



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

“Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística
y Hotelera”

VALORIZACIÓN TURÍSTICA DEL PERSONAJE TRADICIONAL “SACHA
RUNA” PARA LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO INTANGIBLE EN LA
CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

AUTORA: María José Luna Murillo

DIRECTORA: Ing. .Karen Santos

Riobamba-Ecuador

2015

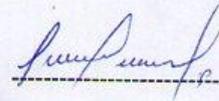
CERTIFICACIÓN

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título VALORIZACIÓN TURÍSTICA DEL PERSONAJE TRADICIONAL SACHA RUNA PARA LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO INTANGIBLE EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO., presentado por: María José Luna Murillo y dirigida por: Msc.Karen Santos. Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNACH.

Para constancia de lo expuesto firman:

Msc. Paula Moreno

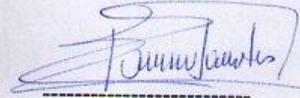
Presidenta del Tribunal



Firma

Msc. Karen Santos

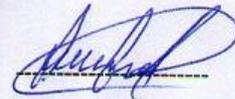
Directora del proyecto



Firma

Msc. Bacilio Pomaina

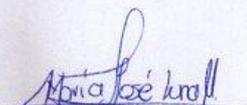
Miembro del Tribunal



Firma

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: María José Luna Murillo y a la Msc. Karen Santos en calidad de Directora del Proyecto; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



María José Luna Murillo

C.I: 060427019-9

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por cada día darme la vida para cumplir con mis objetivos, Agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo por formar mis conocimientos, a mi tutora Ing. Karen Santos por su ayuda y dirección para culminar este proyecto, a mis maestros de manera especial a la Ing. Paula Moreno que ha sido un apoyo, una gran maestra y gran persona.

A mis padres Paco y Carmita que han sido el apoyo incondicional y mi fortaleza para salir adelante siempre han estado junto a mí en cada paso que he dado, a mi abuelita Carmelina que estuvo conmigo en mis primeros años de universidad, a mis hermanos Francisco y Andrés que han sido mi ejemplo de lucha y superación.

A mis amig@s que siempre han estado apoyándome en especial a Johanna y Juan Carlos que siempre me brindaron su ayuda en todo momento.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a mi familia a mis padres, por todo su esfuerzo para que pueda cumplir con mis metas y objetivos, por ser incondicionales, apoyarme y guiarme en cada decisión, y a mis hermanos que cuidan y protegen de mí, son el motor de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|-------------------------------|------|
| CERTIFICACIÓN..... | ii |
| TUTORÍA DE INVESTIGACIÓN..... | iii |
| AGRADECIMIENTO..... | iv |
| DEDICATORIA..... | v |
| ÍNDICE GENERAL..... | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | x |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xii |
| INDICE DE FIGURAS..... | xiii |

CAPITULO I

| | |
|---|----|
| 1. RESUMEN | 1 |
| CAPITULO II | 4 |
| 2. INTRODUCCIÓN..... | 4 |
| 2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA | 6 |
| 2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 7 |
| 2.3 OBJETIVOS..... | 8 |
| 2.3.1 Objetivo General | 8 |
| 2.3.2 Objetivos Específicos..... | 8 |
| 2.4 JUSTIFICACIÓN..... | 9 |
| CAPITULO III..... | 10 |
| 3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 10 |
| 3.5.1 VALORACIÓN DEL PERSONAJE TRADICIONAL..... | 24 |
| 3.5.2 CULTURA..... | 24 |
| 3.5.8 DIFUSION DEL PATRIMONIO INTANGIBLE..... | 25 |
| 4. METODOLOGÍA..... | 30 |
| 4.1 TIPO DE ESTUDIO..... | 30 |
| 4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA | 31 |
| 4.2.1 Tipos de muestreo | 31 |
| 4.2.2 Calculo de la muestra..... | 31 |
| 4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 33 |

| | | |
|---------------------|---|----|
| 4.5 | PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS | 35 |
| CAPITULO V | | 36 |
| 5. | RESULTADOS | 36 |
| 5.1 | DIAGNOSTICO SITUACIONAL..... | 36 |
| 5.1.1 | Cantón San Pedro de Riobamba..... | 36 |
| 5.1.2 | CALENDARIO DE CELEBRACIONES POPULARES EN LA REGIÓN ANDINA..... | 40 |
| | | 73 |
| 5.2 | HALLAZGOS DEL ESTUDIO REALIZADO | 74 |
| 5.3 | ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DEL MATERIAL..... | 76 |
| 5.3.1 | COMUNICACIÓN | 76 |
| 5.3.2 | ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON ACTORES INVOLUCRADO..... | 77 |
| CAPITULO VI..... | | 78 |
| 6. | DISCUSIÓN | 78 |
| CAPITULO VII | | 80 |
| 7. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 80 |
| 7.1 | CONCLUSIONES..... | 80 |
| 7.2 | RECOMENDACIONES | 81 |
| CAPITULO VIII | | 82 |
| 8. | PROPUESTA..... | 82 |
| 8.1 | TITULO DE LA PROPUESTA | 82 |
| 8.2 | INTRODUCCIÓN..... | 82 |
| 8.3 | OBJETIVOS..... | 84 |
| 8.3.1 | OBJETIVO GENERAL | 84 |
| 8.3.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 84 |
| 8.4 | FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICA-TECNICA | 85 |
| 8.4.1 | PLAN | 85 |
| 8.4.2 | Características de un plan..... | 85 |
| 8.4.3 | DIFUSIÓN TURÍSTICA | 86 |
| 8.5 | PATRIMONIO | 89 |
| 8.5.1 | Patrimonio Cultural..... | 90 |
| 8.6 | DOCUMENTAL | 90 |
| 8.6.1 | Desarrollo del documental | 90 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 8.7 | SOUVENIR..... | 102 |
| 8.8 | DISEÑO DE LA PROPUESTA..... | 103 |
| 8.8.1 | Estudio de mercado..... | 103 |
| 8.8.2 | La investigación de mercados..... | 104 |
| 8.8.3 | Identificación del segmento de mercado..... | 104 |
| 8.9 | PLAN DE DIFUSIÓN..... | 105 |
| 8.10 | PROYECTOS Y PROGRAMAS DEL PLAN DE DIFUSIÓN..... | 109 |
| 1.1 | WEB Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN..... | 109 |
| 1.2 | MEDIOS DE COMUNICACIÓN..... | 109 |
| 1.3 | MATERIAL DE PUBLICIDAD..... | 109 |
| 2.1 | ACTOS Y EVENTOS..... | 109 |
| 2.2 | PUESTAS EN ESCENA..... | 109 |
| 2.3 | DESARROLLO DE ARTESANÍAS..... | 109 |
| 8.11 | HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN..... | 117 |
| 8.11.1 | DESARROLLO DEL MATERIAL DE DIFUSIÓN..... | 117 |
| 8.12 | SOUVENIR REPRESENTATIVO DEL PERSONAJE MITOLOGICO SACHA RUNA..... | 126 |
| 8.13 | DIFUSIÓN DEL PRODUCTO FINAL..... | 133 |
| 8.14 | PRESUPUESTO..... | 133 |
| 9. | BIBLIOGRAFIA..... | 133 |
| 10.1 | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS..... | 140 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|------------|--|----|
| Tabla N° 1 | Operacionalización de Variables..... | 43 |
| Tabla N° 2 | principales fiestas de la región Andina..... | 51 |
| Tabla N° 3 | vestimenta antigua Enterizo de musgo..... | 68 |
| Tabla N° 4 | vestimenta antigua Careta..... | 69 |
| Tabla N° 5 | vestimenta antigua Foete..... | 70 |
| Tabla N° 6 | vestimenta antigua Zapatos..... | 71 |
| Tabla N° 7 | vestimenta antigua Baile y paso..... | 72 |
| Tabla N° 8 | vestimenta actual Enterizo de musgo..... | 75 |

| | |
|--|-----|
| Tabla N° 9 vestimenta actual Careta..... | 76 |
| Tabla N° 10 vestimenta actual Zapatos..... | 77 |
| Tabla N° 11 vestimenta actual Foete..... | 78 |
| Tabla N° 12 vestimenta actual Espejo..... | 79 |
| Tabla N° 13 vestimenta actual Cepillo..... | 80 |
| Tabla N° 14 vestimenta actual Guantes..... | 81 |
| Tabla N° 15 vestimenta actual Pañuelo de cabeza..... | 82 |
| Tabla N° 16 Ejes de actuación..... | 86 |
| Tabla N° 17 Alianzas estrategicas..... | 87 |
| Tabla N° 18 proyectos y programas..... | 119 |
| Tabla N° 19 presupuesto documental..... | 143 |
| Tabla N° 20 presupuesto Souvenir..... | 144 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico N° 1 Pase del Niño Rey de Reyes..... | 57 |
| Gráfico N° 2 origen Sacha Runa..... | 58 |
| Gráfico N° 3 leyenda Sacha Runa..... | 65. |
| Gráfico N° 4 Sacha Runa Antiguo..... | 73 |
| Gráfico N° 5 Sacha Runa Actual..... | 83 |
| Gráfico N° 6Diablo de Riobamba..... | 115 |
| Gráfico N° 7Payasos..... | 116 |
| Gráfico N° 8Monos..... | 117 |
| Gráfico N° 9Perros..... | 117 |
| Gráfico N° 10Curiquingues..... | 118 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura N° 1 Mapa Provincia de Chimborazo Cantón Riobamba..... | 47 |
| Figura N° 2 Mapa RioTiputini..... | 6 |

CAPITULO I

1. RESUMEN

Riobamba encierra una fantástica gama de expresiones en los diversos campos de lo popular, es una ciudad interesante para el turista ya que predomina la religión católica y eso se refleja en su cultura, fuertemente destacada por los ritos y tradiciones que se celebran año tras año, Durante algunos meses, el pueblo católico, hace visible a la colectividad de manera ostentosa su religiosidad y fe en los favores que otorga el "Niño Jesús", a sus devotos, y es aquí donde aparecen los personajes mitológicos riobambeños.

El proyecto se basa en el Plan de difusión para la valorización turística del personaje tradicional sacha runa como patrimonio intangible de la ciudad de Riobamba, que pretende preservar y dar a conocer la historia y tradición del mismo. Este patrimonio no está siendo bien aprovechado debido al desconocimiento y la poca importancia de dar un valor cultural al personaje y a la insuficiente difusión de sus manifestaciones culturales y religiosas, causando de esta manera la pérdida de los personajes mitológicos de Riobamba que son observados cada año pero... ¿sabemos de dónde provienen? ¿Cuál es su objetivo en las fiestas populares? ¿Por qué utilizan esa vestimenta? o ¿porque cierta tonalidad en sus trajes? Los Riobambeños tenemos que tomar en cuenta nuestro pasado que debemos conocerlo para saber de dónde provenimos y a donde nos dirigimos.

A través de la utilización de herramientas tecnológicas se propone divulgar y difundir el conocimiento por medio de la elaboración de un documental, con el que, los Riobambeños y los visitantes conocerá y aprenderán sobre el personaje sacha runa.

En la investigación de campo realizo un estudio del sacha runa antiguo y actual y se identificó la evolución y los cambios que se ha dado durante años. Se aplicaron

encuestas a los pobladores de la ciudad de Riobamba para conocer el nivel de conocimiento del personaje. Por otra parte se propone que el producto final sea entregado por medio del ITUR de la ciudad constituyendo así su valioso aporte en el ámbito educativo y cultural



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE INGENIERÍA

CENTRO DE IDIOMAS

SUMMARY

Msc. Janneth Caisaguano

9 de Diciembre del 2015

Riobamba has a fantastic range of expressions in various fields of popular culture, it is an interesting city for tourists as predominantly Catholic and this is reflected in its culture, strongly emphasized by the rites and traditions that are celebrated year after year, for some months, the Catholic people, visible to the community ostentatiously faith in their religion and favors granted by the " Jesus Child", his devotees, and this is where Riobambeños mythological characters appear.

The project is based on the dissemination plan for the tourism development of the traditional character "Sacha Runa" as intangible heritage of the city of Riobamba, which aims to preserve and disseminate the history and tradition of it. This heritage is not being well explained due to ignorance and the lack of importance of cultural value to the character and the insufficient dissemination of their cultural and religious manifestations, thereby causing loss of Riobamba mythological characters that are observed every year but ... do we know where they come from? What is your goal in the festivities? Why touse that dress? or why certain colors in their costumes? Riobambeños we have to take our past that we know to know where we came from and where we are headed into account.

Through the use of technological tools it intends to disclose and disseminate knowledge through the development of a documentary, in which Riobambeños and visitors know and learn about the character "Sacha Runa"

In field research a study of past and present "Sacha Runa" was performed and evolution and the changes made over the years was identified. A survey to residents of the city of Riobamba was applied to determine the level of knowledge of the character. Moreover a final product be delivered by ITUR to the city is proposed , constituting its valuable contribution to the educational and cultural field.



CAPITULO II

2. INTRODUCCIÓN

Ecuador es considerado un país multiétnico debido a la presencia de varios grupos de nacionalidades y pueblos que mantienen sus rasgos culturales. Estos se caracterizan por poseer una cultura inicial y conservar su lengua, vestimenta, actividades de producción y, lo más importante, su territorio ancestral. La multiétnicidad implica la pluriculturalidad.

Los personajes mitológicos del Ecuador son seres imaginarios y los objetos maravillosos representan en su mayoría creencias vigentes, mientras que los personajes legendarios son objeto de rememoración por cuanto pertenecen al pasado. Entre estos últimos se incluyen los protagonistas de los carnavales rituales populares representan a personajes históricos o creencias ancestrales.

En la mitología mestiza existe la tendencia a ubicar a los seres imaginarios en la tierra, ya sea en la superficie o en las entrañas de los accidentes más relevantes del entorno (cerros, montañas, selvas), sin que existan seres que se sitúen en el cielo o en el agua. El énfasis por ubicar a estos seres en la tierra está relacionado con el temor del incesto, temor que parece obsesionar a los mestizos.

En el Cantón Riobamba contamos con ciertos personajes mitológicos cada uno con su historia y tradición como el diablos de lata, los curiangues, payasos, monos, perros y el sacha runa.

El Sacha Runa es un ser entre espectral y animal propio del centro-norte de la sierra del Ecuador. Unas veces es descrito como un aparecido y otras veces como si se tratase de un hombre real con hábitos animalescos o un ser mixto, mitad hombre y mitad árbol, puesto que se lo describe como un hombre alto que lleva su cuerpo cubierto de pelos, hojas, musgo e incluso flores. La palabra precede de dos voces quichuas **Sacha=Monte** y **Runa=Hombre**.

El presente trabajo investigativo se desarrolla en seis capítulos:

En el primer capítulo analiza la problemática existente y por ende se identifica el objeto de estudio para poder determinar los objetivos y la justificación.

En el segundo capítulo de la investigación se identifica los antecedentes, así como también la hipótesis y se realiza la identificación de las variables.

En el tercer capítulo se determina la metodología a utilizarse para elaborar la propuesta.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados y a través del trabajo de campo se presenta un resumen.

El quinto capítulo da a conocer las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado del presente trabajo.

En el sexto capítulo se desarrolla la propuesta Plan de difusión para la valorización turística del personaje tradicional SACHA RUNA como patrimonio intangible de la ciudad de Riobamba, planificación, introducción, objetivos, la fundamentación científica-técnica, y la descripción del producto final

2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Riobamba encierra una fantástica gama de expresiones en los diversos campos de lo popular, es una ciudad interesante para el turista ya que predomina la religión católica y eso se refleja en su cultura, fuertemente destacada por los ritos y tradiciones que se celebran año tras años como es: Rey de Reyes de la familia Mendoza que se realiza el 6 de Enero, fiesta de los reyes magos, la virgen de las Mercedes, la virgen de Balbanera, procesión del Señor del Buen Suceso, el día de los difuntos, procesiones, entre otros.

En el mes de Diciembre los pases del niño, es una costumbre arraigada en la población Riobambeña por demostrar su devoción, donde existe la participación de comparsas con la simulación de personajes mitológicos del folklor andino como son: los diablos de lata, SACHA RUNAS, curiangues, perros, payasos, monos danzantes etc.

El nombre de Sacha Runa, nace de una palabra quichua que en español significa "hombre musgo" u "hombre selva", representa al espíritu del páramo andino. No habla, pero hace sonidos graciosos y en los pases del Niño se dedica a bromear con la gente que mira las comparsas en las calles.

Para los indígenas, el Sacha Runa es el protector del páramo y los animales, y su espíritu es sagrado. "Aparece cuando los animales están en peligro o hay un conflicto fuerte. Él escoge a los toros más bravos y robustos para llevarlos a otros cerros seguros. Otras decenas de pastores, en los páramos lo describen como un hombre grande, que lleva un fuste con que se aviva, castiga y asusta al ganado, y utiliza lo que parece ser un poncho café o negro oscuro. "El Sacha Runa aparece solo cuando llueve y hay mucha neblina, es muy rápido y no se deja observar bien", Por esa razón, quienes lo representan en los desfiles son juguetones y se dan volteretas en el piso.

En la actualidad los Sachas Runas han ido desapareciendo poco a poco, en gran parte se debe a la desvalorización del personaje y la poca importancia de dar un valor cultural al sacharuna en la fiesta tradicional del pase del niño rey de reyes de la familia Mendoza, ya que existe el multiculturalismo, donde se ah

desvalorizado a los personajes de una u otra forma y van perdiendo su importancia, hoy en día hay un Proceso de recepción de otras culturas y la adaptación de ellas, y por eso es la pérdida de la cultura propia, y el deterioro de la difusión de éste personaje, los actores internos y externos se han despreocupado por prevalecer a estos personajes ya no se interesan, se ha perdido la fe y ahora simplemente visten por vestir

Además los cambios en las disposiciones gubernamentales que prohíbe la explotación y venta de musgos, que es el material que se utilizaba para su vestimenta, ha hecho que este personaje representativo en los países del niño vaya desapareciendo por el cambio de vestimenta, algunos de los sachas runas que aun participan confeccionan sus trajes con los uniformes militares desgarrados, cabuya y guaipe, tratando de simular a los de su origen, pero sin conseguirlo ya que su historia no coincide con su vestimenta.

Es por ello que la presente propuesta investigativa pretende valorizar y difundir al personaje tradicional Sacha Runa de la ciudad de Riobamba, que ha sido un ícono folklórico en nuestra cultura, el cual debemos rescatarlo, ya que es una parte de nuestra identidad e idiosincrasia, la misma que por muchos años ha sido la atracción de turistas nacionales y extranjeros.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo beneficiará la valorización y difusión del patrimonio intangible del personaje tradicional Sacha Runa de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo?

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 Objetivo General

Valorizar el personaje tradicional “Sacha Runa” para la difusión del patrimonio intangible en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar el personaje sacha runa y los elementos que lo conforman como parte de los pases del niño en la ciudad de Riobamba.
- Investigar el nivel de conocimiento y el valor tradicional del sacha runa en la ciudad de Riobamba
- Definir estrategias de difusión que permita redimensionar el personaje y su valor turístico.

2.4 JUSTIFICACIÓN

Los Riobambeños son herederos de una rica historia que se remonta años atrás, el habitante de la ciudad y del campo, disfruta de las diversas festividades que se brinda para el público, gozan de la música, de la danza, de sus tradiciones, son generosos y atentos con los turistas nacionales e internacionales. Respetuosos de sus tradiciones y ricos en folklore. La ciudad de Riobamba ha sido conocida por poseer atractivos culturales y de gran trascendencia que nos lleva a la necesidad de crear nuevos enfoques, de prevalecer y valorar sus tradiciones culturales como una estrategia para la conservación de estos a largo plazo.

Es por esta razón que la VALORIZACIÓN TURÍSTICA DEL PERSONAJE TRADICIONAL SACHA RUNA PARA LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO pretende la preservación y conservación del personaje, impulsando el patrimonio intangible de los personajes mitológicos del folklor ecuatoriano.

Para poder realizar la investigación de la presente se acudirá a los actores involucrados directamente en el proyecto que son las personas que visten por tradición o por gusto de SACHA RUNA, para la difusión de este personaje se contara con las personas que en conjunto construirán el documental y mediante estrategias de difusión del ITUR de la ciudad de Riobamba.

Los beneficiarios de este proyecto son los habitantes de la ciudad de Riobamba, ya que tiene como finalidad ayudar a mejorar el turismo, dando a conocer las tradiciones que existe dentro de la misma y así poder valorar nuestra cultura.

CAPITULO III

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.1 Autenticidad

La autenticidad es ser realmente uno mismo y del todo en cada situación, se puede ver que no es autenticidad el automatismo, es decir que se trata de algo adquirido, algo extraño a uno mismo, aunque esté incorporado a sí mismo.

La autenticidad es una respuesta inmediata, directa, inteligente, sencilla, ante cada situación. Es una respuesta que se produce instantáneamente desde lo más profundo del ser, una respuesta que es completa en sí misma, y que, por lo tanto, no deja residuo, no deja energía por solucionar, no deja emociones o aspectos por resolver. Es algo que, por el hecho de ser acción total, una acción en que la persona lo expresa y lo da todo, liquida la situación en el mismo instante y genera confianza.

La autenticidad es lo más sencillo que hay, porque es lo que surge después de que se ha eliminado lo complejo, lo compuesto, lo adquirido. Otro aspecto de la autenticidad es que proporciona la evidencia, la certeza, la claridad, en cada momento, para valorar toda situación, en realidad, la situación implica, ya en sí misma, la respuesta, porque la situación y la respuesta no son dos cosas distintas, sino que constituyen una sola cosa. Esto solamente es posible verlo cuando la mente no está dividida, cuando la mente está abierta y percibe, en un solo campo de visión, todo lo que está sucediendo en aquel instante. La autenticidad es ser y estar en el centro, por lo tanto en el punto óptimo para encaminarse en cualquier dirección, al mismo tiempo, una experiencia constante de satisfacción, de gozo, de felicidad, porque se está viviendo ese contenido profundo, ese contenido de plenitud. (Luis Eduardo Chacín)

La palabra "autenticidad" proviene del verbo griego "authenteo", tener autoridad, gobernar a alguien y del sustantivo "authentés" el que obra por sí mismo.

Ser auténtico es ser uno mismo y saber que en la hora de la verdad es lo que nos hace realmente libres. No puede existir libertad sin autenticidad con nosotros mismos. La

autenticidad es un privilegio y por eso no es inteligente salir de casa olvidándola en el desván. Es por nuestra propia autenticidad por lo que podemos medirnos con absoluta objetividad. Cuando somos auténticos es cuando en verdad somos lo que somos. Por eso ser auténtico con uno mismo equivale a ser sincero, a ser honesto, a ser libre y a ser verídico. Para ser auténtico nadie nos exige que tengamos que decir todo lo que sentimos pero sí que aquello que digamos sea realmente lo que sentimos. (Gustavo Amezola).

El personaje tradicional *sacha runa* es único y auténtico ya que tiene su propia vestimenta, su paso, su propio sonido, gestos y acciones, por esto no dejemos que otras culturas se inserten y se adueñen de lo nuestro, la autenticidad de este personaje expresa lo que siente mediante sus movimientos y sus acciones ya que lo realizan por fe y tradición.

3.2 IDENTIDAD

Identidad, entendida como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento, funciona como elemento cohesionador de un grupo social. (Chiari, 1999)

La Identidad cultural es un proceso de construcción socio histórico y cultural que se equilibra entre los condicionamientos y las elecciones relativamente libres que hace cada individuo, dando lugar a una dicotomía: identidad elegida vs. Identidad descubierta, según el peso que se le dé a cada elemento.

La identidad es la suma de nuestras pertenencias, es necesariamente identidad compuesta, múltiple, compleja, donde cada rasgo, cada atributo, cada pertenencia es una posibilidad de encuentro con los demás, un puente que nos comunica con otras personas”.

Según (AZCONA (1996); GUERRERO (2002), manifiesta que: La identidad en cuanto a representación simbólica del mundo social, en relación tanto a nuestra mismicidad o la otredad, es decir con relación a las representaciones que tenemos sobre nosotros y sobre “los otros”, evidencia algunas características entre las que podemos decir: Que la identidad es esencialmente distintiva o diferencial. La

posición social resultante de su representación se define por su pertenencia y distinción o diferencia con respecto a “los otros” actores de las representaciones y posiciones que estos tengan.

La identidad no es única, monotípica, unívoca, monosémica ni unidimensional, por el contrario es diversa, pluritópica, multívoca, polisémica, su construcción, como todo hecho social, está sujeta a razones multicasuales y multifactoriales (GUERRERO, 2002).

Se entiende por identidad a todos aquellos elementos que permiten identificarnos, caracterizamos, mostrar que tenemos en común y que nos diferencia de otros pueblos, mientras que al hablar de cultura, nos estamos refiriendo a elementos materiales y espirituales, que han sido organizados con lógica y coherencia, donde participan los conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres, etc. Que fueron adquiridos por un grupo humano organizado socialmente, oficialmente reconocida o marginal, la entendamos o no es cultura.

