqueza en cuanto a mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo, se aprovechará esto para reactivar el turismo de la provincia, con la ayuda de un material gráfico ilustrado apropiado para la creación de una campaña publicitaria para redes sociales.

### ***1.1.2. Formulación del problema***

La construcción de los principales mitos y leyendas en torno al Chimborazo son importantes en el fortalecimiento de la cultura y el turismo en el reconocimiento de las tradiciones, donde el deterioro de la literatura y desaprovechamiento de un relevante producto turístico constituye la mayor problemática cuyo desconocimiento impide tener un registro bíblico considerando que la población migra por diferentes razones tanto de salida a otras provincias como, de entrada; perdiendo poco a poco la literatura identitaria por lo que requiere un realce como fuente cultural y turística.

### 1.1.3. *Árbol de problemas*

Análisis Crítico: árbol de problemas



**Figura 1 – 1:** Desconocimiento literario acerca de los mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo

Realizado por: Flores, V. 2022

### 1.1.4. *Análisis de la situación*

Es importante analizar la postura de los jóvenes frente a la literatura y la lectura, puesto que de aquí se parte para encontrar las principales razones por las que la cultura se pierde con el pasar de los años, analizando que provoca en los jóvenes el actual desinterés en la lectura; pues la primera problemática analizada es la imposición de lo que debe o no leer el joven desde que es un niño, lo que dejó una falta de interés al sentirse obligado más frecuentemente por el sistema educativo, provocando un rechazo hacia la lectura que oscurece la admiración merecida en la literatura; pues no es todo lo que hay por leer, sin embargo; de aquí nace la segunda problemática frente a la mala escritura que se encuentra, lo que muestra un peligro para los lectores, pues existen escritores con un escaso conocimiento literario lo que hace que planten cualquier escrito como único e irreplicable; causando un gran problema sobre lo que realmente

deben leer los jóvenes; además, la sociedad es un aspecto de análisis, si bien es cierto, existe un factor que interviene en el aprovechamiento de la buena lectura y es la discriminación que como sociedad hemos forjado, al considerar raro aquel que se enamora de esta arte de la literatura. (Sanz, 2016)

Considerando la versión universal de por qué los jóvenes no leen, que determina que la tecnología es el principal obstáculo; además, la tecnología no es la culpable de la pérdida de interés en la lectura, sino la basura visual que existe al alcance haciendo creer que es lo mejor que encontrarán, descartando obras clásicas y muy buenas.

Es necesario mencionar también el desconocimiento de los mitos y leyendas que existe entre los jóvenes en la actualidad; porque no es una actividad priorizada por el sistema educativo a pesar de varios intentos de recuperación cultural del país por medio de los textos educativos que los niños y jóvenes poseen para aprender.

La aculturación se refiere al proceso por el cual el contacto continuo o intermitente entre dos o más grupos de culturas diferentes afecta mutuamente las respuestas culturales de cada uno de éstos; adquiriendo y asimilando rasgos de la otra cultura. (Ruiz, p.1)

Los mitos y leyendas tienen un valor muy importante para la sociedad puesto que contienen rasgos de la idiosincrasia de los pueblos, es por ello que cuando se busca resaltar los mitos y leyendas ancestrales que ocurrieron o que se narran en torno al volcán Chimborazo existe un choque al notar que no se logró dar el significado apropiado a estas narrativas, principalmente eclipsadas por las leyendas de la provincia dejando de lado los relatos misteriosos que posee el volcán.

Culturalmente la actividad lectora es poca lo que debilita el turismo literario que puede representar una gran riqueza para la provincia, lo que deja una gran brecha de desconocimiento y pérdida literaria de narraciones propias, llenas de cultura. Según la UNESCO la convención de 2003 tiene el objetivo de conservar este patrimonio, y asegurar su potencial para el desarrollo sostenible.

#### ***1.1.5. Prognosis***

Dichos problemas tienen repercusiones en un futuro; como una pérdida de cultura donde lamentablemente las tradiciones o en este caso la literatura cultural de mitos y leyendas ancestrales, ya no sean recordadas y sin un registro apropiado se perderían para siempre; así como desaprovechar este un gran impulsor de turismo y una buena fuente de ingresos gracias a la riqueza literaria representativa de la zona; siendo este un mal pronóstico para un tesoro cultural.

### ***1.1.6. Sistematización del problema***

Por lo que a continuación se formulan preguntas con el afán de dar respuesta a la problemática presentada:

¿Qué importancia tiene el turismo literario en la provincia de Chimborazo?

¿Qué características importantes tienen los atractivos turísticos de Chimborazo?

¿Cuáles son los instrumentos por utilizar para la recolección de información del mitos y leyendas de Chimborazo?

¿Qué productos comunicacionales captan la atención del turismo a los jóvenes?

¿Qué técnicas de ilustración se emplearán para la campaña publicitaria?

¿Qué estrategias publicitarias se usan para incentivar el turismo?

¿Qué metodología se debe aplicar para resolver la problemática del proyecto?

### ***1.1.7. Justificación***

El estudio del presente proyecto de investigación tiene mucha relevancia e interés puesto que busca recuperar, salvaguardar y fortalecer la cultura de los principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo, incentivando a mantener la memoria literaria de la provincia y preservarlos con un registro bíblico y una adecuada divulgación de estos, con el fin de destacar y posicionar el turismo literario.

Se realizará una campaña publicitaria focalizando la investigación técnica a la recopilación y difusión de los mitos y leyendas de la provincia de Chimborazo, con el fin de incentivar el turismo de este. A pesar de sus varios atractivos turísticos culturales, religiosos y gastronómicos que impulsan el turismo, no se considera el turismo literario, como impulsor socioeconómico.

Existen varias campañas ecológicas que salvaguardan la naturaleza existente en el Chimborazo y sus alrededores, sin embargo, después de un análisis encuentro que es necesario tomar acción desde un giro literario para entrar en la mente del viajero y apoyar de forma significativa al cuidado de la flora y fauna gracias a los principales mitos y leyendas de este.

Gracias al aporte que se generará discerniendo la literatura de mitos y leyendas e incentivando el turismo literario existente en torno al Chimborazo con la creación de una campaña publicitaria ilustrada que enriquecerá a la provincia, será de mucha utilidad para un significativo aporte académico e inspiración para futuras investigaciones.

## **1.2. Objetivos de la investigación**

### ***1.2.1. Objetivo general***

Realizar una campaña publicitaria ilustrada para redes sociales, que evidencie los principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo como impulsor del turismo literario.

### ***1.2.2. Objetivos específicos***

Identificar las principales razones para incentivar el turismo literario en función del volcán Chimborazo.

Determinar la base conceptual que guiará la campaña publicitaria de turismo literario ilustrado “Topando el sol”.

Analizar los principales mitos y leyendas vinculados al volcán Chimborazo como patrimonio cultural inmaterial.

Ilustrar los principales productos comunicacionales en torno al Chimborazo.

Diseñar una campaña publicitaria ilustrada para el incentivo y difusión de los principales mitos y leyendas identitarias.

## CAPITULO II

### 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1. Cultura

La cultura es un sistema de significados, conocimientos, símbolos y experiencias que se comparten y se expresan en los comportamientos y prácticas de los miembros de grupo y que les dan una definición social y un sentido de asociación.

La cultura es un todo incluido que se aprende en la escuela, en rituales, escuchando historias, o presenciando espectáculos; expresados y asentados en símbolos que ayudan a reforzarla. (Vergara. 2019, p.6).

Entonces hablar de cultura significa ver y conocer la vida y costumbres de un determinado conocimiento intelectual, afectivo, espiritual, artístico y social de una comunidad.

Actualmente, vivimos en una situación donde todos utilizamos el mismo calzado, la misma vestimenta, consumimos las mismas bebidas, escuchamos la misma música, entre muchas más actividades y productos que nos relacionan; todo gracias a la globalización y las modas existentes; poniendo a prueba la cultura identitaria de las personas, provocando que diferentes colectivos se cobijan en su identidad cultural y la fomentan con más fuerza (Amar, 2017, p.173).

Si nos remontamos al origen etimológico, cultura proviene de la palabra en latín “colo” (de colere) y significa ‘cultivo de la tierra’; más adelante y en un sentido metafórico la palabra cultura pasó a significar el cultivo de la mente y del espíritu (Juárez “et al”. 2017, p.119).

#### 2.1.1. *Cultura ecuatoriana*

La diversidad étnica cultural del Ecuador abarca las riquezas de los grupos étnicos, las lenguas nativas, culturas precolombinas, artesanías, juegos, leyendas, mitos y deportes tradicionales de cada uno de los pueblos del país.

- )] En la Sierra, los descendientes de los incas conquistados aún mantienen sus tradiciones; en especial las musicales que son interpretadas con instrumentos nativos como el siku, el güiro, el rondador y la quena. (Vergara. 2019)
- )] En el Oriente, viven los indígenas amazónicos con culturas y lenguas propias. (Vergara. 2019)
- )] En la región de la Costa, actualmente se han producido diversos grados de mestizaje entre descendientes de españoles y de esclavos negros africanos, lo que dio lugar a una peculiar cultura afroecuatoriana. (Vergara. 2019)



La consideración y entendimiento de estos alcances constituye el complemento para comprender y conservar la diversidad biológica (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2008; citados en Vergara, H. 2019)

### **2.1.2. Patrimonio Cultural**

El patrimonio cultural representa lo que tenemos derecho a heredar de nuestros predecesores y supone la obligación de conservarlo a su vez para las generaciones futuras. Principalmente los monumentos fueron considerados como patrimonio cultural, luego los sitios con valor histórico, estético, arqueológico se sumaron; poco a poco se consideró patrimonio cultural a las categorías del mundo natural: formaciones físicas, biológicas y las zonas con valor excepcional, conservación o de la belleza natural y los hábitats de especies animales y vegetales amenazados; recientemente, abarca el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, las cuales emanan de una cultura y se basan en la tradición. (García. 2011, p.32).

“El patrimonio inmaterial se basa en la elaboración de una serie de documentos que valoraron las manifestaciones de la cultura tradicional y popular, la arquitectura vea y finalmente el patrimonio inmaterial”. (García. 2011, pág. 72).

En la Ley Orgánica de Educación Intercultural en su artículo 2, principios, habla de las Identidades culturales. - Se garantiza el derecho de las personas a una educación que les permita construir y desarrollar su propia identidad cultural, su libertad de elección y adscripción identitaria, proveyendo a los y las estudiantes el espacio para la reflexión, visibilización, fortalecimiento y el robustecimiento de su cultura.

Según la definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el patrimonio cultural, celebrada en Méjico en el año 1982 el patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. (García, 2011; citados en Guamanquispe, 2015).

### **2.1.3. Patrimonio Cultural Inmaterial**

Según la UNESCO la convención de 2003 tiene el objetivo de conservar este patrimonio, y asegurar su potencial para el desarrollo sostenible; brinda su apoyo en este ámbito a los Estados Miembros

mediante la promoción de la cooperación internacional para la salvaguardia, y estableciendo marcos institucionales y profesionales favorables a la preservación sostenible de este patrimonio vivo.

Se entiende por Patrimonio Cultural Inmaterial a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes a las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza e historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (UNESCO 2011, p. 5)

El Patrimonio Cultural Inmaterial se hace presente en los conocimientos ancestrales, en las técnicas constructivas, en la gastronomía, en los rituales, en los oficios, en las tradiciones orales y en otros ámbitos de la vida cotidiana. La comprensión y valoración de las manifestaciones culturales impulsa el diálogo entre individuos y entre pueblos, a la vez que expresa su concepción del mundo. (INPC 2014, p. 5)

## **2.2. Manifestaciones culturales**

Las manifestaciones culturales están presentes en la vida diaria de las personas, éstas son el símbolo de los recuerdos que se transmiten de una generación a otra.

Las manifestaciones culturales, son la carta de presentación de un pueblo, las mismas que son valoradas y mantenidas. Pues permiten que por medio de estas se de a conocer un pueblo y sacar adelante a un barrio o ciudad, por cuanto la cultura es parte de una persona o grupo de personas.

Latinoamérica se ha caracterizado en el mundo por sus diferentes representaciones culturales, considerado unos de los subcontinentes más ricos en diversidad cultural. Se incluye la cultura refinada como es el caso del arte y la literatura; elementos de la cultura popular: música, folclor, danza y elementos religiosos; así como también sus costumbres y tradiciones. (Guamanquispe 2015. P.3)

**TAXONOMÍA DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES POPULARES**

<b>Manifestación cultural</b>	<b>Esfera/categoría</b>
<b>Sociales</b>	Familia Parentesco Asociación y grupos domésticos Trabajo Fiesta Música Danza Teatro Juegos Indumentaria y accesorios
<b>Ergológicas utilitarias</b>	Gastronomía Vivienda Transporte Artefactos (herramientas e instrumentos de trabajo)
<b>Ergológicas estéticas</b>	Arte Artesanías Instrumentos musicales Adornos
<b>Mágicas</b>	Religión Creencias populares Magia Medicina popular Animismo Mana Fetichismo Toteismo
<b>Lingüísticas</b>	Lengua/idioma (jerga, dialecto, calé) Dicho (refrán, aforismo, frase expresiva) Apodo Toponimias Onomatopeya Mímica
<b>Narrativas</b>	Mito Cuento Fábula Leyenda Caso Chiste
<b>Poéticas</b>	Canción (contrapunto) Poema (romancero) Refrán Adivinanza

**Tabla 1 – 2:** Taxonomía de las Manifestaciones Culturales Populares

**Fuente:** Grupo de investigación karay laboratorio creativo

### **2.2.1. Manifestaciones narrativas**

Las manifestaciones narrativas cuentan con una parte coherente comunicativa conocida como texto; el mismo que juntamente con el acto de narrar o contar historias dan vida al texto narrativo que relata acontecimientos reales o imaginarios, actuales o antiguos en lugares determinados; que dan vida y significado a las composiciones, a través de múltiples géneros tradicionales que distinguen los rasgos culturales de determinadas regiones.

Estas manifestaciones poseen diversos subgéneros narrativos como el mito, la leyenda, el cuento, la fábula, el caso y el chiste.

### **2.3. Mito**

El mito es un relato tradicional mediante un lenguaje simbólico como epíteto, hipérbole, metáforas, entre otros; generalmente de acontecimientos extraordinarios y memorables de seres mágicos y sobrenaturales.

El mito posee un contexto ritual, donde se enfoca en las complejas ceremonias de carácter religioso, además en los mitos se narran los orígenes y las enseñanzas de los seres sobrenaturales de los diferentes pueblos y comunidades (Villa, E. 1989 p.93)

Un relato mítico es una narración constituida, acerca de los orígenes, de creación de la humanidad y el universo o la vida de los dioses; respuestas a todo lo existente; dando respuesta a las preguntas existenciales del hombre, como de donde viene tal cosa o que pasa después de la muerte. Buscando explicación acerca de su propia existencia y justificar su función en el mundo. (Villa, E. 1989, p.93)

"La función principal del mito es la de 'establecer' los modelos ejemplares de todos los ritos y de todas las actividades humanas: alimentación, sexualidad, trabajo, socialización". (Eliade, 1967, p.66; citados en Villa, E. 1989)

#### **2.3.1. Origen de los mitos**

El mito relata acontecimientos del comienzo de los tiempos como una historia sagrada; con la intención de revelar un misterio gracias a los personajes de la narrativa los cuales varían de humanos a dioses o héroes civilizadores. (Eliade, 1967, p.64) estas narraciones míticas permiten conocer la cosmovisión de una comunidad o un pueblo específico, marcando y destacando elementos de su identidad cultural. (Tocarema, M. 2020. p. 33)

### 2.3.2. Tipos de mitos

**Los mitos teogónicos.** - Para explicar el origen de esos dioses y sus habilidades las primeras civilizaciones los representaban a cada uno con un ámbito de la vida social. (Cumplido, J. 2019).