En Riobamba una de las tradiciones más representativas es el rey de reyes de la familia Mendoza que es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, fe, creencias de la ciudad ya que todos participan de esta fiesta y todos los participantes y colaboradores de esta se identifican con cualquier personaje mítico como son curianguines, diablos de lata, payasos, monos, perros, sachas runas los últimos son representados por personas que han bailado por tradición familiar comenzando desde el bis abuelo hasta la última generación

3.3 MODALIDAD DE TURISMO

Es el conjunto de fenómenos de desplazamientos, temporal y voluntario, relacionados con el cambio del medio y del ritmo de vida y está vinculado a la toma de contacto personal con el lugar visitado, en sus aspectos culturales, naturales y sociales. Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (O.M.T. 1995)

3.3.1 FORMAS DE TURISMO

Turismo interno: es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país o región de referencia; dado que viajan únicamente dentro de este mismo país o región.

Turismo receptor: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país o región de referencia.

Turismo emisor: es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país o región de referencia; dado que viajan a otro país o región.

Turismo interior: es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país o región de referencia; Incluye el turismo interno y el turismo receptor.

Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país o región de referencia. Incluye el turismo interno y el turismo emisor.

Turismo Internacional: se compone de turismo receptor y de turismo receptor.

3.3.2 TIPOS DE TURISTAS

Todos los tipos de viajeros en turismo se denominan visitantes y este es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas del turismo. Los visitantes pueden clasificarse en:

1) Visitantes internacionales

Persona que viaja por un período no mayor a doce meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

- **Turista (visitante que pernocta).**- Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.

- **Visitantes del día (excursionistas).**- Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

2) Visitantes internos

Residente de un país que viaja dentro de este por una duración no mayor a doce meses a un lugar distinto al de su uso habitual y cuyo motivo de visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

- **Turista (Visitante que pernocta).**- Visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en un lugar visitado por una noche por lo menos.

- **Visitantes del día (excursionistas).**- Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado (O.M.T. 1995.).

3.3.3 TIPOS DE TURISMO

- TURISMO DE DESCANSO, O SIMPLEMENTE DE SOL Y PLAYA

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

- TURISMO CIENTÍFICO

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

- ECOTURISMO

El ecoturismo es un nuevo movimiento basado en una industria turística que (Jones, 1992), define como viajes responsables que conservan el entorno y sostiene el bienestar de una comunidad local (O.M.T. 1995.).

- TURISMO DE AVENTURA

El turismo de aventura es una modalidad del turismo alternativo, y sin duda una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes.

- TURISMO HISTÓRICO

Este turismo es aquel que se desarrolla en algunas zonas donde su principal atractivo es su valor histórico.

- TURISMO CULTURAL

El turismo cultural es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

3.3.4 TURISMO RELIGIOSO

Son aquellos viajes con una tradición religiosa. Son varios los lugares que acostumbran a visitar los turistas motivados por este motor, dentro de este turismo también pueden apreciar diferentes manifestaciones folklóricas como pases de niño, procesiones, entre otros.(O.M.T. 1995.).

3.3.5 HISTORIA TURISMO RELIGIOSO

Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad. Lo que es relativamente nuevo, es el término de turismo religioso, puede que date del mismo periodo que el término turismo. Lo que sí es seguro es que antes no fue practicado por grandes masas. Actualmente, millones de personas realizan anualmente estos viajes a diversos y muy variados santuarios en destinos de todo el mundo. Los motivos que encierran son

distintos, como ofrendar algo, pedir un favor o cumplir con una tradición. Aunque parece que este tipo de turismo tienen unas repercusiones positivas en el destino, ya que contribuye a revitalizar segmentos complementarios como hostelería, restauración, considerándose además un turista muy fiel al destino que contribuye a la desestacionalización y a la diversificación de la oferta (O.M.T. 1995).

3.3.6 ORIGEN

El origen del turismo religioso se deduce del relato del Génesis, la pérdida no de la condición divina que nunca tuvo el hombre ya que carecía de la inmortalidad, sino de la cercanía permanente con Dios en un espacio sagrado. Y esa “ausencia de Dios” es lo que impulsa a los hombres a buscar en la peregrinación la recuperación de la cercanía divina. Pretensión de aproximación al espacio-sagrado y al tiempo santificado de la fiesta (como tiempo de no-trabajo) que está compuesta de unos 9 medios para acceder a ella como pueden ser las bebidas, ritos o danzas sagradas, y/o de unos intermediarios: los sacerdotes. Estas son personas que alejadas de la obligación del trabajo cotidiano y de las actividades profanas, se especializan meramente en una actividad vinculada al espacio-tiempo santificado. En su condición de tales tienen la facultad o el privilegio de la utilización de técnicas como oráculos, magia, sacrificios, etc., para entrar en contacto con los dioses, todo ello bajo un ritual que se transforma en culto o ceremonia. Sacerdotes o iniciados que tienen derechos exclusivos de intermediación entre Dios y los hombres, así mismo, se les imponen condiciones para acceder a los santuarios tales como el lavado corporal, cambio de indumentaria, abstención de relaciones sexuales, etc. (Secall, 2002) Se les atribuye a los sacerdotes, habitantes de los santuarios dedicados a los dioses, ser los responsables de haber logrado un gran progreso, ya dirigiendo su pericia contra las enfermedades, el pronóstico del futuro, la regulación del tiempo o cualquier otro designio de utilidad general, el progreso es inevitable. Debido al éxito de sus recomendaciones y ofrendas, surgen las mejoras tecnológicas que iban produciéndose en la agricultura dando paso a la aparición de los excedentes y el crecimiento de la población, esto aumentaba el prestigio de los santuarios donde la fama del poder de sus dioses se hiciera extender y por consiguiente se convertirían en atracción de peregrinos y donantes de ofrendas. La gente acude a los santuarios en busca de una seguridad espiritual, física, material, curaciones, a mostrar

agradecimiento a los dioses, en fin; y surge la ciudad como un lugar de atracción religiosa que en su interacción con los habitantes del entorno genera nuevas actividades y se desarrolla. Un santuario-ciudad que refuerza los lazos de solidaridad e identificación colectiva, que practica el culto periódico de las poblaciones, de viajes que son lo que actualmente se define como turismo los 10 cuales se vinculan con fiestas y liturgias ligadas a los ciclos agrarios que la Biblia evidencia en los ritos peregrinatorios y festivos de los judíos. (Secall, 2002) Por su parte, Millán Vásquez de la Torre, Morales & Pérez (2010), sostienen que desde la antigüedad y la edad media se ha realizado viajes o desplazamientos masivos de personas por motivos religiosos. En la cultura Cristiana, los tres principales centros de peregrinación desde el Medioevo han sido Roma, Tierra Santa y Santiago de Compostela. En cada uno de estos lugares se celebran periódicamente años jubilares o años de gracia, hoy en día el turismo religioso se da en todo el mundo ya que las creencias religiosas son muy altas.

3.3.7 CARACTERÍSTICAS

El turismo religioso Se realiza para ofrendar, pedir un favor o cumplir con una tradición. Son viajes en donde el turista renueva su fe. Es un sector con gran auge en algunas partes del mundo, esto se debe quizás a que resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita. Tipo de viaje que involucra sentimientos de esperanza, agradecimiento, convivencia, acercamiento a nuestras creencias religiosas.

La estancia no dura más de cuatro días así que es muy común que se aprovechen los fines de semana o puentes para realizarlos. (Secall, 2002).

3.3.8 TENDENCIAS Y PERFIL DEL TURISTA RELIGIOSO

Existe un nuevo turista que viaja por el país, que tiene determinadas características, un perfil más dinámico, flexible y participativo". En busca de escapadas cortas, aprovechan los fines de semana largos para romper con su rutina y visitar destinos del país cada vez más diversos: rutas gastronómicas, del vino, fiestas locales y religiosas, entre otras opciones, todas válidas a la hora de sumar nuevas experiencias.

Turista busca no sólo romper con su rutina y descansar, sino también la experiencia, aprender algo de la cultura local, deja de ser un sujeto pasivo para convertirse en uno activo”.

Quien viaja busca involucrarse con lo local, sus tradiciones, aprender modos de vida, costumbres, que le permitan salir de su propio esquema diario y cotidiano, para adentrarse en otra realidad. (Secall, 2002)

3.3.9 TURISMO RELIGIOSO EN EL ECUADOR

El turismo religioso a diferencia de los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje como por ejemplo baños de agua santa en Tungurahua, la virgen del cisne la visita al niño rey de reyes entre otros. El sector del turismo religioso está implantando con fuerza en todo el mundo, se calcula que más de quince millones de personas realizan algún tipo de turismo religioso por lo que varias agencias turísticas se han especializado en este sector los Ecuatorianos son muy católicos ya que tienen muchas creencias en varios santos.(Secall, 2002)

3.3.10 HISTORIA DEL TURISMO RELIGIOSO ECUATORIANO.

(Secall 2002) afirma que al concepto de turismo religioso por el que se entiende una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado. Por lo tanto es un tipo de turismo relacionado fundamentalmente con las creencias. ¿Incluye eventos religiosos singulares (canonizaciones, visitas papales, congresos eucarísticos, años santos...)? Este es un aspecto discutible y difícilmente precisable puesto que, en definitiva, el carácter religioso de un evento nos remite a una experiencia personal buscada por quienes asisten a tales eventos y, también, a los propios objetivos u oferta que hacen los organizadores. Sus manifestaciones fundamentales son el peregrinaje; visita a santuarios o lugares sagrados y tumbas de santos; asistencia y participación en celebraciones religiosas. Por consiguiente entiendo que el turista religioso busca vivir, sobre todo, “una experiencia religiosa”.

Pero una vez definido este segmento turístico creo importante realizar una serie de distinciones sobre otras actividades turísticas igualmente denominadas turismo religioso que, en mi opinión, no lo son realmente. Primer lugar habría que distinguirlo del turismo cultural-religioso, en el que enmarco las visitas y contemplación del patrimonio material de las religiones: catedrales, monasterios, conventos, museos de arte sacro, iglesias..., o incluso del disfrute del patrimonio inmaterial de las religiones: conciertos de música sacra –gregoriano u otras- o en lugares sagrados), También habría que diferenciarlo del turismo ecológico-espiritual, es decir de los viajes a lugares de especial significación religiosa para el disfrute de sus valores naturales (camino, ambientes, paisajes...), pues suele haber una gran coincidencia física entre la belleza del lugar y el carácter más o menos sagrado del mismo. Esto no quita que pueda producirse en los turistas una profunda conmoción espiritual, pero si no va ligada a las creencias religiosas queda fuera de nuestro concepto. Por último también hay que diferenciar el turismo religioso del turismo del espectáculo religioso como es la asistencia a manifestaciones de religiosidad popular ligadas a festividades o celebraciones religiosas, procesionismo semana santa y de los patronos, romerías, Fiestas o celebraciones que suelen atraer a muchos turistas, en las que la población autóctona es espectadora y protagonista al mismo tiempo, y donde puede ocurrir que mientras unos están experimentando una vivencia religiosa profunda

3.4 MANIFESTACIONES CULTURALES

Las manifestaciones culturales son de muy diverso orden. Aunque la lista puede ser extensa según el grado de especialización buscado, una **taxonomía** (clasificación) funcional para nuestros intereses puede reducirse a los siguientes puntos:

- personales: vestimenta, peinado, comida, creencias;
- familiares: fiestas, casamientos, velorios, conmemoraciones;
- sociales: bingos, ferias, homenajes;
- públicas: desfiles, ferias, deportes;
- institucionales: asociaciones, sociedades, organizaciones, fundaciones;

- monumentales: estadios, construcciones, fuentes, monumentos, edificios;
- espaciales: parques, paseos;
- autorales: artistas, escritores, artesanos, y
- eventuales: actos.

Las manifestaciones culturales son, por naturaleza o por definición, actividades públicas cuya característica radica en producir un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se identifica. La condición fundamental radica en su estado público sin el cual no se pueden cumplir las condiciones identitarias. De ahí surge un serio cuestionamiento a la obra de arte, literaria o artesanal, cuya existencia, como manifestación cultural, solo adquiere vigencia cuando se la comunica, cuando adquiere estado público. La obra autoral pasa a ser cultura en el momento que participa de un proceso de comunicación. De ahí el valor de la galería, del museo, de la sala de conciertos, de la publicación y del acto de Lanzamiento de una obra literaria. Esta función inherente al evento de poner en común la obra, le confiere su connotación cultural. De ahí que, por naturaleza, en tanto convoca y provoca la identidad de los participantes, se constituye en un hecho cultural. Comunicar, dar estado público, poner en común, es participar en el proceso cultural, de donde resultaría redundante referirnos a un evento calificándolo de cultural, salvo para diferenciarlo de aquellos que llevan propósitos tales como una obra social o que tienen carácter estrictamente familiar, promocional, político, etc.. En todo caso, lo que queda claro es que habría que encontrar la fórmula para que el calificativo no apareciera como referido exclusivamente a la para cultura de la élite. El evento cultural es un acto abierto sin propuestas subalternas, sin segundas intenciones, salvo la de entretener, en torno al descubrimiento de un acto de interés común. (Secall, 2002)

3.4.1 CULTURA POPULAR

Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico que perteneciente o relativo al pueblo y es peculiar del pueblo o procede de él. Como aun parece ser un ámbito de identificaciones, el concepto de cultura popular tiende al

término de cultura nacional como quijada de asno equivalente, concebida esta como conjunto de formas de identificación de un país. Una especie de espinazo intrahistórico; es decir una historia de lo cotidiano, contera piedras inevitables de la literatura pero no para historia oficial.

El término “cultura popular” comparte asimismo su gloria con la palabra folclor (Voz inglesa compuesta por Folk- Pueblo y lore- saber tradicional) un corpus cultural integrado por creencias, leyendas proverbios cantos y artes populares que están incorporados a la tradición de una comunidad y, en sentido amplio las costumbres y usos que se esfuerzan en perpetuar las formas culturales antiguas. Esta acepción contiene a su vez la definición misma de cultura en sentido lato, y la de cultura popular en sentido escrito. (Secall, 2002).

3.4.2 MANIFESTACIONES DE LA CULTURA POPULAR ECUATORIANA.

El núcleo de la cultura popular ecuatoriana es lo religioso mezclado con tradiciones aborígenes: centro de su sistema planetario a cuyo alrededor giran los planetas del comercio, las costumbres, el turismo, las tradiciones en cuya esencia viven la música, la comida, la danza, los ritos, las artesanías, las leyendas y tradiciones nacidas en el núcleo del populacho. (Secall, 2002)

3.4.3 LA FIESTA

La fiesta, en las comunidades indígenas, es considerada el mayor rasgo de identidad comunitaria, que se fue generando en la dinámica cultural impuesta por las relaciones de producción y la diferenciación social en la época terrateniente. No se puede negar que fruto de ello, surgen desde la colonia y la república, ricas manifestaciones festivas que actualmente son consideradas “Nacionales” como por ejemplo: Los carnavales, la mama negra, rey de reyes, la diablada de pillarlo etc. Estas festividades pese a sufrir cambios en las últimas décadas debido a la modernización yurbanización de los centros rituales, la industria y el comercio la de pauperización de las economías locales, el turismo y otros han modificado considerablemente sus antiguos significados. Por ejemplo, actualmente se promueven los ritos antiguos, pero folklorizados en función del desfile oficial e institucional o a manera de

comparsas públicas. Otros factores ligados a la lógica de las sociedades de consumo han contribuido a que la fiesta haya cambiado en los últimos tiempos. Por ejemplo, la emigración campesina trajo como consecuencia la desmembración de sociedades comunitarias y con ello su cultura tradicional se vio transgredida. Las lenguas nativas, siendo una parte fundamental de la identidad cultural indígena actualmente han sido relegadas por el español. La música y danzas tradicionales actualmente incorporan elementos coreográficos en función de un público turístico, hecho que va acompañado de las tendencias tecno culturales que derivan en estilemas artísticos y comerciales como es el caso de la tecno cumbia, el tecno folclore, etc. Que favorecen percepciones y gustos masivos y globalizados (Secall, 2002).

La fiesta nos remite a la cosmovisión del pueblo, pues sintetiza las concepciones sobre el universo y sobre el ordenamiento social. Da cuenta de los códigos éticos y de las manifestaciones estéticas, de las preocupaciones primordiales de una sociedad en su conjunto, de las preguntas que esta se realiza, de las respuestas con las que quiere reproducirse y perpetuarse como tal. (Moya, 1995 citado por Quinatoa 2004)

3.4.4 DANZA Y MÚSICA.

Son ejes fundamentales de la fiesta, fortalecen las estructuras sociales y comunitarias; sobre todo la identidad, cuando ejerce su función asociativa en momentos clave de la cultura. Como habíamos mencionado, pese a los cambios culturales ocurridos en los pueblos indígenas, montubios y negros del Ecuador todavía se manejan símbolos que aglutinan significados y actúan como principales ejes de las prácticas musicales y dancísticas (Guerrero 2002).

3.4.5 EL DISFRAZ

En las fiestas tradicionales lo ostensible es el disfraz y la danza, mientras que para el espectador es el festejo pintoresco y divertido. Para los actores indígenas y mestizos la celebración es el medio por el cual el pueblo manifiesta su sentimiento religioso mediante la evocación de santos, de la virgen y de otros seres protectores a los cuales rinde homenaje. Exhibiendo lujosos atuendos hacen gala de arte y riqueza; dan rienda suelta a su espíritu creativo y dejan curso libre a la “carga de tempestades de energía, de silencio y de belleza. Antiguamente la indumentaria era a base de pieles

de animales disecado como felino, venado, oso, zorro, cóndor, etc. Con el pasar del tiempo, el uso de este material se ha ido perdiendo, hasta utilizarlo en la confección de ciertas prendas o tan solo a la utilización simbólica de estos animales sagrados. (Quinatoa2004)

3.4.6 ARTESANÍAS

Cerámica. La actividad artesanal en cerámica se realiza en arcilla. Para la elaboración de las ollas los terrones de arcilla pasan un tiempo a la intemperie, luego son molidos mezclados con arena en porción sabida batidos dentro de la casa con un baile y cubiertos con plástico. Los instrumentos usados las manos que empiezan con una bola de arcilla que perforan con sus dedos, y golpeadores que remueven las piezas después de cada quema.

En la actualidad, el asiento redondo de las ollas, relacionado con la época de las cocinas de leña con tulpas y a la belleza femenina, se ha aplanado para adaptarse a las cocinas de gas y a la fealdad de las ollas de hierro. (Guerrero2002)

3.4.7 TEJIDOS

Estas artesanías son confeccionadas en algodón en la sierra, y en lana en los sitios cálidos. En Saraguro tejen los hombres en telares pequeños o calluas (macanas) y ellos enseñan a sus hijos

Madera. Relacionada a la elaboración de instrumentos musicales solo por el material de la madera, la fabricación de bateas, la talla de cucharas de palo. Trapiches de palo, monturas para caballos, aventadores de fuego, etc. (Guerrero2002)

3.4.8 COMIDA.

Las cocinas del Ecuador expresan diferencias culturales relacionadas con la vida social y con las prácticas rituales de los habitantes. Las cocinas relacionan la ubicación social y la situación económica de los habitantes, el Ecuador no es una excepción. Las comunidades costeñas disponen de los alimentos más baratos es decir: plátano, arroz y pescado. La población más pobre de la sierra consume papas, harinas y fideos. Estas cocinas prefieren los refrescos industriales.

La investigación de las preferencias alimenticias lleva a examinar las prácticas hogareñas. Esta información deja lugar al testimonio de la experiencia personal aspecto enriquecedor, pero al mismo tiempo ambiguo. (Guerrero2002)

3.5 VALORACIÓN CULTURAL Y PATRIMONIAL

3.5.1 VALORACIÓN DEL PERSONAJE TRADICIONAL

Se basa en el aprecio personal que damos a los legados ancestrales, es por eso que se debe valorar, preservar y fortalecer el origen, la historia, la antigüedad de los personajes tradicionales dentro de las manifestaciones culturales ya que cada uno de ellos cuenta con su historia y tradición.

3.5.2 CULTURA

La cultura es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología. (Guerrero2002)

3.5.3 ORIGEN DE LAS CULTURAS

Las concepciones sobre nuestras culturas remontan poco antes de la colonia, donde se mantenían hábitos alimenticios y de vida que en muy pocos lugares de nuestro país aún tienen existencia, gran parte de nuestra actual cultura se la debemos al legado africano, como ciertos tipos de música, vocablos y hábitos alimenticios, y para complementar nuestro idioma, religión y muchos hábitos de conducta que fueron impuestos por el colono europeo. (Guerrero2002)

3.5.4 VALORACIÓN

La valoración: se basa en el aprecio personal que demos a los legados ancestrales que conforman nuestro acervo y que desde siempre han marcado nuestra identidad como pueblo y nuestra autonomía cultural. (AGUIRRE, 2005).

3.5.5 PRESERVACIÓN CULTURAL

Es deber de todo ciudadano velar por la preservación de sus orígenes culturales para no dejarlos perder como ha sucedido hasta ahora, que nos hemos dejado llenar de culturas ajenas a las nuestras, perdiendo así la identidad cultural que nos caracteriza. (AGUIRRE, 2005).

3.5.6 DIVERSIDAD CULTURAL

En nuestro país existe una diversidad cultural muy extensa, con tanta pluralidad que viene a ser una de las más completas del mundo entero, ya que en ella encierra la libertad de cultos, deportes, mitos, leyendas, canto, artes y danzas entre otras cosas (AGUIRRE, 2005).

3.5.7 INTERCULTURALIDAD

Al hablar de interculturalidad nos referimos al cambio de conocimientos de nuestros acervos, o mejor dicho a llevar nuestra cultura a otros sectores, con la finalidad de hacer que trascienda a otros ámbitos y dar a conocer nuestra identidad y origen (AGUIRRE, 2005).

3.5.8 DIFUSION DEL PATRIMONIO INTANGIBLE

La difusión es una función esencial. No consiste solamente en la propagación o extensión; no es solamente comunicar información, sino estimular, hacer reflexionar, provocar emociones y comprometer a la sociedad. Es poner los medios e instrumentos para que el patrimonio cultural sea apreciado, respetado y disfrutado. La recopilación de testimonios y eventos del patrimonio cultural inmaterial tiene una diversidad de usos: usos científicos, socioculturales, educativos, turísticos, etc. Su difusión es importante para que las nuevas generaciones y cualquier persona pueda

conocer su riqueza. Frente a la educación patrimonial, que insiste en el sujeto que aprende, la difusión se centra en la presentación estimulante del evento patrimonial

3.5.9 PATRIMONIO CULTURAL

Es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Estas acciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad. A lo largo de la historia nuestra humanidad ha dejado ha dejado diversos testimonios materiales, los cuales, investigados e interpretados científicamente, nos permiten conocer innumerables aspectos de las sociedades que los crearon. Al encontrarnos dentro de una sociedad dinámica, la creación es permanente y muchas de las obras actuales nos identifican plenamente. Sin embargo, dado el progreso actual de las comunicaciones, las influencias culturales externas (que en no pocos casos responden a intereses políticos y económicos), deben ser asimiladas después de una profunda crítica y conocimiento, para que sirvan al desarrollo del pueblo, sin perder de vista la realidad, y los valores culturales. (AGUIRRE, 2005).

3.5.10 PATRIMONIO CULTURAL DE LOS GRUPOS DE BASE

Son todos los elementos que forman la identidad de un grupo humano e incluye tres tipos de bienes:

a. Cosas de respeto: que forman parte de la cultura material como púcaras, tolas, pirámides, casas, caminos, veredas, terrazas, camellones, al igual que los bienes de la naturaleza como nevados, valles, cerros, lomas, ríos, quebradas, animales, aves, plantas, que tienen valor histórico, uso social y significado ritual o sagrado para sus habitantes.

b. El saber popular diario: de las familias y personas que son indispensables para la sobrevivencia, de acuerdo con sus costumbres y tradiciones, como por ejemplo: la artesanía textil, la artesanía del barro, las formas de preparar la comida, de cultivar la tierra, de construir y conservar las cosas. Son también parte del patrimonio los productos de estos hábitos: la ropa, sombreros, ponchos, la comida, herramientas agrícolas y demás bienes.

c. Los símbolos y valores: que muestran los sentimientos y estados de ánimo de las personas, familias y comunidades, como las canciones, las leyendas, los mitos, sueños, coplas, adivinanzas, música, bailes, danzas, diseños, dibujos y colores de los tejidos; y demás formas de expresión (AGUIRRE, 2005).

3.5.11 DIVISIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural se divide en bienes tangibles e intangibles

3.5.12 BIENES MATERIALES O TANGIBLES

La expresión "bienes tangibles" se aplicará a sitios arqueológicos, históricos o científicos, los edificios u otras construcciones de valor histórico, científico, artístico o arquitectónico, religioso o seculares, incluso los conjuntos de edificios tradicionales, los barrios históricos de zonas urbanas y rurales urbanizadas y los vestigios de la culturas pretéritas que tengan valor etnológico. se aplicará tanto a los inmuebles del mismo carácter que constituyan ruinas sobre el nivel del suelo como a los vestigios arqueológicos o históricos que se encuentren bajo un metro de la superficie de la tierra. El patrimonio mundial material actúa como un estímulo para nuestra memoria. Cristaliza en sus manifestaciones la especificidad de una cultura así como su vocación universal (AGUIRRE, 2005).

3.5.13 BIENES ESPIRITUALES O INTANGIBLES

Podría definirse el patrimonio intangible como el conjunto de formas de cultura tradicional o popular o folklórica, es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas y el hábitat. (AGUIRRE, 2005).

3.5.14 PATRIMONIO CULTURAL COMO RECURSO PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO

El Patrimonio Cultural tangible e intangible son todas aquellas manifestaciones culturales como las obras de arte, de arqueología, artesanía imaginaria, edificios, barrios, pueblos, ciudades, para los primeros, y costumbres tradiciones, lengua, creencias, los derechos fundamentales del ser humano y los sistemas de valores para las segundas, ambos fuertemente unidos e inseparables, que se sustentan íntimamente. El patrimonio tangible colabora en crear y mantener la identidad; se comparte como un referente que fortalece la memoria, la cual, a su vez es parte del patrimonio intangible. Asimismo la memoria es la que proyecta vida al patrimonio tangible y hace que este último sea cuidado y conservado. Un monumento o cualquier patrimonio tangible, sin memoria, es un patrimonio vacío, sin alma, sin contenido y como consecuencia olvidado y descuidado. Tal es el caso que ya en 1.963, en la Conferencia de Viajes y Turismo, no solamente se recomendaba que se diera una alta prioridad a las inversiones en turismo dentro de los planes nacionales, sino que se hacía resaltar que "desde el punto de vista turístico, el patrimonio cultural, histórico y natural de los naciones, constituye un valor sustancialmente importante" y que en consecuencia, "era urgente la adopción de adecuadas medidas dirigidas, a asegurar la conservación y protección de ese patrimonio (PATRIMONIO Y TURISMO, 2007).

3.5.15 LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES

Un producto turístico es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que hacen de la visita a una ciudad histórica o a una comunidad, una experiencia única, atractiva, exclusiva y original a la parte que despierta intereses potenciales para el visitante. El producto será diseñado en función de la autenticidad: de la selección de material culturalmente representativo y, de la producción de escenas y manifestaciones que ayuden a proveernos de verosimilitud histórica (NOBOA, 2008).

3.6 HIPÓTESIS

La valorización turística del personaje tradicional SACHA RUNA permitirá la difusión del patrimonio intangible en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

3.7 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Valorización turística

Variable Dependiente: Difusión del patrimonio intangible

CAPITULO IV

4. METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE ESTUDIO

Para la presente investigación se utilizó

Exploratoria.-la investigación será exploratoria porque permitirá tener una visión clara y un conocimiento profundo del problema en mención, indagando las diferentes variables que surgieron para dar solución a dicho problema.

Histórica.-ya que esta investigación se fundamenta en acontecimientos suscitados en nuestra provincia tratando de ver el valor cultural de este personaje.

Cualitativo.- Se permitirá el encuentro directo entre el investigador y el objeto a ser investigado.

Descriptivo.- mediante este nivel de investigación se detallaran y se analizaran con especificación los hechos y características que se presenten logrando esclarecer el estudio partiendo del planteamiento de las variables a través de la descripción del problema planteado.

Además para la recopilación de información se utilizará la siguiente técnica de investigación

Campo.- Se basa en las informaciones provenientes de entrevistas, encuestas, y visitas de gran utilidad para la realización del proyecto.

Las encuestas aplicadas serán para la población de Riobamba

Las entrevistas aplicadas serán para las personas que tienen conocimiento del personaje tradicional y utilizan su vestimenta.

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.2.1 Tipos de muestreo

Para elaborar el presente trabajo se hará un muestreo probabilístico simple, ya que los elementos a ser evaluados serán elegidos en forma aleatoria y el tamaño de la muestra será calculado mediante una fórmula matemática.

4.2.2 Calculo de la muestra

La presente investigación se realizara en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo, para el estudio se ha tomado en cuenta a la población Riobambeña que es de un total de 263.412 según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC 2014) para obtener la información sobre el conocimiento del personaje tradicional SACHA RUNA, la fórmula para obtener una muestra que nos va a facilitar nuestro estudio es la siguiente:

FORMULA

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

Datos:

| | |
|----------------------|--|
| N =1000 | (Tamaño de la población) |
| n =? | (Tamaño de la muestra) |
| p = 0.50 | (Probabilidad 1) |
| q = 0.50 | (Probabilidad 2) |
| E = 0.05 (5%) | (Error muestral) |
| K = 1.28 | (Coeficiente de correlación, nivel de confianza) |

$$n = \frac{(263.412)(0.50)(0.50)}{\frac{(263.412-1)(0.05)^2}{(1.28)^2} + (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{65.853}{(0.40) + (0.25)}$$

$$n = \frac{65.853}{0.65}$$

$$n = 101.31$$

Esto quiere decir que se realizaran 101 encuestas las que van a estar aplicadas a los pobladores del cantón Riobamba.

Para recopilar información de las personas que usan este traje tradicional en las festividades de nuestra ciudad realizare una entrevista que nos permitirá conocer más sobre ellos.

4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

TABLA N° 1

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLES | CONCEPTO | DIMENSIONES | INDICADORES | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS |
|--|--|---|--|--|
| <p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Valorización Turística</p> | <p>La valorización no implica solo un acto de restauración sino que esta acción lleva implícita la necesidad de recuperar valores perdidos de manifestaciones culturales a través de la historia(Galileo, 2011).</p> | <p>Valorización turística</p> <p>Manifestaciones culturales</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Etimología • Historia • Cultura • Tradición • Vestimenta e indumentaria • Ubicación • Características • Promoción y difusión • Diversidad • Patrimonio • Turismo | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuesta • Visitas de campo |

4.4 PROCEDIMIENTOS

Para esta investigación se iniciara por la selección de técnicas de investigación, una vez seleccionada la encuesta se aplicara en la tabla de variables recopilados los datos según la muestra indicada, se procederá a tabular cada pregunta para extraer información verídica y primordial para avanzar con la investigación que permita indagar respuestas para el respectivo análisis de cada uno de ellas. La tabulación de los datos se lo realizará en el programa de Microsoft Office Excel, en el cuál se graficarán tablas estadísticas, las mismas que permitirán enfocar y analizar de manera visual datos y porcentajes para su previa comparación o diferenciación. Posteriormente se realizará la interpretación de los mismos con razonamiento y consistencia.

4.5 PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS

- Diagnostico situacional del origen del personaje tradicional en la ciudad de Riobamba.
- Aplicación de las técnicas de investigación encuesta y entrevista en la ciudad de Riobamba.
- Tabulación de los datos según variables.
- Luego de haber obtenido los resultados estadísticos, se realizó un análisis e interpretación de los mismos de una manera objetiva.
- Establecer las conclusiones y las recomendaciones del estudio.

CAPITULO V

5. RESULTADOS

5.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL

5.1.1 Cantón San Pedro de Riobamba

Riobamba se encuentra ubicado al norte de la provincia de Chimborazo, ocupa parte de la hoya del río Chambo y de las vertientes internas de las cordilleras Oriental y Occidental de Los Andes, lugar donde está la llanura Tapi, sobre la cual se levanta la ciudad. Riobamba se encuentra dividida en 28 zonas. La ciudad fue fundada el 15 de agosto de 1534 cerca de la laguna de Colta, siendo la primera fundación española en el territorio ecuatoriano. Tras un devastador terremoto en el año de 1797, queda completamente destruida y se traslada en el mismo año hasta el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador.

LIMITES

- **AL NORTE** por los cantones Guano y Penipe
- **AL SUR** por los cantones Colta y Guamote
- **AL ESTE** por el cantón Chambo y la provincia de Morona Santiago
- **AL OESTE** por las provincias de Bolívar y Guayas.

5.1.1.1 Diagnóstico de Ámbito Físico -Espacial

Ubicación: Riobamba se encuentra ubicada en la parte central de la región interandina del Ecuador con una altitud de 2754m.s.n.m, a 1° 41' 46" latitud Sur; 0° 3' 36" longitud Occidental del meridiano de Quito, en el centro de la hoya de Chambo, rodeada de varios volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

Superficie: Posee una superficie total de 979,7 Km² ó 9.797 ha. que representa el 15.1% del total de la provincia.

Clima:El clima del cantón es templado seco con variaciones hacia el frío en las noches, la temperatura media anual es de 13,4°C, posee una precipitación promedio de 200 – 500mm.

Hidrografía:El río Chibunga, es el más cercano a la ciudad de Riobamba, la recorre de noroccidente a sur oriente, forma parte de la red fluvial del río Chambo. La sub. Cuenca hidrográfica abarca 148,62 kilómetros cuadrados y su longitud es de 28Km, desde su unión con el río Cajabamba y 60Km desde su origen hasta su descarga en el río Chambo. Los afluentes más importantes son: - Río Chimborazo - Río Cajabamba - Quebrada Calpi - Quebrada Sta. Bárbara - Quebrada Amalifihuayco - Quebrada Penicahuan - Quebrada Yaruquíes - Quebrada Puchalín - Quebrada Melanquis.

MAPA PROVINCIA DE CHIMBORAZO CANTÓN RIOBAMBA

FIGURA N°1



Figura n° 1 mapa de la Provincia de Chimborazo

FUENTE: Sitio web <http://www.mueart.com/keynote-mac-slides-ecuador-map.html>

5.1.1.2 DIVISIÓN POLÍTICA

El Cantón Riobamba Políticamente se encuentra conformado por 5 parroquias urbanas y 11 rurales que son:

Urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velazco, Velóz y Yaruquíes.

Rurales: Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, San Luis.

Red vial: El cantón Riobamba y sobre todo su cabecera cantonal la ciudad de Riobamba por estar ubicada en el centro del Ecuador tiene una fácil comunicación terrestre con el resto del país, pues convergen algunas vías que unen con la costa, con la Amazonía y con la propia región interandina.

La red vial más importante es la siguiente: Panamericana Norte; Panamericana Sur; Riobamba- Guaranda; Riobamba-Macas; Riobamba- Baños; Riobamba-Guano; Riobamba- Chambo; Riobamba-Cacha; Riobamba-San Luis-Punín-Flores; Riobamba-Licto-Pungalá; y Riobamba-San Juan.

Para llegar a las cabeceras parroquiales la carretera es asfaltada y la red de carreteras lastradas y caminos vecinales permiten el acceso a las comunidades.

5.1.1.3 DIAGNÓSTICO DEL ÁMBITO SOCIO CULTURAL

- **Población:** La provincia de Chimborazo cuenta con una población de 458.581, mientras que la ciudad de Riobamba tiene el 49,7% de su población dando un total de 225,741 habitantes (2010. Censo de Población y vivienda).
- **Servicios Básicos disponibles:** el cantón cuenta con servicios de agua potable, luz eléctrica, servicio telefónico y sistema de alcantarillado
- **Salud:** El cantón Riobamba cuenta con servicios de salud tanto en el sector público como privado y dentro del sector privado se tiene instituciones con y sin fines de lucro. Dentro del sector público tenemos instituciones como el Ministerio de Salud, el Seguro Social, las Fuerzas

Armadas y la Policía estas instituciones brindan atención a toda la población del Cantón Riobamba,

- **Educación:** A nivel provincial se puede determinar que existe un alto índice de analfabetismo, las parroquias más cercanas a la ciudad son las que menos analfabetismo tienen, mientras las más alejadas tienen mayor analfabetismo, sin embargo la parroquia Cacha pese a estar a 10 o 15 minutos de la ciudad, es la que mayor analfabetismo presenta, este fenómeno se explicaría por la ausencia de transporte público a la parroquia, lo que limita tanto el número de profesores que trabajan ahí, como la posibilidad de trasladarse fácilmente hasta un centro de alfabetización.
- **Medios de transporte:** existe en la ciudad un Terminal Terrestre Interprovincial que conecta con las provincias del Ecuador y el Terminal Interparroquial que conecta con los principales cantones de la provincia y sus potencialidades turísticas.

5.1.1.4 DIAGNÓSTICO DEL ÁMBITO ECONÓMICO

- **Agricultura:** Riobamba es un cantón eminentemente agrícola, la producción agrícola se desarrolla según la zona de cultivo, parte alta y parte baja. En la parte alta se destaca el cultivo de: cebolla blanca, papas, habas, cebada, trigo, zanahoria blanca, mellocos, ocas; mientras que la parte baja se caracteriza por el cultivo de maíz, zanahoria amarilla, remolacha, col, acelga, coliflor, cebolla colorada, lechuga, brócoli y frutas.
- **Ganadería:** Desde el punto de vista ganadero el tipo de ganado que predomina es la criolla, aunque en algunas haciendas han mejorado las especies al poseer ganado de raza como la Holstein para la producción lechera. En el cantón se practica el sogueo como sistema de control y manejo de ganado.

- **Recursos forestales:** El recurso forestal es importante con la presencia de bosques nativos de pino, ciprés y eucalipto.
- **Recursos minerales:** Los recursos minerales como el oro, plata, cobre, hierro, rocas fosfóricas, calizas, cal y materiales para la construcción son abundantes.
- **La Industria:** El parque Industrial Riobamba es el eje y motor de desarrollo. En Riobamba y sus alrededores encontramos fabricas como: Tubasec, Ecuatoriana de Cerámica S.A., Cemento Chimborazo y de alimentos.
- **Mediana y pequeña industria:** está representada por fábricas de cal, alimentos, periódicos, editoriales, prendas de vestir. Existen pequeños centros agroindustriales que se encuentran ubicados principalmente en las parroquias rurales, entre estas unidades las más relevantes constituyen las de producción de derivados lácteos.
- **La artesanía:** Se destaca la elaboración de tejidos de lana como cobijas, ponchos, shigras, chalinas, fajas, hamacas, suéteres, etc.; volaterías, tagua, canastos, aventadores, esteras, piolas, tapetes y varios adornos.

5.1.2 CALENDARIO DE CELEBRACIONES POPULARES EN LA REGIÓN ANDINA

Las fiestas populares de este grupo más importantes son Navidad con sus famosos pases del Niño, Carnaval, Semana Santa, Corpus Christi, Difuntos con su tan conocido animero y aunque resulta imposible estructurar de manera completa y exacta un calendario de fiestas populares del Ecuador, encontramos un inventario que ayuda a nuestra sociedad al conocimiento de tales expresiones.

Tabla N° 2

Principales Fiestas de la Región Andina

| PRINCIPALES CELEBRACIONES POPULARES EN LA REGION ANDINA | | |
|---|-----------|---|
| CIUDAD | FECHA | TIPO DE CELEBRACIÓN |
| Todo el País | Enero 1 | Celebraciones de Año Nuevo: bailes, disfraces y mascaradas en el país. |
| Tungurahua | Enero 1-6 | Diablada de Pillaro, hombres disfrazados de diablos se toman la ciudad, comidas típicas, bandas de música. |
| Tungurahua, Azuay, Chimborazo, Pichincha, | Enero 6 | Celebraciones al Niño Dios: Bajada de Reyes: misa del Niño, Reyes Magos, villancicos, comparsas, enmascarados, bandas, etc. |
| Riobamba | Enero 6 | Reyes Magos: Comparsas, romerías, pases del niño enmascarados, bandas, motigotes etc. |
| Chillogallo (Quito, Pichincha) y otros pueblos andinos. | Enero 15 | Fiesta de Inocentes: música, disfraces, comparsas, comida, aguardiente etc. |
| Carchi. | Febrero 1 | Fiesta de la Virgen de la Caridad: chamizas, bailes, globos, pirotecnia en Mira |
| Carchi | Febrero 2 | Fiesta de la Virgen de la Purificación (La Purita): misas, procesión, pirotecnia, juegos populares en Huaca |
| Guacaleo (Azuay). | Marzo 4 | Festival del Durazno: exposiciones de frutas, comparsas. |
| Chalrara (Imbabura), Biblián (Cañar), Topacazo (Cotacachi), Chimbo (Bolivar) y otros pueblos. | Marzo 19 | San José: misas, chamizas, toros, bandas de pueblo, andinos. |
| San Antonio de Pichincha (Pichincha). | Marzo 21 | Fiesta del Equinoccio: danzas, comparsas, ofrendas |
| Ambuquí (Imbabura). | Abril 28 | Fiesta de los Ovos Reina: chingonas, banda mocha, misa, ofrecimiento de frutas y otras diversiones |

Fuente: http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas_populares/calendario.htm

5.1.2.1 PASES DEL NIÑO

El Pase del Niño tiene fuerte arraigo en la tradición española a la que se sumaron elementos autóctonos (Moscoso, 67).

El pase de niño es el acto más representativo de la navidad y muestra de la conservación de tradiciones en la ciudad. En el Ecuador como el resto de países latinoamericanos especialmente en el área Andina, hay varias demostraciones de religiosidad popular; así son muchas las personas que rinden culto a determinadas imágenes y realizan peregrinaciones o romerías, de este modo el campesino cumple con una promesa de honor, visitar a la virgen o al Santo, pagar una penitencia (González, 31).

Existen imágenes y lugares que muchos creyentes consideran santos, a los mismos que le hacen una promesa a cambio de un milagro o por agradecimiento de favores acreditados a éstos. Se define al pase como un desfile procesional que tiene como centro la imagen del Niño Dios, en el cual participan con disfraces de carácter religioso que acompañados de bandas, conjuntos musicales, danzas, personajes típicos y carros alegóricos, recorren varias calles de la ciudad, hasta llegar a una o varias iglesias, en donde se oficia una misa. Los Pases se realizan desde el primer domingo de adviento hasta el martes de carnaval, aunque por prohibición de las autoridades eclesiásticas, en algunos casos, se ha recortado este tiempo. El Pase propiamente dicho es quizá lo más esperado de toda esta celebración, los participantes tienen preparado sus disfraces que han alquilado o han mandado a confeccionar. Las demostraciones que ocurren antes, durante y después de la pasada, se transforman para los devotos en acciones de fe, de sacrificio, los cuales permite mantener esta tradición, Todo tiene una meta única, conseguir que las manifestaciones alcancen el mayor éxito.

Se clasifica a los pases en dos grupos en: mayores y menores, se refiere exclusivamente al pase mayoral pase del niño REY DE REYES, por ser este, el que cuenta con mayor número de asistentes, devotos, carros alegóricos y mayores, y su gran complejidad en la invitación y compromiso de los participantes y se refiere a los pases menores los realizados en parroquias, pueblos, instituciones etc. por tener menos número de asistentes y menor complejidad en su organización, no teniendo menor importancia que la primera división.

En dichos elementos autóctonos se aprecia los bailes, música, disfraces, comida, etc.

La principal celebración en el Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo es el Pase del Niño REY DE REYES de la familia Mendoza que es una procesión que se hace en honor a la imagen del niño Dios. Se lo traslada desde su oratorio, hasta la iglesia de la Loma de Quito, donde se le pasa una misa y al finalizar realizan las loas hacia el niño. De este hecho recibe el nombre de Pase, aunque también se lo

suele conocer como la pasada. Cuando la imagen pertenece a la iglesia la procesión sale y regresa al mismo lugar.

El pase del niño tiene un complejo sistema de organización que se inicia con meses de anticipación, preparación en la que los principales protagonistas son los priostes, personas encargadas de apoyar económicamente y en todos los aspectos organizativos como la preparación de los disfraces, comidas, bebida etc (Encalada, 19).

5.1.2.2 REY DE REYES

El 'Niñito milagroso', como lo llaman sus fieles, es venerado desde 1797, cuando fue encontrado entre los escombros tras el terremoto que destruyó la ciudad. Desde entonces pertenece a la familia Mendoza. Segundo Mendoza recibió el Niño de sus abuelos, por ser el nieto más devoto. Desde que él falleció, su viuda Margarita Llerena y sus hijos cuidan la imagen y abren a diario el oratorio.

En la provincia de Chimborazo y en la ciudad de Riobamba, durante los meses de Diciembre y Enero, el pueblo católico, hace visible a la colectividad en manera pomposa su religiosidad y fe en los favores que otorga el "Niño Jesús", a sus devotos. Esta celebración, se ha mantenido por muchas décadas y gira alrededor de una cosmovisión socio-económica, en la que tienen principal protagonismo los dueños de los distintos iconos de Jesús niño, que se denominan Fundadores Síndicos, conjuntamente con los antiguos priostes, a los que se denominan fundadores. Ellos son los que escogen a los priostes de la fiesta a realizarse, los cuales cuentan con colaboración directa de los guashayos, Jochantes y devotos, que en un acto de agradecimiento hacia quien les ha concedido sus favores, apoyan a la fiesta ya sea con especies o con la participación directa en las comparsas, en donde interpretan a personajes típicos del folclor andino, no faltan diablos, sacharunas, curiquingues, perros, payasos, etc. La Fiesta tiene su auge con la misa y los pases del Niño, que es el resultado de una preparación anual, ya que para que esta tenga éxito, se debe cumplir con una estructura establecida en la memoria histórica de los devotos y entender toda la problemática social que gira

alrededor de la imagen religiosa. En el caso particular del "Niño Rey de Reyes", la conmemoración religiosa más grande, la organización de la fiesta es patrimonio de los fundadores y jochantes se inicia el año anterior, con la nominación de los priostes, los jochantes y los guashayos. La fiesta intensifica las relaciones de amistad entre familiares y vecinos; la misión de las jochas rebasa la naturaleza de un aporte en honor a la fe y se reviene cuando el beneficiario del jochante lo requiere ya sea para el priostasgo, construir una vivienda ó para compromisos sociales como un matrimonio u otros. La relación entre todos estos elementos sociales es muy fraterna y adquiere compromisos formales. Dentro de la cultura popular ecuatoriana, el pase del Niño del Rey de Reyes, debe ser entendido en su verdadera dimensión ya que los diferentes jochantes se esfuerzan porque las jochas en danzas, carros alegóricos, bandas de pueblo y más elementos propios del Pase del Niño sean de primer orden, razón por la cual este pase cuenta con la participación artística de grupos de danza del país y de países del área Andina, grupos profesionales que son contratados por los jochantes y grupos populares que se forman con devotos que montan danzas y coreografías exclusivamente para la fiesta, los segundos tienen fundamental importancia ya que alrededor de los elementos paganos del pase del niño se establecen vínculos de comunicación con la divinidad. La danza como concepción religiosa fue fundamental en las culturas prehispánicas, en la actualidad aunque esta cosmovisión ha perdido vigencia aun late en el imaginario colectivo. Los personajes más destacados en los más de cuatrocientos pases de niño que se realizan entre diciembre y enero por las calles de la ciudad son: Los payasos, que marcan el humor con dichos y coplas populares y que en este caso en particular son los guardianes de la integridad física del niño, los diablos propios del paganismo popular, su presencia es la ratificación de lo dual de la fiesta, los curiangues personajes típicos del folclor ecuatoriano, el Sacha runa que asusta y ahuyenta a los malos espíritus, entre otros.

Este junto a los más de cuatrocientos pases del niño que se realizan durante los meses de Diciembre y Enero, rompen la indiferencia de la ciudad de Riobamba, la misma que se adorna en secreto, que fluye en espacios de vida y sueño posibles, el tráfico es detenido y sus habitantes como los turistas tienen la imagen de que se rompe el tiempo, la danza nos incita a sumarnos a los ritmos festivos, la música se

esparce por parques, plazas y por un momento la alegría es el denominador común de todos creyentes y no creyentes, devotos y curiosos.

5.1.2.3 TRADICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Esta tradición lleva más de un siglo en Riobamba. Los primeros en officiar un pase y celebración fueron los miembros de la familia Mendoza, propietaria de la imagen. Al principio la fiesta se realizaba entre familiares y amigos, pero con el tiempo varios devotos se unieron y colaboraban con danzas y dinero. En la actualidad miles de personas forman parte de este acto cristiano. “Es una manera de demostrar nuestras creencias, al bailar, al orar, al caminar junto al Niño le indicamos el afecto y agradecimiento por haber muerto por nosotros que somos pecadores”. Hacer realidad cada año el Pase del Niño, requiere de una estructura organizacional constituida por: mantenedores, sacerdotes, artesanos, barrios populares, bandas de pueblo, asociaciones sin fines de lucro, congregaciones, niños, entre otros. Tal es la preparación que el día que se termina la fiesta, comienza ya la organización del siguiente año, para lo cual nombran a las personas naturales o jurídicas más representativas que se hayan ganado el respeto de la población, todo a través de un estricto cronograma de actividades.

5.1.2.4 DÍA DE LA CANDELARIA

Los nuevos sacerdotes son escogidos inmediatamente después de terminada la misa y el pase del Niño Rey de Reyes. Sin embargo, ellos deben confirmar su aceptación o negación hasta el 2 de febrero, el Día de La Candelaria que es una reunión de familia y de invitados allegados a los sacerdotes en esta reunión conocida como candelaria se hace de 2 a 3 meses antes de la fiesta con la finalidad de darles tiempo para que puedan jochar lo que a manera de sorteo a través de una figura de pan como gallinas, chanchitos, cuy, conejo, el pan en forma de botellas para el licor en forma de trompeta para la banda y jochan a los sacerdotes, es una fiesta previa al día mayor que es la misa en donde los sacerdotes brindan comida y bebida a los

asistentes, pero al calor de la fiesta hay otros invitados que también ofrecen las jochas por la fe y devoción al niño.