**Figura 1 – 2:** El nacimiento de Afrodita

Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_nacimiento\\_de\\_Venus\\_\(Botticelli\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_nacimiento_de_Venus_(Botticelli))

**Los mitos cosmogónicos.** - Trata de épocas anteriores buscando explicar el origen de la vida. (Pérez. 2014, p.6)



**Figura 2 – 2:** La creación del mundo según la cosmogonía china

Fuente: <https://centrus.iberico.mx/noticias/informacion/cosmogonias-del-origen-del-universo/>

**Los mitos etiológicos.** - La etiología es el estudio de la causa y el origen de las cosas e intentan explicar el nacimiento de estas desde un punto de vista fantástico y real. (Cumplido, J. 2019).



**Figura 3 – 2:** El mito azteca del Sol y la Luna

**Fuente:** <https://anundis.com/profiles/blogs/leyenda-azteca-del-sol-y-la-luna>

**Los mitos antropogónicos.** – Este tipo de mito busca dar una respuesta a cómo se creó el hombre.”  
(Pérez. 2014, p.6)



**Figura 4 – 2:** Ask y Embla

**Fuente:** <http://mitosleyendasciaturas.blogspot.com/2018/05/ask-y-embla.html>

**Los mitos morales.** - Explican los sentimientos, los valores, los comportamientos humanos y las normas de conducta de una comunidad. (Cumplido, J. 2019).



**Figura 5 – 2:** El mito de Narciso

Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso\\_\(mitolog%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Narciso_(mitolog%C3%ADa))

## 2.4. Leyenda

La leyenda es una narración de personajes o hechos históricos muy antiguos provenientes de tradiciones orales; la palabra leyenda según el “diccionario latín” proviene del verbo latino “legere”, cuyo significado variaba entre escoger, recoger, cosechar, robar (acepción de la que proviene elegir); y poco a poco se le dio el significado de ‘cosechar con los ojos’ es decir leer.

En el latín medieval, se usó el gerundio de este verbo, *legenda*, con el significado de ‘algo para ser leído’ y en esa época se aplicaba, sobre todo, a los libros sobre vidas de santos. (Soca, 2011)

El término leyenda (legende en francés, legenda en portugués, legend en inglés y legende en alemán) se encuadra en una familia de palabras que cuando hace acto de presencia en las lenguas vulgares occidentales durante la Edad Media se refería, en especial, a las hagiografías que escribían los clérigos con finalidad moralizante y que tuvieron una gran definición a partir sobre todo del siglo XIII, con la Leyenda Aurea de Jacoppo de la Vorágine en Italia. (Morote, p. 392)

"La literatura oral es algo vivo que crece con el niño, reactiva la memoria colectiva, forma parte del patrimonio intangible de la humanidad y es un pequeño gran tesoro que depende de la voluntad de todos para su permanencia en el tiempo ". (Morote P)

La leyenda no tiene una ubicación o tiempo definido son relatos con contextos sociales informales, en reuniones, en noches junto al fuego, andando en caminos o días de trabajo donde se narraba oralmente con el propósito de pasar los largos ratos. (Villa, E. 1989 p.93)

Las leyendas son diferentes a los mitos porque los personajes, seres sobrenaturales, dioses, etc., realizaron hazañas especiales, o son historias reales de personas que sobresalieron por sus

acciones realizadas, y aquellos personajes míticos y fantásticos ayudan a reforzar comportamientos aprobados por el grupo social. (Villa, E. 1989 p.41)

#### ***2.4.1. Origen de las leyendas***

En el artículo llamado Origen de las leyendas. Espantos animales, publicado en el museo Nacional de Costa Rica; se habla de las leyendas como un universo misterioso, contenedor de fuerzas espirituales; una visión propia del chamanismo, que era la forma en como concebían el mundo los indígenas.

Las leyendas tuvieron origen en las primeras civilizaciones cuando comenzaron a mostrar la necesidad de preservar su historia (su cultura); por ello comenzaron a narrar creando anécdotas de héroe, hechos históricos y de sus personajes narrando incluso aquello que no está comprobado en su totalidad como fenómenos desconocidos. (Cajal, A. 2017)

El ser humano busca explicar aquello que no entiende y le causa asombro, es por eso que crearon leyendas de historias de las primeras luchas de los hombres en busca por desentrañar ese misterio que le rodea y le apasiona.

#### ***2.4.2. Clasificación de las leyendas***

Los narradores se caracterizaban por contar historias con un lenguaje expresivo y movimientos corporales exagerados para darle vida a las leyendas. Generalmente, estos narradores eran adultos avanzados considerados como los más sabios. (Cajal, A. 2017)

Las leyendas son un género diverso se clasifican según su temática según su origen, presente en la mayoría de las culturas y su clasificación depende del lugar donde se originan y de la temática que abordan. (Vicente, Eva. 2021).

##### ***2.4.2.1. Según su lugar de origen***

#### **Leyendas rurales**

Estas leyendas solían aparecer durante la época feudal cuando la gran mayoría de la población era rural. Aquí nos encontramos con relatos que están muy vinculados al folklore y a las tradiciones de un pueblo y se suelen situar en los campos o en espacios rurales. (Tabuenca, E. s. f.)



Estas historias, tienen su contexto en los pueblos y sus extensos campos, en medios solitarios, como bosques y montes, y se encuadran en una época lejana a la nuestra. (Vicente, E. s. f.)



**Figura 6 – 2:** Las brujas de Zugarramurdi - Monco, Beatriz  
**Fuente:** <https://www.4goat.net/2021/09/las-brujas-de-zugarramurdi-monco-beatriz.html>

### **Leyendas locales**

Son leyendas que surgen dentro de un pueblo, una región o una provincia y que se suelen enmarcar en algún espacio propio de la zona y contar con un héroe popular que fuera histórico y conocido. (Tabuenca, E. s. f.)



**Figura 7 – 2:** La Leyenda de Cantuña  
**Fuente:** <http://tradicional-leyendas-de-ecuador.blogspot.com/2018/06/leyenda-de-cantuna.html>

## Leyendas urbanas

Son uno de los tipos de leyendas más conocidos en la actualidad y se generan en los núcleos urbanos, es decir, en las ciudades. Los relatos son más modernos e industrializados, aunque siguen contando con elementos propios de la fantasía o elementos sobrenaturales. Hoy en día existen una gran cantidad de leyendas urbanas y, muchas de ellas, son historias de miedo relacionadas con espíritus o con fantasmas. (Tabuenca, E. s. f.)



**Figura 8 – 2:** La Dama Tapada

Fuente: <https://anchor.fm/johana-arroyo>

### 2.4.2.2. Según su temática

## Leyendas infantiles

Este tipo de leyendas está dedicada a un público muy específico, los niños, aportando lecciones y moralejas para los más pequeños de forma sencilla e interesante, que por lo general se distraen con facilidad, así que la mejor forma de llamar su atención con una leyenda es creando personajes generalmente, a través de personajes divertidos y actos heroicos donde el principal protagonista es la magia. (Vicente, E. s. f.; Lazaro, J. 2020, p.39)



**Figura 9 – 2:** María Angula

Fuente: <http://dibujistico.blogspot.com/2012/10/maria-angula-una-leyenda-del-ecuador.html>

### **Leyendas etiológicas**

Estas leyendas son las que hacen referencia al origen del mundo natural, es decir, de dónde surgen los ríos, los árboles, la lluvia, etc. Son un tipo de leyenda común en pueblos indígenas que han estado en contacto constante con la naturaleza y dan una explicación literaria sobre su origen. (Vicente, E. s. f.)



**Figura 10 – 2:** Viracocha y el mito de los orígenes

Fuente: <https://curiosidades.fun/origen-del-mundo/mito-de-viracocha-wiracocha/>

### **Leyendas históricas**

Estos relatos nos cuentan situaciones que han tenido lugar en la realidad y que, normalmente, están vinculadas con guerras o con batallas épicas. Aunque tengan una base real, lo cierto es que las historias se "maquillan" con elementos de la fantasía que ayudan a enfatizar el mensaje que se quiere transmitir a la población. (Vicente, E. s. f.)

Enfocan el relato en un acto histórico de relevancia, añadiendo actos heroicos de algún personaje que alcance los límites de la ficción o simplemente señalando un acontecimiento con detalles surrealistas (Lazaro, J. 2020, p.39)



**Figura 11 – 2:** El Luterano

Fuente: <https://guardianesdelamemoriasocial.family.blog/2020/08/05/el-luterano/>

### **Leyendas religiosas**

Dentro del mundo de la religión también existen leyendas que se han construido en base a personajes que han existido en realidad. Estas historias hablan sobre santos o sobre personas que son importantes para el corpus religioso. Cuentan con elementos reales y fantásticos que cumplen el objetivo de transmitir las bases de la religión. (Vicente, E. s. f.)

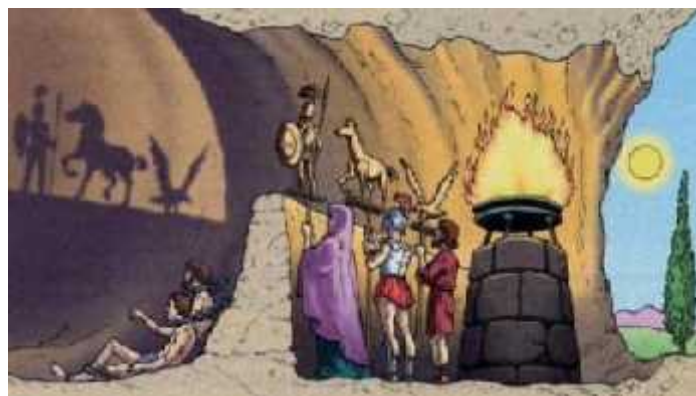


**Figura 12 – 2:** El horrible Huiña Guilli

**Fuente:** <https://bitacorachicaizaycheleyendashistoriasetc.wordpress.com/2017/07/01/primera-entrada-del-blog/>

### **Leyendas morales**

Son historias que ofrecen una lección sobre valores y comportamiento a través de un conflicto. El protagonista encuentra dos posibles caminos a seguir y, generalmente, escoge el correcto, el camino de la virtud. Vuelve a triunfar el bien sobre el mal, pero desde una perspectiva más ética que religiosa. (Vicente, E. (s. f.)



**Figura 13 – 2:** Caverna de Platón

**Fuente:** <https://karen857166796.wordpress.com/2018/07/06/el-punto-de-vista/>

### **Leyendas escatológicas**

Son los tipos de leyendas que hablan sobre la vida tras la muerte o sobre el más allá. Son relatos que tratan sobre la muerte y sobre el inframundo que, en la gran mayoría de las culturas, es un lugar de la Tierra que existe y es al que nos dirigimos cuando fallecemos. (Vicente, E. s. f.)



**Figura 14 – 2:** La Difunta Correa

**Fuente:** <http://creencias-amigosdelmundovirtual.blogspot.com/2010/01/la-difunta-correa.html>

### **Leyendas marinas**

Esta categoría surge ante la incertidumbre que genera el mar a los hombres, por su extensión, su comportamiento impredecible e indomable, los seres que puedan habitar sus profundidades. (Vicente, E. (s. f.))



**Figura 15 – 2:** La leyenda de la madre del agua

**Fuente:** <https://mitosyleyendasalrededordelmundo.wordpress.com/2016/10/06/la-leyenda-de-la-madre-del-agua/>

## Leyendas de terror

Relatan hechos macabros, apariciones, fenómenos extraños, sucesos trágicos que provocan una muerte temprana o traumática a los protagonistas. (Vicente, E. s. f.)



**Figura 16 – 2:** La viuda del Tamarindo

Fuente: <https://rodolfoperezpimentel.com/manabi-la-viuda-del-tamarindo-la-tunda-y-el-cuco/>

### 2.4.3. Leyendas Ecuatorianas

Actualmente se cree muy poco en las leyendas pues resulta curioso e inquietante; sin embargo, en la antigüedad estas leyendas eran capaces de lograr un espanto en nuestros antepasados que realmente creían en el mundo como un albergue de seres sobrenaturales donde se otorgaba cualidades y poderes a los animales o sucesos inexplicables (fenómenos naturales); esta cosmovisión de historias curiosas con tintes de realidad, tienen orígenes muy antiguos, algunos en las creencias de los primeros pobladores indígenas y sus actuales descendientes, otros son una mezcla entre esas creencias y las que traían los españoles a su llegada al continente (Museo Nacional de Costa Rica. 2018)

La leyenda pertenece a la tradición y por ello corresponde a la más arraigada sabiduría de un pueblo, expresa deseos, anhelos, temores, ideales y sueños que son parte de la visión global que tiene ese pueblo de su propia historia y de sus relaciones con la naturaleza.

El origen de las leyendas ecuatorianas en su mayoría data de la época de la conquista española donde nacen de anécdotas y experiencias de personajes notorios de ese tiempo que, al ser transmitidos de una persona a otra, el ingenio popular va dejando sus huellas hasta convertirla en una historia en parte real y ficticia.

En Ecuador es parte importante de la cosmovisión, especialmente de respeto y admiración a algunos recursos naturales como: el sol, la luna, montañas, lagunas, ríos, árboles y animales. “Sobresalen las

leyendas de las lagunas encantadas, por ejemplo, las lagunas de Arcos en Manú, las lagunas que curan como es el caso de las lagunas negras de Jimbura, laguna de Siriguiña.” (Vergara, H. 2019)

Ecuador es uno de los países de Sudamérica más interesantes para visitar y conocer. Posee una atractiva historia cultural y turística, pero además de impactantes mitos y cuentos que valen la pena indagar.



**Figura 17 – 2:** Leyendas Ecuatorianas  
Realizado por: Flores, V. 2022

#### 2.4.4. Leyendas Chimboracenses

El origen de las leyendas chimboracenses comienza gracias a la herencia de un pasado histórico glorioso de hace muchos años atrás, donde los pueblos y dinastías aborígenes, constituyeron señoríos, libres, independientes y valerosos los cuales poseen una tradición oral rica en cuentos, mitos y leyendas que son muy importantes para la colectividad permitiendo visualizar la permanencia de la cultura milenaria andina. (Terán, I; Valverde, V. 2014, p.33)

#### **2.4.5. Leyendas en torno al volcán Chimborazo**

Las leyendas que corren en torno al gran “Taita Chimborazo” están llenas de fantasía y misterio, que los pobladores que habitan en las faldas del volcán cuentan con gran entusiasmo de generación en generación; personificando a los gigantes como dioses protectores que habitan en ellos capaces de sentir como nosotros.

Los cerros, aunque lo parezca, no son sólo cerros: son hombres o mujeres, son buenos o malos, celosos o bandidos', jóvenes o viejos, sabios poderosos o divinidades menores y mezquinas. (Mena, P. "et al." 2009. 31p)

### **2.5. Cuento**

El cuento es una narración de una historia imaginaria ya sea de manera oral o escrita que se transmite de generaciones, considerado un mito que perdió su misticismo y carácter religioso; puede estar basado o no en hechos reales.

La palabra cuento tiene su origen del latín “computum” que significa cálculo, cómputo y enumeración. Del cálculo y la enumeración pasó al significado de enumeración de hechos o recuento de acciones reales o ficticias que tienen la finalidad de la distracción. Caracterizado por estar narrado en primera, segunda o tercera persona de forma breve, simple y con pocos personajes, además, en prosa cuya acción se desarrollada en cualquier tiempo y formada de subgéneros como ciencia ficción, aventuras, fantasía, terror, poesía, entre otros. viéndose afectada principalmente por medios geográficos idiomáticos (procesos de traducción) y culturales. El cuento puede ser de tipo popular y literario.