5.1.2.5 ALBAZO

El Albazo significa Alba=amanecer Zo=sonido de música, esto se realiza siempre a la madrugada donde los músicos recorren el pueblo despertando a la gente en forma de anuncio que la fiesta ya está lista, en este albazo la gente suele levantarse y brindar el tradicional canelazo en horas de la madrugada para el frío y otros más allegados a los sacerdotes brindan una café o agua de panela y hasta un caldo de gallina los músicos entonan obras musicales del folclor nacional la banda es de 10 a 12 músicos.

5.1.2.6 ESTRUCTURA DEL PASE DEL NIÑO

El personaje principal de la pasada es el Niño REY DE REYES, que siempre está acompañado de los sacerdotes, sus devotos e invitados ya que dentro de ellos se elige a los nuevos sacerdotes, las floristas, También están los principales jochantes que se esfuerzan porque las jochas en danzas, carros alegóricos, bandas de pueblo y más elementos propios del pase del niño sean de primer orden, razón por la cual este pase cuenta con la participación artística de grupos de danza del país y de países del área andina grupos profesionales que son contratados por los jochantes y grupos populares que se forman con devotos que montan danzas y coreografías.

Organizan el pase de niño los fundadores y sacerdotes de cada año.



Gráfico N°1 Pase del Niño “Rey de Reyes” Riobamba

Fuente: María José Luna

5.1.2.7 ELEMENTOS PRESENTES EN LA CELEBRACIÓN

- Priostes
- Bandas de pueblo
- Costumbres y tradiciones
- Danzas
- Personajes Míticos
- Comida
- Bebida
- Pirotecnia

5.1.2.8 PERSONAJES IMPORTANTES

Los personajes más importantes dentro de esta manifestación cultural son:

- Los diablitos de lata
- Cohetero
- Abanderados
- Curiqingue

- Payasos
- Monos
- Perros
- Sachas runas

5.1.2.9 ORIGEN SACHA RUNA

Unos antropólogos defienden una sugestiva hipótesis acerca de su origen en nuestras fiestas populares. Es ahí que nacen varias leyendas entre ellas la del sacha runa personaje que se originó en la selva amazónica que ha trascendido en las tradiciones y folklor de la serranía cada vez que se celebran las manifestaciones culturales como en los pases del niño especialmente en la provincia de Chimborazo.



Gráfico N°2 origen sacha runa

Fuente<https://www.flickr.com/photos/reflexe/433886788>

5.1.2.10 HISTORIA

En la boca del Tiputini vivía un indígena de apellido Tapuy. Casi nadie recordaba su nombre. Todos lo conocían como Sacha runa. Era de mirada perdida, lento al andar, silencioso, como si algún acontecimiento sobrenatural le hubiera alterado las facultades mentales. Pero él no nació así. Fue un niño alegre y vivaracho que compartía juegos y travesuras con sus hermanos, primos y parientes que vivían en un gran tambo que servía de hogar común. Sus padres salían temprano a la montaña para recoger lecheguayo, una substancia parecida al caucho. Un día se acercó al muchacho un hombre parecido a su padre y se lo llevó a la selva. Sus familiares cansados de buscarlo acudieron donde el brujo, quien les explicó que el niño había sido raptado por el sachá runa o espíritu del monte. Les pidió que fueran al monte a cortar bejucos para colocarlos enrollados en los chaquiñanes a fin de que se enrede el sachá runa y no pueda ir demasiado lejos.

Mientras los familiares cumplían este pedido el brujo tomó mucho jugo de ayahuasca y guanto. Cuando se reunieron nuevamente el brujo les indicó que el muchacho se encontraba a orillas del río Tiputini, sobre unos árboles de guabilla, en forma de mono. Les explicó claramente la forma de atraparlo. En el lugar indicado estaba un mono chillando y dando brincos. Cuando lo cogieron trató de morderlos. El padre se golpeó la nariz hasta sangrar y esa sangre le hizo lamer al mono que recuperó la forma humana, pero no todas las facultades mentales.

5.1.2.11 UBICACIÓN DE HISTORIA

Figura N° 2



Figura n° 2: Mapa del Río Tiputini

Fuente: <https://cips93orientewordpress.com/noticias/page/2/>

5.1.2.12 SIGNIFICADO

El Sacha Runa, una palabra quichua que en español significa 'hombre Monte', representa al espíritu del páramo andino.

5.1.2.13 CARACTERÍSTICAS

Un hombre alto que lleva su cuerpo cubierto de pelos, hojas, musgo e incluso flores. , es mitad hombre y mitad árbol

5.1.2.14 LEYENDA

En una mañana espléndida de verano, Sebas, viajaba muy contento e ilusionado de vacaciones de final de año con rumbo a la Amazonia ecuatoriana en compañía de sus padres. Iban admirando el paisaje andino, sus nevados que despejados

permitían ver hacia el infinito del horizonte. Disfrutaban del silbido del viento que se perdía entre el pajonal y de su movimiento que daba la impresión de ser unos verdaderos rebaños al mover con cadencia a la paja del páramo. Por ventura tuvieron la oportunidad de mirar el vuelo majestuoso de un cóndor muy cerca de un cerro de roca negra que se levanta junto a la orilla de la carretera. No faltaron los comentarios a favor de la naturaleza y del paisaje serraniego, no dejaron de haber expresiones emotivas al ver el cruce veloz de un venado que se perdía entre la espesa vegetación. De vez en cuando, el joven viajero emitía gritos emotivos al experimentar los virajes del coche en las curvas agudas de la vía. Todo evento era causa de comentarios, de risas y de carcajadas de los alegres excursionistas.

Luego de iniciar el descenso por la cordillera oriental, enclavada en el nacimiento de una elevación propia del inicio de la región selvática, encontraron una pequeña población de colonos y en ella un comedor que ofrecía los servicios de desayuno con caldo de gallina criolla y café con tortillas de maíz. Como era ya la hora, luego de discernir sobre el asunto, decidieron hacer la primera parada para disfrutar del olor agradable sobre todo del café fresco, tostado en tiesto de barro y molido en molino de mano. Continuando con el optimista viaje, iban disfrutando del sinuoso riachuelo que paralelo a la vía se deslizaba entre piedras de varios tamaños y colores. Pasaron varios estrechos puentes y abismos espantosos. Comenzaron a sentir el calor húmedo del sector que les obligó a sacarse las chompas que llevaban puestos.

El joven viajero se había quedado profundamente dormido, especialmente por el estrago de tantas curvas y de pronto el coche fue a dar en lo más profundo de la quebrada debido a una mala maniobra del chofer. A causa de este accidente, la pareja murió y Sebas que se había puesto el cinturón de seguridad, fue arrastrado muy bien sentado en el asiento por la corriente del río hasta una pequeña playa junto a una copiosa vegetación. Cuando despertó a causa del calor y del zumbido de muchos mosquitos, su actitud fue de lo más natural y normal puesto que había recibido algunos golpes especialmente en su cabeza, así no experimentó desorientación ni desesperación. Sin embargo al sentirse solo comenzó a gritar y de inmediato vino en su ayuda una hermosa y elegante orangután que se le acercó

sigilosamente al observar a un extraño ser que se parecía a sus parientes de la selva. Ella no sabía que hacer frente a ésta tan delicada situación y rascándose la cabeza empezó a llamar a los suyos que asistieron con la velocidad de un rayo. Eran muchos simios que no desconcertó al infeliz peregrino, y que más bien seguía actuando con naturalidad. Cuando empezaron a caer las sombras de la noche, el hermoso orangután le trajo dos papayas de mico, frutas que se veían muy amarillas que despertó el apetito del exótico varón y que sin pensarlo dos veces se sirvió tan exquisito manjar. Acto seguido, bien escoltado se dirigió a la orilla del río en pos de unos bocados de agua que lo necesitaba para reponerse de la deshidratación. Siempre estuvo custodiado por la primate que a medida que pasaban las horas le asistía de acuerdo al cambio climatológico de la espesa vegetación.

A la hora de dormir, la esbelta y comedida orangután le guió bajo una roca muy grande que hacía de techo muy seguro durante las copiosas lluvias. Este dormitorio estaba protegido por unas inmensas telas de araña que impedían el ingreso de mosquitos y zancudos sedientos de sangre fresca para su alimentación. En la mañana siguiente y en las demás de su estadía en la selva, cumplía estrictamente con las mismas rutinas: recolección de frutas para el desayuno, búsqueda de raíces y hojas para el almuerzo, baño en el vado del río junto a monos y saínos para refrescarse en el calor selvático.

Siempre estuvo acompañado de la musicalidad que le ofrecían patos, loros y papagayos. En las madrugadas se despertaba por el armonioso y repetido cántico del gallo de la peña que dormía precisamente sobre la roca de su dormitorio. Sus días eran aprovechados para recorrer por las mangas de las guantas, por los senderos de saínos; para subir a los árboles gigantescos que le permitían mirar al infinito de la región selvática, para tomar un poco de rayos del sol o para llamar a sus amigos que siempre estaban pendientes de los peligros propios de la selva.

Con el paso de los meses y de los años, de tanto caminar y trajinar en la espesa selva, su vestido se había convertido en verdaderos harapos; de sus zapatos de muy elegante ciudadano no quedaban más que los recuerdos. Sus pies se habían crecido y endurecido de acuerdo a la dureza del suelo, de las piedras del río y de

las raíces del bosque. Su pelo y su barba habían crecido tanto, de tal manera que su rostro estuvo tan bien protegido de las inclemencias de tan rudo ambiente. Apenas se veían sus ojos y el blanco marfil de su dentadura. Para sus compañeros de la selva no causaba sorpresa alguna, era uno más de ellos con características diferentes bajo las mismas condiciones climáticas. Era el sacha runa, que integraba la comarca de los libres de la selva. Como su protectora siempre estuvo pendiente del sacha runa, aprovechando que a la otra orilla del gran bosque habían matado a un inmenso oso y lo habían abandonado los cazadores, luego de que las aves de rapiña vaciaran su piel, ella con mucho esfuerzo la trasladó para elaborar un gran traje para su protegido. La lavó durante varios días en el río, cuando estuvo seca y sin mal olor, la untó con semillas de higuera machacadas con piedras para que sea más suave y agradable y la cubrió su cuerpo, creando así un personaje único, rústico y bien protegido ante el ataque de sobre todo de las abejas que se defendían cuando les robaba la miel para su alimentación. Durante su vida selvática, jamás causó desorden alguno. Era amigo de todos y de todas, su tiempo lo dedicó al cuidado y a la protección de la pacha mama, a vivir su vida en un mundo de armonía y de libertad, de respeto y de sometimiento a las leyes de la selva.

A los nativos del lugar que recorrían la región en pos de cacería o de pesca, los vigilaba con sigilo y discreta reverencia. Entendía que eran parte integrante del inmenso bosque y que su existencia dependía de lo que la selva les podía ofrecer. Por su parte ellos que lo habían visto alguna vez bañándose en el río bajo la luz de una luna inmensa y redonda en una noche de verano, lo reverenciaban, imaginando que era algo supremo, lejano pero semejante. Es que era el Sacha runa, es decir el hombre de la selva al igual que ellos que deambulaban día y noche por ella en pos de la supervivencia.

Por su parte, el Sacha runa, el personaje mítico de la selva jamás dejó de custodiar a sus árboles que corrían el riesgo de ser destruidos por los colonos hambrientos y sedientos de dinero que no escatimaban esfuerzo alguno y que con sus hachas bien filudas querían hacer de los milenarios, centenarios e indefensos árboles: tablas, tablones o madera para vender a extraños comerciantes inescrupulosos que

no tienen la mínima conciencia de los efectos negativos de la destrucción del entorno ecológico. Cada vez que escuchaba el sonido destructor de una hacha asesina, el Sacha runa en compañía de sus amigos de la selva acudían al sitio mismo de la destrucción para hacerles espantar y provocar el retiro pavorosos del lugar.

Los colonos conocían por conversaciones de sus colegas más viejos que vivieron experiencias pasadas, que el Sacha runa les quitaba las herramientas, que les ortigaba y les hacía bañar en la cascada de la muerte. Con estos antecedentes los leñadores, siempre estaban a la defensiva y trataban de no acercarse al sitio peligroso y peor talar los árboles codiciados por los habitantes de la selva. Sin embargo, cuando llegaban los comerciantes sentían la tentación de ir un pos de uno de ellos, pero cuando recordaban la versión de la existencia del Sacha runa, se detenían al solo imaginar tan tremendo castigo. Es así como el personaje de la selva, el Sacha runa, se convirtió en una leyenda para la gente de la zona. El gran bosque, gracias a su presencia se mantiene frondoso, lleno de árboles gigantes y majestuosos, de plantas de diversa índole, con hojas de las mil formas y variados colores que ofrecen diversos usos, especialmente curativos al igual que sus raíces.

En la fresca y acogedora selva, hay miles de seres vivos que disfrutan de su riqueza alimentaria, del calor y de la humedad, del agua pura y cristalina sin ninguna contaminación. Ahí disfrutan a las anchas desde los seres más diminutos como los hongos y las bacterias hasta los más grandes y voraces carnívoros dentro de la cadena alimentaria. Están las simpáticas hormigas, las llamadas arrieras, las culonas, las saca calzón y otras más que realizan actividades sin descanso. Están también, los termes y los comejenes que aprovechan al máximo las ramas caídas y podridas. Viven también las lagartijas, las iguanas y los camaleones que siempre están ocupados en la cacería de insectos descuidados que deambulan a toda libertad; los sapos, las ranas, los grillos y las cigarras que en las tardes luego de afinar sus instrumentos musicales ensayan una larga sinfonía nocturna dedicada a la madre naturaleza. En este inmenso bosque, no faltan las culebras, las anacondas y más serpientes que se dejan acoger por la fresca hojarasca en las noches frías emitiendo verdaderos silbidos para comunicarse entre la parentela.

Están también ratones, conejos, los cuyes de monte y más diminutos mamíferos que están siempre atentos a la presencia de algún enemigo natural. También están los traviesos y aulladores monos, micos y mas parientes cercanos haciendo en las ramas verdaderos circos para distracción de elevados loros, pericos, papagayos, carpinteros y un sin número de pájaros de mil colores que gorjean sin cesar anunciando la llegada del día durante todas las madrugadas.

(Carlos Velásquez Sánchez)



Grafico n°3 leyenda Sacha Runa

Fuente <http://patyfalkon.blogspot.com/2008/12/el-es-el-sacha-runa-u-hombre-de-los.html>

5.1.2.15 SACHA RUNA EN LA MANIFESTACIÓN CULTURAL DEL REY DE REYES DE LA FAMILIA MENDOZA.

El sacha runa, una palabra quichua que en español significa 'hombre musgo', representa al espíritu del páramo andino es un personaje mitológico de la provincia de Chimborazo especialmente del cantón Riobamba en los pases del niño, se introdujo a esta manifestación para proteger al Niño rey de reyes y ahuyentar a los malos espíritus, No habla, pero hace sonidos graciosos como el ¡YU-YU!, y baila al ritmo de la expresión india “achachay”, en los pases del Niño se dedica a bromear con la gente que mira las comparsas en las calles, son juguetones y se dan volteretas en el piso, a las mujeres bonitas las alaga y coquetea, a las señoras adultas las asustay a los hombres les pide acariciar cualquier objeto que tengan en sus manos.

Mediante la investigación sobre este personaje antiguamente se pudo conocer que se vestían solo las personas adultas por fe, devoción y agradecimiento al niño Jesús ya sea por un milagro recibido o por pedir la bendición de Dios ,se interesaban por investigar por aprender el porqué usar ese traje y representar a este personaje de la selva amazónica que fue insertado en esta manifestación cultural como protección y cuidado de la fiesta así como cuidaba de la pacha mama, esto era una tradición familiar que vestían todos los varones de una familia y el primer traje que era confeccionado lo mantenían y cuidaban para las futuras generaciones.

5.1.2.16 VESTIMENTA SACHA RUNA ANTIGUO

Para la confección del traje se reunían el señor y su esposa con sus hijos pequeños alrededor mientras los pequeños jugaban la señora cocía y pegaba el musgo, flores, ramas a ropa y zapatos que ya no utilizaban, el señor utilizaba saquillos o caretas de alambre para cubrir su rostro, sus hijos aprendían lo que hacían sus padres, el foete era hecho cuero de la vaca una vez que este seco lo corta en forma de espiral para obtener una tira larga y entorcharla, luego se le tiempla para que siga secando, una vez que el cuero está bien duro se procede a sacar el pelo raspando con un vidrio ,luego se cura al foete con cevo de res con lo que se consigue la flexibilidad todo esto lo realizaban con mucha anterioridad antes de la participación para tener todo listo, esto permitía que la familia estuviera unida y siempre aprendiendo el uno del otro.

Tabla N°3: Vestimentas antigua

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TECNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|------------|--------------|----------------|--|---|
| <p>Enterizo de musgo</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | Anónimo | Cocidos a mano | El traje original Está confeccionado por pelos, hojas, musgos e incluso flores que cubría todo su cuerpo desde la cabeza hasta los pies. |  |

Tabla N° 4: Vestimentas antigua

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|-----|---------|-------------------------|---|---|
| <p>CARETA</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | Anónimo | Hechos y Cocidos a mano | Utilizaban sacos de cabuya para cubrir su rostro haciendo dos agujeros para que puedan mirar, también utilizaban mascara de alambre |   |

Tabla N° 5: Vestimentas antigua

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|------------|--------------|----------------|---|---|
| <p>FOETE</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | Anónimo | Hechos a mano | <p>En su mano lleva un FOETE está hecho de cuero de vaca y se denomina cabresto, lo utiliza para ahuyentar a la gente y lo golpea en el piso para asustar, el foete es un símbolo de mando.</p> |  |

Tabla N°6: Vestimentas antigua

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|------------|--------------|----------------|--|---|
| ZAPATOS Tipo: vestimenta | XX | Anónimo | Hechos a mano | Utilizaban cualquier tipo de zapato viejo ya que los cubrían de musgo para que no se diferencie de su vestimenta al igual que sus manos. |  |

Tabla N°7: Vestimentas antigua

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | RITMO | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|-----|--------|---|--|---|
| <p>BAILE Y PASO</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | Nónimo | <p>San Juan</p> <p>“achachay”</p> | <p>El Sacha runa baila al ritmo de la expresión india “achachay” y personifica a los pueblos chiris, realizar una carrera o un pequeño trote y salto, asiendo asustar a las personas, No puede hablar y emite solamente el grito ¡yu-yu!</p> |  |

Elaborado por: María José Luna

Fuente: Investigación de campo

SACHA RUNA ANTIGUO
Grafico N°4



5.1.2.17 SACHA RUNA ACTUAL

En la actualidad a este personaje mitológico se le ve muy poco, según el último conteo de personajes que participaron en el pase del niño rey de reyes de la familia Mendoza hubieron 13 sachas runas en toda la festividad, esto nos indica la desvalorización del sacha runa ya que no existe importancia por parte de los pobladores de Riobamba y de los organizadores de la manifestación ya que ellos como fundadores deberían establecer que participen más de estos personajes y no permitir que inserten otras cosas para así continuar con la tradición de más de 30 años

A causa de la prohibición de la recolección de musgo, que es utilizado para el disfraz, cada vez se observa menos representaciones del Sacha Runa. Encontrar el musgo de venta para fabricar el traje, es complicado, es por eso que han optado por confeccionar de tela militar, de cabuya, o de guaipe. la careta es de color verde representa la selva amazónica con sus ojos desorbitados su nariz grande y arrugada y su boca que representa la ira cuando se acercan a la imagen del niño Jesús se adhiere a la careta fibras de cabuya como una cabellera muy larga, le dejan en la cabuya natural y otros los pintan con anilina de diferentes colores, usan guantes de algodón y de cuero en su mano llevan el foete que está hecho de cuero de vaca y se denomina cabresto lo utiliza para ahuyentar a la gente y lo golpea en el piso para asustar, el foete es un símbolo de mando.

Tabla N°8: Vestimenta actual (implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|-----|---------|--|--|---|
| <p>ENTERIZO DE MUSGO</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | anónimo | <p>cocido a mano y en maquina</p> | <p>Ya que es prohibido la recolección del musgo hoy en día han buscado con que confeccionar la vestimenta y utilizan fibras de cabuya que la cosen en ropa que ya no utilizan y las pintan de color plata o de varios colores ,otra opción son los trajes militares, buscan, amigos, familiares que hayan formado parte del ejercito para pedir que les donen su uniforme y poder adecuarlo.</p> |  |

Tabla N°9: Vestimenta actual(implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|-----|---------|----------------------------|---|---|
| <p>CARETA</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | anónimo | <p>Hecho a mano</p> | <p>La careta a cambiado totalmente ahora la confeccionan de cartón lo hacen a mano y utilizan diferentes pinturas mostrando en ella arrugas, ojos desorbitados una nariz muy grande y su boca que representa la ira, el mal genio, también le adhieren a la careta fibras de cabuya como una cabellera muy larga que algunas veces lo dejan en su color natural y otras las pintan con diferentes colores, también ponen narigueras o aretes en la ceja, que nada tiene que ver con el taje pero las personas lo hacen simplemente por llamar la atención</p> |  |

Tabla N°10: Vestimenta actual(implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|-----|---------|----------------------------|---|--|
| <p>ZAPATOS</p> <p>Tipo: vestimenta</p> | XX | anónimo | Hecho a mano y en maquinas | <p>Hoy en día La mayoría de sachas runas utilizan botas de caucho para que puedan cubrir su traje y no se arrastre y no se dañe, pero también utilizan botas militares para combinar con el traje desgarrado de militar, botas y zapatos de cuero o cualquier tipo de zapato cómodo, que les permita correr, saltar, dar volteretas, incluso utilizan zapatos de charol para verse más elegantes.</p> |  |

Tabla N°11: Vestimenta actual

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|-----|---------|--|---|
| <p>BAILE Y PASO</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | anónimo | <p>Lo único que ha prevalecido del sacharuna es su baile y paso al ritmo de la expresión india “achachay” y personifica a los pueblos chiris, realizar una carrera o un pequeño trote, salto, casi siempre está en el piso, asiendo asustar a las personas, No puede hablar y emite solamente el grito ¡yu-yu!</p> |  |

Tabla N°12: Vestimenta actual(implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|--|-----|---------|----------------------------|---|---|
| <p>ESPEJO</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | anónimo | <p>Hecho a mano</p> | <p>En la actualidad se ha implementado un espejo, lo lleva en su mano y lo utiliza para burlarse de los espectadores, ya que cada año implementan cosas que como ponerse pañuelos, corbatas, simplemente para llamar la atención.</p> |  |

Tabla N°13: Vestimenta actual(implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|-----|---------|----------------------------|--|---|
| <p>CEPILLO</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | anónimo | <p>Hecho a mano</p> | <p>Otra de las cosas que ha implementado es el cepillo para lustrar zapatos, Se acerca a los espectadores para limpiar sus zapatos y que le regalen una moneda y que los espectadores se diviertan con los actos que realiza este personaje.</p> |  |

Tabla N°14: Vestimenta actual(implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|-----|---------|----------------------------|--|--|
| <p>GUANTES</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | anónimo | <p>Hecho a mano</p> | <p>Ahora cubren sus manos utilizando guantes de cuero o de algodón para dar un poco de elegancia a la vestimenta pero otros lo usan para no lastimarse las manos con el foete.</p> |  |

REALIZADO POR: María José Luna Murillo

Fuente: investigación de campo

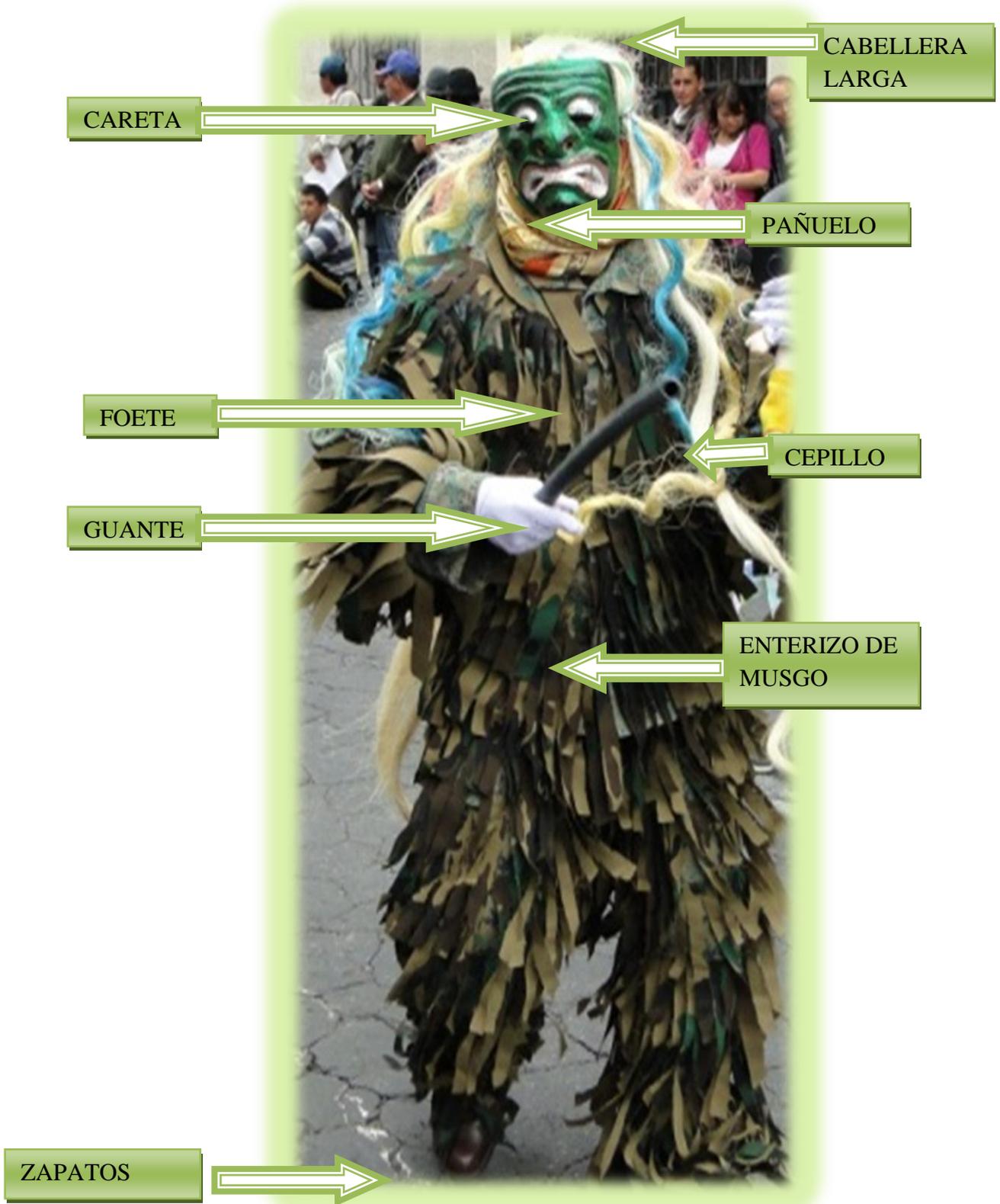
Tabla N°15: Vestimenta actual (implementos nuevos)

| NOMBRE | AÑO | AUTOR | TÉCNICA | DESCRIPCIÓN | FOTO |
|---|-----|---------|---------------------|---|---|
| <p>PAÑUELO DE CABEZA</p> <p>Tipo: baile</p> | XX | Anónimo | Hecho a mano | <p>Antes de colocarse la careta se colocan un pañuelo de tela en su cabeza que cubre hasta su cuello para que este más seguro, y no se les resbale es de cualquier color y cualquier diseño</p> |  |

REALIZADO POR: María José Luna Murillo

Fuente: investigación de campo

SACHA RUNA ACTUAL
Gráfico N°5



5.2 HALLAZGOS DEL ESTUDIO REALIZADO

- De acuerdo a los resultados obtenidos el 72.28% corresponde a los encuestados que conocen del personaje tradicional, seguido del 27.72% que no conocen al personaje Debido a que la mayoría de encuestados conocen al sachá runa se puede deducir que hay un interés de la población por conocer el patrimonio y la historia de nuestra ciudad.
- En cuanto al conocimiento del significado del sachá runa, se puede concluir que para la mayoría le es indiferente lo relacionado al sachá runa, así lo demuestra el porcentaje correspondiente a un 83.56% que desconocen el significado del personaje, mientras que el 16.44% si conocen del tema.
- La encuesta aplicada muestra que un 75.34% de encuestados considera que es un personaje importante mientras que un 24.66% no lo consideran. Estos resultados nos muestran que es un personaje importante de nuestra cultura e identidad.
- La encuesta aplicada muestra que un 75.34% de encuestados considera que es un personaje importante mientras que un 24.66% no lo consideran. Estos resultados nos muestran que es un personaje importante de nuestra cultura e identidad.
- De las encuestas realizadas, se puede determinar que el 82.95% de encuestados han observado en los pases del niño, el 17.05% en eventos

culturales, Las manifestaciones culturales que se derivan del arte religioso son varias, sin embargo la predominante es el pase del niño.

- Las encuestas realizadas el 87.67% si lo considera como un patrimonio, mientras que el 12% no lo consideran, estos resultados nos muestran lo importante que es este personaje en nuestra ciudad.
- La mayor parte de encuestados, el 79.45% muestra un interés en conocer y aprender más sobre nuestra cultura, mientras que el 20.55% no se interesan en este aspecto. Estos resultados nos muestran que hay gran interés de los encuestados por conocer lo que forma parte de su identidad.
- Los resultados de la encuesta demuestran que el 51.61% se informan mediante el internet, seguido del 29.03% que se informan por el medio de prensa escrita y por último el 19.35% se informan mediante radio o televisión. Teniendo en cuenta que hoy en día los correos electrónicos son de vital importancia para varias acciones cotidianas, notificaciones, en general el acceso a internet cada vez es más necesario, los encuestados optan por esta herramienta.

Según las entrevistas realizadas a los pobladores de la ciudad de Riobamba se determina que la mayoría ha visto al personaje SACHA RUNA en el pase del niño, pero desconocen totalmente la historia y la importancia que tiene el mismo, es por eso que se realizara una investigación a fondo y se transmitirá el estudio, ya que los pobladores tienen interés por aprender y conocer más de este personaje, se realizara mediante un plan de difusión como herramientas de difusión es un documental con un souvenir del personaje mitológico Riobambeño sacharuna.

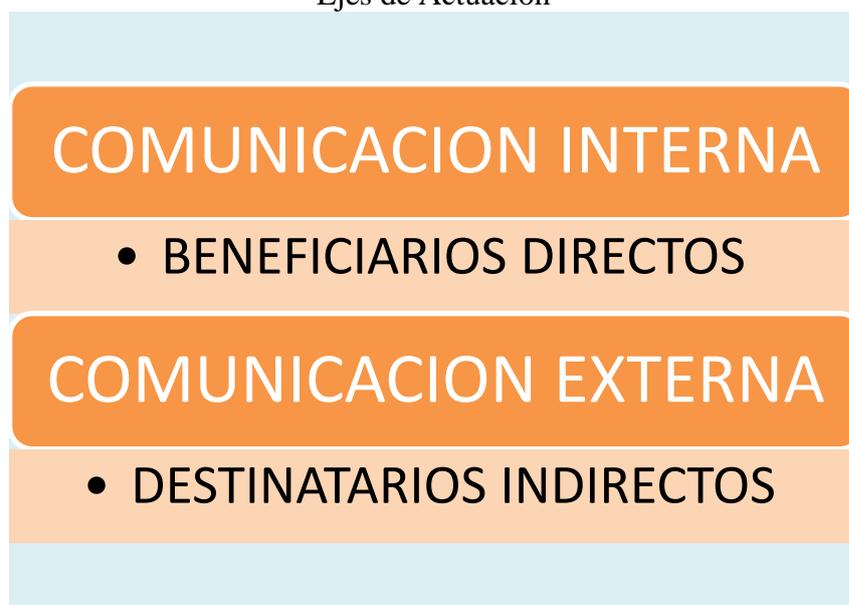
5.3 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DEL MATERIAL

5.3.1 COMUNICACIÓN

Para que este personaje sea reconocido a nivel nacional e internacional se debe buscar estrategias que nos permita conocer, valorar y difundir nuestra cultura gestionando herramientas con empresas formales en turismo ya que ellos tienen conocimiento, cómo llegar al turista, cómo vender un producto y así ganar mayor demanda en nuestra ciudad, ya que es un icono fundamental prevalecer nuestras culturas y raíces primero en nuestra ciudad para posteriormente dar a conocer a los turistas que nos visitan.

Con el fin de responder de manera concreta a los diferentes grupos receptores, las diversas estrategias y materiales elaborados para su difusión se agruparán en 2 ejes de actuación:

TABLA N° 16
Ejes de Actuación



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María José Luna

- **Comunicación Interna:** Entre los beneficiarios directos. Incluye la difusión de la investigación. La estrategia de la Comunicación interna tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información de forma que garantice una gestión eficaz y transparente del proyecto, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados, es decir, los pobladores de la ciudad de Riobamba, miembros del ITUR y universidad nacional de Chimborazo..
- **Comunicación Externa:** por medio de los beneficiarios directos dar a conocer a los destinatarios indirectos el producto final, es decir a toda la ciudadanía.

5.3.2 ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON ACTORES INVOLUCRADOS

TABLA Nº 17
Alianzasestratégicas

| | |
|---|--|
| DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE RIOBAMBA | Ing. Balvanera cruz Directora de Turismo del GADM |
| UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA | Ing. Paula Moreno Directora de la Escuela de Gestión Turística y Hotelera |

Elaborado por: María José Luna

CAPITULO VI

6. DISCUSIÓN

Con la información obtenida de la investigación se pudo apreciar cual es el aporte cultural del personaje, así como también el valor cultural e histórico en la ciudad de Riobamba.

Bajo la valoración turística se pretende reconocer, valorar y fortalecer los valores perdidos a través de la historia que poseen para que se preserve y se de valor al personaje y así contribuir a la salvaguarda del patrimonio cultural de la Ciudad, brindando una opción de aprendizaje para quienes se interesan por las culturas y tradiciones,

Luego del diagnóstico situacional se ha determinado que el SACHA RUNA ha tenido una amplia trayectoria además de un valioso aporte que ha permanecido por más de 30 años en Riobamba, pero así mismo el poco interés de fomentar en las nuevas generaciones el interés por conocer y aprender sobre nuestras raíces y costumbres, ya que es historia y cultura de la ciudad y hay que dejar un legado en los Riobambeños con un gran valor patrimonial, cultural e histórico, que se pretenda valorar y fortalecer

Con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas se constató que existe un gran interés por conocer de este personaje mítico como patrimonio intangible que hacen parte de una manifestación muy importante en la ciudad ya que envuelven de historia y tradiciones

El desarrollo de este proyecto permitirá fortalecer, difundir y dar a conocer la importancia que se posee en nuestra ciudad pero sobre todo procurar mantenerlo y preservarlo a través de la historia para que futuras generaciones puedan ser partícipes de estos acontecimientos.

Además se pretende generar una expectativa de crear un documental que contribuya al turismo para quienes disfrutan de este segmento cultural puedan apreciar las tradiciones que mantenemos año tras año en la ciudad, lo que constituirá un motivo más para visitar la ciudad.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Luego de realizado los estudios se concluye:

- De acuerdo a la investigación realizada el sachá runa es desvalorizado no le dan la importancia necesaria y mucho menos una difusión apropiada, pocas personas visten de este personaje ya que no existe la misma fe católica de antes, ni el interés de investigar ni aprender, hoy en día solo lo hacen por gusto.
- Con los hallazgos encontrados se ha logrado conocer que el personaje tradicional sachá runa tiene un valor cultural e histórico único e inigualable que es interesante para los riobambeños
- Con las estrategias definidas se lograra entregar información a la ciudadanía y dar a conocer el estudio realizado. ya que el 83.56% de las personas encuestadas nos indican que desconocen al personaje.

**SOLO CONOCIENDO TUS RAÍCES Y TRADICIONES SABRÁS
QUIEN ERES Y A DONDE VAS**

7.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Que el estudio realizado es de un alto valor histórico, los mismos que al no ser reconocidos y valorados pierden su importancia, por lo que se recomienda valorar y cultivar nuestras costumbres y tradiciones.
- Que con el valor histórico y cultural que posee el personaje sacha runa se aproveche como patrimonio intangible de la ciudad de Riobamba.
- Que al contar con una estrategia publicitaria se incremente y se aproveche de esos medios para difundir lo investigado, para seguir conociendo más de la cultura popular

CAPITULO VIII

8. PROPUESTA

8.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Plan de difusión del personaje sacha runa, como patrimonio intangible para la valoración turística.

8.2 INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo ha alcanzado un auge considerable en los países desarrollados en los cuales la gente está interesada por conocer sobre el tema “turismo”, esto permite que se busquen alternativas y estrategias nuevas de turismo y así compartir con culturas diferentes a las suyas.

La ciudad de Riobamba se ha caracterizado por ser una ciudad emblemática llena de historia y tradición. Está llena de ricas historias y tradiciones únicas en el mundo pero a su vez no existen propuestas en los cuales se trate de revalorizar y difundir el patrimonio intangible, lo cual acarrea un desconocimiento de la importancia que puede desarrollar el turismo en nuestra ciudad, siendo esta la razón que ha limitado el aprovechamiento de las riquezas culturales y folklóricas y como resultado no se ha conseguido el desarrollo esperado.

Es por esto que con el plan de difusión se propone la preservación, valoración y promoción de este personaje mitológico del folklor ecuatoriano. El cual permitirá a la población y turistas conocer, aprender algo único y diferente.

La población, autoridades son actores claves para el desarrollo de la propuesta ya que van hacer los beneficiarios y quienes van a percibir el mayor interés por conocer y preservar nuestras costumbres y tradiciones.

El plan de difusión está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas.
- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión.

Con estos elementos se pretende lograr un posicionamiento importante dentro de nuestras manifestaciones culturales y que el pueblo Riobambeño valore y disfrute de este personaje único en el mundo.

8.3 OBJETIVOS

8.3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar el Plan de difusión del personaje sacharuna, como patrimonio intangible para la valoración turística.

8.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el segmento de mercado
- Definir proyectos y programas para el plan de difusión turístico
- Diseñar herramientas de difusión en base al plan establecido

8.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA-TECNICA

8.4.1 PLAN

Plan es un “Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla. (Diccionario de la Real Academia)

El plan tiene una concepción más amplia y global, en la cual contiene programas, proyectos y actividades, en relación a esto, según Álvarez José menciona que un plan “Es un conjunto organizado de fines, objetivos, metas, instrumentos, medios o recursos para alcanzar objetivos que tienen que ver con el desarrollo de áreas o sectores geográficas, educativos, culturales, etc.

Por lo tanto se puede decir que un plan contiene programas, proyectos y actividades que se van a llevar a cabo en el futuro, donde han sido programados con anterioridad para de esta manera lograr los resultados que fueron ya proyectados. (Alvarez, 2011)

8.4.2 Características de un plan

- ✓ Ambicioso, por cuanto tiene vocación de incidir en todos los factores de competitividad.
- ✓ Abierto en el tiempo, para dar respuesta permanente a cualquier tipo de incidencias.
- ✓ Participativo, porque se pretende que intervengan cuantos agentes, instituciones y colectivos están implicados de una u otra forma con el sector de la construcción.
- ✓ Eminentemente práctico, ya que establece objetivos concretos y marca medios y plazos.

Dentro de un Plan es necesario incluir:

- Lineamientos
- Prioridades
- Estrategias de acción
- Asignación de recursos
- Conjunto de medios o instrumentos que se han de utilizar para alcanzar metas y objetivos propuestos.

8.4.3 DIFUSIÓN TURÍSTICA

John O'Shaughnessy, (2006), dice: “Difusión, proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc.”

Charles W. Lamb, (2008), dice: “Es un proceso de comunicación y aceptación del producto por el mercado a lo largo del tiempo. Supone dar a conocer la existencia, características y ventajas del producto.” La difusión se relaciona con un proceso de divulgación de acciones, conocimientos costumbres de las localidades con la finalidad de mantenerlos vivos en la memoria de los pobladores y foráneos.

Esta se desarrolla por etapas, de acuerdo al avance en la ejecución del proyecto, sirve para apoyar en la consecución de los objetivos específicos del proyecto; explicar y promover de manera general la naturaleza, filosofía, estructura, procedimientos, mecanismos de operación, modalidades y alcances de los servicios prestados por el proyecto. Procura hacer llegar la información más amplia sobre los servicios ofrecidos, al inicio del proyecto contribuye a la puesta en marcha del trabajo con los grupos demandantes más organizados. Hace uso de medios masivos de comunicación social, de fácil acceso, alta audiencia y

cobertura en zonas rurales, en especial en las zonas más alejadas y con menor posibilidad de recibir información directa. Al ser masiva no debe perder de vista el abordar elementos específicos que interesan y orientan a los diferentes actores, en especial a los posibles usuarios con menos desarrollo organizativo (mujeres y jóvenes) y con limitaciones de acceso a información.

8.4.3.1 PRINCIPIOS CENTRALES DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Los principios centrales de la Promoción y Difusión son:

- **Descripción:** El proyecto cuenta con una estrategia de comunicación clara y conocida por todo el personal. Esta estrategia procurará el uso de las tecnologías y los medios disponibles para dar a conocer los conceptos y filosofía de trabajo del proyecto hacia los usuarios y otros actores.
- **Participativo:** Es importante que los usuarios del proyecto participen en las etapas de preparación, ejecución y seguimiento a los resultados de la promoción y difusión. Estos participantes deberán asumir un papel protagónico y activo, difundiendo y promoviendo el proyecto dentro de sus municipios, comunidades, grupos y organizaciones, siendo esto fundamental para las acciones de promoción. Es necesario tomar en cuenta a instituciones y otros actores que han mostrado disposición e interés en el proyecto para desarrollar acciones conjuntas de difusión y promoción en las diferentes comunidades.
- **Representatividad:** Debe ser considerada la representatividad geográfica, por etnia, edad y género de grupos y organizaciones de participantes y otros actores, en todos los eventos locales donde se realizaran las acciones, para asegurar una adecuada distribución de la información.
- **Metodología adecuada a participantes:** El proyecto está dirigida a dar respuestas a las demandas de un amplio grupo de usuarios con distintos tipos de intereses, con acceso a información diversa y niveles culturales y

educativos desiguales, por lo que la difusión y promoción deben ser desarrollados considerando cada tipo de público, usando herramientas y medios didácticos que aseguren que los participantes manejen en forma clara el contenido del proyecto. Es importante cuidar el lenguaje y contenidos utilizados en los eventos, mensajes, materiales didácticos y folletos.

- **Acceso constante a la información:** Deberá asegurarse un suministro permanente y actualizado de información y materiales del proyecto a todos los actores y usuarios.
- **Equidad de género:** Es necesario considerar la incorporación equitativa de hombres y mujeres en los diferentes momentos y acciones del proceso, promoviendo de manera eficiente la igualdad de oportunidades que presenta el proyecto en todas sus fases de ejecución. Deberán hacerse esfuerzos especiales en la realización de acciones particulares con mujeres partiendo de que históricamente ha sido el sector con menos espacios y oportunidades.
- **Transparencia:** Para garantizar la confianza de los usuarios y otros actores las reglas de funcionamiento del proyecto, la Unidad del Proyecto, debe estar dispuesta a suministrar la información contenida en la documentación básica

8.4.3.2 PLAN DE DIFUSIÓN

Se entiende como plan de difusión la forma como una institución, conjuntamente con diversas entidades públicas y/o privadas o en forma individual, logra a través de diversos medios, materiales y dinámicas, sus objetivos para influenciar en el comportamiento de su población objetivo y recibir el apoyo de la sociedad en su conjunto.

8.4.3.3 OBJETIVO DE LA DIFUSIÓN

El objetivo de la difusión es dar a conocer el estudio realizado, para que los usuarios (as) y actores, conozcan y se familiaricen con su contenido.

8.4.3.4 LOS PRINCIPALES RESULTADOS DE LA DIFUSIÓN SON:

- Los actores y en particular los pobladores (as) reciben información sobre el estudio, su contenido, objetivos, resultados esperados y financiamiento, en forma visual y escrita.
- Los actores y pobladores (as) se familiarizan con la investigación, los mecanismos para la ejecución.
- La comunicación directa y permanente del proyecto hacia los pobladores (as) y organizaciones oferentes al turismo.

8.4.3.5 ETAPAS DEL PROCESO DE DIFUSIÓN

| | |
|---------|---|
| Etapa 1 | Elaboración de estrategia y plan de difusión y promoción |
| Etapa 2 | Ejecución de la estrategia y plan de difusión y promoción |
| Etapa 3 | Seguimiento y evaluación del plan de difusión y promoción |

8.5 PATRIMONIO

El Patrimonio es la herencia que se recibe de los antepasados. Proviene del latín *patrimonium*; término utilizado por los antiguos romanos para los bienes que heredan los hijos de su padre y abuelos. (LIMA, Paúl, 2003); es decir, que si se descompone el término tenemos *Patri* (padre) y *onium* (recibido) que significa lo recibido por línea paterna o por el padre.

8.5.1 Patrimonio Cultural

Conjunto de bienes, muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, de propiedad de particulares, de instituciones y organismos públicos o semi públicos, de la Iglesia y de la Nación, que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte y de la ciencia, de la cultura en suma, y que por lo tanto sean dignos de ser conservados por las naciones y pueblos conocidos por la población, a través de las generaciones como rasgos permanentes de su identidad". (HARVEY, 1977)

8.6 DOCUMENTAL

Un documental es todo video o film basado en hechos reales que informa a los espectadores acerca de un tema de la vida real, de una persona, acontecimiento o problema. Algunos documentales nos proporcionan información educativa sobre cosas que no son muy conocidas. Otros nos dan historias detalladas acerca de gente o acontecimientos importantes y un tercer grupo trata de persuadir a la audiencia a que esté de acuerdo con un determinado punto de vista. Sin importar el tema que elijas, filmar un documental puede ser una empresa importante. Sigue este tutorial para obtener algunos consejos acerca de cómo crear un documental del que puedas estar orgulloso.

8.6.1 Desarrollo del documental

PARTE 1 escribir y desarrollar una idea

ELEGIR UN TEMA

De qué tratará el documental debe ser digno del tiempo del público (sin mencionar el suyo). Asegúrese de que su tema no sea algo común o aceptado universalmente. Por el contrario, trate de enfocarte en temas

polémicos o no tan conocidos, o incluso brinde una perspectiva distinta acerca de una persona, problema o acontecimiento del cual el público en su gran mayoría ya tenga una opinión al respecto. En términos simples, procure filmar cosas interesantes y evite las que sean aburridas u ordinarias. Esto no significa que su documental deba ser importante y ostentoso. Los documentales de menor escala y más íntimos también tienen las mismas posibilidades de resonar en el público si la historia que cuentan es cautivante.

Encuentra un tema en el que esté interesado y que también sea interesante e instructivo para su audiencia.

Pruebe sus ideas en forma verbal primero. Empiece a contar las ideas de su documental en forma de historia a sus familiares y amigos. Basado en sus reacciones, puede hacer dos cosas: desechar la idea por completo o revisarla y continuar.

Si bien los documentales son educativos, aún deben mantener la atención del público. En este punto, un buen tema puede hacer maravillas. Muchos tratan asuntos sociales polémicos y otros tratan de acontecimientos pasados que suscitan emociones fuertes. Algunos desafían las cosas que la sociedad ve como normales. Algunos cuentan la historia de gente o acontecimientos individuales para hacer conclusiones acerca de tendencias o asuntos de mayor envergadura. Ya sea que elijas uno de estos enfoques o no, asegúrate de elegir un tema con el potencial suficiente para mantener la atención del público.

Por ejemplo, sería una mala idea realizar un documental acerca de la vida cotidiana de una pequeña ciudad al azar a menos que *en verdad* estés seguro de que puedes hacer que la vida de gente común sea interesante y significativa de algún modo. Una mejor idea sería filmar la vida cotidiana

de esta pequeña ciudad en comparación con la historia de un espeluznante asesinato llevado a cabo en ese lugar, mostrando la manera en que los habitantes se vieron afectados por el crimen

Dale un propósito a tu película

Los buenos documentales casi siempre tienen un objetivo. Un buen documental puede cuestionar la manera en la que nuestra sociedad funciona, intentar probar o refutar la validez de un determinado punto de vista o ilustrar un acontecimiento o fenómeno desconocido por el público en general con la esperanza de incentivar una acción. Incluso los documentales acerca de acontecimientos sucedidos en el pasado pueden establecer conexiones con el mundo actual. A pesar de su nombre, el propósito de un documental no es simplemente documentar algo que ocurrió. Su objetivo no debe ser simplemente demostrar que algo interesante sucedió; un buen documental debe persuadir, sorprender, cuestionar, o desafiar. Trata de demostrar la razón por la que el público debe sentirse de una determinada manera acerca de la gente y cosas que filmas.

El aclamado director Col Spector dice que, además de no elegir un tema que valga la pena, el no realizar preguntas serias ni elegir un tema interesante son dos de los errores más grandes que un documentalista puede cometer. Spector dice: “Antes de filmar, pregúntate ¿qué pregunta haré y de qué manera este film expresa mi visión del mundo?”

Investigar el tema

Incluso si estás familiarizado con el tema, sigue siendo una buena idea realizar una investigación exhaustiva antes de comenzar a filmar. Infórmate lo más que puedas, mira las películas ya existentes concernientes a tu tema, utiliza Internet y

cualquier biblioteca a la que tengas acceso para encontrar información. Y lo más importante, habla con gente que tenga conocimiento o esté interesada en el tema de tu proyecto, ya que sus historias y detalles te servirán para planificar tu película.