**Los cuentos populares.** Narraciones que se transmiten de generaciones con ciertas variaciones y en muchos de los casos, de autores desconocidos debido a que, los cuentos eran narrados en forma oral y sin registros

**Los cuentos literarios.** Consisten en narraciones cuidadosamente elaboradas y con una intención determinada.

### **2.6. Fábula**

La fábula es conocida como una narración de ficción, con una composición breve y de tipo literario, contando con un valor tradicional y educativa que varía según el contenido y los personajes como personas, objetos animados, o animales que expresan la filosofía del autor; la fábula es un subgénero de la literatura narrativa el relato; donde se trata de comunicar un mensaje



ético y moral mayormente hacia los niños; puesto que cuenta con una funcionalidad pedagógica ilustrada, representando casos o circunstancias reales de una manera más digerible que se resume al final del relato a manera de lección o enseñanza conocida como la moraleja.

### **2.7. Caso**

Los casos son tradición oral que se transmiten voz a voz recreados y transformados por la persona que los interpreta, además, contienen un sentido gracioso en son de broma. (Riaño, 1019).

### **2.8. Chiste**

El chiste es la estructura creada para provocar la risa. (Castro, 2011), dicho, historieta breve u ocurrencia graciosa; con el principal objetivo, la comicidad, hay chistes con connotaciones políticas y sociales que enmascaran una crítica.

#### *Tipos de chistes*

Existen dos tipos de chistes los inocentes y los tendencioso; uno que usa juego de palabras y el otro hostil, agresivo, obsceno o erótico.

### **2.9. Turismo**

El estudio del turismo ha sido una adición relativamente reciente a las investigaciones académicas. En los sesenta la investigación comenzó a acelerarse con un crecimiento de publicaciones sobre turismo; durante los setenta y principios de los ochenta, una considerable cantidad de textos y monografías sobre turismo abastecieron la literatura de investigación (Hall & Page, 2006)

Fenómeno de la naturaleza complejo y concebido como un conjunto de actividades diversas, ha constituido y constituye un factor de transformación y un componente estructural de nuestra sociedad. Su complejidad y diversidad se concreta en distintas manifestaciones (sociales, geográficas, económicas y políticas) y por ello ha sido y es objeto de estudio por parte de las distintas disciplinas científicas que han abordado su problemática. (CORS, Martí; GÓMEZ, Belén; LÓPEZ, Francisco. p. 9).

Es importante el desarrollo turístico de una zona involucrando un turismo sostenible y sustentable, de esta manera se suscitará mejoras en el ámbito económico, social y ambiental de un lugar. Además, es transcendental, que este lugar de a conocer su patrimonio cultural, pero para que esta temática progrese es necesario el apoyo y contribución de los organismos reguladores del turismo, debido a que sin su coyuntura no existiría el avance del lugar que busca el acrecentamiento turístico. (Guamanquispe. 2015. P.13)

Debemos entender que el turismo es más que un sector económico, es una actividad económica que afecta a diversos sectores, actividades, servicios y productos. (Cabarcos, 2006, pp. 1-2).

Según PLANDETUR 2020 el turismo cultural del Ecuador es en extremo maravilloso, los turistas nacionales determinan como el segundo lugar a la visita de sitios arqueológicos e históricos; en cuarto lugar, la visita de comunidades; seguidamente las estadísticas indican que en quinta posición se encuentra la visita a shamanes y curanderos.

### ***Patrimonio cultural y el turismo***

3. Principio 1: Acceso y comprensión.
4. Principio 2: Fuentes de información.
5. Principio 3: Atención al entorno y al contexto.
6. Principio 4: Preservación de la autenticidad.
7. Principio 5: Plan de sostenibilidad.
8. Principio 6: Preocupación por la inclusión y la participación
9. Principio 7: Importancia de la investigación, formación y evaluación

#### ***2.9.1. Turismo literario***

El turismo literario ha sido descrito como la fascinación por lugares asociados con escritores, trayendo consigo la contemplación de los sitios de su niñez, para así poder admirar aquello que inspiró poemas o libros (Eagle & Carnell, 1977; en Herbert, 2001; citado en TERÁN, Diego)

Se han construido un sin número de estudios, artículos, etc. dedicados a partir de la fascinación por viajar, movernos, por el día a día construir nuevas experiencias, siendo estas las bases o motivaciones del turismo. Todo va generalmente orientado al análisis de estas motivaciones humanas frente a la cantidad de ofertas, siendo estos productos turísticos de rentabilidad económica lo más segura posible.

La literatura es un tipo de turismo cultural que se hace visible en lugares que se relacionan con sucesos y acontecimientos de los textos de ficción o relatos de las vidas de autores reconocidos que representan la identidad de comunidades y pueblos. (ESPINOSA, Israel. 2016, p. 11)

El turismo literario funciona de esta manera; la literatura es percibida como un viaje imaginativo, por sitios reales a través de la mirada del autor, provocando que el lector en su proceso de lectura sienta una motivación inevitable casi insostenible de viajar a dichos lugares encontrados en la lectura. (ESPINOSA, Israel. 2016, p. 8)

Patrimonio Literario es la idea de patrimonio que pertenece a una acepción más descriptiva, es decir al conjunto orgánico de elementos, los cuales pueden ser espirituales, religiosos, artísticos y

sociales, que una determinada colectividad acumula y pretende como objetivo más o menos consiente prolongar esto a futuras generaciones; y por otro lado está la literatura, que se relaciona con la creación de historias, narraciones y relatos de todo tipo, sean orales o escritas como parte holística de la estructura de un pueblo, nación o sociedad. (ESPINOSA, Israel. 2016, p. 15)

### **2.9.2. *Turismo literario en Ecuador***

La literatura ecuatoriana se desenvuelve en la vida del ciudadano común y corriente; está escrita dentro de la República del Ecuador, así como por ecuatorianos en países extranjeros; aún que Ecuador no cuenta con autores de fama mundial, por lo que no es muy conocida más allá de sus fronteras.

No existen registros anteriores a la llegada de los españoles debido a que los incas no tenían un sistema de escritura establecido, por lo que eran pasadas de generación en generación; En la época colonial se hacen famosos textos como la Elegía a la muerte de Atahualpa, atribuida a Jacinto Collahuazo nacido en las cercanías de la ciudad de Ibarra., y Eugenio Espejo (1747-1795), quien fue el primer periodista ecuatoriano mestizo, impulsor de las clases y etnias; o las obras de la generación decapitada, además, en la literatura de la ciudad de Ambato destaca Juan Montalvo “Mi pluma lo mato” quien con su escritura dejó huella y abrió entrada a un gran producto de incentivo turístico.

### **2.9.3. *Turismo en Chimborazo***

Provincia de Chimborazo, situada al centro sur del país. Su capital es la ciudad de Riobamba. Es el corazón del Ecuador, es un pueblo rico en tradiciones, folklor, música y danza. y su turismo es una de las principales actividades económicas.

## **2.10. Ilustración**

“Enlightenment para el mundo anglohablante (a menudo especificando la escocesa, irlandesa o americana), lumieres para el francohablante, Aufklärung para el hablante de lengua alemana, lumi para el italiano, "luces" para el castellano hablante” (MAYOS, Gongal. 2007 p.16)

La ilustración es conceptualizada por el artista, conocido como el movimiento de renovación intelectual, cultural, ideológica, Para el siguiente proyecto de investigación se hará uso de las técnicas de ilustración tanto manual o tradicional como la digital.

### **2.10.1. *La ilustración digital***

Tiene ciertas ventajas frente a la ilustración tradicional, una de ellas es que se puede editar los trazos las veces que quiera para definir de una mejor manera la ilustración, sin que se eche a perder. Además, ofrece una mayor precisión, mayor número de opciones y herramientas automáticas para realizar el trabajo de una manera más eficiente. Finalmente, la ilustración digital es de fácil traslado, lo cual es sumamente importante para poder enviar los archivos digitales a cualquier parte del mundo en el menor tiempo. (Ramos, 2020)

### 2.10.2. Ilustración tradicional

Es el tipo “clásico” de ilustración, en el que se dibuja y pinta a mano.

Además, se empleará el campo de la ilustración fantástica para dar vida a los personajes místicos de las leyendas en torno al volcán Chimborazo; así como el uso de técnicas mixtas para su realización.

#### *Técnicas de ilustración*



Figura 18 – 2: Técnicas de la Ilustración

Realizado por: Flores, V. 2022

## 2.11. Publicidad

La publicidad ocupa una parte de la vida pues es encontrada en todas partes en las calles, en casa, en periódicos, en internet, en centros comerciales, en las pequeñas tiendas, etc., pues esta es una estrategia de mercadotecnia que permite divulgar un producto o servicio o la marca. (Giraldo, V. 2019)

La publicidad es comunicación mediante un patrocinador, publicista o diseñador, a través de diferentes medios de comunicación como impresos y digitales que permiten informar y vender.(Cabrejos, 2002)

Actualmente la publicidad tiene gran beneficio gracias a los medios de comunicación pues en todas partes podemos observar publicidades de productos, servicios o marcas que influyen al cliente a efectuar una compra pues posee mucha fuerza de persuasión gracias a la variedad publicitaria que explotamos hoy en día. ( BARREZUETA, María; IDROVO, Angie.2015)

La Publicidad se utiliza para difundir y persuadir hacia algo en un Segmento de Mercado específico, para lo cual se utilizan los distintos Medios de Comunicación. (Espinoza, M. 2020, p. 1)

### *Modelos publicitarios*

Es un método estratégico de llegar a los consumidores con mensajes publicitarios



**Figura 19 – 2:** Modelos Publicitarios  
Realizado por: Flores, V. 2022

### 2.11.1. Campañas publicitarias

Una campaña publicitaria es un programa coordinado de publicidad que comprende varios mensajes publicitarios durante un tiempo determinado, es un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir una marca, más precisamente un producto o un servicio. (Giraldo, V. 2019)

La campaña es una parte crítica del proceso creativo que debe resaltar el mensaje central o mensaje promocional; para que la acción sea considerada una campaña es fundamental que exista unidad entre las piezas. (Espinoza, M. 2020)

Cada campaña publicitaria debe contar con un concepto determinado, así como un tema desarrollando estrategias siendo un conjunto de actividades comunicacionales mediante un proceso con el objetivo de promocionar y publicitar un producto servicio o una marca. (Giraldo, V. 2019)

La Campaña Publicitaria debe dirigirse siempre a un Segmento de Mercado Específico, al cual se lo conoce como PÚBLICO OBJETIVO. (Espinoza, M. 2020)

Un plan publicitario tiene la siguiente estructura:

- Realizar BRIEF PUBLICITARIO

El briefing es el informe abreviado que proporciona la información más interesante sobre la que trabajar en la estrategia publicitaria que se pretende poner en marcha. Determinar el objetivo publicitario

- Público objetivo
- Presupuesto

**Ejemplo:** Brief para realizar la Campaña Publicitaria de Regeneris.

<b>Ciente:</b> Ing. Andrés Luzuriaga		
<b>Marca:</b> Regeneris		
<b>Objetivo Publicitario</b>  Incrementar la Preferencia hacia la marca en un 20% en el mercado Ecuatoriano, hasta el 31 de Diciembre de 2020.	<b>Opinión del Consumidor</b>	
	<b>Fortalezas</b>  Bajo nivel de grasas  Variedad de Presentaciones	<b>Debilidades</b>  Precio Alto  Poca variedad de sabores.
<b>Promesa:</b>  Mantene su cuerpo limpio por dentro		
<b>Apeyo:</b> Contiene:  Probióticos Fibra Lactobacillus GG Cultivo Lactis B512	<b>Público Objetivo</b>  Hombres y mujeres adultos, de personalidad agresiva, su motivación es Racional, y buscan en el producto, que éste mejore su sistema digestivo.	
<b>Posicionamiento:</b> Cuerpo limpio por dentro		
<b>Planificador:</b> Ing. Milton Espinoza		
<b>Observaciones:</b>		

**Figura 20 – 2:** Brief Publicitario  
Realizado por: Espinosa, M. 2020

## *Medios publicitarios*

Los BTL son acciones publicitarias que se enfocan en un público objetivo específico, este posee un alto nivel de creatividad pues debe ser original, ayudando a tener más pregnancia en el mercado además de que requieren de un menor uso de recursos económicos

### ***Tipos de BTL***

- ✓ Patrocinios
- ✓ Publicidad en punto de venta
- ✓ Marketing de guerrilla
- ✓ Marketing Digital

#### ***2.11.2. Marketing Digital***

El Marketing Viral se utiliza para llamar la atención, y generar Interés hacia un producto o Servicio, para lograrlo se utilizan contenidos muy atractivos, los mismos que llevan mensajes que se expanden como virus, es decir: de forma muy rápida, y de persona a persona. para que éstos mensajes se expandan como virus, las personas comparten éstos contenidos (La Información) a través de las redes sociales (El medio más utilizado es el Facebook), ya que utilizando éstos medios digitales se llega con Rapidez, y Facilidad al Publico Objetivo (Espinoza, M. 2020)

El marketing de redes sociales se entiende como actividades que se realizan mediante las redes sociales para incrementar y generar negocios y sus oportunidades.

#### ***2.11.3. Publicidad digital “Instagram”***

La publicidad digital es el método más utilizado y que ha surgido gracias a los avances tecnológicos generando nuevas formas de comunicación y negocios, presentadas en un formato tipo banners como imágenes publicitarias gracias a estos nuevos espacios virtuales interactuamos y construimos nuestra identidad; Instagram cuenta con una variedad de herramientas que todos los usuarios pueden aprovechar, esta una marca comercial de una aplicación para compartir fotos y vídeos en las redes sociales mediante el uso de dispositivos móviles. (De la Vega, N. 2018)



## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Introducción

El presente capítulo se expondrá los métodos a seguir para la obtención de resultados para plasmarlos en la creación de ilustraciones y en el desarrollo de la campaña publicitaria. Para ello es necesario considerar un manejo estratégico de la información con los siguientes procesos (Espinoza, M. 2020)

- Sintetizar la información fuente en cuadros estadísticos, gráficas, fichas o relaciones de datos.
- Analizar la información sintetizada de forma descriptiva, dinámica, de correlación y de contenido.
- Realizar una síntesis general de los resultados

#### 3.2. Tipo o enfoque de investigación

El enfoque que se presenta en la siguiente investigación es de tipo exploratoria.

Se realizará una investigación de tipo **exploratoria** “*Según el nivel de conocimientos adquiridos y según la estrategia*” con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar los resultados de investigación. La investigación de tipo exploratoria es una investigación que se realiza sobre un tema que ha sido poco estudiado o no se tiene muchos datos acerca del mismo, de sentido amplio que plantea la búsqueda de indagación sobre algo nuevo. (Santillán, J. 2020)

Será empleado este método porque es necesario recabar información sobre los mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo los mismos que serán utilizados en la campaña publicitaria, seleccionando aquellos mitos originales y verídicos para el propósito publicitario y turístico.

#### 3.3. Método investigativo

En griego (métodos) y en latín (methodus), el método se refiere a un camino, figuradamente este se lo puede entender como el sendero o la vía que lleva a algún lugar. La definición encontrada en el “Diccionario de uso del español” de María Moliner de 1996, es coherente con estas raíces clásicas definiendo al método como “la manera sistemática de hacer ciertas actividades”.

### **3.3.1. Analítico**

Según Santillán, J. 2020 “Material de clase” el método analítico hace referencia a la extracción de las partes de un todo, con la finalidad de estudiarlas y examinarlas por separado. Y comprende el siguiente proceso a seguir:

#### **Proceso**

- ✓ Observación.
- ✓ Descripción de lo observado.
- ✓ Examinar críticamente.
- ✓ Segmentar el fenómeno.
- ✓ Enumerar los componentes.
- ✓ Ordenar y clasificar.

### **3.3.2. Deductivo**

Estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. (Santillán, J. 2020)

#### **Proceso**

- ✓ Definir la primera premisa.
- ✓ Definir la segunda premisa.
- ✓ Conclusión.