Cuando te hayas decidido por un tema general de tu interés, utiliza tu investigación para ayudarte a limitar su alcance. Si te interesan los autos, identifica a las personas, acontecimientos, procesos y hechos relacionados a los autos con los que te hayas topado durante tu investigación y que sean particularmente interesantes para ti. Por ejemplo, podrías hacer un documental sobre autos limitándolo a un determinado grupo de personas que trabajan en autos clásicos y reunirlos para que exhiban sus vehículos y hablen de ellos. Por lo general, los documentales centrados en un determinado enfoque son más fáciles de filmar y a veces son más convincentes para el público.

Aprende tanto como puedas sobre el tema y explora el panorama para ver si ya hay documentales o proyectos de los medios de comunicación. Siempre que sea posible, tu documental y el enfoque al tema debe ser diferente a cualquier otro que ya exista.

Haz algunas entrevistas previas basadas en tu investigación. Esto te da la oportunidad de empezar a desarrollar una idea de la historia con las principales perspectivas temáticas.

Hacer un esquema

Esto es muy útil para la dirección del proyecto y los posibles financiadores. El esquema también te da una idea de la historia, ya que tu proyecto debe tener todos los elementos de una buena historia. En el proceso del esquema, también debes explorar el conflicto y el drama que se necesita para mantener viva la historia a medida que se desarrolla.

PARTE 2 PERSONAL, TÉCNICAS Y PROGRAMACIÓN

Reúne a un equipo si es necesario.

Una sola persona es completamente capaz de investigar, planear, filmar y editar un documental por cuenta propia, especialmente si el alcance de este es relativamente pequeño o íntimo. Sin embargo, para muchos este método puede parecer sumamente difícil o resultar en un metraje poco profesional y burdo. Considera la posibilidad de contratar o solicitar ayuda de un experto para tu documental, especialmente si abordarás un tema ambicioso o si quieres que sea un proyecto de alta calidad y profesional.

Para conseguir ayuda, puedes tratar de reclutar a amigos y conocidos calificados, anunciar tu proyecto mediante folletos o publicaciones en Internet, o contactar a una agencia de talentos. Aquí te mostramos algunos tipos de profesionales que podrías contratar:

Camarógrafos

Técnicos de luces

Escritores

Investigadores

Editores

Actores (para secuencias o recreaciones con diálogos)

Editores o grabadores de audio

Asesores técnicos

Cuando contrates o reclutes a miembros para tu equipo, busca a personas que compartan valores similares en cuanto al tema del documental.

Asimismo, considera contratar un equipo joven que esté inspirado y en contacto con los mercados y el público que posiblemente hayas pasado por alto.

Siempre consulta con el operador de la cámara y otras personas creativas que participen en el documental. Esto ayuda a que tus documentales sean un esfuerzo colaborativo con una visión compartida. Trabajar en un entorno colaborativo significa que a menudo encontrarás a tu equipo viendo algo y contribuyendo al proyecto de maneras que posiblemente hayas pasado por alto.

Aprende las técnicas básicas de filmación

Los documentalistas serios deben, por lo menos, tener conocimiento de la manera en que las películas se producen, se montan, se filman y se editan, incluso si no pueden hacer todas esas cosas por cuenta propia. Si desconoces el proceso técnico detrás de la realización de una película, valdría la pena llevar un curso de producción audiovisual antes de comenzar a filmar tu documental. Muchas universidades ofrecen este tipo de cursos, pero también puedes obtener experiencia práctica al trabajar en sets de filmación ya sea frente o detrás de cámaras.

Si bien muchos directores han estudiado en escuelas de cine, el conocimiento práctico puede superar a este tipo de educación. Por ejemplo, el comediante Louis C.K., quien ha trabajado como director en cine y televisión, obtuvo su experiencia en la realización de películas al trabajar en estaciones televisivas de acceso público.

Consigue equipo.

Trata de usar la mejor calidad en los medios disponibles (cámaras de gama alta,

etc.). Pide prestado el equipo si no puedes costearlo y usa tus contactos para tener acceso a ellos.

Organiza, describe y programa tu filmación.

No necesitas saber *con* exactitud cómo vas a llevar a cabo tu documental antes de comenzar a filmarlo, ya que podrías descubrir cosas nuevas durante el proceso de filmación que cambien tus planes o te ofrezcan nuevas vías de investigación. Sin embargo, definitivamente debes tener un plan antes de comenzar a rodar, incluyendo una descripción de las escenas específicas que quieres grabar. Diseñar un plan con anticipación te dará tiempo adicional para programar las entrevistas, evitar los problemas con los horarios, etc. Tu plan para llevar esto a cabo debe incluir:

Personas específicas a las que quieras entrevistar. Contáctate con ellas lo más pronto posible para programar las entrevistas. Eventos específicos que quieras grabar conforme ocurran. Organiza viajes a dichos eventos, compra boletos si es necesario y consigue el permiso de los organizadores para poder filmar en el lugar.

Escritos, fotografías, dibujos, música u otros documentos específicos que quieras utilizar. Consigue el permiso de sus autores para usarlos e incluirlos en tu documental.

Cualquier recreación dramática que quieras filmar. Busca con anticipación actores, utilería y locaciones de filmación.

Parte 3 filma del documental

Entrevista gente relevante.

Muchos documentales dedican gran parte de su tiempo de filmación a las entrevistas individuales con gente que tiene conocimiento del tema tratado.

Escoge una selección de personas relevante a las que puedas entrevistar y recolecta la mayor cantidad de material posible de ellas. Podrás empalmar estas imágenes a lo largo de tu documental para demostrar tu punto o transmitir tu mensaje. Las entrevistas pueden ser “al estilo de los noticieros”, es decir, puedes colocar un micrófono en el rostro de los entrevistados, pero probablemente querrás optar por las entrevistas individuales en un lugar para sentarse, ya que de esta manera puedes controlar la iluminación, la puesta en escena y la calidad de sonido de tus imágenes y además le permites al entrevistado relajarse, tomarse su tiempo, contar algunas historias, etc.

Estas personas podrían ser famosas o importantes, autores reconocidos cuyas obras se relacionen con tu tema, como por ejemplo, maestros que lo hayan estudiado exhaustivamente. Por otro lado, muchas de ellas podrían no ser tan conocidas o importantes. Podrían ser gente común cuyo trabajo les haya permitido familiarizarse con tu tema o que simplemente hayan sido testigos de primera mano de un acontecimiento importante. En algunas situaciones, pueden ignorar completamente tu tema; sin embargo, puede ser muy enriquecedor (y divertido) para el público escuchar la diferencia entre la opinión de un experto y la de una persona ignorante.

Si no tienes idea de las preguntas que debes hacer, piensa en algunas basadas en las interrogantes básicas: “¿Quién? ¿Qué? ¿Por qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? y ¿Cómo?”. A menudo, hacerle a alguien estas preguntas básicas acerca de tu tema será suficiente para que te cuente una interesante historia o algunos detalles importantes.

Recuerda, una buena entrevista debe ser más como una conversación. Como el entrevistador, debes estar preparado (esto implica hacer tu investigación e informarte) para obtener la mayor información posible sobre el tema de la entrevista.

Graba material inédito siempre que sea posible. Obtén fotografías de tu entrevista después de la entrevista formal. Esto te permite seleccionar las mejores imágenes para tu documental.

Obtén imágenes en directo de eventos relevantes.

Una de las principales ventajas de los documentales (a diferencia de las películas dramáticas) es que le permiten al director mostrarle al público imágenes auténticas de eventos que ocurren en la vida real. Siempre y cuando no rompas ninguna ley de privacidad, consigue la mayor cantidad posible de imágenes del mundo real. Filma eventos que apoyen el punto de vista de tu documental o, si se basa en acontecimientos pasados, contacta con agencias o personas que dispongan de material histórico y consigue el permiso para usarlo. Por ejemplo, si haces un documental acerca de la brutalidad policial durante una protesta, podrías conversar con la gente que haya participado en dicho evento y recolectar las imágenes que tengan

Filma planos generales.

Si has visto un documental antes, de seguro has notado que la película entera no se trata únicamente de imágenes de entrevistas y de eventos en vivo sin nada más en medio. Por ejemplo, a menudo hay tomas usadas para dar lugar a las entrevistas que crean el ambiente o muestran el lugar en el que se llevará a cabo; en estas imágenes se muestra el exterior del establecimiento, el panorama urbano, etc. Se les conoce como “planos generales” y son una parte pequeña pero importante de tu documental.

Filma recreaciones dramáticas.

Si no existen imágenes reales del acontecimiento del que trata tu documental, puedes utilizar actores para recrear el evento para la cámara, siempre y cuando se base en los hechos reales y esté perfectamente claro para la audiencia que se trata de una recreación. Sé *razonable* con lo que filmes como recreación dramática y asegúrate de que todo lo que hagas se base en la realidad.

A veces las recreaciones dramáticas oscurecerán los rostros de los actores. Esto se debe a que puede ser perturbador para el público ver a un actor representando a una persona real en una película que también contiene imágenes reales tuyas.

Quizás quieras filmar o editar estas imágenes dándoles un estilo visual distinto del resto de tu película (por ejemplo, filmarlas en blanco y negro). De esta manera, será fácil para tu público identificar qué escena es “real” y cuál es una recreación.

Mantén un diario.

A medida que filmas tu documental, mantén un diario en el que relates cada día de filmación. Incluye todos los errores que cometiste al igual que cualquier sorpresa inesperada con la que te hayas topado. Asimismo, considera escribir una breve descripción del día siguiente de rodaje. Si un entrevistado dice algo que te hace querer cambiar de perspectiva para tu película, anótalo. Al mantener un registro de los eventos diarios, tienes una mejor oportunidad de seguir por el buen camino y dentro del cronograma previsto.

Una vez terminado, haz un documento de edición de metraje y toma nota de las tomas con las cuales te vas a quedar y la que vas a descartar.

PARTE 4 Ensambla y comparte tu documental

Realiza un esquema para tu película terminada.

Ahora que has reunido todo el material para tu documental, necesitas organizarlo en un orden que sea interesante, coherente y que captará la atención de los espectadores. Haz un esquema detallado de cada toma para guiar el proceso de edición. Proporciona una narrativa coherente que le demuestre tu punto de vista al público. Determina las escenas que irán al principio, a la mitad y al final de la película, además de cuáles no estarán dentro de la misma. Presenta las imágenes más interesantes y elimina todo lo que parezca inconexo, aburrido o inútil.

El final de tu documental debe ser algo que enlace la información de la película de una manera interesante y refuerce tu tema principal. Esto puede ser una imagen final llamativa o un comentario memorable de un entrevistado.

Graba una narración.

Muchos documentales emplean narraciones sonoras como hilo conductor a lo largo de un film, vinculando la entrevista con las imágenes reales en una narrativa coherente. Puedes grabar una narración tú mismo, pedirle ayuda a un amigo o incluso contratar a un actor de voz profesional. Asegúrate de que tu narración sea clara, concisa y comprensible.

Generalmente, una narración debe colocarse en una escena en la que el audio no es importante; no querrás que el público se pierda de algo. Colócala en los planos generales, en las secuencias adicionales o en las imágenes reales en las que el audio no sea necesario para entender la importancia de lo que ocurre.

Inserta gráficos o animaciones.

Algunos documentales utilizan gráficos estáticos o animados para expresar hechos, cifras y estadísticas directamente al espectador en forma de texto. Si tu documental trata de demostrar un determinado argumento, podrías hacer uso de estos elementos para transmitir hechos que comprueben dicho argumento.

Utilízalo con moderación, no bombardees constantemente al público con textos y cifras. El público puede llegar a agotarse de tener que leer cantidades enormes de texto, así que emplea este método sólo para expresar la información más importante. Una buena regla general señala que, siempre que puedas, debes "mostrar, no contar".

Piensa en música (original) a medida que produzcas tu documental.

Trata de emplear músicos locales y talentos musicales en tus proyectos. Evita la música con derechos de autor al crear la tuya. Como alternativa, puedes encontrar música en un sitio de dominio público o de un músico dispuesto a compartir su talento.

Edita tu película.

Ya tienes todos los elementos, ¡es hora de unirlos todos! Utiliza un programa de edición comercial para ensamblar tus imágenes en una película coherente en tu computadora. Elimina todo lo que no concuerde de forma lógica con el tema de tu

documental; por ejemplo, podrías eliminar las partes de las entrevistas en las que no se trata directamente el tema de tu documental. Tómate tu tiempo para realizar la edición, debes dedicarle el tiempo necesario para hacerlo bien. Cuando creas haberlo terminado, medita un poco, luego mira nuevamente la película completa y realiza cualquier modificación que creas conveniente.

PARTE 5 Prueba, promociona y proyecta

Realiza una proyección.

Al finalizar la edición de tu película, probablemente querrás compartirla. ¡Después de todo, las películas se hicieron para que las vean! Muéstrasela a un conocido, ya sea un familiar, un amigo o a alguien en cuya opinión confíes. Luego, promociona tu proyecto lo más que puedas. Alquila un equipo de proyección y pide prestado un lugar para permitir que el público disfrute de tu trabajo.

- Haz que se involucren tantas personas como sea posible. Por cada persona que participe en el proyecto, tendrás dos personas en la audiencia y que posiblemente compren tu documental
- Envía tu documental a los festivales, pero elige con cuidado. Elige los que revisen proyectos similares al tuyo.
- Prepárate para recibir críticas honestas. Pídele a tus espectadores que critiquen tu película. Pídeles que no suavicen sus comentarios, ya que quieres saber con exactitud lo que les gustó y lo que no. De acuerdo a lo que te digan, podrías optar por editarla nuevamente y arreglar lo necesario. Esto puede significar potencialmente (aunque no necesariamente) que debas volver a filmar o añadir nuevas escenas.
- Acostúmbrate al rechazo y tómallo de buena manera. Después de invertir horas incontables en tu documental, esperas que la audiencia reaccione y responda, ¿verdad? No te desanimes si no están "en la luna" con tu proyecto. Tendemos a vivir en un mundo consumista de los medios de comunicación y por lo general el público tiene altas expectativas y poca tolerancia

Publique su documental.

Si cree que tiene un documental de la mejor calidad, entonces debe tratar de estrenarlo en las salas de cines. A menudo el primer lugar en el que puedes proyectar una película independiente es en los festivales de cine, así que busca uno cerca del lugar donde vives. Normalmente, se llevan a cabo en las grandes ciudades, pero algunos se realizan ocasionalmente en las más pequeñas. Ingresa tu película en un festival para que tengas una oportunidad de exhibirla. Por lo general, tendrás que proporcionar una copia y pagar una pequeña cuota. Si es seleccionada de entre la multitud de candidatas, será proyectada en el festival. ¡Los filmes que tienen buena acogida en los festivales de renombre, a menudo son comprados por alguna empresa de distribución cinematográfica para un lanzamiento mayor!

Los festivales de cine también te brindan una oportunidad para ganar visibilidad como director. En ellos, generalmente se les pide a los directores que hablen acerca de sí mismos y de sus películas en mesas redondas y en sesiones de preguntas y respuestas.

8.7 SOUVENIR

Se trata de aquello que se adquiere en un sitio de recuerdo, como un testimonio de que dicho lugar fue visitado.

8.8 DISEÑO DE LA PROPUESTA

Mediante la propuesta del plan de difusión para la valorización turística del personaje tradicional *sacha runa* como patrimonio intangible de la ciudad de Riobamba, se pretende dar a conocer sobre este personaje único y valioso mediante una herramienta de difusión que es un documental el cual contara con la investigación realizada, con un souvenir representativo de la manifestación cultural.

El documental está planeado para prevalecer, valorar y difundir a unos de los personajes míticos más sobresaliente dentro de la manifestación cultural más importante del cantón Riobamba, al tener una historia de gran importancia y de interés de la población.

8.8.1 Estudio de mercado

8.8.1.1 Generalidades.

“El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes (personas individuales, instituciones), que comparten una necesidad o deseo específico y podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo”. Para orientar un negocio al mercado, se deben dar dos requisitos básicos: - Que satisfaga los deseos de los consumidores. - Que se obtenga utilidades en la empresa. (García,2011).

Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o un deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlos a través del intercambio de otros elementos de valor”. Así que, el tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando intercambiar estos recursos por los que ellos desean. Originalmente el término mercado se utilizó para designar el lugar donde los compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes, tales como la plaza de las ciudades; los economistas usaron este término en

relación con los compradores y vendedores que intercambian un determinado producto o clase de producto. (Pujol, 2010).

8.8.2 La investigación de mercados

La investigación de mercados puede definirse como la recopilación científica de información afín al área de marketing con el objetivo de facilitar la toma de decisiones de dirección. Como tal, puede ser utilizada tanto por empresas privadas como por organizaciones sin ánimo de lucro. La naturaleza científica de la investigación de mercados la separa de otras bases para la toma de decisiones. En contraste con la intuición, la toma de decisiones científicas puede enseñarse a otras personas. Resulta más económica que la toma de decisiones por tanteo, ya que limita el margen de error. La toma de decisiones, a diferencia del método consiste en copiar los esfuerzos de otra organización, puede ayudar a mostrar que similitudes en los esfuerzos es probable que resulten beneficiosas y cuales resulten perjudiciales. (García, 2011).

8.8.3 Identificación del segmento de mercado

El público clave al que apunta el Plan de Difusión está identificado de la siguiente manera:

Público interno

Población del cantón Riobamba

Público intermedio:

Autoridades del cantón Riobamba

Autoridades de turismo y patrimonio

Autoridades nacionales de instituciones de educación superior. UNACH

Público final:

8.9 PLAN DE DIFUSIÓN

Se ha desarrollado este plan de difusión el cual abarcara a todos los personajes tradicionales del pase del niño ya que es muy importante tomar en cuenta que existen más personajes en esta manifestación cultural es por eso que con esta investigación se promoverá a que se interesen por rescatar y difundir a estos iconos del folklor de la ciudad de Riobamba ya que cada uno de ellos cuenta con una historia y tradición como son:

❖ EL DIABLITO:

Lo describen como un indio disfrazado de diablo, encabezando el cortejo al lado de los sacha runas y con un sonajero en su mano. El diablito actúa en grupos de diablitos. Otros antropólogos lo han dibujado con sus cuernos y también con su látigo, se los observa también bailar en las procesiones del Corpus, atrás de los danzantes. Dichos diablillos llevaban en la mano rebenque.



Gráfico N° 6 Diablito de Riobamba

Fuente: <http://www.flickr.com/photos/juanzurita/4429670451/in/photostream/lightbox/>

❖ PAYASOS:

El payaso es un personaje jocosos que mezclándose entre los asistentes pega con un “chorizo” y dice lecciones. Va cubierto con el conocido vestido de payaso, hecho de una sola pieza de colores fuertes, a veces combinado de telas diferentes. Las mangas y los pantalones son bombachos, fruncidos en las muñecas y en los tobillos. El cuello es grande y engolado. Lleva una careta de cartón forrada de

papel y pintada. Es casi siempre en fondo blanco, pintada figuras geométricas y una boca grande en colores vistosos. En la cabeza llevan un bonete que es un sombrero cónico muy largo, hecho de cartón y forrado de papel de colores brillantes. En la mano llevan un chorizo hecho de tela y relleno de trapos o de aserrín, con el que pegan a la gente. El disfraz lo alquilan. El payaso recita “lecciones”, las mismas que las dice con una voz desfigurada, en tono de falsete.



Grafico n°7 El Payaso

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

❖ MONOS:

En 1808, durante una corrida de toros, en cierto pueblo algunos antropólogos distinguieron, entre los enmascarados, a los monos, "con sus largas colas", dispuestos a azotar a quienes intentaran descubrir a la fuerza a los disfrazados. En 1865, uno de los participantes del baile de los Sanjuaneros, en Cayambe, aparecía disfrazado también de mono, con larga cola y haciendo jugarretas completamente independientes del resto del espectáculo. El mono de las fiestas de San Juan en Otavalo aparece con un vestido amplio y de una sola pieza desde la cabeza hasta los pies, con agujeros para los ojos y la boca y con un rabo cosido a la parte posterior.

En los autos guayaquileños de la navidad, hace pocos años, también intervenían los monos, llevando un mameluco ceñido al cuerpo muy parecido al de los diablos pero de color gris o negro y sin cuernos.



Gráfico n°8 Los Monos

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

❖ PERROS:

Aparecen en las provincias centrales, luchando al lado de buitres, curiangues, osos y pumas contra los sacha runas, durante el solsticio vernal. Según algunos antropólogos es el personaje de un juego típico del velorio de adultos en Punyaro, en el cual también representan con el curiangué, pero combatiéndolo. Se ven Perros las vísperas de San Pedro en Licán, y también diablos, huamingas, ingapallas, monos, payasos y sachas. De acuerdo con investigaciones, sigue siendo una figura de enmascarado de la fiesta de la Virgen de las Mercedes en Latacunga y de la de Corpus Cristi en Riobamba.



Gráfico n°9 Los Perros

Fuente: Galo Vallejo – Estudiante de Diseño Gráfico

❖ CURIQUINGUE:

Personaje mítico, existen varias creencias sobre esta ave, común al campesino ecuatoriano. Una de ellas está muy arraigada a lo largo del callejón interandino, incluyendo la provincia de El Oro, y es que cruzando Phalcoboenuscarunculatus con gallinas criollas (*Gallus domesticus*, Familia Phasianidae) se tiene crías cuyos machos más tarde se convierten en famosos gallos de pelea.

El curiingue es un ave sagrada en la mitología de los Cañaris, de la cual decían procede su raza; en consecuencia, es bien posible que la danza sea, en el fondo, un acto de culto a la deidad progenitora del linaje de los Cañaris, durante el equinoccio (sic= solsticio) de primavera.



Gráfico n°10 El Curiquingue

Fuente: <http://www.shvrixii.edu.ec/imgs/carnaval4.jpg>

8.10 PROYECTOS Y PROGRAMAS DEL PLAN DE DIFUSIÓN

Tabla N° 18
Proyectos y programas

| PROGRAMAS | PROYECTOS |
|--------------------------|--------------------------------------|
| 1. COMUNICACIÓN | 1.1 WEB Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN |
| | 1.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN |
| | 1.3 MATERIAL DE PUBLICIDAD |
| 2. DINAMIZACIÓN CULTURAL | 2.1 ACTOS Y EVENTOS |
| | 2.2 PUESTAS EN ESCENA |
| | 2.3 DESARROLLO DE ARTESANÍAS |

Realizado por: María José Luna

La metodología histórica fue fundamental en el desarrollo de los programas y proyectos que conforman el Plan de Difusión; los mismos datos que permitieron establecer herramientas creativas que contengan una descripción de los elementos que se usarán en ella detallados a continuación:

1.1 Programa: COMUNICACIÓN

a. Breve descripción.

WEB Y TECNOLOGIAS DE INFORMACION

Medios en línea y sociales: blogs de personas influyentes (periodistas, investigadores, estudiantes, etc.),

- El proyecto debe encargarse de la apertura de cuentas oficiales en los principales servicios Web para redes sociales, los mas recomendados los de Facebook, Twitter, Instagram.
- Páginas web del ministerio de turismo de la ciudad de Riobamba (www.turismo.gob.ec/tag/riobamba),o la creación de una nueva pagina

b. Objetivos

1. Socializar con los actores involucrados en el sector turístico.
2. Crear un despliegue informativo.
3. Captar nuevas generaciones que se interesen por sus raíces y tradiciones.

c. Metas

Realizar una página web donde se encuentre la información del personaje mitológico sacharuna

1.2 Programa: COMUNICACIÓN

a. Breve descripción.

MEDIOS DE COMUNICACION

Medios de prensa escrita

Se puede realizar notas de prensa, publicación de artículos, entrevistas entre otros en los siguientes medios:

- Diarios: En Riobamba circulan dos periódicos locales que son la Prensa y Diario Regional los Andes. Circulan también diarios nacionales como el Comercio, El Universo, Hoy, Extra, Expreso, Ultimas Noticias, Líderes del mundo y el Telégrafo.
- Revistas: en la ciudad vida a colores, leyendas y tradiciones Riobamba

Medios televisivos

De acuerdo al estudio realizado con la ciudadanía indican que el 19,35% sugiere que el estudio se difunda por radio y televisión como medio de comunicación es así que se entregara a:

La Televisión.- La tendencia principal es la difusión de programas de entretenimiento e información a la ciudadanía, musical, educativa, religiosos y de orientación a la ciudadanía.

Existen dos estaciones televisivas TV Sultana canal 13 y Ecuavisión canal 29.

Medio de prensa radial

La Radio.- la radiodifusión en el cantón Riobamba está orientada con preferencia al entretenimiento y programas informativos, las radios que tienen mayor acogida en la ciudad y que han brindado apertura en la promoción de eventos culturales en anteriores ocasiones son: Radio Bonita, ERPE, La Mega-

Stereo Mundo, Fantástica, Radio Rio, Radio Católica y Radio Tricolor, se propone divulgar información mediante entrevistas y cuñas radiales.

b. Objetivos

1. Identificar los diferentes tipos de medios, visuales, gráficos y audiovisuales.
2. Informar sobre el estudio realizado

c. Metas

Que la ciudadanía Riobambeña conozca y aprenda de nuestras culturas y tradiciones a través de los medio de comunicación.

1.3 Programa: COMUNICACIÓN

a. Breve descripción.

MATERIAL DE PUBLICIDAD

El Material de publicidad se compone de un documental y una artesanía con una información detallada para la difusión. En cuanto a la información, se trata de relatar el origen, la historia, características del sachá runa, su vestimenta con el significado de cada una de las prendas utilizadas y todo lo que realiza este personaje durante su actuación en la manifestación cultural, para la presentación a los pobladores de la ciudad de Riobamba. En el documental se plasmara todo acerca de este personaje. Su realización será coordinada por la autora de la investigación y su tutora. Concretamente está previsto realizar 1 material, también será el souvenir que es una imagen pequeña de la representación del sachá runa, utilizando los mismos materiales de la vestimenta propia del sachá runa.

b. Objetivos

1. Promover y divulgar el estudio realizado del sachá runa
2. Rescatar las tradiciones de nuestro pueblo

c. Metas

Difundir a través del documental al personaje mitológico sachá runa

1.4 Programa: DINAMIZACIÓN CULTURAL

a. Breve descripción.

ACTOS Y EVENTOS

Exposiciones, Charlas: al público en general con el afán de conocer e informarse de su historia y tradición. Dentro de la ciudad hay varios eventos realizados por el departamento de turismo con ayuda de la municipalidad del cantón Riobamba, entonces es aquí donde se encargan de difundir y a dar a conocer a este importante patrimonio inmaterial.

b. Objetivos

1. Proporcionar el material realizado a la ciudadanía
2. Divulgar y promocionar el patrimonio intangible

c. Metas

Atraer a los Riobambeños para preservar nuestro patrimonio

1.5 Programa: DINAMIZACIÓN CULTURAL

a. Breve descripción.

PUESTAS EN ESCENA

Es necesario que el cantón Riobamba conozca de una de las manifestaciones más importantes como es el pase del niño rey de reyes y dentro de esto los personajes que participan en esta fiesta, ya que en la puesta en escenase coloca cada elemento y cada intérprete, la puesta en escena hace referencia a la conjunción de esos elementos que conforman la imagen, a saber:

- Escenografía.
- Vestuarios y caracterización.
- Interpretación.
- Sonido.

Estos elementos se usan para ayudar a crear una ilusión de lugares, tiempos, personajes diferentes, o para enfatizar una cualidad especial de la representación y diferenciarla de la experiencia cotidiana.

b. Objetivos

3. Dinamizar y enriquecer nuestras tradiciones

c. Metas

Atraer a los Riobambeños para preservar nuestro patrimonio

1.6 Programa: DINAMIZACIÓN CULTURAL

a. Breve descripción.

Desarrollo de artesanías

La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar.

b. Objetivos

1. expresar elementos de una cultura
2. mantener viva la tradición de una cultura de un pueblo

c. Metas

Exhibición de la artesanía de los personajes

8.11 HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN

La gran ventaja de las herramientas tecnológicas es que abren un campo de conocimiento ilimitado y son aplicables a todas las actividades humanas y, entre ellas, al campo de la ciencia y la cultura.

El mundo del Patrimonio Cultural es uno de los grandes beneficiados. Las avanzadas técnicas hoy existentes, aplicables a la difusión, puesta en valor y a la conservación de los elementos que lo integran, no sólo permiten una forma completamente distinta de abordar los problemas, sino que han llevado a una implantación social del Patrimonio, antes reservado a los eruditos y escasos interesados en el tema.

Para la difusión y promoción del personaje tradicional sachá runa se ha optado por dos herramientas, es un documental basado en hechos reales que informara y dará a conocer a los espectadores acerca de este personaje mitológico conjuntamente con un prototipo de souvenir, elaborado con los elementos propios del sachá runa.

8.11.1 DESARROLLO DEL MATERIAL DE DIFUSIÓN

Se han diseñado los materiales a difundirse con base en una serie de encuestas y observaciones hechas, lo cual le ha dado confiabilidad a los contenidos. A continuación se enlistan los materiales realizados con sus características. Durante el proceso, intervinieron diseñadores gráficos¹ que asesoraron el diseño y formaron el material. Usaron la paquetería de diseño profesional para la mejor elaboración de los materiales.

8.11.1.1 DISEÑO DE LA PORTADA

Tiene como objetivo la emisión de la investigación del personaje sacha runa, puesto que conlleva información específica, y está diseñado para el público en general.

Título de la portada: Patrimonio Cultural Inmaterial de Riobamba “SOLO CONOCIENDO TUS RAÍCES Y TRADICIONES SABRÁS QUIEN ERES Y A DÓNDE VAS”



❖ PRIMERA CARA

Se relata el origen y la historia del sacha runa

Origen del Sacha Runa

Es ahí que nace varias leyendas, la del sacha runa. Personaje que se origino en la selva ecuatoriana que ha trascendido en las tradiciones y folclor de la serranía cada vez que se celebra manifestaciones culturales como en los pases del niño, especialmente en la provincia de Chimborazo.

HISTORIA

En la boca del Tiputini vivía un indígena de apellido Tapuy. Casi nadie recordaba su nombre. Todos lo conocían como Sacha runa. Era de mirada perdida, lento al andar, silencioso, como si algún acontecimiento sobrenatural le hubiera alterado las facultades mentales. Pero él no nació así. Fue un niño alegre y vivaracho que compartía juegos y travesuras con sus hermanos, primos y parientes que vivían en un gran tambo que servía de hogar común. Sus padres salían temprano a la montaña para recoger lecheguayo, una substancia parecida al caucho. Un día se acercó al muchacho un hombre parecido a su padre y se lo llevó a la selva. Sus familiares cansados de buscarlo acudieron donde el brujo, quien les explicó que el niño había sido raptado por el sacha runa o espíritu del monte. Les pidió que fueran al monte a cortar bejucos para colocarlos enrollados en los chaquiñanes a fin de que se enrede el sacha runa y no pueda ir demasiado lejos.

Mientras los familiares cumplían este pedido el brujo tomó mucho jugo de ayahuasca y guanto. Cuando se reunieron nuevamente el brujo les indicó que el muchacho se encontraba a orillas del río Tiputini, sobre unos árboles de guabilla, en forma de mono. Les explicó claramente la forma de atraparlo. En el lugar indicado estaba un mono chillando y dando brincos. Cuando lo cogieron trató de morderlos. El padre se golpeó la nariz hasta sangrar y esa sangre le hizo lamer al mono que recuperó la forma humana, pero no todas las facultades mentales.



❖ SEGUNDA CARA

El significado del personaje sacharuna

SACHA RUNA

El Sacha Runa es un ser entre espectral y animal propio del centro-norte de la sierra del Ecuador. Unas veces es descrito como un aparecido y otras veces como si se tratase de un hombre real con hábitos animalescos o un ser mixto, mitad hombre y mitad árbol, puesto que se lo describe como un hombre alto que lleva su cuerpo cubierto de pelos, hojas, musgo e incluso flores. Para los Indígena, el Sacha Runa es el protector del páramo y los animales, y su

espíritu es sagrado. El personaje nació en los pases del Niño, una costumbre católica, como representación de esa creencia. Aparece cuando los animales están el peligro o hay un conflicto. El escoge a los toros más bravos y robustos para llevarlos a otros cerros seguros”.

El Sacha Runa no habla, pero hace sonidos graciosos y en los pases del Niño se dedica a bromear con la gente que mira las comparsas en la calle.



X: 208,29 mm
Y: 52,62 mm



SIGNIFICADO DEL PERSONAJE

El Sacha Runa, es una palabra quichua que en español significa “Hombre Musgo” u “Hombre Selva”
Vestimenta

❖ TERCERA CARA

Describe cada una de las prendas de vestir del sacharuna

ENTERIZO DE MUSGO

El traje original está confeccionado de musgo, hojas, pelos e incluso flores, pero hoy en día han buscado con que confeccionar y utilizan fibras de cabuya, guaipe y trajes militares desgarrados.



BAILE Y PASO

El Sacharuna baila al ritmo de la expresión india "achachay" y personifica a los pueblos chiris, realizar una carrera o un pequeño trote y salto, asiendo asustar a las personas, hace un sonido peculiar.



CARETA



Está confeccionada de cartón lo hacen a mano y utilizan diferentes pinturas y le adhieren a la careta fibras de cabuya como una cabellera muy larga su cara representa la ira ya que espanta a los malos espíritus y

cuida.



ESPEJO

Lo utiliza para burlarse de los espectadores.

CEPILLO

Se acerca a los espectadores para limpiar sus zapatos y bromear



FOETE

En su mano lleva un FOETE está hecho de cuero de vaca y se lo denomina cabresto, lo utiliza para ahuyentar a la gente y lo golpea en el piso para asustar



ZAPATOS



La mayoría de sacharunas utilizan botas de caucho por el lodo, pero también utilizan botas militares, botas y zapatos de cuero.

GUANTES

Antiguamente se cubrían las manos con el mismo musgo, ramas o flores, hoy en día utilizan de cuero, de algodón para no lastimarse las manos con el foete.



1.1.1.1 CUARTA Y QUINTA CARA

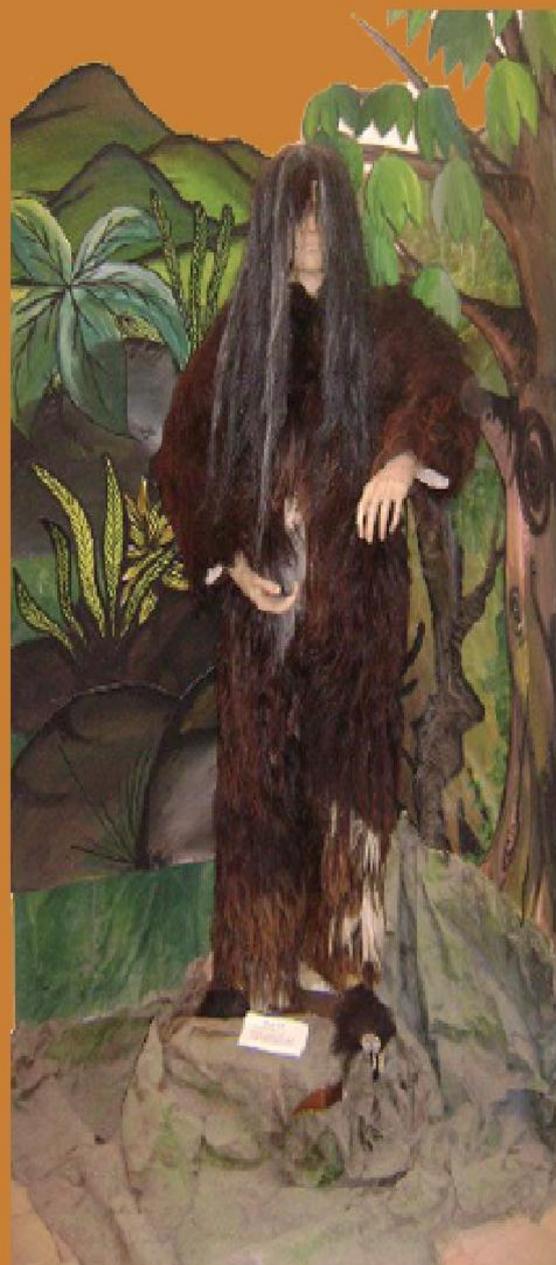
Se cuenta la leyenda del sacha runa

LEYENDA

En una mañana espléndida de verano, Sebas, viajaba muy contento e ilusionado de vacaciones de final de año con rumbo a la Amazonia ecuatoriana en compañía de sus padres. Iban admirando el paisaje andino, sus nevados que despejados permitían ver hacia el infinito del horizonte. Disfrutaban del silbido del viento que se perdía entre el pajonal y de su movimiento que daba la impresión de ser unos verdaderos rebaños al mover con cadencia a la paja del páramo. Por ventura tuvieron la oportunidad de mirar el vuelo majestuoso de un cóndor muy cerca de un cerro de roca negra que se levanta junto a la orilla de la carretera. No faltaron los comentarios a favor de la naturaleza y del paisaje serraniego, no dejaron de haber expresiones emotivas al ver el cruce veloz de un venado que se perdía entre la espesa vegetación.

De vez en cuando, el joven viajero emitía gritos emotivos al experimentar los virajes del coche en las curvas agudas de la vía. Todo evento era causa de comentarios, de risas y de carcajadas de los alegres excursionistas. Luego de iniciar el descenso por la cordillera oriental, enclavada en el nacimiento de una elevación propia del inicio de la región selvática, encontraron una pequeña población de colonos y en ella un comedor que ofrecía los servicios de desayuno con caldo de gallina criolla y café con tortillas de maíz. Como era ya la hora, luego de discernir sobre el asunto, decidieron hacer la primera parada para disfrutar del olor agradable sobre todo del café fresco, tostado en tiesto de barro y molido en molino de mano. Continuando con el optimista viaje, iban disfrutando del sinuoso riachuelo que paralelo a la vía se deslizaba entre piedras de varios tamaños y colores. Pasaron varios estrechos puentes y abismos espantosos. Comenzaron a sentir el calor húmedo del sector que les obligó a sacarse las chompas que llevaban puestos.

El joven viajero se había quedado profundamente dormido, especialmente por el estrago de tantas curvas y de pronto el coche fue a dar en lo más profundo de la quebrada debido a una mala maniobra del chofer. A causa de este accidente, la pareja murió y Sebas que se había puesto el cinturón de seguridad, fue arrastrado muy bien sentado en el asiento por la corriente del río hasta una pequeña playa junto a una copiosa vegetación. Cuando despertó a causa del calor y del zumbido de muchos mosquitos, su actitud fue de lo más natural y normal puesto que había recibido algunos golpes especialmente en su cabeza, así no experimentó desorientación ni desesperación. Sin embargo al sentirse solo comenzó a gritar y de inmediato vino en su ayuda una hermosa y elegante orangután que se le acercó sigilosamente al observar a un extraño ser que se parecía a sus parientes de la selva. Ella no sabía que hacer frente a ésta tan delicada situación y rascándose la cabeza empezó a llamar a los suyos que asistieron con la velocidad de un rayo. Eran muchos simios que no desconcertó al infeliz peregrino, y que más bien seguía actuando con naturalidad. Cuando empezaron a caer las sombras de la noche, la hermosa orangután le trajo dos papayas de mico, frutas que se veían muy amarillas que despertó el apetito del exótico varón y que sin pensarlo dos veces se sirvió tan exquisito manjar. Acto seguido, bien escoltado se dirigió a la orilla del río en pos de unos bocados de agua que lo necesitaba para reponerse de la deshidratación. Siempre estuvo custodiado por la primate que a medida que pasaban las horas le asistía de acuerdo al cambio climatológico de la espesa vegetación.



A la hora de dormir, la esbelta y comedida orangután le guió bajo una roca muy grande que hacía de techo muy seguro durante las copiosas lluvias. Este dormitorio estaba protegido por unas inmensas telas de araña que impedían el ingreso de mosquitos y zancudos sedientos de sangre fresca para su alimentación. En la mañana siguiente y en las demás de su estadía en la selva, cumplía estrictamente con las mismas rutinas: recolección de frutas para el desayuno, búsqueda de raíces y hojas para el almuerzo, baño en el vado del río junto a monos y saínos para refrescarse en el calor selvático. Siempre estuvo acompañado de la musicalidad que le ofrecían patos, loros y papagayos. En las madrugadas se despertaba por el armonioso y repetido cántico del gallo de la peña que dormía precisamente sobre la roca de su dormitorio. Sus días eran aprovechados para recorrer por las mangas de las guantas, por los senderos de saínos; para subir a los árboles gigantescos que le permitían mirar al infinito de la región selvática, para tomar un poco de rayos del sol o para llamar a sus amigos que siempre estaban pendientes de los peligros propios de la selva.

Con el paso de los meses y de los años, de tanto caminar y trajinar en la espesa selva, su vestido se había convertido en verdaderos harapos; de sus zapatos de muy elegante ciudadano no quedaban más que los recuerdos. Sus pies se habían crecido y endurecido de acuerdo a la dureza del suelo, de las piedras del río y de las raíces del bosque. Su pelo y su barba habían crecido tanto, de tal manera que su rostro estuvo tan bien protegido de las inclemencias de tan rudo ambiente. Apenas se veían sus ojos y el blanco marfil de su dentadura. Para sus compañeros de la selva no causaba sorpresa alguna, era uno más de ellos con características diferentes bajo las mismas condiciones climáticas. Era el sacha runa, que integraba la comarca de los libres de la selva. Como su protectora siempre estuvo pendiente del sacha runa, aprovechando que a la otra orilla del gran bosque habían matado a un inmenso oso y lo habían abandonado los cazadores, luego de que las aves de rapiña vaciaran su piel, ella con mucho esfuerzo la trasladó para elaborar un gran traje para su protegido. La lavó durante varios días en el río, cuando estuvo seca y sin mal olor, la untó con semillas de higuera machacadas con piedras para que sea mas suave y agradable y la cubrió su cuerpo, creando así un personaje único, rústico y bien protegido ante el ataque de sobre todo de las abejas que se defendían cuando les robaba la miel para su alimentación.

Durante su vida selvática, jamás causó desorden alguno. Era amigo de todos y de todas, su tiempo lo dedicó al cuidado y a la protección de la pacha mama, a vivir su vida en un mundo de armonía y de libertad, de respeto y de sometimiento a las leyes de la selva.

A los nativos del lugar que recorrían la región en pos de cacería o de pesca, los vigilaba con sigilo y discreta reverencia. Entendía que eran parte integrante del inmenso bosque y que su existencia dependía de lo que la selva les podía ofrecer. Por su parte ellos que lo habían visto alguna vez bañándose en el río bajo la luz de una luna inmensa y redonda en una noche de verano, lo reverenciaban, imaginando que era algo supremo, lejano pero semejante. Es que era el Sacha runa, es decir el hombre de la selva al igual que ellos que deambulaban día y noche por ella en pos de la supervivencia.

Por su parte, el Sacha runa, el personaje mítico de la selva jamás dejó de custodiar a sus árboles que corrían el riesgo de ser destruidos por los colonos hambrientos y sedientos de dinero que no escatimaban esfuerzo alguno y que con sus hachas bien filudas querían hacer de los milenarios, centenarios e indefensos árboles: tablas, tablones o madera para vender a extraños comerciantes inescrupulosos que no tienen la mínima conciencia de los efectos negativos de la destrucción del entorno ecológico.

Cada vez que escuchaba el sonido destructor de una hacha asesina, el Sacha runa en compañía de sus amigos de la selva acudían al sitio mismo de la destrucción para hacerles espantar y provocar el retiro pavorosos del lugar.

Los colonos conocían por conversaciones de sus colegas mas viejos que vivieron experiencias pasadas, que el Sacha runa les quitaba las herramientas, que les obligaba y les hacía bañar en la cascada de la muerte. Con estos antecedentes los leñadores, siempre estaban a la defensiva y trataban de no acercarse al sitio peligroso y peor talar los árboles codiciados por los habitantes de la selva. Sin embargo, cuando llegaban los comerciantes sentían la tentación de ir un pos de uno de ellos, pero cuando recordaban la versión de la existencia del Sacha runa, se detenían al solo imaginar tan tremendo castigo.

Es así como el personaje de la selva, el Sacha runa, se convirtió en una leyenda para la gente de la zona. El gran bosque, gracias a su presencia se mantiene frondoso, lleno de árboles gigantes y majestuosos, de plantas de diversa índole, con hojas de las mil formas y variados colores que ofrecen diversos usos, especialmente curativos al igual que sus raíces.

(Carlos Velásquez Sánchez)

María José Luna Murillo

8.11.1.2 DOCUMENTAL



❖ **PARTE 1: Escribir y desarrollar una idea**

TEMA: Patrimonio intangible de Riobamba

PROPOSITO DEL DOCUMENTAL: Valorar y preservar al personaje mitológico sacharuna

❖ **PARTE 2: Personal, Técnicas y Programación**

Se contó con profesionales entendidos en el tema, utilizando equipos de calidad, buscando obtener un proyecto de alta calidad y profesional.

❖ **PARTE 3 : Filma del documental**

Se realizó la filmación con lo investigado, se contó con dos personas que vistieron de sacharunas Carlos y Jean Carlos ellos representaron a este personaje cada uno con su vestimenta, sus propios movimientos en sí realizaron su papel, se graficó la leyenda, se contó los cambios e implementos que se han ido cambiando en la vestimenta se realizó una simulación del pase del niño con la colaboración del Ballet Folklórico Internacional Chimborazo donde aparecen todos los personajes tradicionales y sobresale el sacharuna.

❖ **PARTE 4: Ensamblaje del documental**

Se seleccionaron las tomas y las imágenes más llamativas, se seleccionó la música y se realizó la narración del documental por la autora e investigadora, y el mensaje final se dio por el maestro Paco Luna un ente folklórico con más de 40 años de experiencia en la danza.

❖ **PARTE 5: Probar, Promocionar y Proyectar**

Una vez aprobado el documental está listo para su difusión y promoción

8.12 SOUVENIR REPRESENTATIVO DEL PERSONAJE MITOLOGICO SACHA RUNA

La mayoría de personas cuando están de viaje acostumbran a regresar con alguna pieza de “recuerdo” conocido como souvenir y este sirve como una tarjeta de presentación, un pequeño pedacito que se lleva del lugar visitado, de sus costumbre y tradiciones .

Es por esto que para la difusión del personaje sacha runa se ha optado por realizar un prototipo de souvenir como un recuerdo de uno de los personajes mitológicos Riobambeños de la manifestación cultural del pase del niño, que está realizado con los propios materiales con los cuales confeccionan el traje del sacha runa como el musgo, la cabuya, y el cartón. Por medio de este souvenir los turistas que visitaran el cantón Riobamba les llamara la atención y querrán conocer más de este personaje autentico y es la oportunidad de que se dé la información, importancia y el valor cultural apropiado, se ha pensado que para mayor facilidad de los turistas este souvenir. Se realice con medidas de 10cm x 10cm para que los turistas puedan adquirirlos, estará empacado en una caja de cartón y así podrán llevarlo en su maleta sin problema alguno, ya que los turistas buscan recuerdos pequeños, por que realizan viajes largos.

❖ MATERIALES PARA LA ELABORACION

- Goma blanca
- Silocana liquida
- Agua
- Tijera
- alicate
- Papel
- Pintura
- 1 bola de espuma flex
- Alambre
- Hojas de chloclo
- Musgo
- Cabuya



Se utiliza musgo recolectado de hace 5 años lo separamos y mojamos un poco, cubrimos los brazos, las piernas y el cuerpo con pegamento blanco para pegar el musgo en todo su cuerpo y colocamos en su base de madera



Posteriormente separamos la cabuya para colocar en pegar en la cabeza como una cabellera larga y pegarle también la máscara que esta hecha de papel periódico y la pintamos de color verde que es el color que siempre se utiliza.





De la misma cabuya hacemos una trenza para colocar en la cintura y otra para la mano que en este caso representa el foete



Utilizamos la hoja de choclo para las manos una tijera para darle forma



Y finalmente realiza un movimiento en sus piernas y brazos para simular el baile.



❖ PRODUCTO FINAL



8.13 DIFUSIÓN DEL PRODUCTO FINAL

El producto final será entregado a la la Universidad Nacional Chimborazo facultad de ingeniera en la escuela de Gestión Turística y Hotelera a laMsc. Paula Moreno directora de escuela para que dé a conocer a sus estudiantes, también será entregado a la Directora de turismo del GADM la Ing.Balvanera Cruz ya que se encargara de difundir en los eventos culturales que organiza, así también como en escuelas y colegios de la ciudad, ya que con esto motivara a las presentes y futuras generaciones a rescatar nuestras costumbres y tradiciones.