## **3.4. Población**

### *Población 1. – Mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo*

En esta población se identificará los principales mitos y leyendas vinculados al volcán Chimborazo las mismas que serán obtenidas de fuentes bibliográficas tales como tesis, libros, artículos, páginas web, blogs científicos, debidamente certificadas.

### *Población 2. – Publico Objetivo*

Para determinar la población número 2 se recabará los datos del target mediante el análisis de las características sociodemográficas y psicográficas las cuales se serán llevadas a cabo gracias a la creación de fichas del perfil de la población.

### **3.5. Técnicas de investigación**

Las técnicas de información nos permiten obtener datos mediante la aplicación de recolección constituyendo un camino correcto para encontrar lo requerido para los proyectos de investigación.

*Análisis documental o Recopilación bibliográfica. –*

Esta técnica de recolección de datos es de análisis documental de fuentes secundarias tales como: libros, revistas, boletines, folletos, periódicos, páginas web, blogs científicos, tesis, entre otros, sobre las variables de interés para detectar, obtener y consultar bibliografía y otros materiales de información; existe una gran variedad de fuentes documentales: hemerográfica, bibliográfica, escrita, audiográfica, videográfica, iconográfica, cartográfica y de objetos para la recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios.

### **3.6. Instrumentos de investigación**

Los instrumentos de recolección de datos deben cumplir con las características de confiabilidad, validez y objetividad, para garantizar que la información obtenida sea verídica y de utilidad en la investigación.

#### **3.6.1. Búsqueda**

De fuentes bibliográficas o documentales

#### **3.6.2. Lectura y resumen**

De los materiales obtenidos se realiza una lectura crítica y detenida para próximamente crear una síntesis o resumen cerniendo la información útil y requerida.

#### **3.6.3. Elaboración de fichas**

Realizado de la información bibliográfica, documental y hemerográfica reflejada en fichas de registro y de trabajo.

*Diseño de fichas de Perfil de Población*

- ✓ El siguiente modelo de ficha de documentación, se desarrollará con la finalidad de determinar el perfil de la población de mitos y leyendas entorno al volcán Chimborazo obtenidas de fuentes bibliográficas o secundarias.

**Población 1**  
Mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo

N°  Tipo  Año

Título

Mito o Leyenda

Descripción

**Tabla 1 – 3:** Modelo de ficha de documentación del perfil de la población 1  
Realizado por: Flores, V. 2022

- ✓ Este modelo de ficha de documentación, es realizado con el objetivo de determinar el perfil de la población del público objetivo específico al que ira dirigida la campaña publicitaria ilustrada para redes sociales mitos.

**Población 2**  
Pública Objetivo

N°  Fecha de creación

Características

- Sociodemográficas
  - Ubica geográfica
  - Edad
  - Sexo
  - Condición socioeconómica:
  - Nivel de estudios
  - Ocupación
- Psicográficas
  - Personalidad
  - Estilos de vida
  - Intereses
  - gustos
- Conductuales
  - Lealtad de marca
  - Beneficios buscados
  - Tipo de usuario
  - Nivel de uso (heavy / light users)

**Tabla 2 – 3:** Modelo de ficha de documentación del perfil de la población 2  
Realizado por: Flores, V. 2022

### 3.7. Metodologías de diseño

La metodología del diseño es altamente creativa y constituye en una guía para ordenar y reflexionar sobre el proceso de creación, considerando la secuencia de las acciones (cuando), el contenido (qué), y los procedimientos específicos (cómo).

Se empleará los métodos de investigación para realizar el proceso de ilustración y creación de la campaña publicitaria por separado para obtener mejores resultados

#### 3.7.1. Proceso de ilustración

“La esencia de una ilustración radica en el pensamiento –las ideas y los conceptos que forman la columna vertebral de lo que una imagen intenta comunicar–. La función del ilustrador consiste en dar vida y forma visual a un texto o mensaje.” (Zeegen, 2006, p. 17). La ilustración como alternativa para dar respuesta a problemas de comunicación, mediante un proceso que articula la investigación (indagación), el diseño y el pensamiento creativo

##### ✓ *Recopilación de información (mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo)*

En esta primera fase se realizará la investigación documental y bibliográfica necesaria para identificar los mitos y leyendas provenientes del volcán Chimborazo.

##### ✓ *Caja negra-lluvia de ideas*

Métodos de Búsquedas de Ideas - identificar los conceptos de la ilustración con el fin de comunicar lo requerido mediante mensajes gráficos que potencialicen el turismo literario en Chimborazo

##### ✓ *Referencias Visuales*

Esto es muy importante para iniciar el proceso de bocetación puesto que necesitaremos referencias gráficas para organizar el tipo de ilustración necesario que realizaremos.

##### ✓ *Fase de bocetación, con trazos simples y espontáneos*

En esta fase debemos comenzar con rasgos rápidos y espontáneos de cómo se verá la ilustración partiendo de la técnica a utilizar, para con ello no perder el enfoque ya conceptualizado. Esta fase trata de realizar parte por parte las gráficas necesarias tanto como paisajes y personajes.

##### ✓ *Ilustrar considerando la técnica (manual y digital)*

En esta fase de la metodología a seguir una vez realizados los bocetos y teniendo los conceptos claros comenzamos a realizar las ilustraciones considerando las técnicas mixtas que nos brindaran una mejor representación gráfica.



**Figura 1 – 3:** Ilustración manual y digital

**Fuente:** <https://www.albertoalbarran.com/2019/12/un-proceso-de-diseno-para-la-elaboracion-de-un-libro-ilustrado/>

### 3.7.2. *Planteamiento de la campaña publicitaria*

#### ) *Brif publicitario*

- ✓ *Definir el problema.*

Conocer al público que se espera alcanzar es fundamental para saber el tono y el mejor contenido del mensaje.

- ✓ *Definir objetivos.*

Es importante definir los objetivos por los cuales se está iniciando la comunicación con el público objetivo. Estos deben ser claros, posibles de alcanzar y mensurable

- ✓ *Recogida de datos.*

Consiste en la recolección de toda la información necesaria, de acuerdo a las características y particularidades del proyecto, lo que puede incluir desde investigaciones documentales, de opinión y gráficas entre otras.

- ✓ *Presupuesto*

Deben considerarse las variables que impactan en el proyecto, buscando ajustarse a éstas, tales como el presupuesto con el que se cuenta, las posibilidades tecnológicas disponibles, los materiales disponibles, los recursos u otro a considerar.

- ✓ *Objetivo Publicitario*

Objetivo que se quiere conseguir con la campaña.

- ✓ *Creación de la campaña (diagramación)*

## **CAPÍTULO IV**

### **4. MARCO DE RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis de resultados**

En función al objetivo de realizar una campaña publicitaria ilustrada para redes sociales, que evidencie los principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo como impulsor del turismo literario y para el fortalecimiento identitario, así también con la aplicación de la metodología expuesta y diseñada el capítulo anterior (III), se obtuvo los siguientes resultados mediante el diseño de fichas de perfil de población.

Como principal punto de interés está la recopilación de información bibliográfica, con el apoyo de fichas gráficas tanto para identificar las principales mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo, como para determinar el perfil del público objetivo para en función de este establecer las condiciones gráficas aplicables.

Para la obtención de la información se hizo uso de diferentes fuentes secundarias, como tesis de grado, videos y blog, donde la información tiene un tiempo mayor a 6 años puesto que trata de información histórica no cambiante.

Mitos y Leyendas identificadas del volcán Chimborazo

Mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo					
N°	1	Tipo	TESIS DE GRADO	Año	2015
Título	Mitos y leyendas de lagunas y montañas en los cantones de Sigchos, Alausí y Baños de Agua Santa				
Mito o Leyenda	La historia de amor del Chimborazo, el Altar y la mama Tungurahua				
Autor (tesis)	Vanessa E. Davila P.	Autor (mito o leyenda)	Conocimiento Popular		
Descripción	<p>Cuenta la leyenda que los Apus dioses incas espíritus de las montañas de características mortales; buenos o malos, celosos o pícaros, jóvenes o viejos, sabios y poderosos o egoístas y malvados; a ellos se les agradece las buenas cosechas y la fortuna. Apus como el majestuoso Chimborazo y el Cotopaxi quienes se disputaron en una batalla la bella increíble, vestida de color blanco irradiante Mama Tungurahua, batalla en la cual salió victorioso el Taita Chimborazo, sin embargo, esta historia no fue un cuento de hadas ya que traicionó el amor del Chimborazo con el majestuoso Capak Urku mejor conocido como "El Altar" que hace muchísimo años fue el volcán más alto del mundo, con la ayuda del alcahuete Carihuairazo el Altar y a Tungurahua tenían sus amores. Con el pasar de los años llenos de engaños y romances o escondidas el Chimborazo cayó en cuenta de la traición y se llenó de rabia y descontrol que con golpes y escombros encaró al Altar en una guerra de poder, venganza y majestuosidad; se dice que pasaron años peleando, hasta que finalmente en 1490, con una devastadora erupción, el Chimborazo destruyó al Altar y sin importar la unión con los demás Apus venció, reemplazando al Altar como el volcán más alto del Ecuador Del fruto amor que un día se tuvieron el Chimborazo y la Tungurahua nació el Guagua Pichincha, pero el Chimborazo no quedó satisfecho después de la llegada de su hijo y mucho menos por la traición de su amor ya que él nunca pudo perdonar eso prefirió ser solitario eternamente y que la Vieja se quedara sola y así envió a su hijo a vivir lejos de su madre; por ello es el "Guagua Pichincha" pues vive en la provincia homónima. Dicen que cuando llora el Guagua la Mama le contesta.</p>				

Tabla 1 – 4: Ficha de documentación del perfil 1

Realizado por: Flores, V. 2022



Mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo					
N°	2	Tipo	Studocu.ec	Año	2017
Título	La misteriosa ciudad oculta en el Chimborazo				
Mito o Leyenda	La misteriosa ciudad oculta en el Chimborazo				
Autor (blog)	Génesis Antuni Medina		Autor (mito o leyenda)	Conocimiento Popular	
Descripción	<p>Una misteriosa puerta abre el camino hacia la ciudad dentro del Chimborazo. Hace muchos años, en el tiempo de las grandes haciendas había gente dedicada al servicio de la casa y de las tierras. Los vaqueros eran los hombres dedicados a cuidar a los toros de lidia que eran criados en las faldas del volcán Chimborazo. Juan, uno de los vaqueros, se había criado desde muy pequeño en la hacienda. Recibió techo y trabajó, pero así mismo, los malos tratos del mayordomo y del dueño; una mañana que cumplía su labor, los toros cesaron misteriosamente. Juan se desesperó porque sabía que el castigo sería terrible, así que vagó horas y horas por el frío páramo, pero no encontró a los toros; totalmente abatido, se sentó junto a una gran piedra negra y se echó a llorar imaginando los latigazos que recibiría. De pronto, en medio de la soledad más increíble del mundo, apareció un hombre muy alto y blanco, que le habló con dulzura diciendo que él tenía los toros y que los siguiera para devolvérselos, por lo que Juan se puso de pie dispuesto a caminar, pero el hombre sonriendo tocó un lado de la piedra, y esta se retiró ante sus ojos pues aquella roca realmente era la entrada a una gran cueva. Sin saber realmente cómo, Juan estuvo de pronto en medio de una hermosa ciudad escondida dentro de la montaña. El vaquero miró construcciones que brillaban como si estuvieran hechas de hielo. La gente era alegre y disfrutaba de la lidia de toros. El hombre alto le entregó los animales, le dio de comer frutas exquisitas, y como una forma de compensación le regaló unas mazorcas de maíz.</p> <p>De la misma manera extraña en la que había llegado, pronto estuvo en el páramo, con los toros y las mazorcas y al llegar a la hacienda todos se burlaron de él por lo que consideraban una influencia del alcohol. Decepcionado, pero a la vez tranquilo por haberse librado de la paliza, Juan fue a su casa y sacó las mazorcas; para su sorpresa eran de oro macizo. Con este tesoro, el vaquero se compró una hacienda propia y se alejó para siempre del lugar donde le habían maltratado tanto, desde entonces, los campesinos y los turistas tratan desesperadamente de buscar la entrada a la ciudad del Chimborazo.</p>				

**Tabla 2 – 4:** Ficha de documentación del perfil 2

Realizado por: Flores, V. 2022

Mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo			
N°	3	Tipo	Vida
Año	2020		
Título	El Tesoro que guarda el CHIMBORAZO - Leyenda LA MOYA (Yo Vicio)		
Mito o Leyenda	El Tesoro que guarda el CHIMBORAZO		
Autor (blos)	Kevin Oscar	Autor (mito o leyenda)	Conocimiento Popular
Descripción	<p>Un hombre que de la comunidad de moya recolectaba y vendía hiza del Taita Chimborazo y todas las ganancias las destinaba a la ayuda de la gente construyendo todo en cuanto podía, sin embargo, la envidia creció en un miembro de la comunidad quien deseaba saber cómo lograba realizar estas labores, así que lo intenta, pero todo le salía mal, puesto que carecía de la generosidad del primer hombre; un día el hombre noble se encaminó nuevamente al Chimborazo, pero al ser un día muy nublado este se extravió junto a su burrito, por lo que el Taita Chimborazo al conocer el corazón de aquel hombre lo acogió dándole entrada al Templo Machay, considerado el corazón del volcán, el cual tenía dos entradas; en una de estas se encontraba una cantidad incontable de tesoros y diamantes, así que el Chimborazo le dijo que llevara todo cuanto pudiera y que ayudara a más gente de la comunidad, y así lo hizo al llegar a la comunidad ayudo con alimento, casas, etc.; sin embargo, el comunero envidioso se llenaba de incertidumbre preguntándose de donde salió tanto dinero y al escuchar la historia que contó el primer hombre él quiso conseguirlo también, así que él se dirigió camino al Chimborazo extraviándose a propósito y en efecto el Taita Chimborazo lo acoge dándole entrada a la ciudad, sin embargo, considerando que este se había perdido por su propia voluntad le permitió ingresar, pero esta vez por la segunda puerta donde no había tesoros ni diamantes, al notar el ingreso al segundo refugio quiso ingresar, pero este tenía un guardián que resguardaba dicha entrada, pero este lo engaña y el comunero ingreso al templo y comenzó a recolectar lo que más pudo, mientras descendía del Chimborazo él en voz alta decía que con lo que había conseguido se iría del pueblo siendo rico, al llegar a casa empezó a guardar sus cosas rápidamente cuando él abrió su bolsa donde tenía el oro y este se había convertido en granos en descomposición.</p>		

**Tabla 3 – 4:** Ficha de documentación del perfil 3

Realizado por: Flores, V. 2022

### Conclusiones parciales

En conclusión, después de la respectiva indagación se recopiló tres mitos y leyendas entre los más relevantes y principales de los cuales son leyendas, las mismas que se desarrollan en torno al volcán Chimborazo, ninguna pose autor conocido puesto que son transmitidas de generación en generación entre los habitantes de las comunidades.

### Público objetivo identificado

Público Objetivo	
N°	1
Fecha de creación	2022
Características	
Sociodemográficas	
Ubicación geográfica:	Chimborazo zona centro
Edad:	18-25 años
Sexo/género:	Femenino
Condición socioeconómica:	Estrato nivel C
Nivel de estudios:	Tercer nivel
Ocupación:	Estudiantes y Graduados
Psicográficas	
Personalidad:	Soy una persona aventurera y tradicional
Estilos de vida:	Me siento cómodo siguiendo un cronograma para mayor eficacia
Intereses:	Me siento atraída por conocer más lugares de una forma diferente
Costos:	Mi red social favorita es Instagram
Conductuales	
Lealtad de marca:	Como joven busco fidelizarme con alguna "marca" de turismo que facilite conocer lugares nuevos con las mayores comodidades.
Beneficios buscados:	Costos bajos, buen servicio, riqueza cultural.
Nivel de uso (heavy / light users):	Light users

**Tabla 4 – 4:** Ficha de documentación del público objetivo

Realizado por: Flores, V. 2022

## 4.2. Etapa de ilustración

### 4.2.1. *Recopilación de información (mitos y leyendas en torno al volcán Chimborazo)*

Después de la respectiva recopilación de información se identificó tres leyendas en torno al volcán Chimborazo cuentan con una amplia información, de las cuales se realizará la campaña publicitaria

- La historia de amor del Chimborazo y la mama Tungurahua
- La Ciudad Oculta del Chimborazo
- El Tesoro que guarda el Chimborazo

### 4.2.2. *Caja negra-lluvia de ideas*

Brainstorming o Lluvia de ideas es un método basado en la participación libre y donde la crítica está excluida. Consiste, básicamente, aportando ideas u opiniones sobre el tema o problema de diseño. (Nora E. NACIF)

#### *Primera Leyenda*



**Tabla 5 – 4:** Lluvia de ideas de la primera leyenda

Realizado por: Flores, V. 2022

*Segunda Leyenda*



**Tabla 6 – 4:** Lluvia de ideas de la segunda leyenda

Realizado por: Flores, V. 2022

*Tercera Leyenda*



**Tabla 7 – 4:** Lluvia de ideas de la tercera leyenda

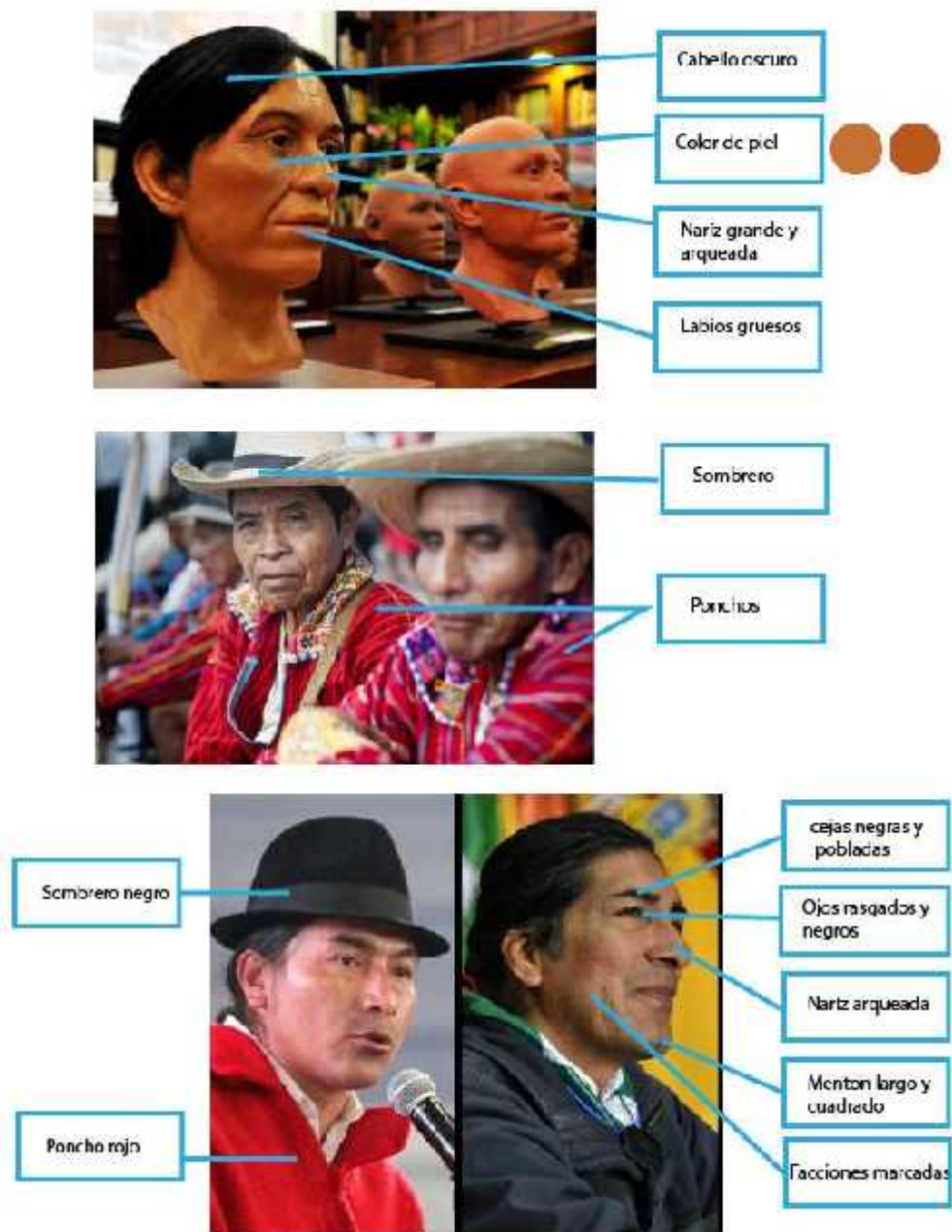
Realizado por: Flores, V. 2022

### Conclusiones parciales

Considerando la necesidad para cada leyenda se realizó una lluvia de ideas que contenga los aspectos a considerar para el momento de realizar los primeros bocetos para de esta manera establecer una guía conceptual para el diseño.

#### 4.2.3. Referencias Visuales

A continuación, se realizará una recopilación, desfragmentación y análisis de las referencias visuales para la creación de personajes y escenarios necesarios para montar la campaña publicitaria.



**Figura 1 – 4:** Referencias visuales rostros  
Realizado por: Flores, V. 2022



Ornamentos

Cromática



Hielo

Paja

Rocas

Nieve

**Figura 2 – 4:** Referencias visuales escenarios

Realizado por: Flores, V. 2022


4.2.4. Fase boceto, con trazos simples y espontáneos

**PRIMERA LEYENDA** (La historia de amor del Chimborazo y la mama Tungurahua)

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Boceto	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello oscuro Sombrero negro Cejas negras y pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Mentón cuadrado Poncho Rojo			
Personalidad			
Fuerte Carismático Enamorado			
Datos personales			
Nombre	Chimborazo	Edad	Indefinida
Lugar de nacimiento	Provincia de Chimborazo- Ecuador	Apodo	Taita Chimborazo
Género	Apus- Masculino	Altura	6.258 M

**Tabla 8 – 4:** Ficha de Personaje 1


Realizado por: Flores, V. 2022

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Boceto	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello café Cejas negras y pobladas Mejillas rojas Rostro redondo Mentón fino vestimenta blanca y decorados			
Personalidad			
Dulce Extrovertida			
Datos personales			
Nombre	Tungurahua	Edad	Indefinida
Lugar de nacimiento	Provincia de Tungurahua- Ecuador	Apodo	Mama Tungurahua
Género	Apus - Femenino	Altura	5.020 M

**Tabla 9 – 4:** Ficha de Personaje 2


Realizado por: Flores, V. 2022



FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Boceto	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello café Cejas negras y pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Mentón cuadrado Poncho naranja			
Personalidad			
Fuerte Carismático Extrovertido Orguloso			
Datos personales			
<b>Nombre</b>	El Altar	<b>Edad</b>	Indefinida
<b>Lugar de nacimiento</b>	Provincia de Chimborazo- Ecuador	<b>Apodo</b>	Capac Urku
<b>Género</b>	Apus- Masculino	<b>Altura</b>	5.319 M

**Tabla 10 – 4:** Ficha de Personaje 3


Realizado por: Flores, V. 2022

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Boceto	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello café Cejas negras y pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Mentón cuadrado Poncho naranja			
Personalidad			
Alcahuete Carismático Metiche			
Datos personales			
<b>Nombre</b>	Carhuaitaza	<b>Edad</b>	Indefinida
<b>Lugar de nacimiento</b>	Provincia de Chimborazo- Ecuador	<b>Apodo</b>	Viento fuerte de la nieve
<b>Género</b>	Apus - Masculino	<b>Altura</b>	5.305 M

**Tabla 11 – 4:** Ficha de Personaje 4

Realizado por: Flores, V. 2022

**SEGUNDO MITO** (La Ciudad Oculta del Chimborazo)

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Dibeto	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello oscuro Sombrero negro Cejas negras y Pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Mentón cuadrado Parcho Rojo			
Personalidad			
Humilde Sencillo Timido			
Datos personales			
<b>Nombre</b>	Vaquero	<b>Edad</b>	Indefinida
<b>Lugar de nacimiento</b>	Provincia de Chimborazo- Ecuador	<b>Apodo</b>	Vaquero
<b>Género</b>	Masculino	<b>Altura</b>	promedio

**Tabla 12 – 4:** Ficha de Personaje 5

Realizado por: Flores, V. 2022

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Dibeto	
Nariz grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello oscuro Cejas negras y pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Túnica blanca Chaleco rojo			
Personalidad			
Misterioso Amable			
Datos personales			
<b>Nombre</b>	Hombre Blanco	<b>Edad</b>	Indefinida
<b>Lugar de nacimiento</b>	Provincia de Chimborazo- Ecuador	<b>Apodo</b>	Hombre blanco
<b>Género</b>	Masculino	<b>Altura</b>	Indefinida

**Tabla 13 – 4:** Ficha de Personaje 6

Realizado por: Flores, V. 2022

### TERCERA LEYENDA (La Ciudad Oculta del Chimborazo)

FICHA DE PERSONAJE			
Características Físicas		Bucelo	
Nariz arqueada y grande Ojos rasgados Orejas Grandes Cabello obscuro Sombbrero negro Cejas negras y Pobladas Mejillas rojas Rostro delgado Menton cuadrado Poncho Rojo			
Personalidad			
Humilde Sencillo Generoso Noble			
Datos personales			
Nombre	Hielero bueno	Edad	Indefinida
Lugar de nacimiento	Provincia de Chimborazo- Ecuador	Apodo	Hielero
Género	Masculino	Altura	promedio

Tabla 14 – 4: Ficha de Personaje 7

Realizado por: Flores, V. 2022

#### 4.2.5. Ilustrar considerando la técnica (manual y digital)

En la siguiente fase de realizo las ilustraciones de forma manual, con una técnica mixta de acuarela y lápices de colores, además se realizó retoques de manera digital para terminar el proceso.



Figura 3 – 4: Primera Ilustración

Realizado por: Flores, V. 2022



**Figura 4 – 4:** Segunda Ilustración  
Realizado por: Flores, V. 2022



**Figura 5 – 4:** Tercera Ilustración  
Realizado por: Flores, V. 2022

### 4.3. Campaña Publicitaria

#### BRIF PUBLICITARIO

#### CAMPAÑA PUBLICITARIA “TOPANDO EL SOL”

#### Objetivo Publicitario

Diseñar una campaña publicitaria ilustrada para el incentivo y difusión de los principales mitos y leyendas identitarias en torno al volcán Chimborazo

#### Fortalezas

- La campaña para redes sociales depende de un bajo presupuesto
- Las ilustraciones llaman la atención del público

#### Debilidades

- No pose muchas herramientas de difusión

**Promesa:** Rescatar y difundir los mitos y leyendas de conocimiento popular en torno al volcán

**Contenido:** La campaña se estructurará en tres partes, cada una perteneciente a cada mito o leyenda ilustrado, iniciando con un post de apertura para la campaña en general donde se dará a conocer el nombre de la campaña “Topando el Sol” y un post de portada para cada uno (total de portadas tres); así mismo el segundo post llevará la ilustración principal, el siguiente tendrá la historia resumida en dos posts o más, para finalmente terminar con una frase perteneciente a cada mito o leyenda; dando un total de 18 post.

**Público Objetivo:** Jóvenes de 18 a 25 años de edad

**Implementación:** Se realizará las publicaciones en la red social juvenil Instagram

**Presupuesto:** Bajo

**Modelo publicitario :** AIDA

**ABRIL 2022**

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

**Tabla 15 – 4:** Calendario

Realizado por: Flores, V. 2022

✓ *Creación de la campaña (diagramación)*

Realizado en un formato de 1080 x 1080 px, el cual es apropiado para la red social destinada Instagram; así como el uso de una cromática en tonos de azul para resaltar los elementos.

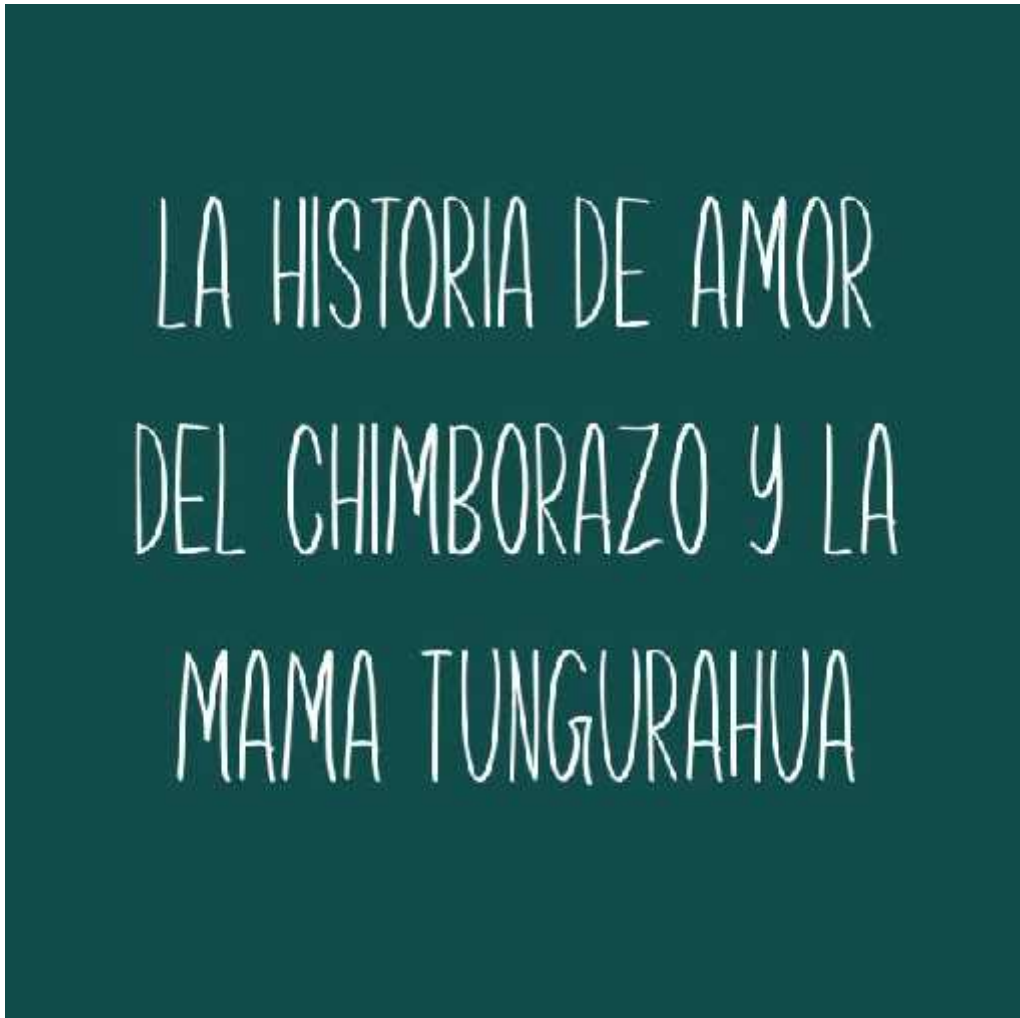
- Portada de la campaña resaltado el título de la misma



**Figura 6 – 4:** Portada de la Campaña

Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Título de la primera leyenda



**Figura 7 – 4:** Titulo 1 de las leyendas

**Realizado por:** Flores, V. 2022


➤ Primera Ilustración




**Figura 8 – 4:** Ilustración 1  
Realizado por: Flores, V. 2022



➤ Primera Leyenda

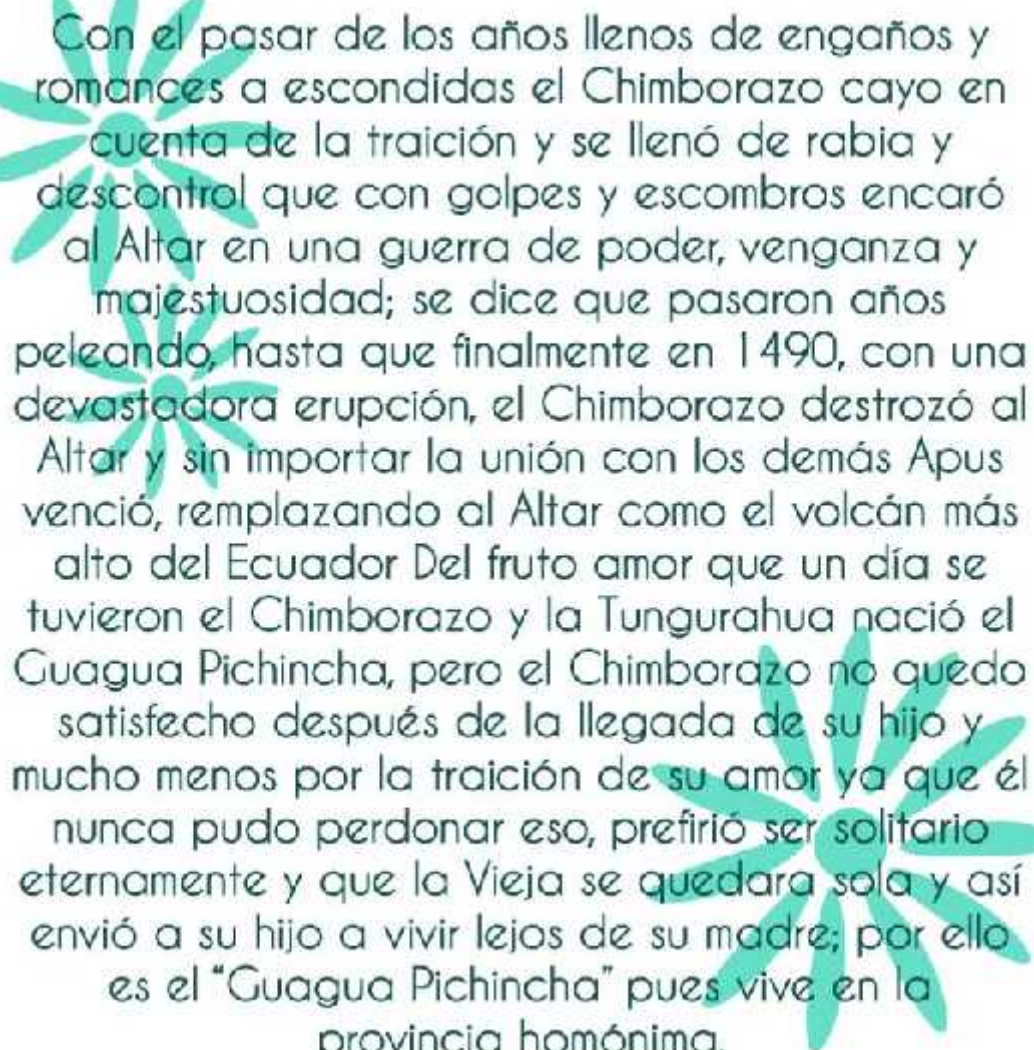


Cuenta la leyenda que los Apus dioses incas espíritus de las montañas de características mortales; buenos o malos, celosos o pícaros, jóvenes o viejos, sabios y poderosos o egoístas y malvados; a ellos se les agradece las buenas cosechas y la fortuna. Apus como el majestuoso Chimborazo y el Cotopaxi quienes se disputaron en una batalla la bella increíble, vestida de color blanco irradiante Mama Tungurahua, batalla en la cual salió victorioso el Taita Chimborazo, sin embargo, ésta historia no fue un cuento de hadas ya que traiciono el amor del Chimborazo con el majestuoso Capak Urku mejor conocido como "El Altar" que hace muchísimo años fue el volcán más alto del mundo, con la ayuda del alcahuete Carihuairazo el Altar y la Tungurahua tenían sus amoríos.



**Figura 9 – 4:** Leyenda primera parte

Realizado por: Flores, V. 2022



Con el pasar de los años llenos de engaños y romances a escondidas el Chimborazo cayó en cuenta de la traición y se llenó de rabia y descontrol que con golpes y escombros encaró al Altar en una guerra de poder, venganza y majestuosidad; se dice que pasaron años peleando, hasta que finalmente en 1490, con una devastadora erupción, el Chimborazo destruyó al Altar y sin importar la unión con los demás Apus venció, remplazando al Altar como el volcán más alto del Ecuador Del fruto amor que un día se tuvieron el Chimborazo y la Tungurahua nació el Guagua Pichincha, pero el Chimborazo no quedó satisfecho después de la llegada de su hijo y mucho menos por la traición de su amor ya que él nunca pudo perdonar eso, prefirió ser solitario eternamente y que la Vieja se quedara sola y así envió a su hijo a vivir lejos de su madre; por ello es el "Guagua Pichincha" pues vive en la provincia homónima.

**Figura 10 – 4:** Leyenda segunda parte

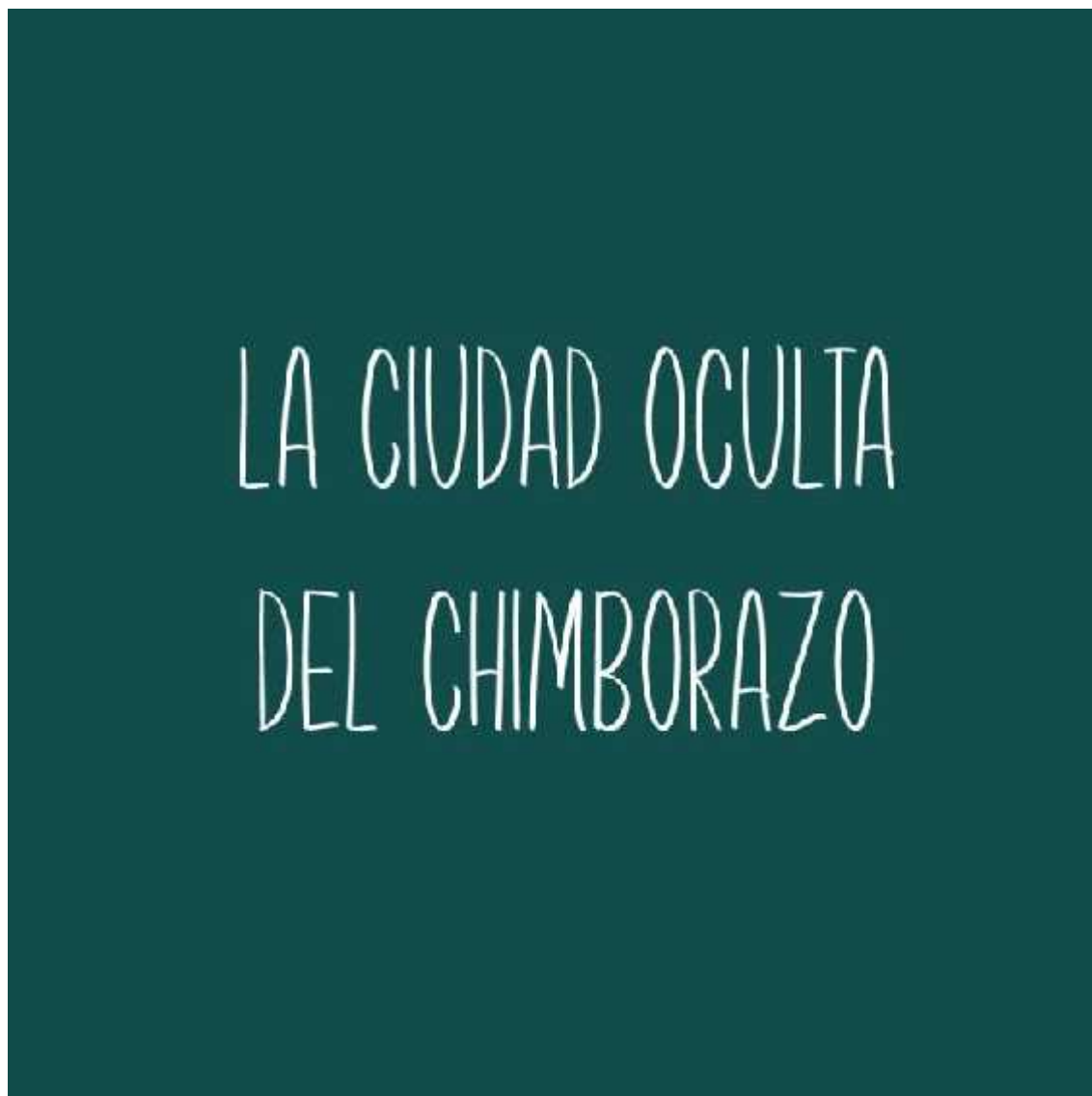
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Resumen 1



**Figura 11 – 4:** Resumen 1  
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Título de la Segunda Leyenda



**Figura 12 – 4:** Título 2 de las leyendas  
**Realizado por:** Flores, V. 2022

➤ Segunda Ilustración



"TOPANDO EL  
Sol"

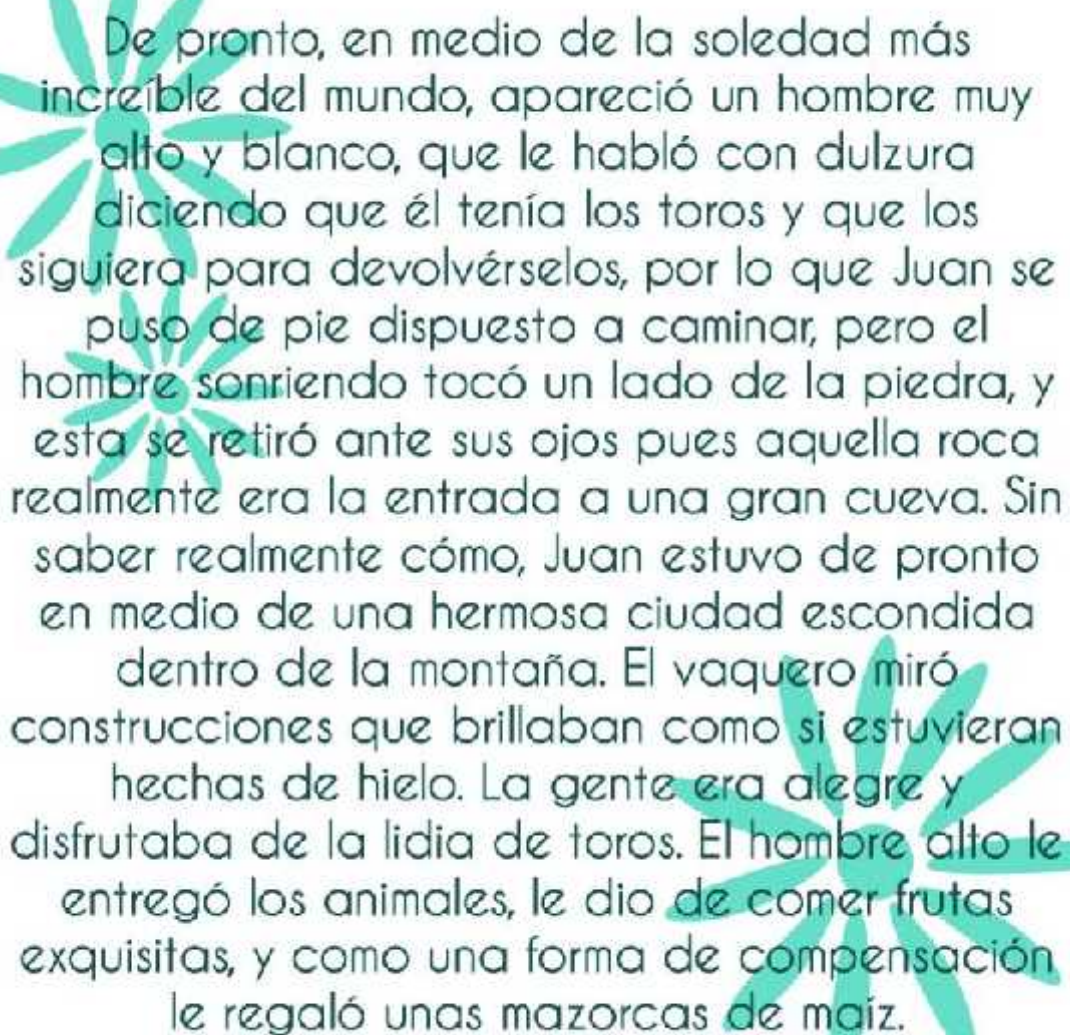
**Figura 13 – 4:** Ilustración 2  
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Segunda Leyenda

Una misteriosa puerta abre el camino hacia la ciudad dentro del Chimborazo. Hace muchos años, en el tiempo de las grandes haciendas, había gente dedicada al servicio de la casa y de las tierras. Los vaqueros eran los hombres dedicados a cuidar a los toros de lidia que eran criados en las faldas del volcán Chimborazo. Juan, uno de los vaqueros, se había criado desde muy pequeño en la hacienda. Recibió techo y trabajo, pero así mismo, los maltratos del mayordomo y del dueño; una mañana que cumplía su labor, los toros desaparecieron misteriosamente. Juan se desesperó porque sabía que el castigo sería terrible, así que vagó horas y horas por el frío páramo, pero no encontró a los toros; totalmente abatido, se sentó junto a una gran piedra negra y se echó a llorar imaginando los latigazos que recibiría.

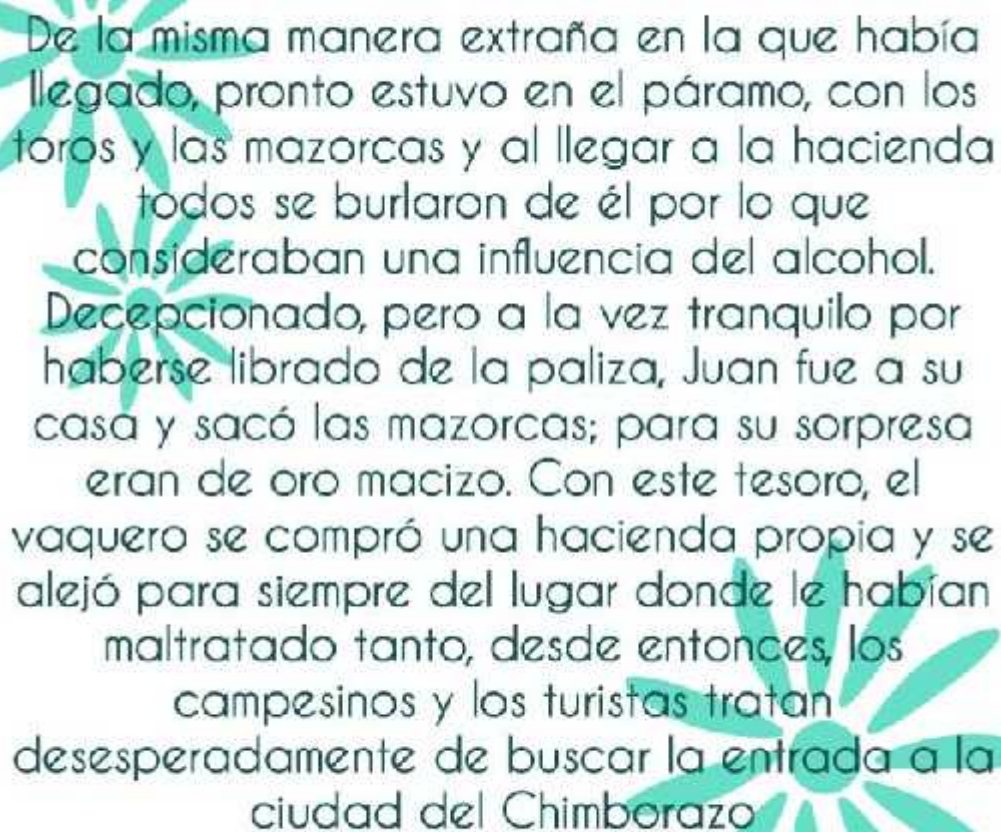
**Figura 14 – 4:** Leyenda primera parte (2)

Realizado por: Flores, V. 2022



De pronto, en medio de la soledad más increíble del mundo, apareció un hombre muy alto y blanco, que le habló con dulzura diciendo que él tenía los toros y que los siguiera para devolvérselos, por lo que Juan se puso de pie dispuesto a caminar, pero el hombre sonriendo tocó un lado de la piedra, y esta se retiró ante sus ojos pues aquella roca realmente era la entrada a una gran cueva. Sin saber realmente cómo, Juan estuvo de pronto en medio de una hermosa ciudad escondida dentro de la montaña. El vaquero miró construcciones que brillaban como si estuvieran hechas de hielo. La gente era alegre y disfrutaba de la lidia de toros. El hombre alto le entregó los animales, le dio de comer frutas exquisitas, y como una forma de compensación le regaló unas mazorcas de maíz.

**Figura 15 – 4:** Leyenda segunda parte (2)  
Realizado por: Flores, V. 2022



De la misma manera extraña en la que había llegado, pronto estuvo en el páramo, con los toros y las mazorcas y al llegar a la hacienda todos se burlaron de él por lo que consideraban una influencia del alcohol. Decepcionado, pero a la vez tranquilo por haberse librado de la paliza, Juan fue a su casa y sacó las mazorcas; para su sorpresa eran de oro macizo. Con este tesoro, el vaquero se compró una hacienda propia y se alejó para siempre del lugar donde le habían maltratado tanto, desde entonces, los campesinos y los turistas tratan desesperadamente de buscar la entrada a la ciudad del Chimborazo.

**Figura 16 – 4:** Leyenda tercera parte (2)  
Realizado por: Flores, V. 2022

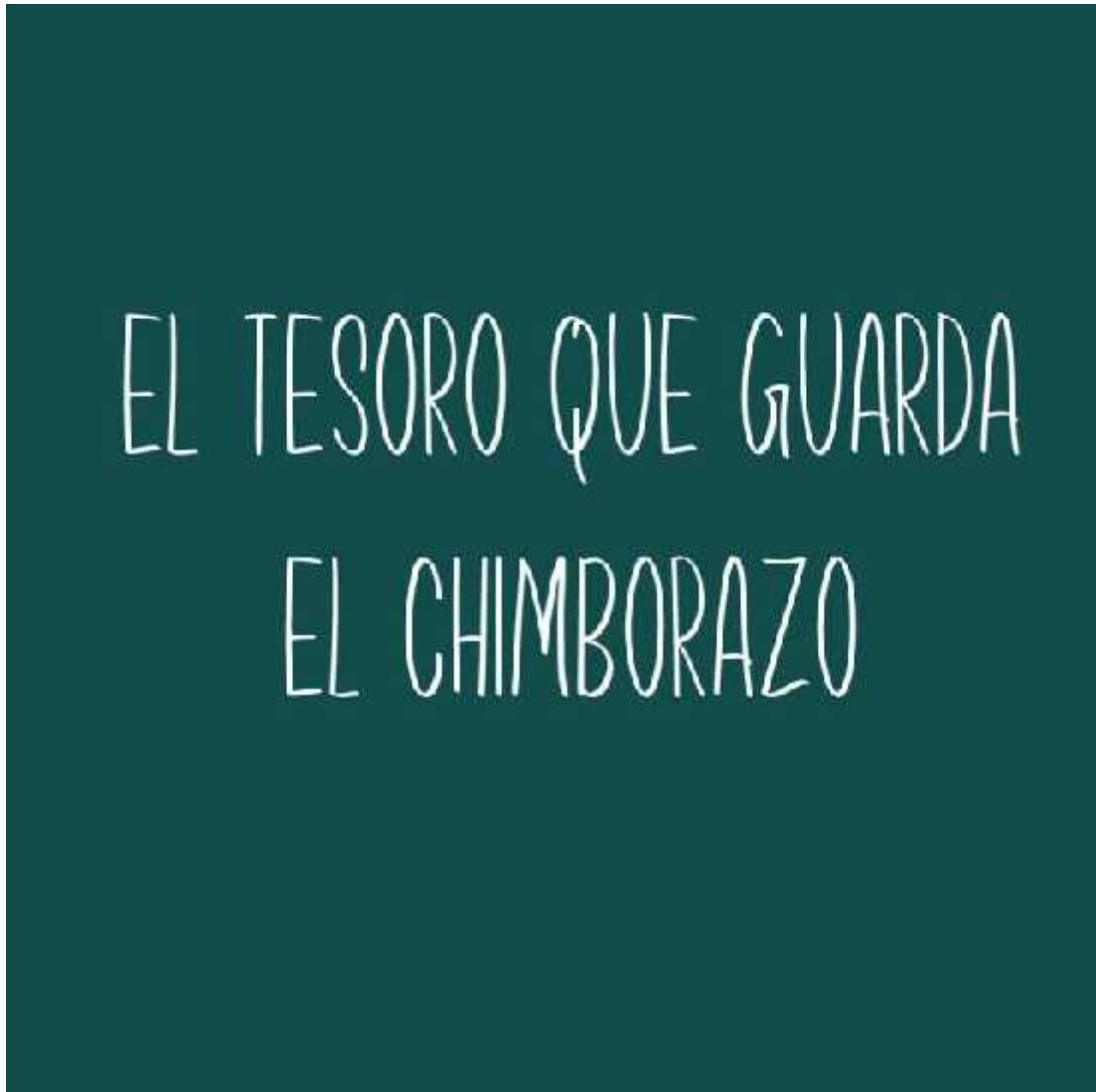


➤ Resumen 2



**Figura 17 – 4:** Resumen 2  
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Título de la tercera leyenda



**Figura 18 – 4:** Título 3 de las leyendas  
**Realizado por:** Flores, V. 2022

➤ Tercera Ilustración

"TOPANDO EL  
Sol"



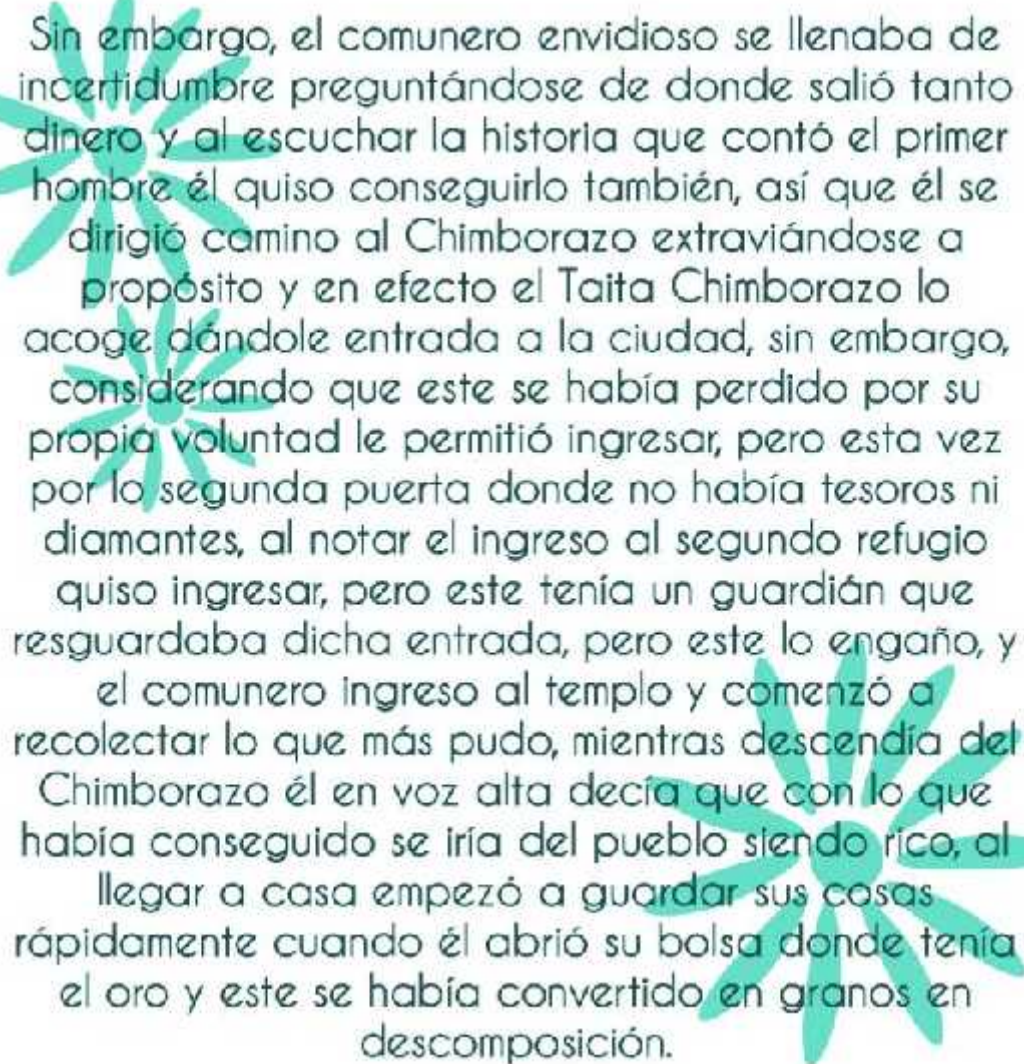
**Figura 19 – 4:** Ilustración 3  
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Tercera leyenda

Un hombre que de la comunidad de Moya recolectaba y vendía hielo del Taita Chimborazo y todas las ganancias las destinaba a la ayuda de la gente construyendo todo en cuanto podía, sin embargo, la envidia creció en un miembro de la comunidad quien deseaba saber cómo lograba realizar estas labores, así que lo intentó, pero todo le salía mal, puesto que carecía de la generosidad del primer hombre; un día el hombre noble se encaminó nuevamente al Chimborazo, pero al ser un día muy nublado este se extravió junto a su burrito, por lo que el Taita Chimborazo al conocer el corazón de aquel hombre lo acogió dándole entrada al Templo Machay, considerado el corazón del volcán, el cual tenía dos entradas en una de estas se encontraba una cantidad incontable de tesoros y diamantes, así que el Chimborazo le dijo que llevara todo cuanto pudiera y que ayudara a más gente de la comunidad, y así lo hizo al llegar a la comunidad ayudó con alimento, casas, etc.;

**Figura 20 – 4:** Leyenda primera parte (3)

Realizado por: Flores, V. 2022



Sin embargo, el comunero envidioso se llenaba de incertidumbre preguntándose de donde salió tanto dinero y al escuchar la historia que contó el primer hombre él quiso conseguirlo también, así que él se dirigió camino al Chimborazo extraviándose a propósito y en efecto el Taita Chimborazo lo acoge dándole entrada a la ciudad, sin embargo, considerando que este se había perdido por su propia voluntad le permitió ingresar, pero esta vez por la segunda puerta donde no había tesoros ni diamantes, al notar el ingreso al segundo refugio quiso ingresar, pero este tenía un guardián que resguardaba dicha entrada, pero este lo engañó, y el comunero ingreso al templo y comenzó a recolectar lo que más pudo, mientras descendía del Chimborazo él en voz alta decía que con lo que había conseguido se iría del pueblo siendo rico, al llegar a casa empezó a guardar sus cosas rápidamente cuando él abrió su bolsa donde tenía el oro y este se había convertido en granos en descomposición.

**Figura 21 – 4:** Leyenda segunda parte (3)

Realizado por: Flores, V. 2022



Entrada al Templo  
Machay corazón del  
volcán. de cantidad  
incontable de tesoros  
y diamantes

**Figura 22 – 4:** Resumen 3  
Realizado por: Flores, V. 2022

➤ Post final

# ¿Té gustaría conocerlo?

## Visita al Taita Chimborazo

y

## únete a la aventura para buscar sus tesoros



**Figura 23 – 4:** Post final

Realizado por: Flores, V. 2022

## CONCLUSIONES

Después de realizado el proceso, se concluye que fueron logrados los objetivos propuestos en el presente proyecto técnico y se ha establecido las siguientes conclusiones:

- J) Fueron identificadas las principales razones por las que es importante incentivar el turismo literario gracias a las manifestaciones narrativas pertenecientes al volcán Chimborazo, considerando que este tipo de turismo nace por acontecimientos relatados en textos o registros bibliográficos, proporcionando una oferta turística, requiriendo solamente un relato que siembra en sus lectores el afán de visitar estos lugares, lo que presentaría un ventajoso medio económico para la provincia.
- J) Se determinó la base conceptual que guio la campaña publicitaria donde se realizó la recopilación, sistematización y exposición de los conceptos fundamentales para el desarrollo de una investigación.
- J) Se analizó los principales mitos y leyendas vinculados al volcán Chimborazo como patrimonio cultural inmaterial identificando tres leyendas “La historia de amor del Chimborazo y la mama Tungurahua”, “La Ciudad Oculta del Chimborazo” y “El Tesoro que guarda el Chimborazo”; que se transmiten de generación en generación infundiendo un sentimiento de identidad que se hace presente en los conocimientos ancestrales de las tradiciones orales.
- J) Fueron ilustradas los principales productos comunicacionales en torno al Chimborazo, gracias al uso del método de búsqueda conocido como lluvia de ideas identificando los conceptos principales de cada leyenda identificada anteriormente con el fin de comunicar lo requerido mediante mensajes gráficos que potencialicen el turismo literario en Chimborazo; además se hizo uso de las técnicas de ilustración manual- mixta de acuarela y colores, así como la técnica digital para realizar retoques y correcciones.
- J) Como último aspecto se planificó, diseñó, diagramó y programó la campaña publicitaria ilustrada como incentivo y difusión de los principales mitos y leyendas; partiendo de la presentación individual de cada leyenda de forma gráfica continuando con la narrativa de la misma, con el fin de llamar la atención del público objetivo en su red social más utilizada llamada Instagram.



## RECOMENDACIONES

- J Es recomendable tomar en cuenta que el incentivar el turismo literario en la provincia es de suma importancia puesto que este tipo de leyendas de conocimiento popular al ser transmitidas de generación en generación corre el riesgo de perderse pues son de alto valor cultural y de riqueza histórica.
- J Como recomendación es necesario aprovechar la lectura, más específicamente los mitos y leyendas que enriquecen nuestra identidad para evitar que con el pasar de los años se pierdan.
- J Además, es necesario mencionar el desconocimiento de los mitos y leyendas que existe entre los jóvenes en la actualidad por el poco interés que estos tienen en la cultura, por lo que se recomienda aprovechar los materiales tecnológicos por los cuales se informan y navegan para incentivar la recuperación y salvaguarda de las manifestaciones culturales- narrativas.
- J Plantear alternativas de solución para contrarrestar la pérdida de manifestaciones narrativas en los jóvenes de la provincia de Chimborazo
- J Es recomendable aplicar planes publicitarios para la difusión de las manifestaciones narrativas con el fin de incrementar el turismo literario en la provincia de Chimborazo.

## GLOSARIO

**Caja Negra:** Desde el punto de vista creativo, el diseñador tiene la funcionalidad de una caja negra donde ocurre un salto creativo misterioso. (Soto, M. 2021)

**Aculturación:** Proceso de recepción de otra cultura y de adaptación a ella, en especial con pérdida de la cultura propia. (Ruiz, S. s.f.)

**Taxonomía:** La taxonomía es la ciencia que estudia la clasificación y todo lo relacionado con ella

**Cosmovisión:** Manera de verse a sí mismo o, al mundo y universo, de la ubicación del ser humano en ellos y de su accionar conjunto. (Restrepo, R. 1998)

**Taita:** Muchos habitantes de los Andes, quichuahablantes o hispanohablantes que sienten la influencia de la lengua indígena en el español, piensan en la palabra “taita” como padre.

**Shamanes:** Un chamán es un brujo o hechicero: una persona que se supone que dispone de un poder sobrenatural que le permite contactarse con espíritus, curar enfermedades y predecir el futuro.

**Premisas:** Afirmación o idea que se da como cierta y que sirve de base a un razonamiento o una discusión.

## BIBLIOGRAFÍA

**AMAR, Víctor.** “Educación, ideología, cultura y contexto”. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, [en línea], 2017 (España), 15(1), pp. 129-130. [Consulta: 14 enero 2022]. ISSN-e 1138-414X. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/33914?page=174>.

**BBC MUNDO.** *Chimborazo, el volcán de Ecuador más alto que el Everest* [blog]. 7 abril, 2016. [Citado el: 11 noviembre 2021]. Disponible en: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160407\\_por\\_que\\_chimborazo\\_ecuador\\_mas\\_lejos\\_centro\\_tierra\\_que\\_el\\_everest\\_dgm](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160407_por_que_chimborazo_ecuador_mas_lejos_centro_tierra_que_el_everest_dgm)

**BOMBÓN, Esteban.** El turismo literario en la cultura ambateña (Trabajo de Titulación) (Licenciado). [en línea] Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo, (Ambato-Ecuador). 2021. pp. 11- 50. [Citado el: 14 noviembre 2021]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33745/1/TESIS%20FIN%20%282%29.pdf>

**CAJAL, Alberto.** *¿Cuál es el Origen de las Leyendas?* [blog]. Liferder, 2017 [Consulta: 26 noviembre 2021]. Disponible en: <https://www.liferder.com/origen-de-las-leyendas/>

**COMBONI, Sonia., JUÁREZ, José.** *Interculturalidad y diversidad en la educación: concepciones, políticas y prácticas.* [en línea]. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, DCSH/UAM-X, 2020, [Consulta: 11 enero 2022]. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/dcsh-uam-x/20201118022700/InterculturalidadEducacion.pdf>

**CUMPLIDO, Jordi.** Los 7 tipos de mitos que existen y algunos ejemplos [blog]. Carácter Urbano, 2019. [Consulta: 14 febrero 2022]. Disponible en: <https://caracterurbano.com/literatura/tipos-mitos#>

**DÁVILA, Vanessa.** Mitos y leyendas de lagunas y montañas en los cantones de Sigchos, Alausí y Baños de Agua Santa. (Tesis de grado) (Licenciatura). [en línea] Universidad Central del Ecuador, (Quito-Ecuador). 2015. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6747/1/T-UCE-0004-013.pdf>

**DIGVAS.** *Historias desde Riobamba.* [Blog]. Riobamba: 2011. [Citado el: 18 noviembre 2021] Sitio web: <https://digvas.org/leyendas/la-misteriosa-ciudad-oculta-en-el-chimborazo/>

**ELAIDE, Mircea.** Mito y Realidad. [en línea]. Chicago: Ediciones Harper, Nueva York, 1962. [Consulta: 14 febrero 2022]. Disponible en: <http://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/Eliade,%20Mircea%20->

%20Mito%20Y%20Realidad.pdf

**ESPINOZA, Milton.** (2020). Publicidad. [PDF]. Obtenido de file:///E:/RESPALDSOS/Desktop/6to%20semestre%20Valeria/publicidad/Primer%20Parcial/unidad%201/Definición%20de%20Publicidad.pdf

**GARCÍA, Pilar.** El Patrimonio Cultural. Conceptos Básicos. [en línea]. España: Pressas Universitarias de Zaragoza, 2011. [Consulta: 11 enero 2022]. Disponible en: [https://www.oaxaca.gob.mx/inpac/wp-content/uploads/sites/17/2019/08/Referencia\\_bibliogr%C3%A1fica-sobre-conceptos-b%C3%A1sicos-de-Conservaci%C3%B3n-del-Patrimonio.pdf](https://www.oaxaca.gob.mx/inpac/wp-content/uploads/sites/17/2019/08/Referencia_bibliogr%C3%A1fica-sobre-conceptos-b%C3%A1sicos-de-Conservaci%C3%B3n-del-Patrimonio.pdf)

**GUAMANQUISPE, Anabel.** Identidad Cultural y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Pilahuín Cantón Ambato Provincia de Tungurahua. (Trabajo de Titulación) (Licenciado). [en línea] Universidad Técnica de Ambato. Facultad de ciencias humanas y de la educación, Carrera de Turismo y Hotelería (Ambato-Ecuador). 2015. pp. 1-146. [Consulta: 7 enero 2022]. Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13995/1/IDENTIDAD%20CULTURAL%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20TUR%20C3%8DSTICO%20DE%20LA%20PARROQUIA%20PILAHU%20C3%8DN%20CANT%20C3%93N%20AMB.pdf>

**INPC-Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.** *Patrimonio Cultural Inmaterial*

**LAZARO, Julio.** Mitos y Leyendas (Trabajo de titulación) (Licenciatura). [en línea] Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación, Escuela Profesional de Educación Secundaria. (Trujillo-Perú). 2020. pp.11-67 [Consulta: 10 diciembre 2021]. Disponible en: <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/16701/LAZARO%20BACILIO%20JULIO%20CESAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**MAGADAN, María. & RIVAS, Jesus.** *Turismo literario.* [en línea]. Asturias-España: E-septem, 2012. [Citado el: 18 noviembre 2021]. Disponible en: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UNczBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=turismo+literario&ots=GuXIIwunbq&sig=5nECVu3Jz6GYXyW0ELYiQRPjKW0#v=onepage&q=turismo%20literario&f=false\(2012\)](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=UNczBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=turismo+literario&ots=GuXIIwunbq&sig=5nECVu3Jz6GYXyW0ELYiQRPjKW0#v=onepage&q=turismo%20literario&f=false(2012)).

**MENA VÁSCONEZ, Patricio.; ARREAZA, H.; CALLE, T.; LLAMBÍ, Luis Daniel.; LÓPEZ, G.; RUGIERO, M.S.; VÁSQUEZ, A.** *Entre Nieblas: Mitos y Leyendas del Páramo.* [en línea]. Quito-Ecuador: Abya-Yala, 2009. [Consulta: 14 enero 2022] Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/43566.pdf>

**MOROTE, Pascuala.** *Las Leyendas y su Valor Didáctico* [en línea]. Universitat de Valencia, España [Consulta: 26 noviembre 2021]. Disponible en: [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/aepe/pdf/congreso\\_40/congreso\\_40\\_38.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/aepe/pdf/congreso_40/congreso_40_38.pdf)

**MUSEO NACIONAL DE COSTA RICA.** El origen de las leyendas: espantos animales [blog]. Costa Rica, 2018 [Consulta: 11 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.museocostarica.go.cr/exhibiciones/anteriores/el-origen-de-las-leyendas-espantos-animales/>

**NOTIMÉRICA.** *¿Sabías que el punto de la Tierra más cercano al Sol se encuentra en Iberoamérica?* [blog]. Madrid-España: Europa Press, 19 de mayo, 2017. [Citado el: 20 enero 2021]. Disponible en: <https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-sabias-punto-tierra-mas-cercano-sol-encuentra-iberoamerica-20170519232945.html>

**PÉREZ, Luis.** “Turismo literario, ambientes históricos y “santandereanidad”: Representaciones narrativas sobre el territorio santandereano”. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía [en línea], 2017 (Colombia) 26(2), pp. 133-151. [Citado el: 16 noviembre 2021]. ISSN 0121-215X. Disponible en: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.55633>

**RAMOS, Rosa.** (2020). Ilustración Digital. [PDF]. Obtenido de <file:///C:/Users/Intel%20CoreI5/Desktop/5to%20semestre%20Valeria/Ilustración/materia/Ilustración%20Digital.pdf>

**RIAÑO, Jhon.** *Casos y cachos llaneros.* [en línea]. Corporación Cultural Entreletras, 2019 [Citado el: 18 noviembre 2021]. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=LH0rEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

**RUIZ, Sonia.** Aculturación [blog]. [Consulta: 14 enero 2022] Disponible en: <https://academic.uprm.edu/sruiz/3121/id12.htm>

**SANTILLAN, Julio.** (2020). Investigación. [PDF]. Obtenido de <file:///E:/RESPALDSOS/Desktop/7to%20semestre%20Valeria/Investigación/materia/1/La%20Metodología%20y%20el%20Método.pdf>

**SANZ, María.** *Los jóvenes y la literatura de hoy* [blog]. Madrid: El Correo, 2016. [Consulta: 10 diciembre 2021]. Disponible en: <https://elcorreoweb.es/aladar/los-jovenes-y-la-literatura-de-hoy-cc2136589>

**SERRANO, Raúl.** «“Mi delirio sobre el Chimborazo”: anuncios y fundación», Kipus: revista andina de letras, [en línea], 2009, (Ecuador) pp. 71-89. [Citado el: 14 noviembre 2021]. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2086/1/RK-26-DO-Serrano.pdf>

**TABUENCA, Elía.** *Tipos de leyendas y sus características* [blog]. unprofesor, 2020 [Consulta: 6 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/tipos-de-leyendas-y-sus-caracteristicas-4356.html>

**TERÁN, Ivonne., & VALVERDE, Víctor.** Recopilación de Leyendas de la provincia de Chimborazo en una serie de libros digitales infantiles (Trabajo de Titulación) (Ingeniero). [en línea] Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad informática y electrónica, Escuela de Diseño Gráfico, (Riobamba-Ecuador). 2014. pp. 24- 176. [Citado el: 14 noviembre 2021]. Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3333/1/88T00093.pdf>

**TOCAREMA, María.** Tradición ancestral indígena desde los mitos y leyendas: importancia de la oralidad y escritura como herramienta de fortalecimiento de la identidad cultural en la educación para la primera infancia. (Trabajo de titulación) (Licenciatura). [en línea] Corporación Universitaria Minuto de Dios, Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio, Pedagogía Infantil. (Colombia- Ibagué,). 2020. pp. 5-53 [Consulta: 14 febrero 2022]. Disponible en: [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/11577/1/TocaremaAvilaMariaFernanda\\_2020.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/11577/1/TocaremaAvilaMariaFernanda_2020.pdf)

**TURISMO – KML EL CIUDADANO.** *Ecuador es el destino de mayor crecimiento de turismo de Sudamérica* [blog]. Quito – Ecuador: Gobierno del Encuentro. [Citado el: 20 noviembre 2021]. Disponible en: <https://www.presidencia.gob.ec/ecuador-es-el-destino-de-mayor-crecimiento-de-turismo-de-sudamerica/#>

**UNESCO.** *Patrimonio Cultural Inmaterial*

**VICENTE, Eva.** *Tipos de leyendas* [blog]. Madrid: Significados, 2021 [Consulta: 6 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.significados.com/tipos-de-leyendas/>

**VILLA, Eugenia.** La Literatura Oral. Mito y Leyenda. [en línea]. Colombia: Instituto Andino de Artes Populares-IADAP, 1989. [Consulta: 14 febrero 2022]. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3567/8/07.%20La%20literatura%20oral.%20Mito%20y%20leyenda.%20Eugenia%20Villa.pdf>

**CASTRO, Sixto J.** *El chiste como paradigma hermenéutico* [en línea]. 56(67), Distrito Federal-México: Diánoia, 2011, pp. 87-111. [Consulta: 14 enero 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58433540005>

**RESTREPO, Roberto.** “Cosmovisión, Pensamiento y Cultura”, Revista Universidad Eafit [en línea], 1998, (Ecuador) pp. 33-42. [Citado el: 14 noviembre 2021]. Disponible en: <https://publicaciones.eafit.edu.co>

**SOCA, Ricardo.** *El origen de las Palabras*. 1ª ed. Bogotá, Rey Naranjo: Revista Arcadia, 2016. ISBN (978-958-8969-05-3), pp. 536

**LA HORA.** *Las manifestaciones culturales son importantes*[blog]. Ecuador:07 de septiembre, 2002. [Consulta: 14 enero 2022]. Disponible en: <https://www.lahora.com.ec/secciones/las-manifestaciones-culturales-son-importantes/#:~:text=Las%20manifestaciones%20culturales%2C%20son%20en,persona%20o%20grupo%20de%20personas.>

**BONIFAZ, D., CARRANCO, J. y BALLESTEROS, L.** “Sistema publicitario y su impacto en el perfil público del sector comercial de Tungurahua”. [en línea], 2020, 5(5-1), pp. 272-287. [Consulta: 14 enero 2022]. 593 Digital Publisher CEIT.

**TERÁN, Diego.** Turismo Literario: los temas principales en la bibliografía arbitrada en inglés. (Trabajo de titulación) (Licenciatura). [en línea]. Universidad Autónoma Del Estado De México, Centro Universitario Uaem Texcoco, (Texcoco-México). 2013. pp. 11-94 [Consulta: 14 febrero 2022]. Disponible en: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65297/Turismo%20Literario.%20Los%20Temas%20Principales%20en%20la%20Bibliograf%C3%ADa%20Arbitrada%20en%20Ingl%C3%A9s-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

**GIRALDO, Valentina.** *Descubre qué es la publicidad, para qué sirve y cómo influye en la sociedad* [blog]. 23 de agosto, 2019, [Consulta: 14 enero 2022]. Disponible en: <file:///C:/Users/IntelCi5/Zotero/storage/I2M6RDAS/publicidad.html>

**DE LA VEGA, Nicole.** Análisis de la Red Social Instagram como una Herramienta de Publicidad y Comunicación Digital en Jóvenes Emprendedores. (Trabajo de titulación) (Licenciatura). [en línea] Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Guatemala). 2018. pp. 1-89.

**ZEEGEN, Lawrence.** Principios de ilustración. Cómo generar ideas, interpretar un brief y promocionarse. Análisis de la teoría. 2ª edición. Barcelona-España: Editorial Gustavo Gili, 2013, ISBN: 9788425225925.

**HALL, Colin; PAGE, Stephen.** "La geografía del turismo y la recreación: Ambiente, lugar y espacio". 2ª edición. 2006. 1-399. 10.4324/9780203246276.

**BARREZUETA, María; IDROVO, Angie.** Diseño de una campaña publicitaria para posicionar e incrementar las ventas de los productos “El Samán” en el Cantón Naranjal, Provincia del Guayas. (Trabajo de titulación) (Licenciatura). Universidad Politécnica Salesiana. Carrera

Administración De Empresas, Ingeniero Comercial Mención Marketing. (Guayaquil-Ecuador). 2015. pp. 1-113

**CABREJOS, Belisario.** “La Publicidad, El Mercadeo Directo, La Promoción Y Las Relaciones Públicas En El Mercadeo De Bienes Industriales En Antioquia”. *Universidad Eafit Medellín*, número 126, (2002), (Colombia) pp. 37-45.

**MAYOS, Gongal.** *La ilustración*. Primera Edición. Barcelona España: Editorial UOC, 2007. ISBN: 978-84-9788-687-1 pp. 5-91.

**CORS, Martí; GÓMEZ, Belén; LÓPEZ, Francisco.** Turismo y planificación estratégica: el estudio e informe estratégico del turismo urbano y territorial de Lleida. Cuadernos Geograficos [en línea]. 2004, (34), 95-109[Consulta: 14 enero 2022]. ISSN: 0210-5462. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17103406>

**ESPINOSA, Israel.** Turismo literario en el realismo social del ecuador, (Trabajo de titulación) (Máster) Universidad De Girona, Facultad De Turismo, Máster En Turismo Cultural- Patrimonio. 2016 pp. 3-104..