8.14 PRESUPUESTO

Tabla N°19

PRESUPUESTO DOCUMENTAL

| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|------|----------------------------|----------|----------------|------------------|
| 1 | Diseño de portada | 1 | 30.00 | \$30,00 |
| 2 | Impresión de portada | 4 | 10,00 | \$40,00 |
| 3 | Impresión de CD | 4 | 5,00 | \$20,00 |
| 4 | Realización del documental | 1 | 5.00 | 500 |
| | | | Total | \$ 590,00 |

Tabla N°20

PRESUPUESTO SOUVENIR

| ÍTEM | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|-------------|------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| 5 | Prototipos de souvenir | 4 | 15 | \$60,00 |
| 5 | cajas | 5 | 5,00 | \$25,00 |
| 5 | Impresión de stiquer | 5 | 5,00 | \$25,00 |
| | | | Total | \$ 110,00 |

Elaborado por: María José Luna

9. BIBLIOGRAFÍA

1. Cultura-Revista del Banco Central del Ecuador, Segunda Época número 3 1997, Quito, Ediciones del Banco Central.
2. LURKER, Manfred, el mensaje de los símbolos, mitos, culturas y religiones, Edit. Herder, Barcelona, 1992.
3. Quinatoa Cotacachi, Estelina, catálogo máscaras, origen y vigencia en el Ecuador, BCE, 2004.
4. Quinatoa Cotacachi, Estelina, corpus christi indígena en compadres y priostes, La fiesta Andina como espacio de memoria y resistencia cultural, en colección antropológica aplicada, número 3, Abya-Yala, 1991
5. Dirección de Cultura. 2007. Administración 2005-2009, Riobamba Pasado y Presente.
6. Instituto Nacional de Cultura del Perú 2007, Documentos Fundamentales para el Patrimonio Cultural, Textos Internacionales para su conservación, protección, difusión y repatriación, 1ra edición, Lima-Perú.
7. Alvarez, J. (2011). Formulación y evaluación de proyectos turísticos. Elementos Conceptuales. Riobamba. (Ecuador); página 2. Riobamba.
8. Jáuregui, A. 2012 "Planeamiento en el mercado" (en línea) consultado el 28 de marzo del 2013.
9. Ortegón, E. A. (2012). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.
10. Sanchez, C. (2000). Patrimonio cultural y turismo ético en América latina y Colombia. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
11. Trenzano, J. M. (2013). Los Estudios de mercado: cómo hacer un estudio de mercado de forma práctica.

:

10. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN RIOBAMBEÑA

Encuestador: _____ Formulario N°

Ciudad: _____ Fecha de la encuesta: /_____/____/____/

El propósito de esta encuesta es obtener información sobre el conocimiento y valor del personaje tradicional sacha runa en la ciudad de Riobamba.

A. INFORMACIÓN GENERAL:

INSTRUCCIONES GENERALES:

- a) Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- b) Trate de contestar todas las preguntas.
- c) Marque con una (X) el paréntesis que indique su respuesta.
- d) . Sus criterios serán de suma utilidad para el desarrollo de esta investigación.

Le agradecemos su colaboración, al dar respuesta a las preguntas.

1. ¿Cuál es su Género?

Masculino Femenino

2 ¿seleccione con una X el rango que indique de su edad?

| | | | |
|-------|--------------------------|----------|--------------------------|
| 13-15 | <input type="checkbox"/> | 23-25 | <input type="checkbox"/> |
| 16-18 | <input type="checkbox"/> | 26-30 | <input type="checkbox"/> |
| 19-22 | <input type="checkbox"/> | 31 o mas | <input type="checkbox"/> |

3 ¿Cuál es su nivel de educación?

| | |
|--------------|--------------------------|
| 1. Primaria | <input type="checkbox"/> |
| 2. Secundara | <input type="checkbox"/> |
| 3. Superior | <input type="checkbox"/> |
| 4. Postgrado | <input type="checkbox"/> |
| 5. Otros.... | <input type="checkbox"/> |

B. INFORMACIÓN ESPECIFICA

4 ¿Conoce usted al personaje tradicional sachá runa?

SI NO

Si su respuesta es SI conteste las siguientes preguntas

5 ¿Conoce usted el significado sachá runa?

SI NO

6 ¿Cree usted que es un personaje importante de la cultura?

SI

NO

7 **¿En dónde ha observado a este personaje?**

| | |
|----------------------|--------------------------|
| Fiestas de la ciudad | <input type="checkbox"/> |
| Eventos culturales | <input type="checkbox"/> |
| Pases del niño | <input type="checkbox"/> |

8 **¿lo considera como un patrimonio intangible de la ciudad?**

SI

NO

9 **¿Le gustaría conocer más sobre este personaje?**

SI

NO

10 **¿Qué medios de comunicación emplea para informarse acerca de la cultura?**

| | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Oficinas de turismo | <input type="checkbox"/> |
| 2. Radio o televisión | <input type="checkbox"/> |
| 3. Prensa escrita | <input type="checkbox"/> |
| 4. Internet | <input type="checkbox"/> |
| 5. Otros | <input type="checkbox"/> |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ENTREVISTA PERSONAJES QUE VISTEN DE SACHAS RUNAS

Obtener información del personaje sacha runa

1. ¿cuál es su edad?
2. ¿cuál es su profesión?
3. ¿que conoce usted del sacha runa
4. ¿conoce su origen, su historia?
5. ¿sabe usted el significado de la vestimenta del sacha runa?
6. ¿porque viste usted de este personaje?
7. ¿cuántos años lleva con esta tradición?
8. ¿usted confecciona el traje?
9. ¿qué elementos utiliza para la confección de su traje?
10. ¿qué es lo que hace el sacha runa en el rey de reyes?
11. ¿cree usted que es un icono importante dentro de nuestra cultura?

12. ¿cree usted que se debe dar valor e importancia al personaje?
13. ¿lo considera usted como un patrimonio intangible?
14. ¿cree usted que este personaje ha desaparecido y porque
15. ¿cuál sería las causas de que hay pocas personas que visten de este personaje?

10.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

1.Cuál es su género?

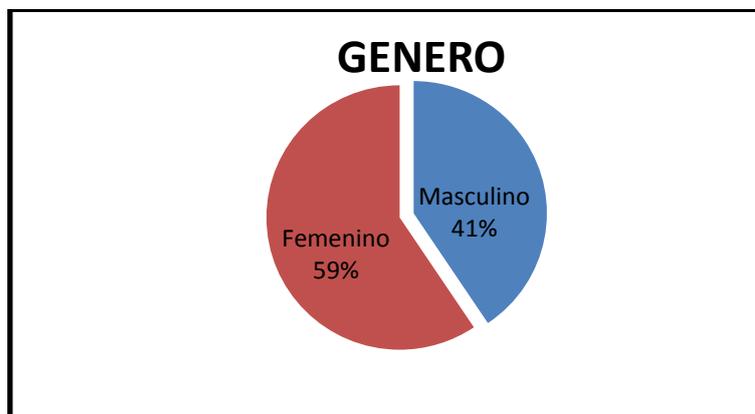
Tabla N°21

Género

| Sexo | Cantidad | Porcentaje |
|---------------|-----------------|-------------------|
| Masculino | 41 | 40,59 |
| Femenino | 60 | 59,41 |
| Total: | 101 | 100,00 |

Grafico N°11

Genero



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 41% corresponde al género masculino y el 59% corresponde al género femenino, siendo el género femenino mayor.

En esta investigación ha sido el género femenino las que más han aportado para la información.

2. Seleccione con una X el rango que indique su edad?

Tabla N°22

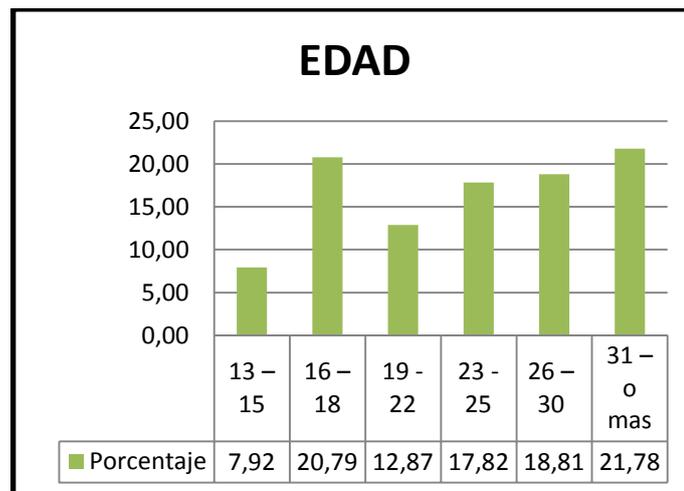
Edad

| Rango (Edad) | Cantidad | Porcentaje |
|---------------------|-----------------|-------------------|
| 13 – 15 | 8 | 7,92 |
| 16 – 18 | 21 | 20,79 |
| 19 - 22 | 13 | 12,87 |
| 23 - 25 | 18 | 17,82 |
| 26 – 30 | 19 | 18,81 |

| | | |
|---------------|-----|--------|
| 31 – o mas | 22 | 21,78 |
| Total | 101 | 100,00 |

Grafico N°12

Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

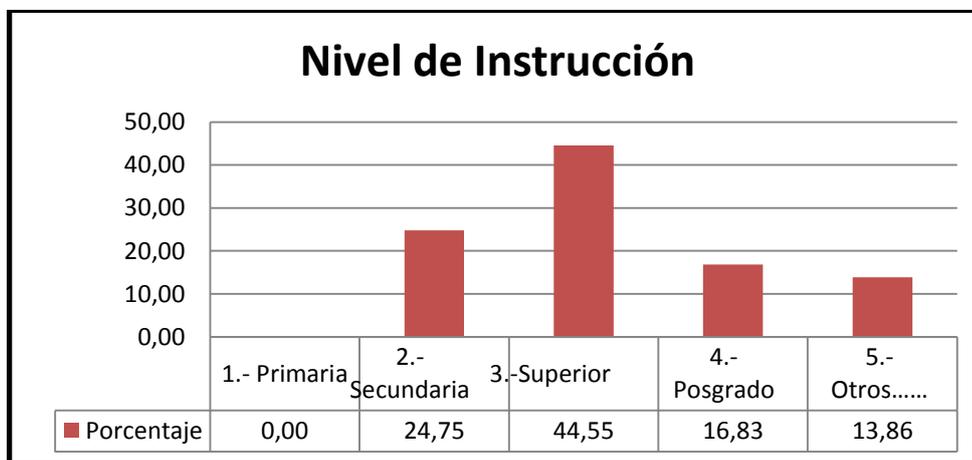
Como resultado de las encuestas, tenemos que la mayoría de encuestados tienen entre 31 o más años con un porcentaje de 21.78%, seguido de aquellos que tienen entre 16-18 años un porcentaje de 20.79%, le sigue con el 17.82% y 18.81% de encuestados los de edades de 23-25 años y 26-30 años, un porcentaje menor de 12.87% constituyen los encuestados de 19 a 22 años, por último el 7.92% ocupan los encuestados de edades entre 13 a 15 años. La mayor información se ha obtenido en el rango de 16 años en adelante con un 88%, la misma que me da una información confiable por ser que son personas que han alcanzado su mayoría de edad.

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Tabla N°23
Nivel de Instrucción

| Instrucción | Cantidad | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| 1.- Primaria | 0 | 0,00 |
| 2.- Secundaria | 25 | 24,75 |
| 3.- Superior | 45 | 44,55 |
| 4.- Posgrado | 17 | 16,83 |
| 5.- Otros..... | 14 | 13,86 |
| Total: | 101 | 100 |

Grafico N°13
Nivel de Instrucción



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

Los resultados de la pregunta 3 muestran que el 44.55% de los encuestados tienen un nivel de instrucción superior, seguido de un 24.75% que tienen un nivel de instrucción secundaria, en tercer lugar un 16.83% poseen postgrado y finalmente

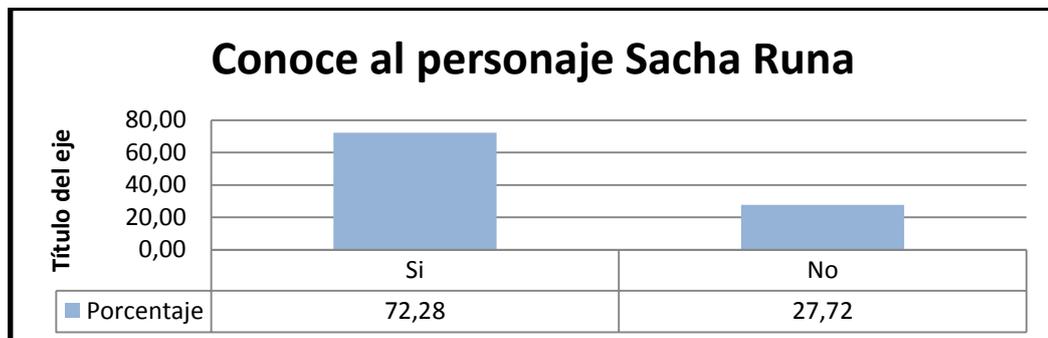
el 13.86% tiene otro nivel de instrucción. Se puede observar que la mayoría de los encuestados posee un nivel de instrucción entre superior y secundaria lo cual nos da a conocer que tienen un buen nivel de estudios y permitirá que se interesen en incentivar sus conocimientos en el ámbito religioso, turístico y patrimonial.

4. ¿Conoce usted al personaje tradicional sachá runa?

Tabla N°24
Conoce al personaje Sacha Runa

| Frecuencia | Cantidad | Porcentaje |
|---------------|------------|---------------|
| Si | 73 | 72,28 |
| No | 28 | 27,72 |
| Total: | 101 | 100,00 |

Grafico N°14
Conoce al personaje Sacha Runa



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 72.28% corresponde a los encuestados que conocen del personaje tradicional, seguido del 27.72% que no conocen al personaje Debido a que la mayoría de encuestados conocen al sachá runa se puede

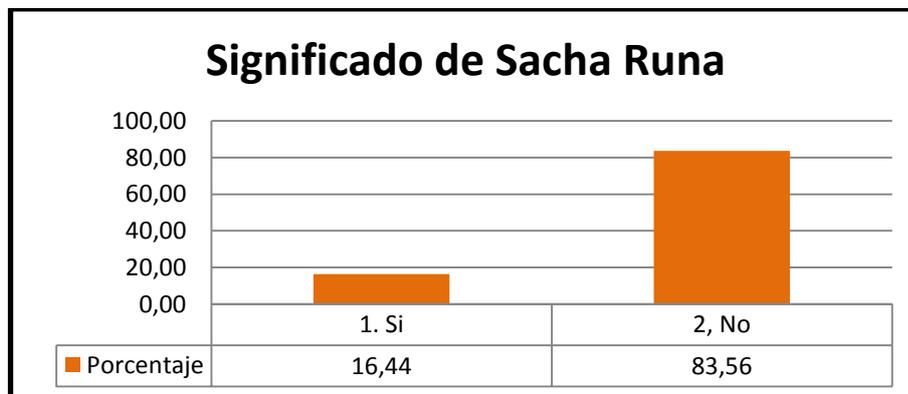
deducir que hay un interés de la población por conocer el patrimonio y la historia de nuestra ciudad.

5. ¿Conoce usted el significado sachá runa?

Tabla N°25
Significado de sachá runa

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| 1. Si | 12 | 16,44 |
| 2, No | 61 | 83,56 |
| Total | 73 | 100 |

Grafico N°15
Significado de Sacha Runa



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

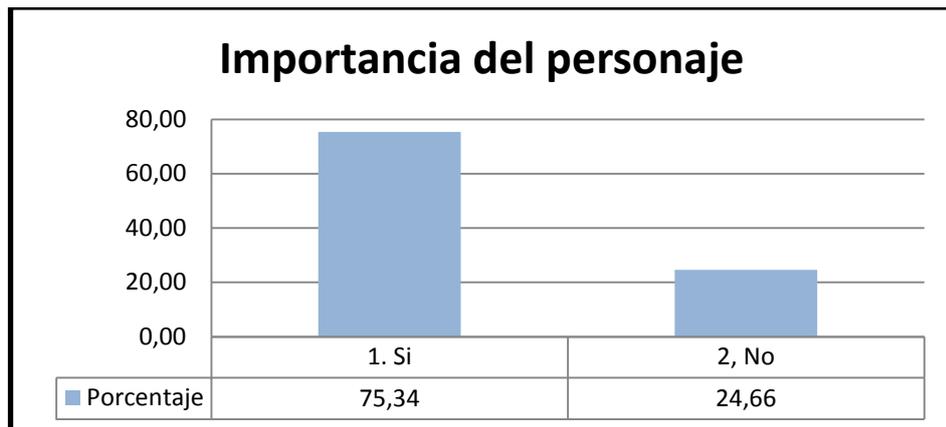
En cuanto al conocimiento del significado, se puede concluir que para la mayoría le es indiferente lo relacionado al sachá runa, así lo demuestra el porcentaje correspondiente a un 83.56% que desconocen el significado del personaje, mientras que el 16.44% si conocen del tema.

6. ¿Cree usted que es un personaje importante de la cultura?

Tabla N° 26
Importancia del Personaje

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|-----------|----------|------------|
| 1. Si | 55 | 75,34 |
| 2, No | 18 | 24,66 |
| Total | 73 | 100 |

Grafico N°16
Importancia del personaje



Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

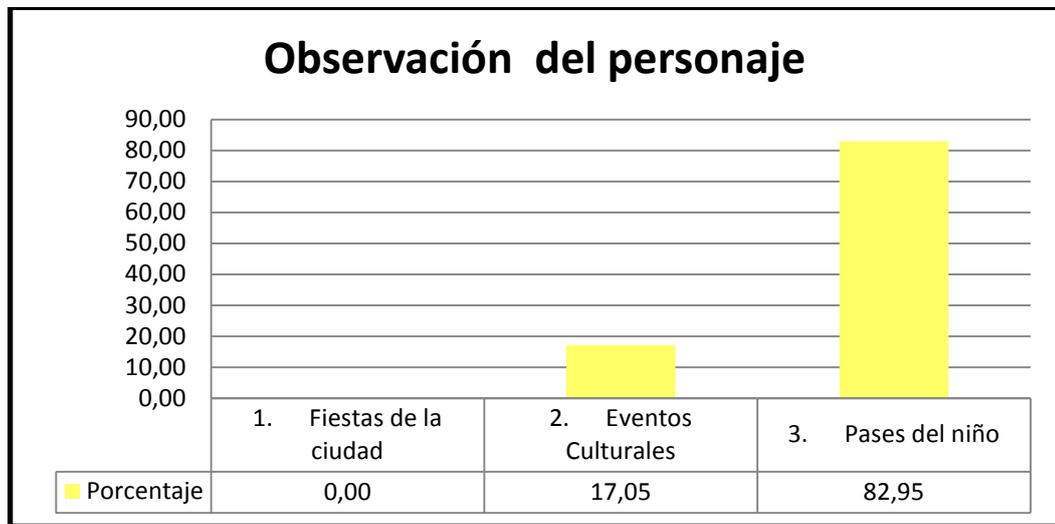
La encuesta aplicada muestra que un 75.34% de encuestados considera que es un personaje importante mientras que un 24.66% no lo consideran. Estos resultados nos muestran que es un personaje importante de nuestra cultura e identidad.

7. En dónde ha observado a este personaje?

Tabla N°27
Observación del Personaje

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|-------------------------|-----------------|-------------------|
| 1. Fiestas de la ciudad | 0 | 0,00 |
| 2. Eventos Culturales | 15 | 17,05 |
| 3. Pases del niño | 73 | 82,95 |
| Total | 88 | 100,00 |

Grafico N°18
Observacion del personaje



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

De las encuestas realizadas, se puede determinar que el 82.95% de encuestados han observado en los pases del niño, el 17.05% en eventos culturales, Las manifestaciones culturales que se derivan del arte religioso son varias, sin embargo la predominante es el pase del niño.

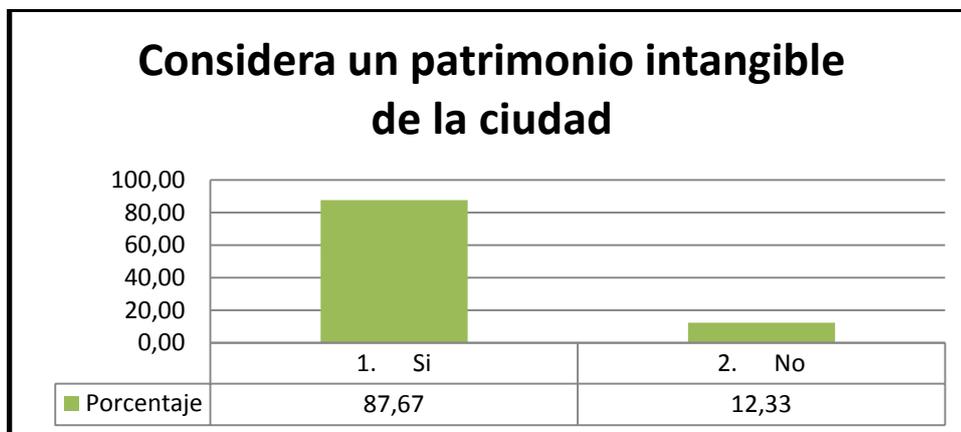
8. ¿Lo considera como un patrimonio intangible de la ciudad?

Tabla N°128
Considera un patrimonio intangible de la ciudad

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|--------------|-----------|------------|
| 1. S | 64 | 87,67 |
| 2. N | 9 | 12,33 |
| Total | 73 | 100 |

Grafico N°19

Considera un patrimonio intangible de la ciudad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

Las encuestas realizadas el 87.67% si lo considera como un patrimonio, mientras que el 12%no lo consideran, estos resultados nos muestran lo importante que es este personaje en nuestra ciudad.

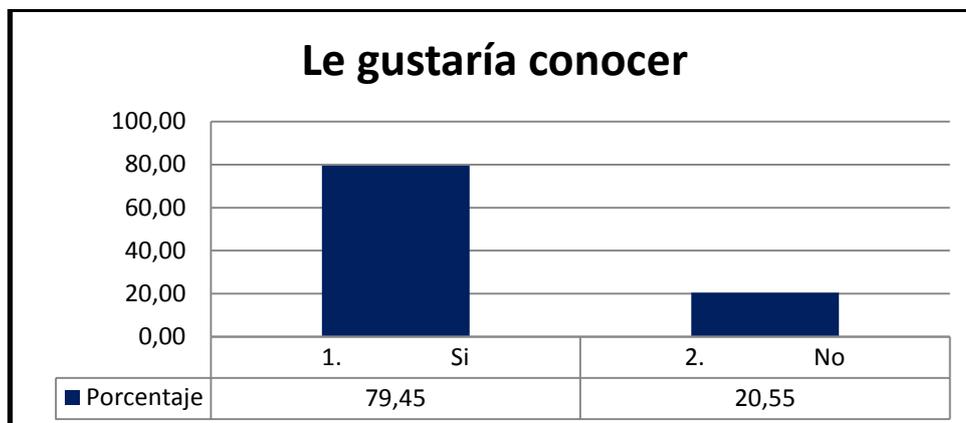
9. ¿Le gustaría conocer más sobre este personaje?

Tabla N°29

Le gustaríaconocer

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| 1. Si | 58 | 79,45 |
| 2. No | 15 | 20,55 |
| Total | 73 | 100,00 |

Grafico N°20
Le gustaria conocer



Fuente: Encuesta

Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

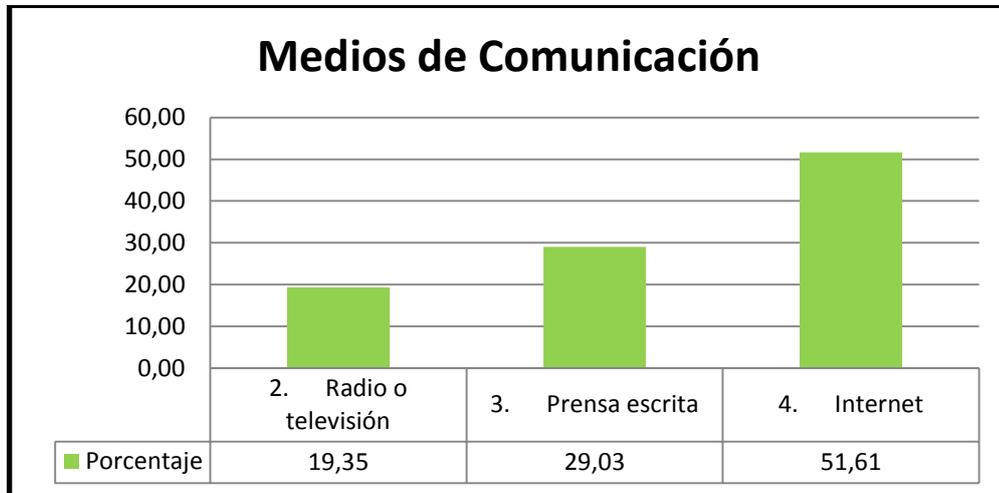
La mayor parte de encuestados, el 79.45% muestra un interés en conocer y aprender más sobre nuestras cultura, mientras que el 20.55% no se interesan en este aspecto. Estos resultados nos muestran que hay gran interés de los encuestados por conocer lo que forma parte de su identidad.

10. ¿Qué medios de comunicación emplea para informarse acerca de la cultura?

Tabla N°30
Medios de Comunicación

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| 2. Radio o televisión | 30 | 19,35 |
| 3. Prensa escrita | 45 | 29,03 |
| 4. Internet | 80 | 51,61 |
| TOTAL | 155 | 100 |

Grafico N°21
Medios de comunicacion



Fuente: Encuesta
Elaborado por: María José Luna

Análisis e Interpretación:

Los resultados de la encuesta demuestran que el 51.61% se informan mediante el internet, seguido del 29.03% que se informan por el medio de prensa escrita y por último el 19.35% se informan mediante radio o televisión.

Teniendo en cuenta que hoy en día los correos electrónicos son de vital importancia para varias acciones cotidianas, notificaciones, en general el acceso a internet cada vez es más necesario, los encuestados optan por esta herramienta.

FOTOGRAFIAS:

