

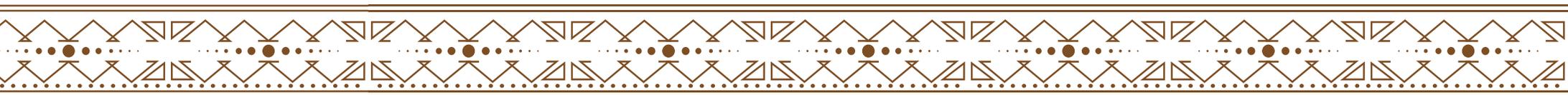


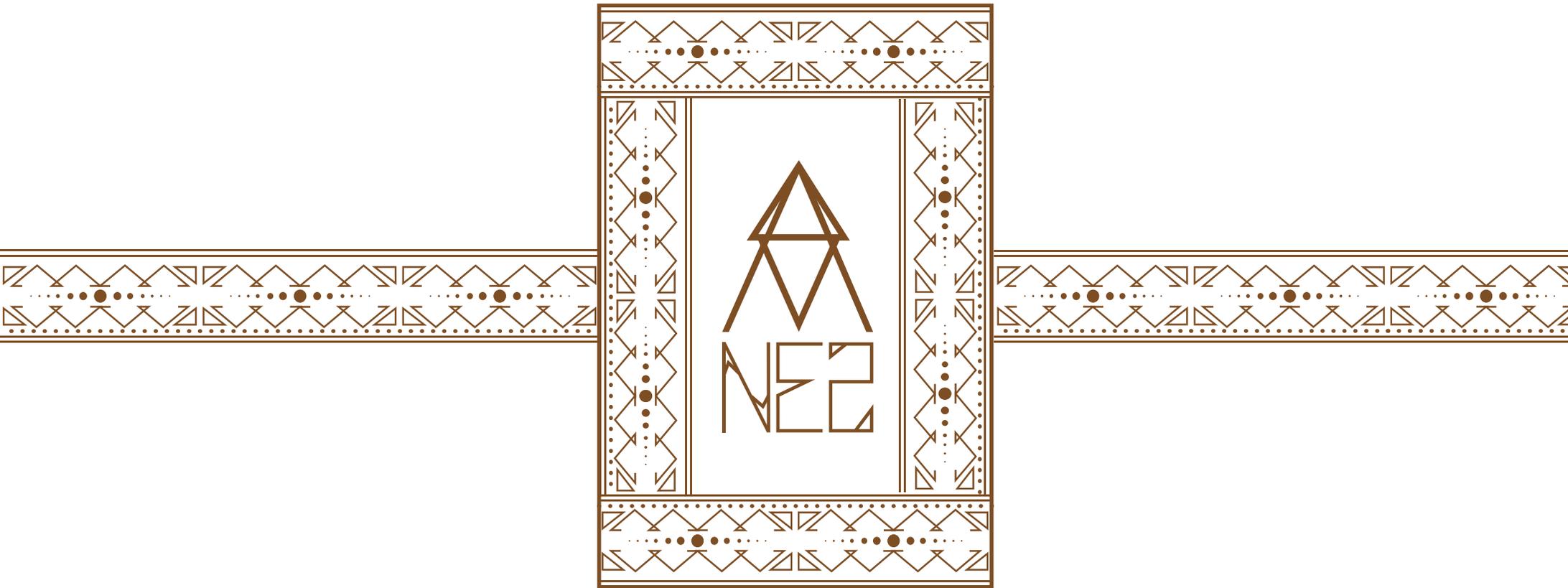
DISEÑO
DE ELEMENTOS
GRÁFICOS
BASADOS EN LOS
SIGNOS
Y
SÍMBOLOS
DE LAS **ÉTNIAS**
ECUATORIANAS
APLICADOS EN
PRODUCTOS TEXTILES

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: ANDRÉS BARRETO
DIRECTOR: DIS. TOA TRIPALDI
CUENCA - ECUADOR 2016









AUTOR:
Andrés Barreto

DIRECTOR:
Dis. Toa Tripaldi

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Andrés Barreto

Cuenca - Ecuador

2016

DEDICATORIA

Mis noches en vela, cada sonrisa y llanto, cada pagina de este libro y cada esfuerzo invertido en labrar el camino que me llevo hasta aquí, se lo dedico a la persona que me protege y en los momentos mas dificiles supo darme fuerzas para salir adelante que a pesar de no estar presente me acompaña a todo lado que fue es y sera uno de los pilares fundamentales de mi vida, si esto va para usted Tita.

Blanca Esthela Delgado.

AGRADECIMIENTO

Un infinito agradecimiento a la persona mas valiente, perseverante, soñadora y fuerte que existe en el mundo, mi madre, que con su ejemplo me ha demostrado que día a día es un lucha constante y que nunca debo rendirme ante nada.

A mi padre que con su esfuerzo motivo la cumbre de este sueño.

A mis hermanos que me supieren entender en los momentos más difíciles.

A mi familia y amigos en espacial Gis y Vane que me extendieron su mano cuando mas lo necesite.

A mis tutores especialmete a Toa Tripaldi, sin su sapienza, apoyo y consejos no abría podido encaminar este proyecto a su fin.

Indice

DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO	6
OBJETIVOS Y ALCANCES	8
RESUMEN.....	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12

CAPÍTULO 115

Grupos Étnicos	16
Identidad Cultural	18
Diseño Y Cultura	19
Perdida de la Identidad Cultural	20
Globalización	21
Emigración.....	21
Aculturación.....	21
Semiótica.....	22
Signo	24
Simbolo.....	25
Comunicación Visual.....	26
Morfología	27
Elementos del Diseño	28
Entrevista.....	31
Homólogos.....	34
Conclusiones.....	38

CAPÍTULO 241

Target.....	42
Segmentación	43
Persona Design	44
Plan de Negocios.....	46
Partidos de Diseño.....	48
ÉTNIAS	51
SHUAR	52
TSÁCHILA.....	54
OTAVALOS	56
SALASAKAS.....	58
SARAGUROS	60

CAPÍTULO 363

Ideación	64
Idea final.....	68
Sistema Gráfico	70
Constantes y Variables.....	71
Marca	72
Tipografía	73
SHUAR	84
TSÁCHILA.....	114
OTAVALOS	144
SALASAKA.....	170
SARAGURO.....	186
PAKAGING	215
Estructura Empaque.....	216
VALIDACIÓN	224
Preguntas test.....	226
Conclusion	229
CONCLUSIONES	230
RECOMENDACIONES.....	231
Bibliografía.....	232
Citas Fotográficas	233

OBJETIVOS Y ALCANCES



OBJETIVO GENERAL

Aportar al rescate de las identidades étnicas del Ecuador mediante la generación de elementos gráficos, para que sean revalorizadas y reconocidas a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar elementos gráficos basados en las étnias ecuatorianas.
- Aplicar los elementos gráficos en productos textiles.

ALCANCES

Se presentará una muestra representativa de elementos gráficos basados en las étnias ecuatorianas de la sierra, costa y amazonía, y sus aplicaciones en elementos textiles a manera de prototipo.



RESUMEN

Écuador es un país privilegiado con diversas y reconocidas identidades culturales que nos han permitido diferenciarnos a nivel mundial; la riqueza de sus símbolos y signos han logrado conservarse a lo largo del tiempo, sin embargo en la actualidad los jóvenes prefieren lo foráneo y desvalorizan su propia cultura, rica en conocimiento e historia.

Este proyecto propone la generación de un sistema gráfico basado en la abstracción y reinterpretación morfológica de las étnias ecuatorianas y aplicadas a textiles, para lograr un conocimiento y revalorización de las mismas y que no desaparezcan del imaginario colectivo.

ABSTRACT

ABSTRACT

Design of a graphic system based on Ecuadorian ethnic signs and symbols applied to textiles

Ecuador is a privileged country with diverse and renowned cultural identities that have enabled us to differentiate ourselves globally. The richness of these symbols and signs has managed to remain preserved over time; however, at present, young people prefer foreign identities and underappreciate their own culture, which is rich with knowledge and history.

This project proposes the generation of a graphic system based on the abstraction and morphological reinterpretation of Ecuadorian ethnic identities applied to textiles to achieve recognition and appreciation in the collective imagination.

Keywords: ethnic, Ecuadorian, design, graphic, identity, reinterpretation, morphology, abstraction, patterns, clothing



Translated by:

A handwritten signature in blue ink, reading "Melita Vega", is positioned below the text "Translated by:". Below the signature, the name "Melita Vega" is printed in a sans-serif font.

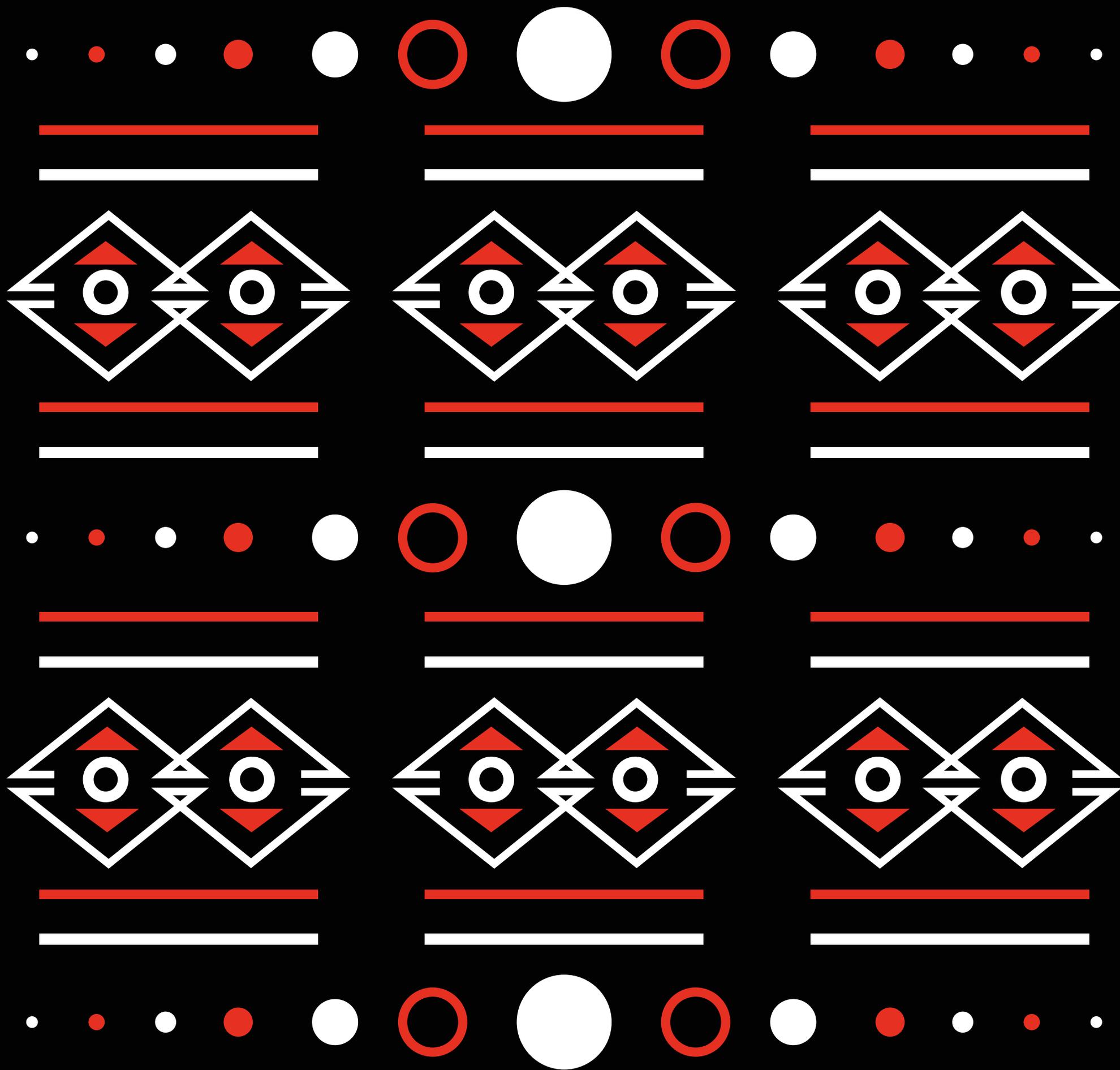
May 25, 2016

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la globalización a provocado que dejemos de lado nuestras raices culturales, prefiriendo lo foraneo, desvalorizando nuestra cultura llena de rasgos que no identifican y nos hacen unicos.

Algún día el ordenamiento del mundo dejara de ser global, entonces existirán problemas pero si tenemos nuestra identidad definida volveremos a lo que siempre hemos sido por lo tanto es indispensable tener conocimiento sobre nuestra cultura.







CAPÍTULO 1

DIAGNÓSTICO



Grupos Étnicos

Ecuador es un país de modelos culturales llenos de contrastes, reflejado a través de sus grupos étnicos, las lenguas nativas, culturas precolombinas, artesanías, vestimenta, símbolos, entre otras cosas.

Éstas a su vez se ven diferenciadas de acuerdo a la región en la que se ubiquen.

Los indígenas de la Sierra, todavía mantienen varias de sus tradiciones ancestrales apesar del contacto que mantienen con la sociedad.

En el Oriente viven los indígenas amazónicos con culturas y lenguas propias que se han mantenido intactas.

En la región de la Costa se han producido diversos grados de mestizaje entre descendientes de españoles y de esclavos negros africanos, lo que dio lugar a una peculiar cultura, la afroecuatoriana, por este motivo mientras más riqueza cultural - étnica exista en esta nación son más firmes sus bases encaminadas a la conservación de su identidad. Lamentablemente esta riqueza ha sido poco entendida, subvalorada e incluso desvalorizada por la población, que bajo el efecto de la globalización se ha dejado influenciar optando lo foráneo.

El Ecuador conocido en el mundo entero como un país megadiverso, se lo declaró en la Carta Magna del año 2008 un país intercultural y plurinacional. Es una nación Multiétnico con grupos establecidos en las tres regiones del Ecuador continental: Costa, Sierra y Amazonía; ellos son:

GRUPOS ÉTNICOS DEL ECUADOR

AMAZONÍA

1. A'i (cofán)
2. Siona-Secoya
3. Quichua del Napo

4. Waorani
5. Reserva Waorani
6. Quichua del Bobonaza

7. Shuar
8. Achuar
9. Tagaeri

10. Andoas
11. Huaorani
12. Zaparos

COSTA

1. Puruha
2. Tomabela
3. Karanki

4. Palta
5. Cañaris
6. Cachas

7. Chibuelos
8. Colta
9. Tsachila

SIERRA

1. Chachi
2. Afroecuatoriano
3. Awa-Quaiquer

4. Montuvio
5. Huancavilcas

6. Chola cuencana
7. Kayambi
8. Saraguros

9. Otavalos
10. Panzaleos
11. Salasacas
12. Quitucara

13. Negros del valle del chota
14. Zuleta



Identidad Cultural

Según Mauricio Sánchez la "Identidad Cultural es el conjunto de caracteres o circunstancias que hacen que un individuo o grupo sea reconocido sin posibilidad de confusión con otro" (Sánchez, 2009, p.38).

El término identidad se va construyendo tanto social como históricamente, en base a múltiples aspectos que van creando una figura de cultura con sus propias características que identifican a las personas y las distinguen de otras, de esta manera podríamos decir que el término identidad abarca todos aquellos símbolos, tradiciones, valores, creencias y demás elementos que permiten a un grupo de personas identificarse entre ellos e identificar lo que tienen en común, de esta manera, fomentando un sentimiento de pertenencia a una comunidad que comparte características similares. Son estas características las que permiten a las personas reconocerse entre sí a través del tiempo en el mismo entorno tanto físico como social.

La identidad "es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar generalmente localizada geográficamente, pero no necesariamente". (UNESCO – PNUD, 2005)

Aunque el término identidad trasciende las fronteras, el origen de este concepto se encuentra frecuentemente vinculado con el territorio donde se ubica. La identidad hace alusión a elementos culturales, geográficos y sociales que posibilitan que una región se diferencie de otra, ésta es memoria colectiva y debe ser una labor compartida por toda una sociedad, atendiendo y reflexionando sobre su historia, teniendo en cuenta que el presente no debe repetir el pasado, sino que debe contenerlo y trascender a través del tiempo.

Según Molano nos dice, que: "El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior" (Molano, 2006, p.6).

En muchos casos lo de afuera influye en las costumbres propias de los individuos, de ésta manera dejando de lado su identidad cultural.





Diseño Y Cultura

El diseño no puede desligarse de la cultura porque forma parte de ella. **Villaverde**

Al momento de diseñar debe existir una responsabilidad cultural que según Frascara es “La creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto”. (Frascara, 2000, p.16)

El diseño gráfico es una manera global de intervenir en el debate cultural que se desarrolla permanentemente en la sociedad. Una de las grandes responsabilidades que poseen los diseñadores es, producir artes que comuniquen, basados principalmente en un concepto y en el contexto, ya que al hablar de este último se toma en cuenta del lugar en donde se encontrará el arte realizado, situando a la cultura en un primer plano, sin embargo nos encontramos rodeados de signos sin información, ni concepto alguno, mucho menos un contexto plasmado e identificado.

“Para que las comunicaciones puedan afectar el conocimiento, las actitudes o el comportamiento de la gente, deben ser detectables, discriminables, atractivas, comprensibles y convincentes. Deben ser construidas sobre la base de un buen conocimiento de la percepción visual y de la psicología del conocimiento y la conducta, y considerando las preferencias personales, las habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen”. (Frascara, 2000, p.3)

La relación entre cultura y diseño es muy fuerte e inseparable puesto que una va de la mano de la otra, es decir el diseño puede variar en dependencia a la situación de cada sociedad para que sea asimilado de mejor manera.

La memoria histórica y la memoria visual no es de nadie, es de todos, en muchos casos depende del punto de vista de cada persona, ya que cada uno tiene un criterio distinto, no se trata de repetir lo que se hizo ya, debido a que cada persona lo realizó desde su punto de vista personal, sino se trata de rescatar los valores que pueden servir para hacer cosas nuevas e innovadoras y trascendental a través del tiempo.

El diseño a nivel cultural procura manejar una mejor calidad de vida, no solo se enfoca a los niveles de satisfacción de las necesidades personales, sino también hace alusión al proceso de aculturación al que se puede redirigir la creación consciente y responsable de los productos de diseño enriqueciendo nuestro patrimonio cultural propio.

El diseño no puede desligarse de la cultura porque forma parte de ella. (Villaverde, 2009. p.39)

Es decir, como diseñadores creamos para un grupo de personas que tienen algo en común, ya sea costumbres o tradiciones que muchas de las veces se están perdiendo y como comunicadores a través del diseño crear lo de nosotros no lo de afuera, no lo foráneo y así fomentar la aculturación.





Perdida de la Identidad Cultural

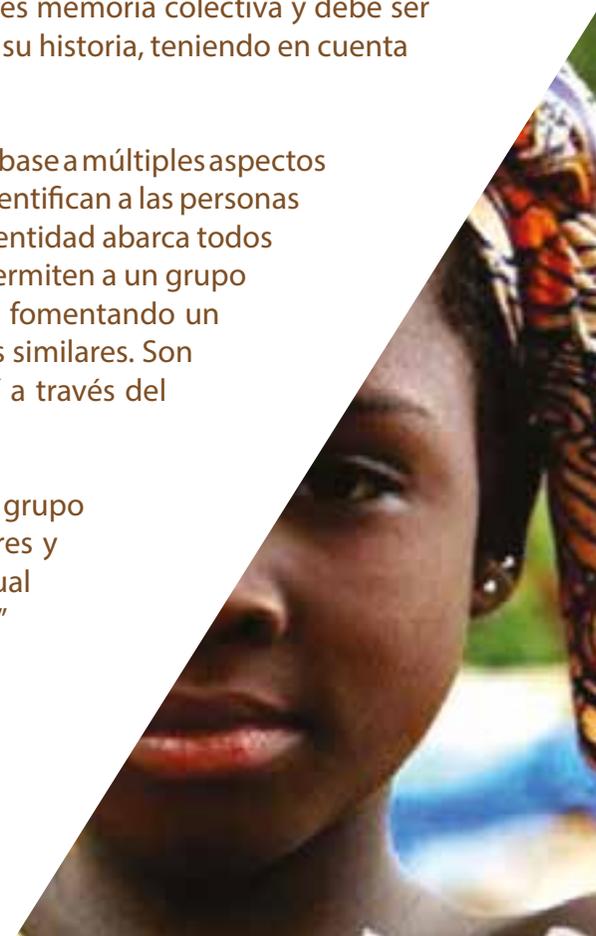
Según Mauricio Sánchez la "Identidad Cultural es el conjunto de caracteres o circunstancias que hacen que un individuo o grupo sea reconocido sin posibilidad de confusión con otro" (Sánchez, 2009, p.38).

La identidad "es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar generalmente localizada geográficamente, pero no necesariamente". (UNESCO – PNUD, 2005)

Aunque el término identidad trascienda las fronteras, el origen de este concepto se encuentra frecuentemente vinculado con el territorio donde se ubica. La identidad hace alusión a elementos culturales, geográficos y sociales que posibilitan que una región se diferencie de otra. La identidad es memoria colectiva y debe ser labor compartida por toda una sociedad, atendiendo y reflexionando sobre su historia, teniendo en cuenta que el presente no debe repetir el pasado, sino que debe contenerlo.

El término identidad se va construyendo tanto social como históricamente en base a múltiples aspectos que van creando una figura de cultura con sus propias características, que identifican a las personas y las distinguen de otras, de esta manera podríamos decir que el término identidad abarca todos aquellos símbolos, tradiciones, valores, creencias y demás elementos que permiten a un grupo de personas identificarse entre ellos e identificar lo que tienen en común, fomentando un sentimiento de pertenencia a una comunidad que comparte características similares. Son estas características las que permiten a las personas reconocerse entre sí a través del tiempo en el mismo entorno tanto físico como social.

"El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior" (Molano, 2006, p.6).





Globalización

La globalización se da por diferentes razones como explica Maximiliano Moreno en su artículo llamado "La Globalización: Hechos que afectan a los ecuatorianos"; él, argumenta que la globalización se da por la necesidad de buscar información, comercio y al mismo tiempo

tener conocimiento de otras culturas, entre otras cosas. Señala también que la gente debe buscar productos propios de su cultura, aunque la globalización es un bien de la humanidad, que además influye en la pérdida de las costumbres, en la forma de la educación de los valores y en el desconocimiento de sus culturas natales.

Aculturación

Según la RAE la aculturación es: "Recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro".

La aculturación en nuestro país ha tenido una gran influencia, ya que estamos asociados a diferentes culturas y estilos de vida que nos han llegado por medio de la globalización.

Miguel Duy, ex coordinador del Ministerio de la Cultura explica: que muchos ecuatorianos han dejado de lado sus costumbres, alimentos tradicionales, entre otras cosas.

Este fenómeno que en muchos de los casos es debido a la emigración, provoca la familiarización con series de televisión, basadas en otras culturas y la búsqueda de artículos u objetos que nos permitan tener un status deseado en la sociedad. Todo esto ha provocado el poco interés en las costumbres y tradiciones, como también el desconocimiento de las culturas que componen a nuestro país.

Emigración

La emigración ha influenciado de manera sorprendente en las personas de nuestro país.

En el artículo "Migración, Desplazamiento forzado y refugio" escrito por la Economista Janette Sánchez Ex Ministra Coordinadora de Políticas Económicas del Ecuador, señala que: la emigración tuvo su punto más alto a finales de la década de los noventa, por factores como la dolarización. También menciona las consecuencias que tiene esta actividad como la pérdida de la estructura familiar y la desvinculación con nuestra cultura natal provocando que los ecuatorianos prefieren lo foráneo dejando a un lado su patrimonio. (Sánchez, 2004, p.?).





SEMIÓTICA

“La semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación; tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay unos sistemas; la dialéctica entre sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje”.(Humberto Eco, 2000,p.25)

Eco sostiene dos hipótesis:

1. Toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación (o en su aspecto más radical “la cultura es comunicación”).
2. Todos los aspectos de la cultura pueden ser estudiados como contenidos de la comunicación (o cualquier aspecto de la cultura puede convertirse en una unidad de sentido).

La semiótica es una red interdisciplinaria, que estudia los seres humanos tanto como ellos producen signos y no únicamente los verbales es un sistema de comunicación dentro de las sociedades humanas la cual nos permite conocer la función de los signos como su permanencia en la actualidad. La mente es un asunto semiótico ya que es capaz de remplazar situaciones con signos más simples.



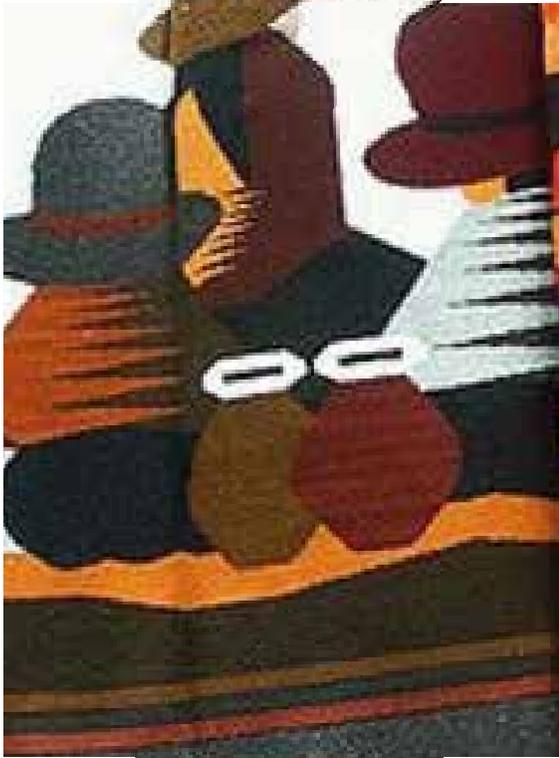
SEMIÓTICA

En la cultura cada entidad puede convertirse en fenómeno semiótico. Las leyes de la comunicación son las leyes de la cultura. La cultura puede ser enteramente estudiada bajo un punto de vista semiótico entonces la semiótica es una disciplina que puede y debe ocuparse de toda la cultura.

“La semiología es la ciencia encargada de estudiar al signo de manera integral incluyendo sus condiciones sistémicas con otros signos, en donde signo es cualquier cosa que evoca o representa algo; pero para dar una aproximación hacia el objeto podría afirmarse que signo es el resultado del proceso mediante el cual un concepto es representado (informado) en un elemento u objeto, donde el concepto se hace un mensaje y el objeto es una estructura o elemento formal y significativo que lo manifiesta” (Sánchez, 2009, p.144).

Según Mauricio Sánchez el objeto es un conjunto de signos, ajustados morfológicamente y relacionados de manera estructural para constituir un mensaje, y esa es la esencia del objeto desde la perspectiva semiótica: ser el portador de un “mensaje tridimensional hacia”





Signo

Según la concepción de Charles Sanders Peirce (1860-1908), un signo es algo que está por alguna otra cosa y que es entendido o tiene algún significado para alguien. Un signo se utiliza como sustituyente de otra cosa para transmitir algún concepto acerca de la misma. Peirce denomina representamen (o signo propiamente dicho), objeto e interpretante a cada una de las tres categorías intervinientes. El representamen es el signo sustituyente, el objeto la cosa sustituida y el interpretante la idea que transmite acerca de esa cosa. El signo no reemplaza al objeto en su totalidad significativa sino que solamente abstrae la esencia de él.

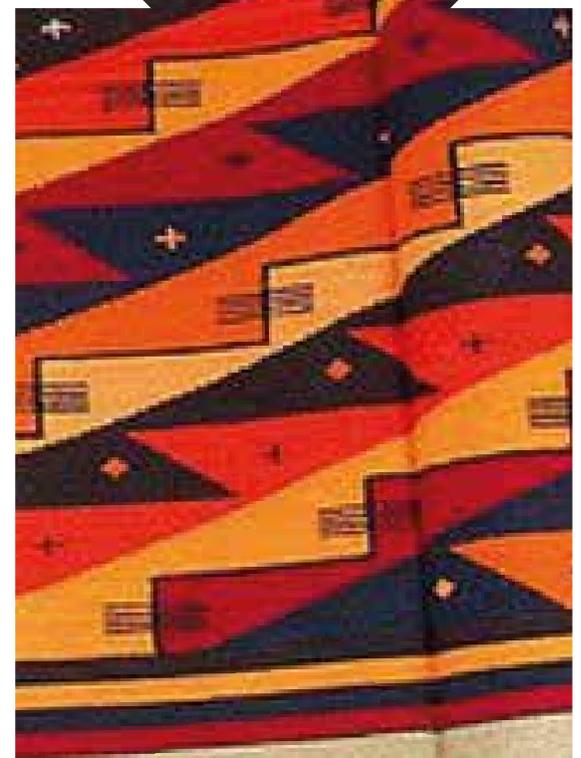
Símbolo

El símbolo se diferencia del signo convencional por la presencia del elemento icónico, por una determinada semejanza entre el plano de la expresión y el plano del contenido.

El símbolo interviene como condensador de todos los principios de lo sígnico y al mismo tiempo va más allá de los límites de lo sígnico. Es un intermediador entre la realidad semiótica y la que va más allá de ella. En igual medida es intermediador entre la sincronía del texto y la memoria de la cultura. Su papel es el de condensador semiótico. (I.M. Lotman, 2002, p.101)

Al analizar la gráfica se debe considerar tres características fundamentales:

1. La multivalencia, es decir la capacidad de expresar varios mensajes simultáneamente, mediante un solo signo
2. La redundancia, es decir la reiteración obsesiva de los símbolos para reforzar el mensaje
3. Y la simplificación, la cual se basa en "la parte por el todo".





Comunicación Visual

Todos los objetos con que nos rodeamos forman un lenguaje más allá del lenguaje, son una extensión de nosotros mismos, una visualización de lo invisible, un autorretrato, una manera de presentarnos a los demás y una dimensión esencial de la humanidad.

Desde los tiempos más remotos el hombre ha tenido la necesidad de comprender lo que lo rodea, darle un sentido y relacionarlo entre sí para obtener conocimiento. Uno de los medios más importantes de la percepción es la visual. Según Bruno Munari conocer las imágenes que nos rodean equivale a ampliar las posibilidades de contactos con la realidad; equivale a ver y a comprender más. Todo lo que el ojo ve tiene una estructura superficial, y cualquier tipo de signo, de granulación, de estriado, tiene su significado definido.





Morfología

La raíz etimológica de la morfología nace del griego morfos que significa forma y logos que quiere decir estudio, por lo tanto, es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma. Se aplica en todas las ramas del Diseño, es una disciplina de gran utilidad al momento de estudiar las formas como sistemas complejos indivisibles.

Un objeto no solo es el objeto, desde la perspectiva de la morfología es una forma de convivencia con el entorno, son colores, son texturas, son formas, es un sin fin de cosas que abarca la morfología, el saber observar esta serie de características es importante para el buen diseñador, es como un punto de referencia para poder incursionar en nuevos diseños y nuevas propuestas.

Uno de los aspectos más relevantes acerca de la morfología es la variante que existe en cada uno de los modelos existentes, los modelos naturales tienen tipos de morfología bastante complejos e interesantes

Elementos del Diseño

Punto

Su nombre proviene del latín *punctum* que quiere decir señal muy pequeña. Es el elemento más sencillo dentro una composición, su posición indica en el espacio el principio y el fin de una línea, el punto es la convergencia de dos líneas que se encuentran o se cruzan. El punto no posee largo, ancho ni profundidad.

Línea

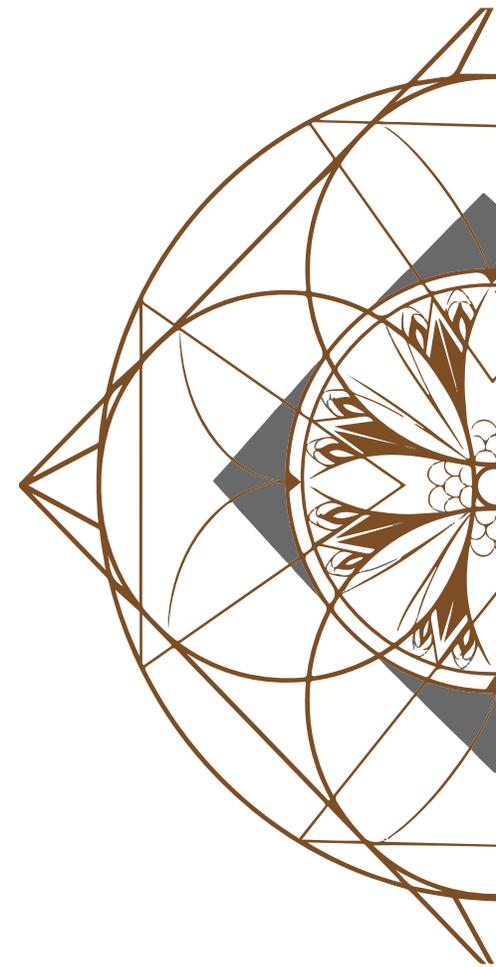
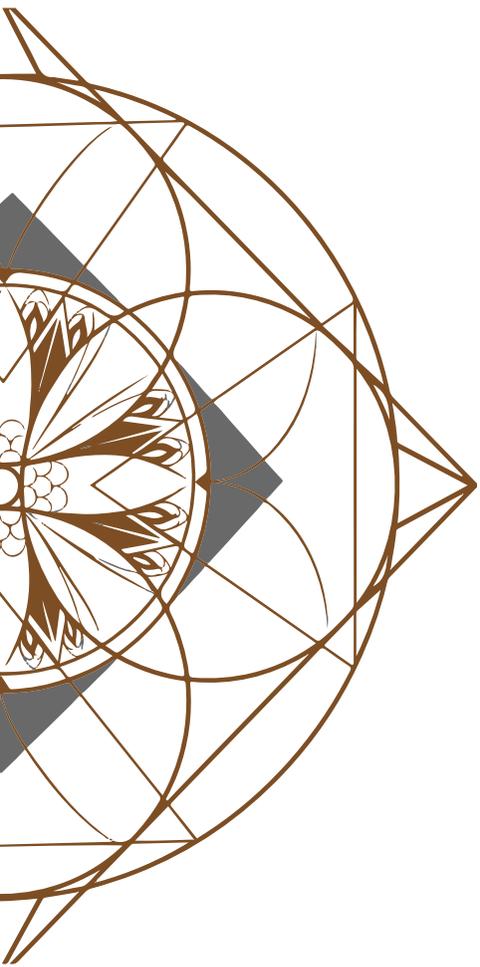
La línea está formada por la unión de varios puntos en sucesión, pudiéndose asimilar a la trayectoria seguida por un punto en movimiento, tiene mucha energía y dinamismo.

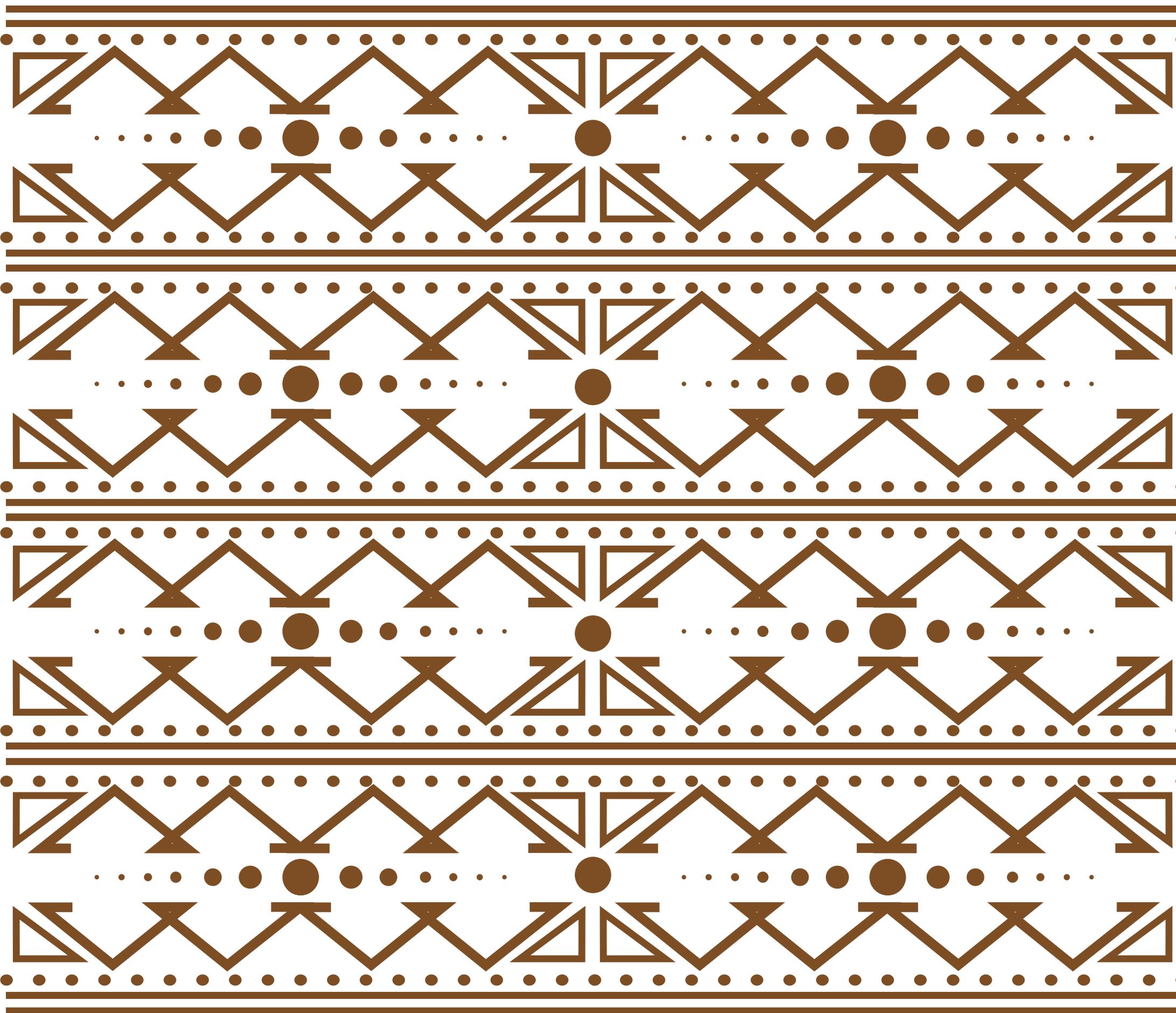
Plano

Un plano se puede generar mediante el recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca), posee dirección, posición, y está limitado por líneas, define los límites extremos de un volumen, tiene largo y ancho por lo tanto perímetro, pero no profundidad.

Volumen

Es el recorrido de un plano en movimiento, se convierte en un volumen, posee una posición en el espacio y lo limitan planos; es considerado también como la tercera magnitud de la forma, delimitada en una porción de espacio por una superficie cerrada. En un diseño bidimensional el volumen es ilusorio, ya que es la combinación de planos. Tiene largo ancho y profundidad







Diego Suarez
Antropologo
6/01/2016



Diego Siarez es un referente en cuanto a la antropología, mantuvo contacto con los pueblos cañaris durante varios años por este motivo tiene un amplio conocimiento sobre las culturas que an logrado perdurar durante el pasar de los años.

ENTREVISTA

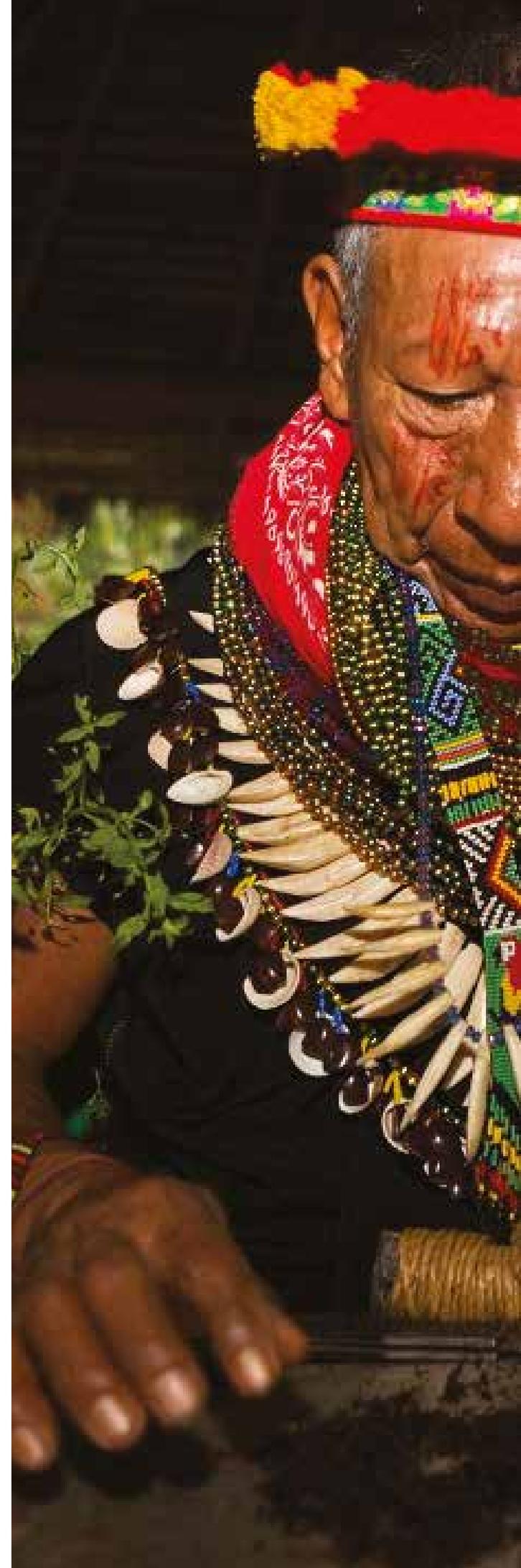


¿De que se compone la identidad ecuatoriana?

“Los componentes que conforman la identidad históricamente desde la llegada europea sumada a la cultura andina en la cual se produjo una mezcla y un tercer elemento que son los descendientes africanos (Afroecuatorianos)” Es la mezcla de varias culturas.

¿Qué opina sobre el rescate de la identidad ecuatoriana?

“El rescate de la identidad ecuatoriana es básica para la cultura ya que vivimos en una sociedad globalizada donde se trata de unificar ciertos criterios culturales, imponerlos desde el ámbito económico además, si nosotros no logramos rescatar elementos como los valores, tradiciones lo que nos convierte únicos en el mundo iremos perdiendo poco a poco nuestra identidad” Lo que viene de afuera por motivo de la globalización no es malo, eso se debería tomar pero respetando sus raíces haciendo que eso sea una parte fuerte de la identidad.





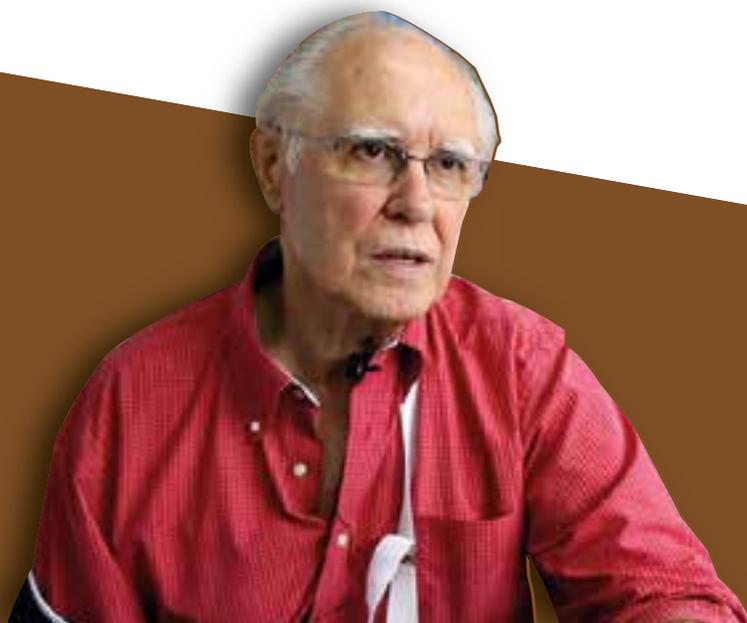
¿Como considera que se debería realizar este rescate cultural?

“Se debería partir a nivel de la educación, es hay donde los futuros ciudadanos de nuestro país deberían tener muy claro lo importante que es la identidad cultural, el patrimonio cultural, y también lo importante q es conocer la tecnología, la comunicación, todo ese desarrollo q viene de fuera. Se debería intentar hacer un hibrido o un replanteamiento de la identidad cultural, si bien es cierto antes se conservaba por el aislamiento geográfico o porque los pueblos no tenían mucha comunicación, pero hoy en día los sistemas de comunicación el internet han provocado que la identidad sufra una problemática considerable.” También considero que un punto importante para el rescate de la cultura es los sistemas de comunicación, las propagandas en las q se debe valorar todo lo propio que la gente se sienta orgullo de vivir en un país mega diverso, multiétnico y pluricultural.

¿Qué étnias considera que se han mantenido hasta la actualidad?

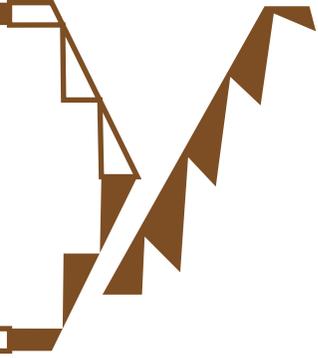
“Cada cultura es importante ya que desarrollaron un sistema de vida para satisfacer sus necesidades en un ambiente, los Shurar, Achuar, Siona-Secoya, los Woarani en la Amazonía que tienen alrededor de diez mil años de historia sin muchos cambios, en la costa lo Awas, los indios colorados y los Quichuas de la sierra que son un poco mas aculturados.”





Peter Mussfeldt
Diseñador

HOMOLÓGOS



Peter Mussfeldt es un diseñador alemán radicado en el Ecuador que realizó una colección de diseños de pájaros que evocan la simplificación formal del diseño precolombino pero con rasgos arquetípicos, dando muestra de que es importante mirar muy cerca lo nuestro para valorar el potencial que tenemos casa adentro.



Forma

Formato: 23 x 19 cm
Orientación: Vertical
Tipografía: Sans serif

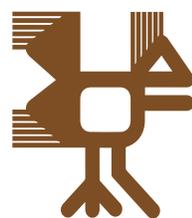
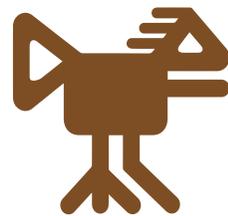
Función

Objetivo: El objetivo de este trabajo del alemán es dar a conocer parte de la gráfica que se manejaba en la época precolombina.

Mensaje: A base de un proceso de abstracción se produce una reinterpretación de las aves precolombinas que nos deja como mensaje que existe una gran riqueza gráfica precolombina

Tecnología

Impresión: Offset
Tinta: Blanco y negro
Material: Papel bond





Vannesa Zuñiga
Diseñadora

Vannesa Zuñiga es una diseñadora nacida en la ciudad de Loja Graduada en la Universidad del Azuay, Su libro es una compilación de registros creados en base a la esquematización de signos de las culturas originarias del Ecuador.

Forma

Formato: 21 x 21 cm
Orientación: Vertical
Tipografía: Sans serif
Cromática: Variantes de colores fríos y calidos

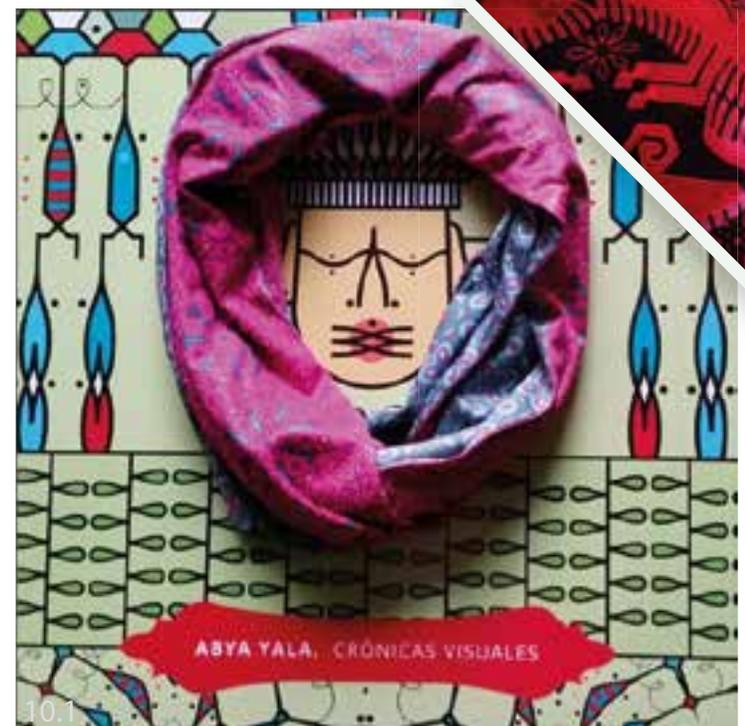
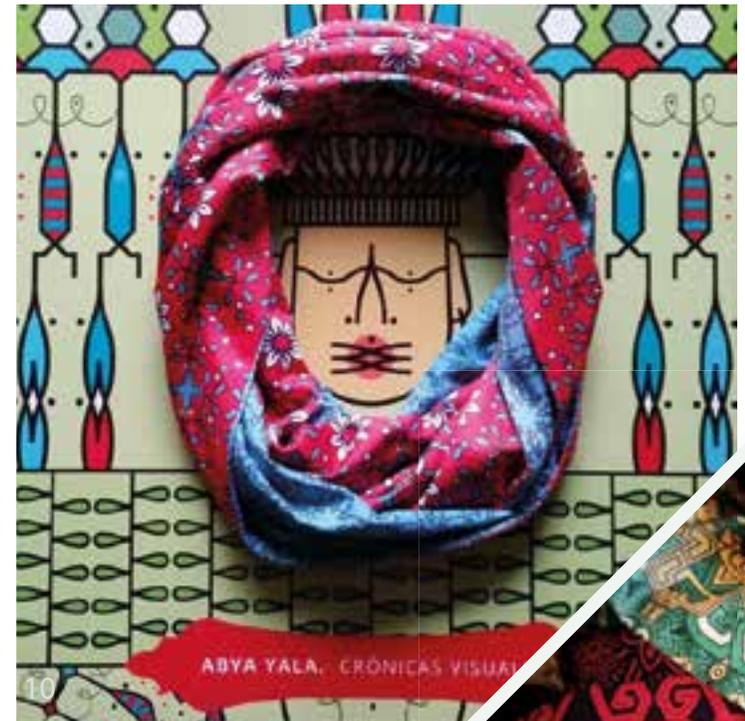
Función

Objetivo: El objetivo que tiene este libro es el de enaltecer la riqueza grafica que maneja las culturas ecuatorianas en base a la investigación generando nuevos elementos.

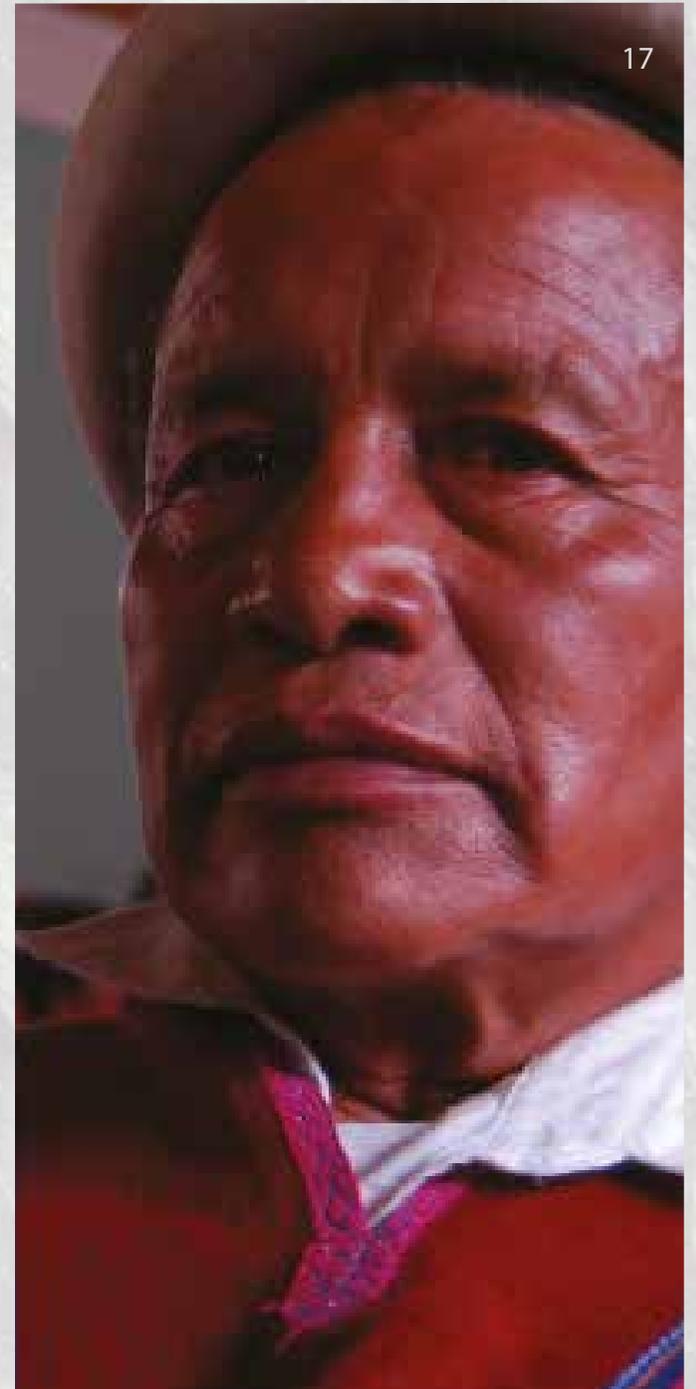
Tecnología

Impresión: Offset
Tinta: Cuatricromia
Material: Papel couché

Mensaje: El mensaje que pretende esta obra es el de mover el subconciante de nacionalismo de una sociedad cada vez mas globalizada que prefiere lo foraneo y a su ves dar a conocer al exterior la riqueza cultural y grafica que maneja nuestro país



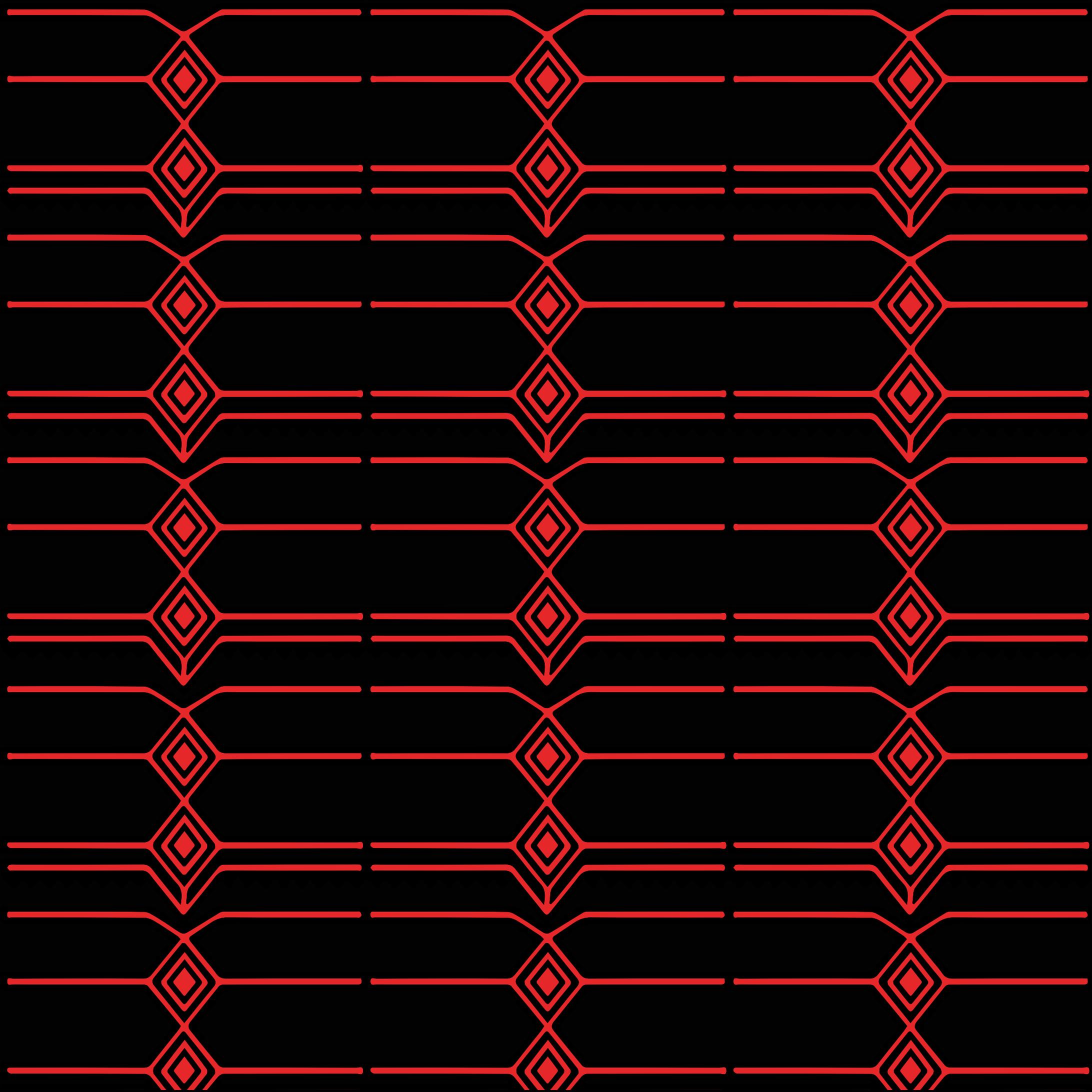
CONCLUSIONES





Nosotros como ecuatorianos debemos sentirnos orgullosos de vivir en un país megadiverso, multiétnico y pluricultural, lleno de signos y símbolos que nos distinguen del resto del mundo, por este motivo debemos revalorizar nuestros rasgos culturales que son un pilar fundamental para la construcción del presente y futuro.

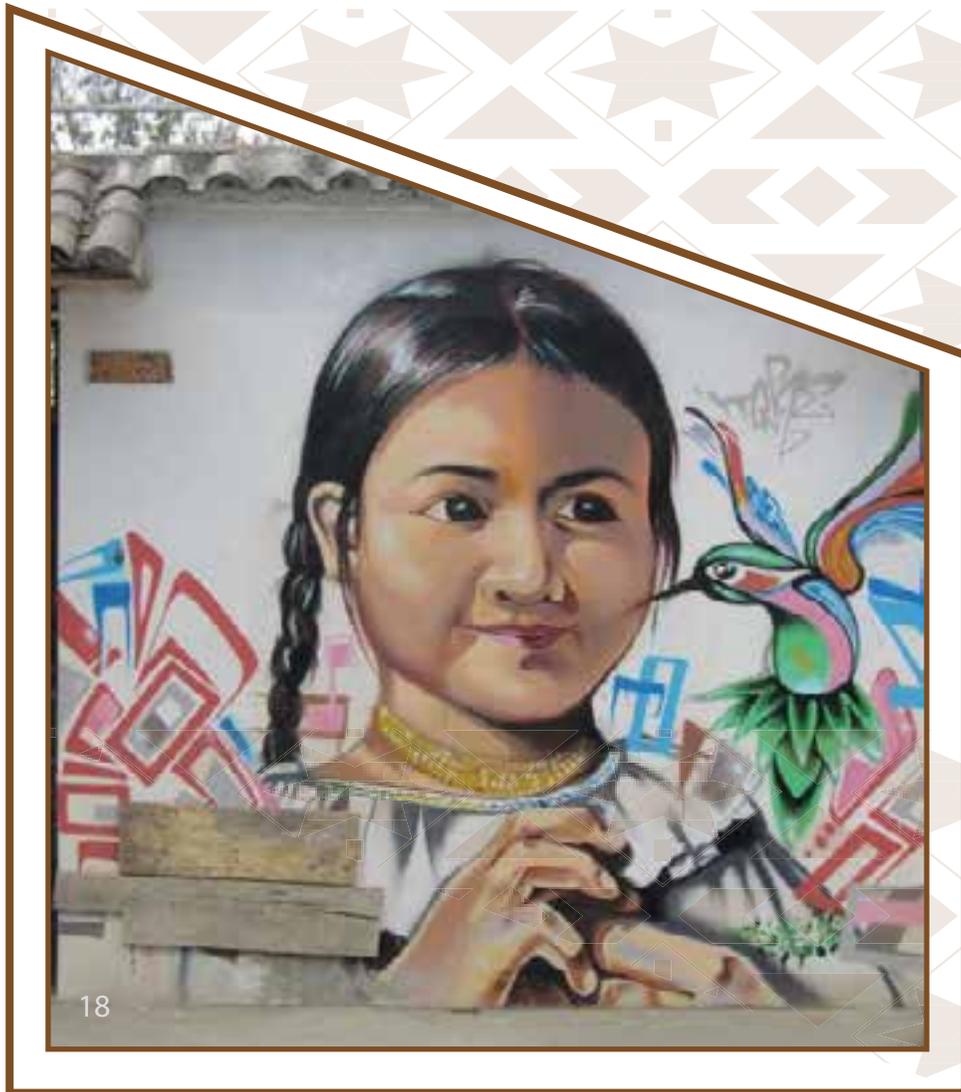
Una manera de llegar a los jóvenes sería con diseños plasmados en textiles demostrando que contamos con una gran variedad de signos y símbolos para que a su vez podemos sentirnos orgullosos de nuestras raíces tan ricas en conocimientos e historia.





CAPÍTULO 2

PROGRAMACIÓN



Target

El target hace referencia al destinatario ideal para el cual está concebido un mensaje, producto o campaña en la búsqueda de satisfacer sus deseos y necesidades. Es conocido también como público objetivo

Segmentación

Geográfica:

Ecuador
Azúay
Cuenca
Zona urbana

Demográfica:

Edad: 18-25
Género: Masculino - Femenino
Grupo Socioeconómico: Medio - Medio/Alto

Psicográficas:

Jóvenes sociables, alegres, extravagantes y confiados que busquen una manera original y moderna de vestir con diseños innovadores e identitarios.

Conductuales:

Jóvenes que gastan una gran parte de sus ingresos en comida y vestimenta, que busquen beneficios en cuanto a precio y calidad, que tengan interés por actividades como exposiciones de arte, eventos musicales o de recreación social.





Persona Design

El persona desing o más conocido como usuario es a quién va dirigido el producto. Son elaborados en base a sus preferencias y deseos previamente analizados.



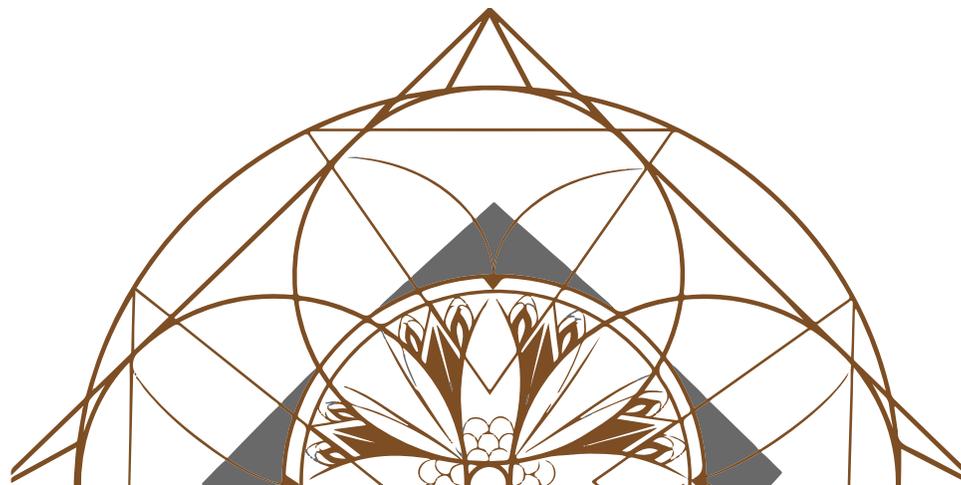
Nombre: Monica Sofía Velez
Edad: 20 años
Género: Femenino
Ocupación: Estudiante universitario
Intereses: Escuchar música, lectura, fotografía,
Frase: Creatividad es permitirte cometer errores, diseño es saber con cuales te quedas.

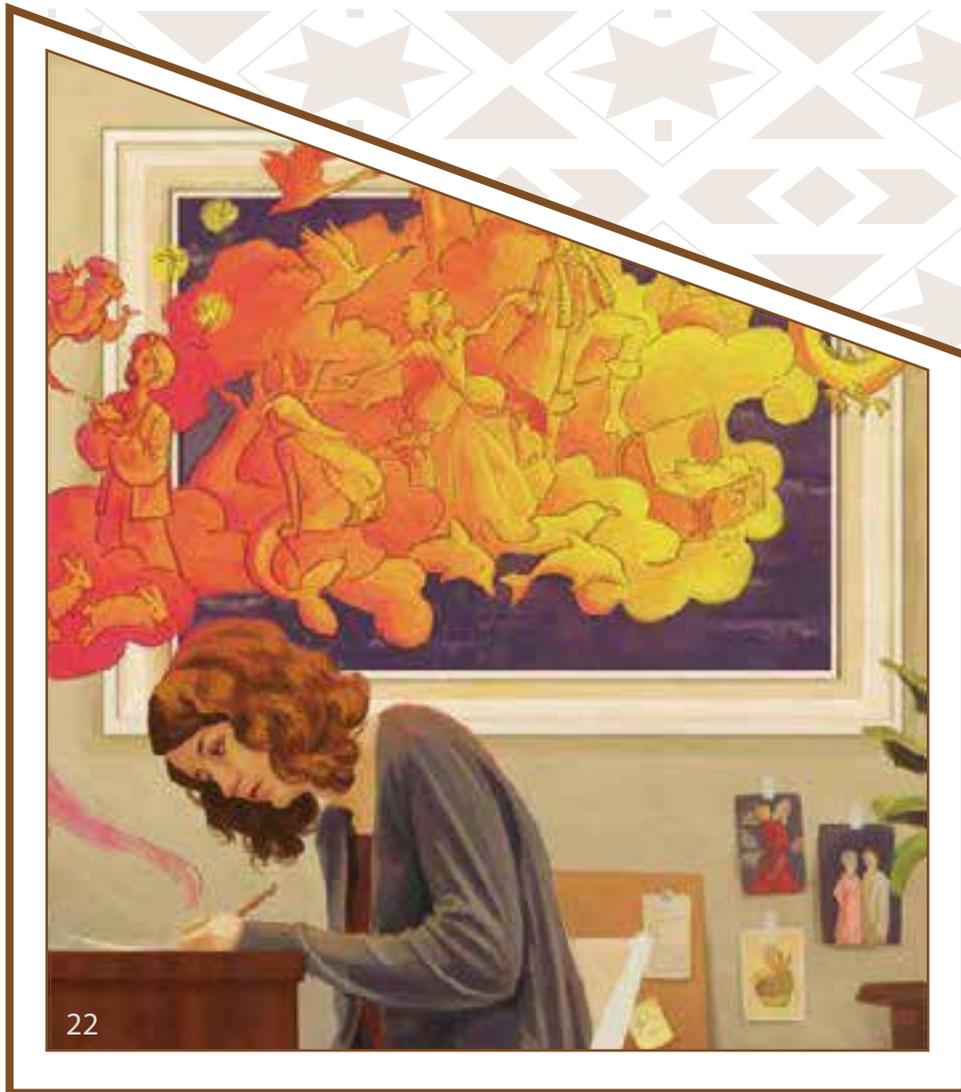
Estilo de vida: Sofía estudia todos los días, tiene una personalidad alegre, sociable es un poco extravagante pero muy confiada de sí mismo, en su tiempo libre se dedica a estimular a su sobrino y jugar con él, también se dedica a la lectura, y a comprar diferentes artículos textiles con diseños impresos innovadores originales de buena calidad y de un precio moderado.



Nombre: Pablo Emilio Zuñiga
Edad: 22 años
Género: Masculino
Ocupación: Estudiante de gastronomía
Intereses: Cocina, arte, programas de autos
Frase: Cada día es una nueva experiencia que debemos vivir al máximo

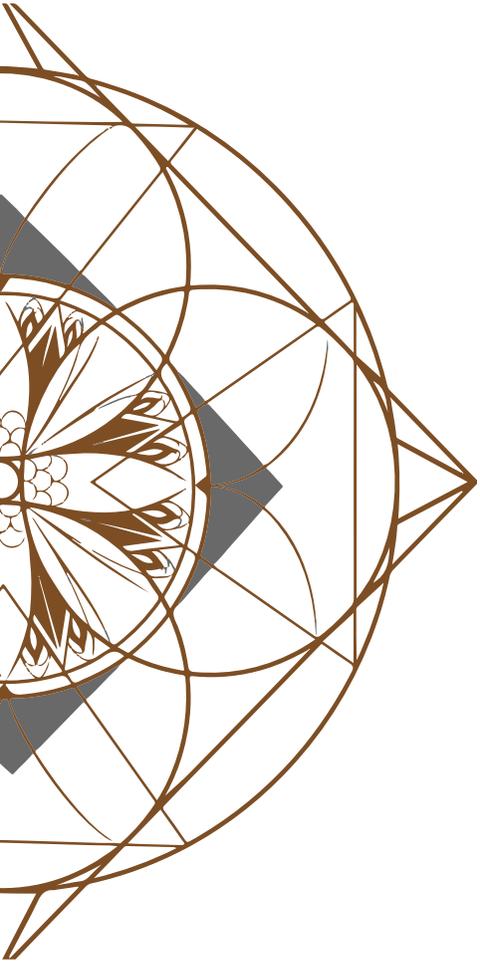
Estilo de vida: Emilio estudia por las tardes y trabaja en el día en un restaurant de la ciudad de Cuenca, tiene una personalidad amigable y se siente muy confiado de su manera de vestir, gusta en adquirir diseños originales y únicos, en su tiempo libre se dedica a actividades atléticas, también gusta de asistir a eventos artísticos.





Plan de Negocios

Precio Plaza Producto Promoción

**Producto:**

Se realizaran camisetas, casacas, chompas, y blusas.

El producto textil será impreso en un plotter de sublimación de alta precisión el que contendrá los signos y símbolos más representativos de una étnia ecuatoriana en específico. Se los realizará en diferentes tallas y manejando distintas cromáticas de acuerdo al género al que va dirigido.

Precio:

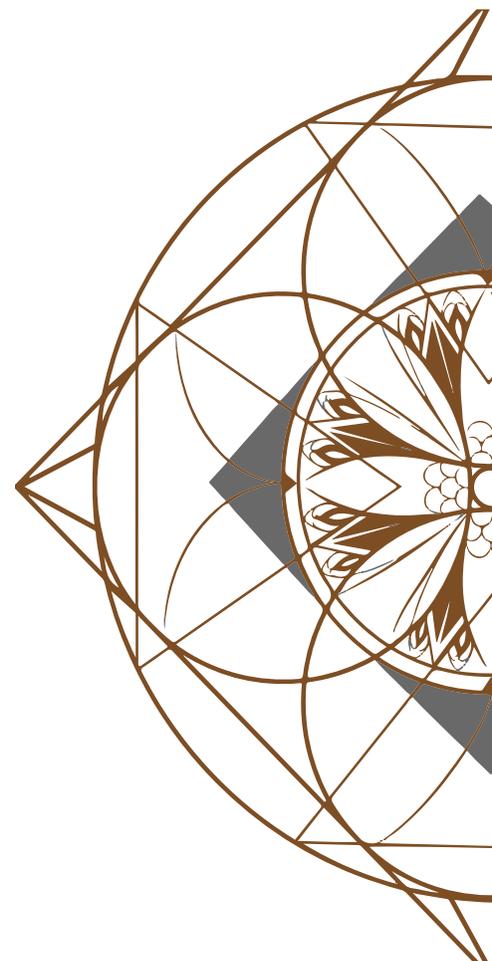
El precio irá acorde al tamaño de la prenda y a un análisis en cuanto a costos de productos similares en el mercado, así también la calidad de material y el tiempo que llevo realizar cada arte.

Plaza:

Como principales lugares de venta del producto serían las boutiques.

Promoción:

Por motivo que este producto va dirigido a los jóvenes lo más conveniente es realizar la promoción mediante las redes sociales, ya que hoy en día es el medio más rápido y efectivo de llegar a nuestro público objetivo.





Partidos de Diseño

Forma Función

Cromática:

La cromática a emplear será de acuerdo a la fuente fotográfica que se maneje para la abstracción de la gráfica, se utilizarán diferentes gamas de colores variando entre colores fríos y cálidos, con diferentes niveles de saturación y contraste, para que de esta manera sean distintivas y reconocibles.

Elementos:

En base a los elementos del diseño, se empleara el uso de punto, línea, plano, contorno, textura, simetría, asimetría, procesos de abstracción reflexión, sustracción y adición.

Figuras:

Las figuras a representar se obtendrán de la abstracción de los signos y símbolos de cada etnia, las cuales pasarán por un proceso de reinterpretación en base a lo analizado en el target para así ser plasmados.

Estética:

La estética a utilizarse está basada en las tendencias gráficas actuales como el low poly. Se utilizarán sistemas gráficos que ayuden a distinguir cada etnia manteniendo la esencia de cada cultura.

Low Poly:

El Low Poly es el modelado con el mínimo numero de polígonos posibles . Se sacrifica el detalle del modelado para reemplazarlo por el realismo en las texturas.

Texto:

Se empleará un texto identificativo, que servirá para poder dar a conocer algunos de los rasgos más característicos de cada etnia.

Tipografía:

Se utilizará una tipografía moderna sanserif ya que son legibles y diferenciables en escalas menores y para la marca se empleará la tipografía Polya, que es parte de la tendencia low poly.

Embalaje:

El embalaje será atractivo, funcional y manejará información corta y puntual sobre cada etnia mediante el empleo de infografía para que de esta forma sea mejor receptado por el público objetivo.

Infografía:

Contendrá los datos más relevantes de cada etnia utilizando la tendencia low poly en su estructura.

Soporte:

Se plasmará en camisetas, buffs, chompas y casacas las cuales contarán con grafica que ayudará a la revalorización de las etnias. En los productos se verán reflejados formas que hacen alusión a las etnias ecuatorianas, mostrando la gran cantidad de signos y símbolos que conlleva cada una de ellas.

Función del producto:

La función de este producto gráfico es la de provocar la revalorización y reconocimiento de parte de los jóvenes acerca de sus rasgos culturales utilizando un sistema gráfico basado en sus signos y símbolos.

Tecnología

Producción:

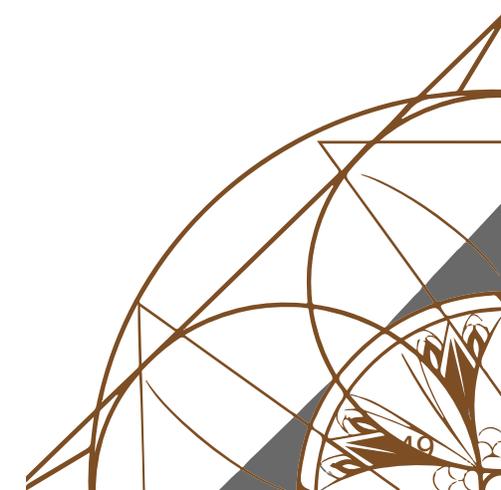
Para la producción se empleará programas como adobe ilustrator sketch book y photoshop e indesign.

Materiales:

Plotter para sublimar, horno de sublimacion, papel transfer, tela 100% poliester.

Acabados:

El empaque se imprimirá a laser que permite manejar una mayor granulación en el cartón por motivos de resistencia del producto.

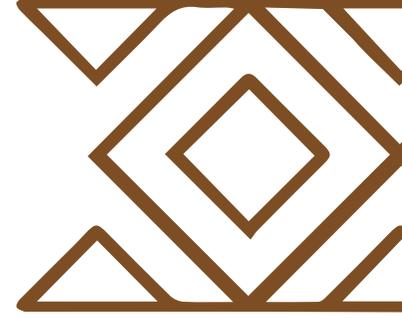




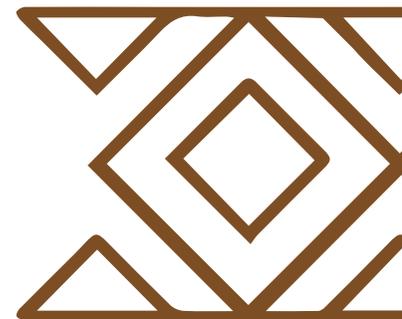
ÉTNIAS

Nuestro país cuenta con alrededor de 35 etnias llenas de contrastes culturales que se ven diferenciadas por las zona geográfica en la que se localizan Costa, Sierra y Amazonía.

Para este proyecto se abordara una étnia de la costa y amazonía y tres de la sierra, basado en la idea de que a pesar de la globalización el contacto con la sociedad y el transcurso de los años han logrado mantener su esencia en lo que se refiere a su vestimenta y costumbres



AMAZONÍA SHUAR



Tradiciones:

La mitología shuar está estrechamente vinculada a la naturaleza y a las leyes de Universo, y se manifiesta en una amplia gama de seres superiores relacionados con fenómenos tales como la creación del mundo, la vida, la muerte, y las enfermedades.

Costumbres:

El chamán, llamado uwishin, es una especie de sacerdote mediador con el mundo sobrenatural y a la vez es un líder político quien tiene mucho poder en la toma de decisiones.

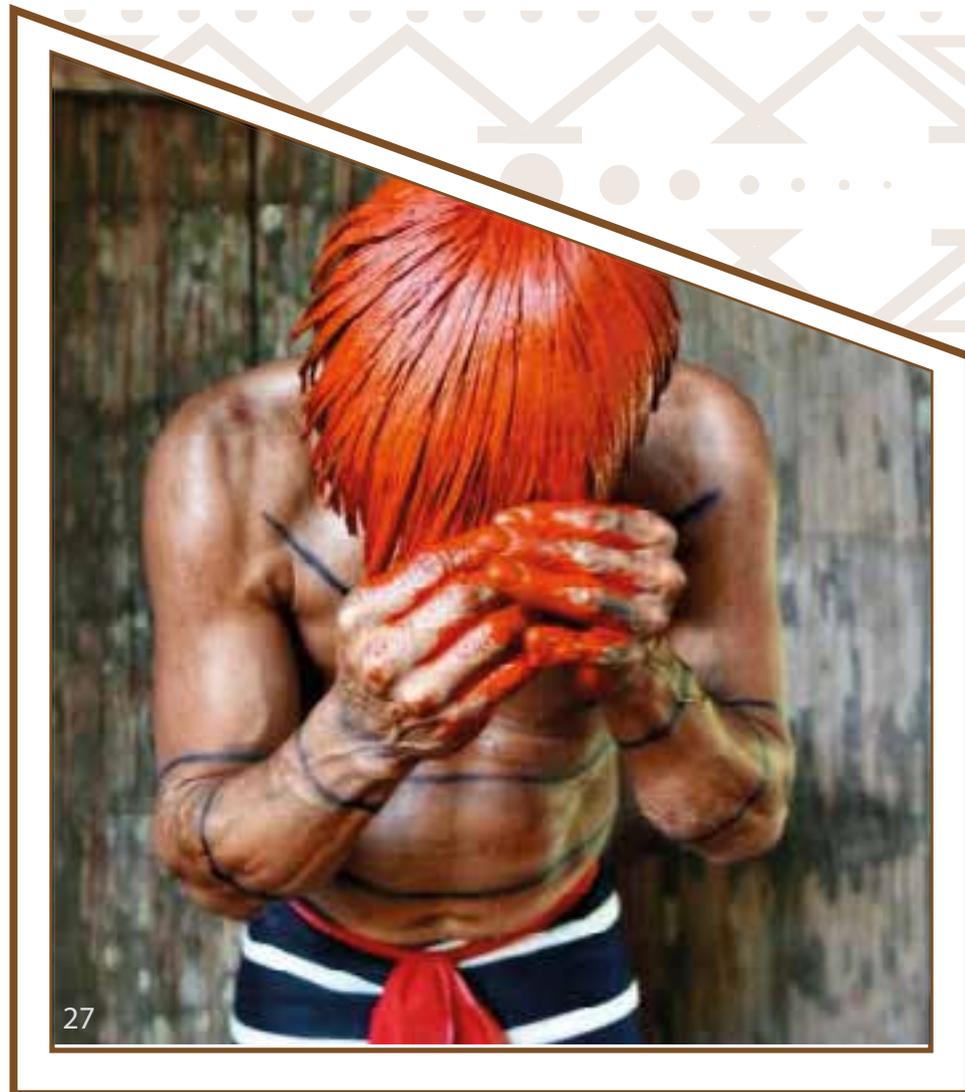
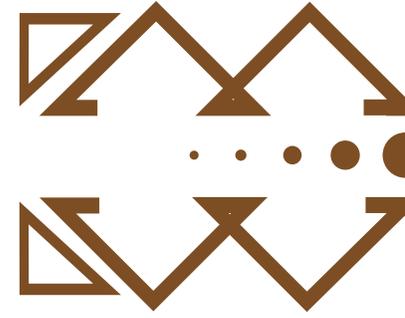
Celebraciones y fiestas:

Piden en rituales que fermente la chicha de chonta, dé fertilidad a los animales, a las plantas y vitalidad al hombre.

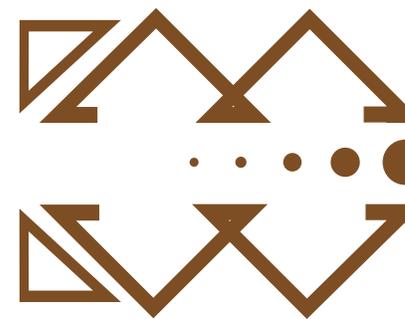
Vestimenta:

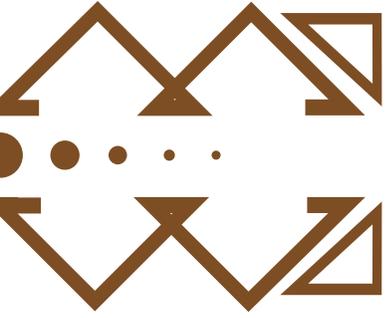
Tradicionalmente la vestimenta de la mujer Shuar es el "karachi" y el hombre vestía una falda llamada "itip" una especie de lienzo de líneas verticales de colores morado, rojo, negro y blanco, tinturados con vegetales, que se envuelven de la cintura hasta el tobillo y va sostenida con una faja. Su arreglo corporal se complementa con una gran variedad de coronas de plumas de tucanes y otras aves y pinturas faciales con diseños de animales, pues creen que así, estos les transmiten su fuerza y poder. Para las fiestas de la Tzantza y la culebra, se pintan su cuerpo con diseños que representan a sus animales sagrados. En la actualidad es muy común el uso de prendas de modelo occidental tanto de hombres y mujeres, solo en algunas ocasiones festivas se ponen su vestimenta tradicional.





COSTA TSÁCHILA





Tsachila significa verdadera gente, según un censo realizado en 1997, su población alcanzaba los 2 640 habitantes, que se encuentra agrupada en ocho comunidades.

Tradiciones:

Su idioma es tsa'fiqui, tiene cierta similitud en el léxico con el chá palaa.

Costumbres:

El profundo conocimiento sobre el poder curativo de las plantas, es uno de los rasgos más importantes de la identidad y la cultura Tsa'chila. Se dedican al tallado de balsa, caña, pambil y otras maderas.

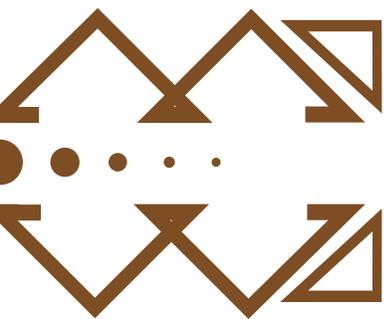
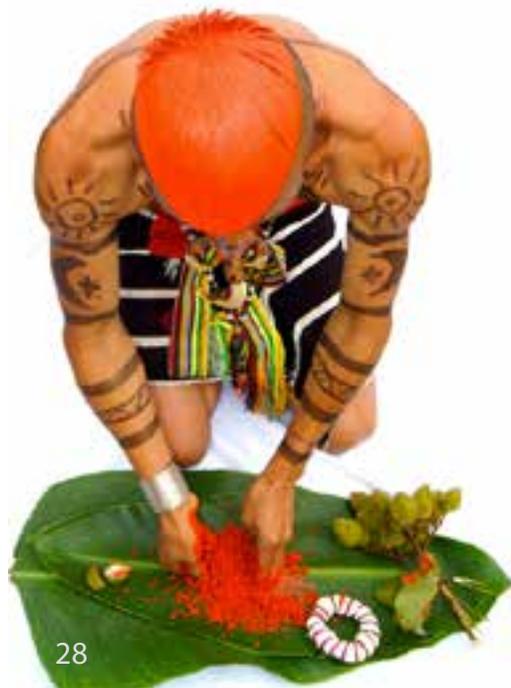
Celebraciones y fiestas:

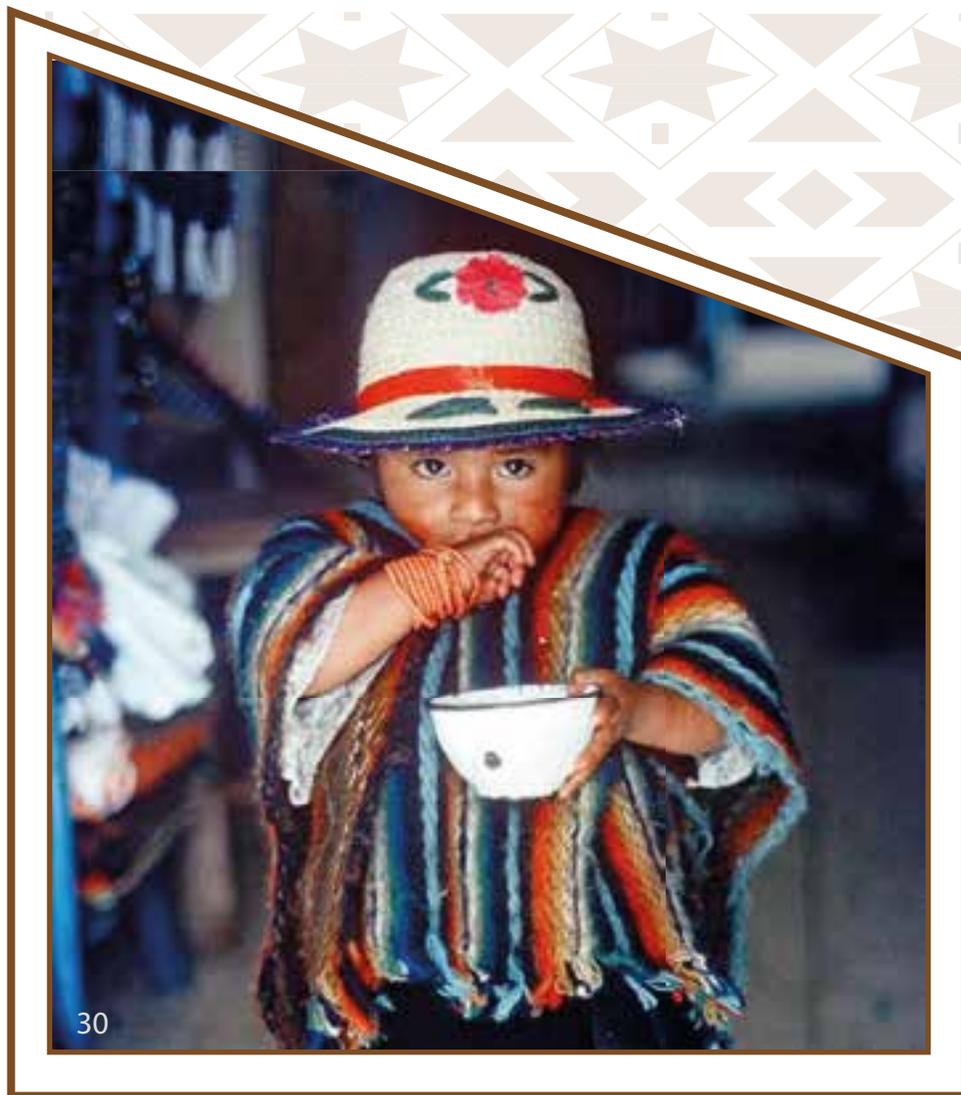
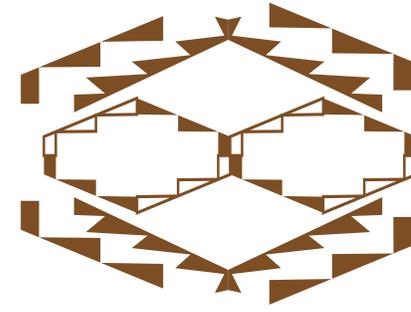
Son muy conocidos por pintarse la cara y el cuerpo con pintura elaborada en base de achiote durante sus actividades culturales, este proceso es conocido con el nombre de Maliquede.

Vestimenta:

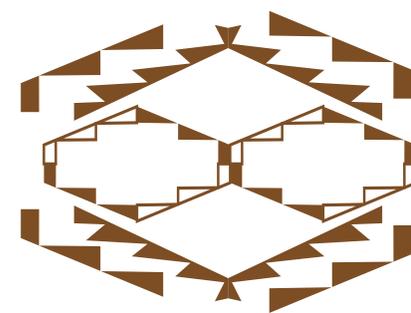
Utilizan faldas de color azul marino con líneas blancas horizontales con un sujetador de preferencia rojo aunque depende la ocasión lo varían con tonalidades verde y blanco en el caso de los hombres, las mujeres utilizan faldas multicolor. Su vestimenta se basa en colores muy llamativos para así poder distinguirse entre la gente.

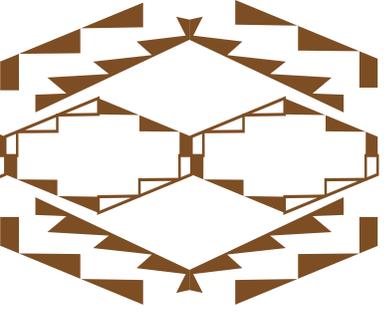
La pintura facial de la mujer es más complicada las líneas son finas con puntos en los bordes. Los diseños van de acuerdo con el gusto y la edad de cada miembro aunque en su mayoría son líneas que se trenzan horizontalmente. Los colores se alternan armónicamente, las líneas de los rostros son delgadas y las del cuerpo anchas





SIERRA NORTE OTAVALOS





Otavalos significa cobija de todos, tiene una población aproximada de 60000 habitantes, mantienen muchas de sus tradiciones ancestrales, entre ellas la confección artesanal de tejidos. Los otavalos de la ciudad han creado empresas y subsisten del comercio textil.

Celebraciones y fiestas:

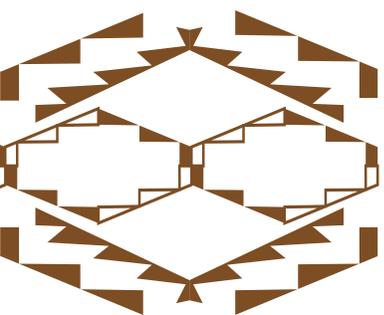
Todos los años, en la Fiesta de los Corazas, se revive durante tres días, la cultura incaica, en un elaborado espectáculo. Asimismo, en verano, tiene lugar el acontecimiento social del año, la fiesta de San Juan, que coincide con el Intiraimi (fiesta inca del solsticio de verano), y se desarrolla a lo largo de dos semanas en las cuales cesa toda actividad.

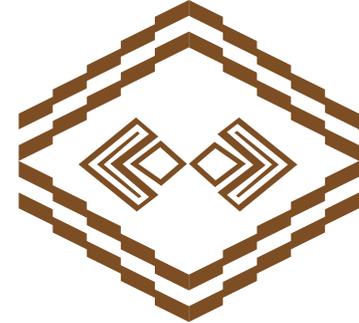
Tradiciones:

Este pueblo excepcional conserva su lengua kichwa y habla español, su forma de vestir tradicional y otras muchas costumbres.

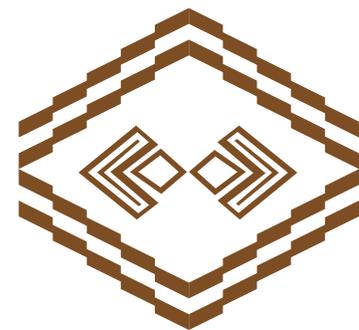
Vestimenta:

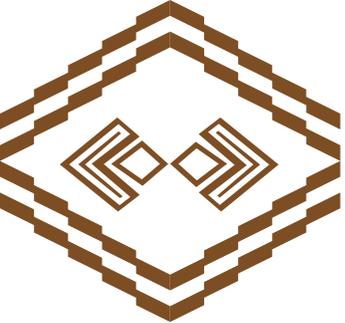
Encima de una blusa de algodón y unas amplios pantalones hasta la media pierna, los hombres, llevan un pesado poncho de lana azul oscuro, un sombrero de fieltro de ala ancha sobre su peinada trenza y sandalias de tela con suela de cuerda. Las mujeres, usan un chal anudado a la frente sobre una blusa blanca bordada. Visten dos faldas de lana superpuestas, enrolladas a la cintura y sujetas con cintos hechos a mano. También se peinan en una sola trenza, que cubren con una mantilla.





SIERRA CENTRO SALASAKAS





El nombre Salasaka no proviene de origen etimológico ni de origen deductivo, más el nombre es una autodeterminación del mundo dual y armónico de los indígenas que no se puede realizar análisis comparativos ni derivaciones del término Salasaka.

Tradiciones:

La transmisión de los conocimientos es oral y práctica y de padres a hijos; constituye el espacio de socialización de la familia y la comunidad.

Costumbres:

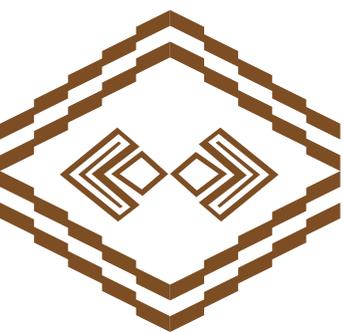
Son un pueblo con una economía en transición, de una economía de subsistencia a una economía de mercado.

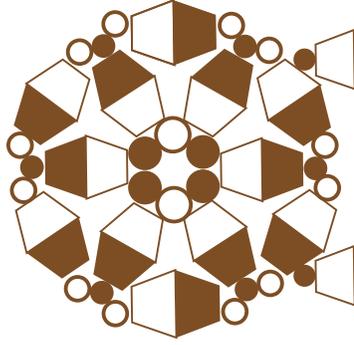
Celebraciones y fiestas:

El 13 y 14 de junio celebran el Inti Raymi. Música: Utilizan instrumentos musicales autóctonos como el churo, flauta, rondador, bocina, pingullo, arpa, violín y huanca.

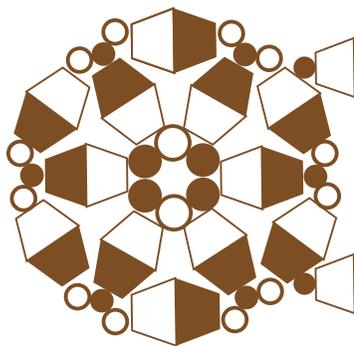
Vestimenta:

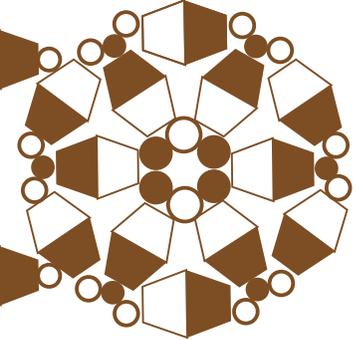
Se caracteriza por ponchos rojos las mujeres y los hombres ponchos negros, utilizan sombreros de diferentes tonalidades. Elaboran tapices usando técnicas de tejido propias y diseños tradicionales de la zona; para una parte de la población esta actividad constituye la ocupación principal, orientada al mercado nacional e internacional.





SIERRA SUR SARAGUROS





El término Saraguro no tiene una definición clara, se dan diversas interpretaciones, pero, lo que sí, se ha llegado a la conclusión, que el nombre está estrechamente ligado al maíz.

Tradiciones:

El Domingo de Resurrección o Pascua muy por la mañana se presentan los disfraces, con los trompeteros y los "batidores", los primeros llevan su clásico tambor, máscara al rostro y otros atuendos propios de la circunstancia, los segundos destacan grandes banderas de bayeta de color rojo y negro y en medio de innumerables inclinaciones y contorsiones baten banderas, recorren el trayecto que media entre dos altares ubicados en las esquinas de la plaza hasta que llegue la hora de la procesión solemne del Cristo resucitado.

Costumbres:

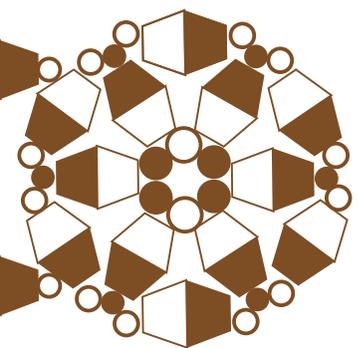
Son un pueblo con una economía en transición, de una economía de subsistencia a una economía de mercado.

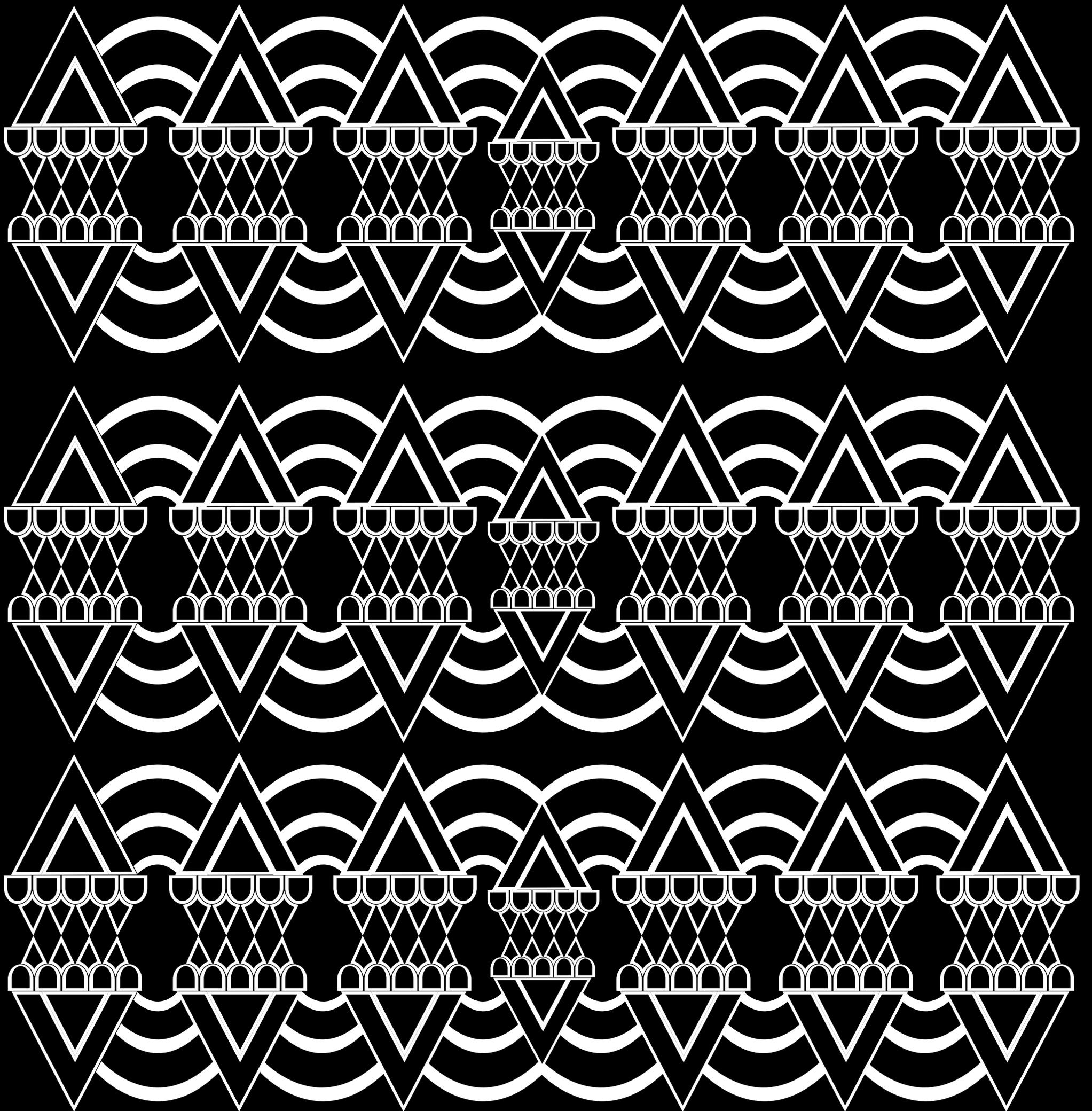
Celebraciones y fiestas:

Semana Santa, Navidad, Tres Reyes, Corpus Christi, el 1 de agosto, 24 de mayo y el 10 de marzo. Las comunidades indígenas en estas fechas, muy especialmente, se dan cita con sus mejores galas.

Vestimenta:

Su vestimenta se caracteriza en los varones por los ponchos y sombreros negros; y en las mujeres por los anacos y chales del mismo color también utilizan accesorios que son collares realizados artesanalmente con diferentes tipos de piedras preciosas o mullos y para sujetar sus ponchos utilizan un broche conocido como Tupo.

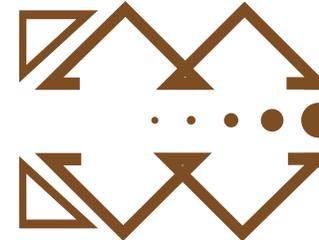






CAPÍTULO 3

DISEÑO



IDEACIÓN

Low poly:

Es una tendencia gráfica que trata de realizar imágenes 3D con la menor cantidad de polígonos posibles, basado en esta idea se realiza la abstracción de la gráfica de cada étnia y se la plasma con la menor cantidad de recursos posibles intentando alcanzar un minimalismo.



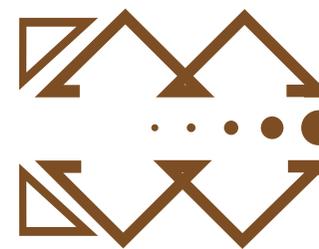
Fantasia:

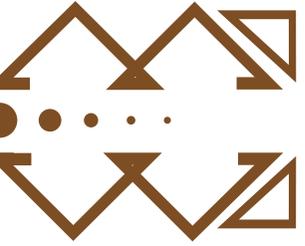
La fantasía es una interpretación mental que sobrepasa la realidad, la cual puede ser interpretada con colores fuertes y contrastantes. Se podría emplear a modo de historia creando personajes de cada étnia con signos y símbolos característicos.



Movimientos artísticos:

En función de lo analizado en los partidos de diseño se podría realizar diferentes combinaciones entre la tendencia actual que es low poly aplicada con los diferentes movimientos artísticos como podría ser el art nouveau, el barroco, y el futurismo.





Colección:

Usando como base la ilustración analógica aplicada mediante la mezcla de lápices de colores y acuarelas para después digitalizarlas y de esta manera crear un sistema gráfico.



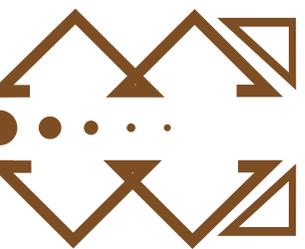
Ilustración:

Ilustración vectorial del rostro de una persona de cada etnia ecuatoriana a las cuales se les aplicaría low poly esto aplicado en el packaging para que puede ser más fácil la identificación por parte del público objetivo.



Gráfica 3D:

Con la gráfica abstraída de cada etnia se podría realizar un trabajo en 3D que sería un método innovador en cuanto a las prendas de vestir.





3 IDEAS





Lineal:

Basado en uno de los elementos más básicos del diseño como es la línea, manejada en diferentes grosores y longitudes se puede crear distintos tipos de gráfica combinándolas con una gama cromática de acuerdo con cada étnia.



Ilusión Óptica:

La ilusión óptica nos lleva a percibir la realidad de varias formas. Estas pueden ser de carácter fisiológico asociados a los efectos de una estimulación excesiva en los ojos o el cerebro del brillo, color o movimiento.



Tipográfico:

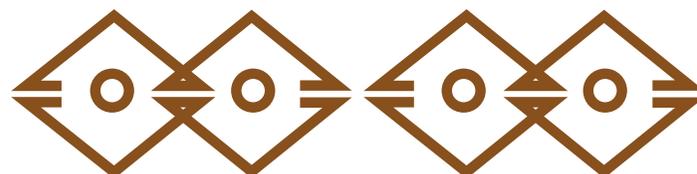
La tipografía se podría emplear como fuente de información y como gráfica la cual ayudaría a la mayor comprensión del mensaje de parte del emisor.



IDEA FINAL



De acuerdo con la hipótesis que es la generación de elementos gráficos basados en las étnias ecuatorianas y aplicados en productos textiles para ayudar a la revalorización de la identidad de nuestro país, se analizaron las tres ideas finales seleccionando la morfología como generador de gráfica en la que mediante la aplicación de líneas de diferente espesor y longitud basada en la manera de vestir o la forma de pintarse los rostros de cada étnia; permitiendo tener un producto innovador, también se empleara la tipografía como un recurso de apoyo para poder transmitir un mensaje claro y de única interpretación.





Sistema Gráfico

Constantes

1.- La gráfica siempre estará basada en la morfología de la vestimenta o pintura facial de las étnias.

2.- La cromática se basará en las fotografías que se obtenga de cada cultura.

3.- Se generarán tramas a partir de la abstracción morfológica de las fotografías.

4.- La marca mantiene una tendencia low poly con una cromática que hace alusión a cada étnia.

5.- La marca Étnias Ecuatarianas mantiene una tipografía Paihuen Mapuche.

6.- La marca ira estampada con un vinil termico en la parte superior por dentro de cada producto.

7.- El texto que llevara el soporte (empaque) será corto e informativo.

8.- El soporte textil tendra un fondo blanco , negro o gris

Variables

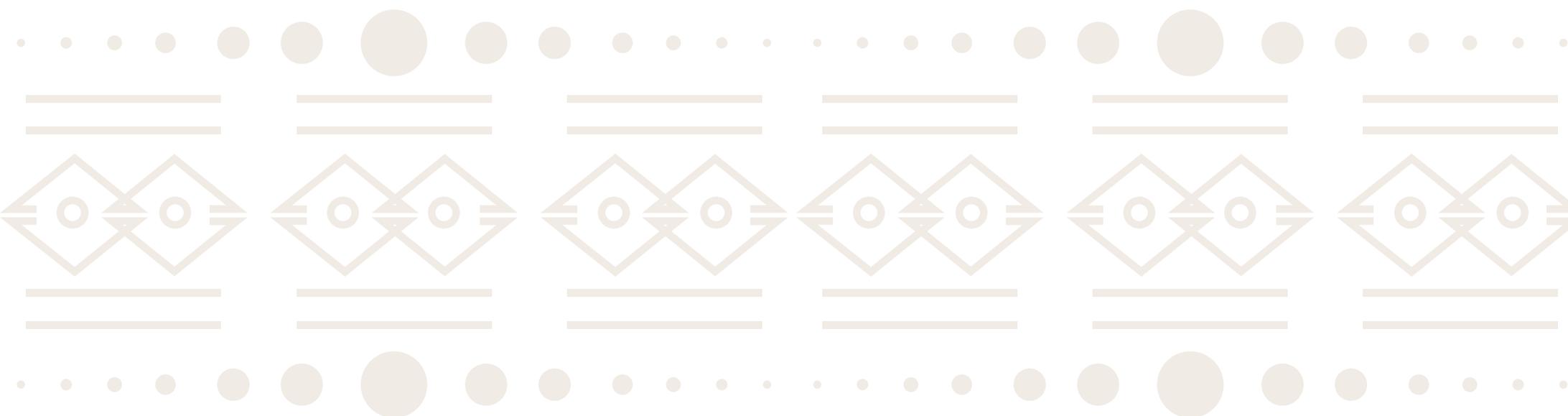
1.- En cuanto se refiere a nivel compositivo de las tramas se podrá utilizar de manera simétrica o aleatoria.

2.- La ubicación del texto dependerá del soporte, puede o no seguir el patrón de la gráfica.

3.- La cromática va de acuerdo a las imágenes de cada étnia.

4.- Algunas aplicaciones llevarán una abstraccion de las tramas.

5.- la aplicación de las tramas y abstracciones en los productos son distintos en cada uno.





MARCA



TIPOGRAFÍA POLYA

En los partidos de diseño se estableció utilizar una tendencia actual conocida como el low poly la cual se ve reflejada en la marca que irá en cada una de las prendas.



TIPOGRAFÍA PAIHUEN MAPUCHE

Para darle un sentido más étnico se empleará esta tipografía que está basada en algunos de los rasgos de las culturas precolombinas.





La cromática que se emplea es la de un elemento muy significativo de la vestimenta Shuar que es conocido como *"Tawasap"* que es una corona de plumas con colores negro rojo y amarillo.

Sobre esta corona se aplico la abstracción del color con la paleta ya preestablecida utilizando la tipografía polya haciendo referencia al low poly.

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR

10cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR

9cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR

8cm

Segun los estandaras de la industria textil ecuatoriana una marca puede llegar a medir entre un maximo de 10cm y un minimo de 8cm.

Para la aplicación en los productos se utilizara en un tamaño de 10cm que ofrece una gran legibilidad y no se pierde el tramado low poly.

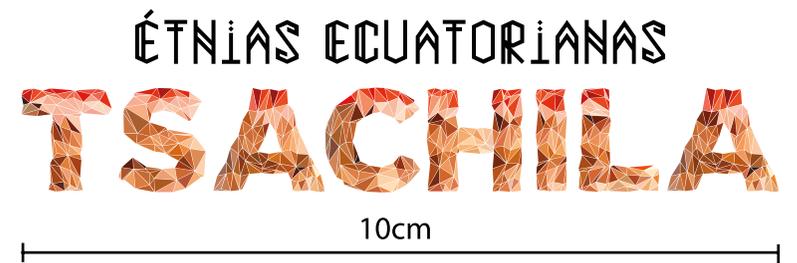
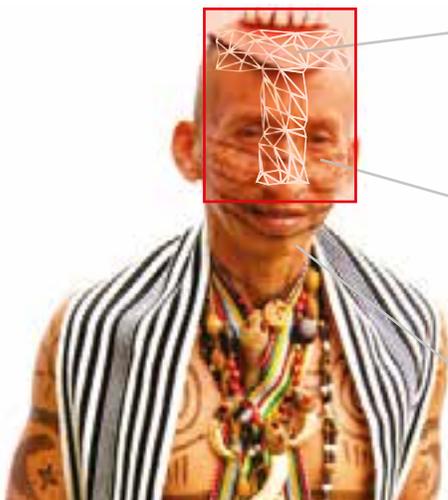
ÉTNIAS ECUATORIANAS

SHUAR



Los Tsáchilas tiñen su cabello de achiote debido a que fue la cura a la varicela una epidemia que mato a muchas personas de su grupo. Por este motivo es considerado como símbolo de vida.

La abstracción cromática se realizo de una persona tsáchila tomando como punto principal la coloración del cabello.



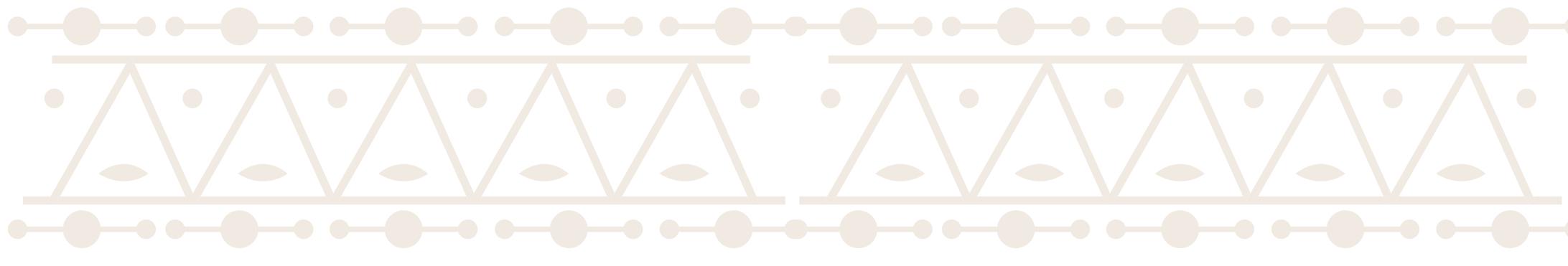
Segun los estandaras de la industria textil ecuatoriana una marca puede llegar a medir entre un maximo de 10cm y un minimo de 8cm.

Para la aplicación en los productos se utilizara en un tamaño de 10cm que ofrece una gran legibilidad y no se pierde el tramado low poly.



ÉTNIAS ECUATORIANAS

TSAACHILLA



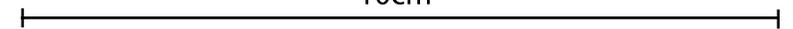


Las mujeres de Otavalo se caracterizan por su peculiar manera de vestir, siempre llevan ropa muy elegante acompañada de accesorios como sus collares con colores que asemejan al oro.

La cromática es abstraída en gran parte del collar y de su blusa y del chal negro que utilizan cruzado desde el la parte superior del hombre.

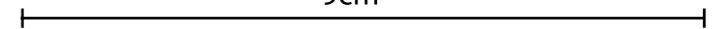
ÉTNIAS ECUATORIANAS
OTAVALO

10cm



ÉTNIAS ECUATORIANAS
OTAVALO

9cm



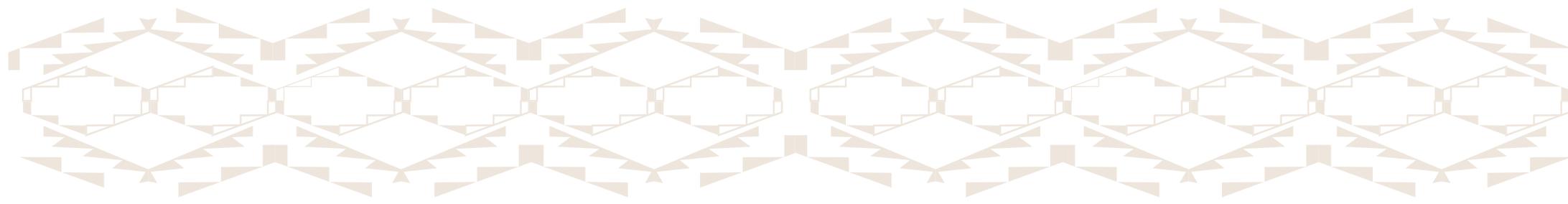
ÉTNIAS ECUATORIANAS
OTAVALO

8cm



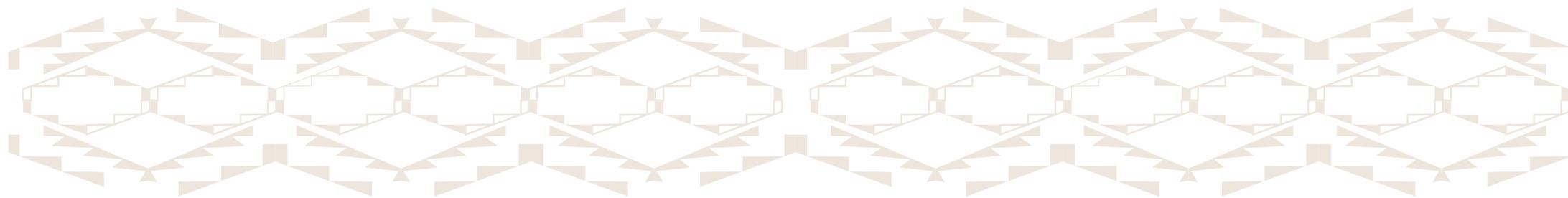
Segun los estandaras de la industria textil ecuatoriana una marca puede llegar a medir entre un maximo de 10cm y un minimo de 8cm.

Para la aplicación en los productos se utilizara en un tamaño de 10cm que ofrece una gran legibilidad y no se pierde el tramado low poly.



ÉTNIAS ECUATORIANAS

OTAVALO





Las Salasakas utilizan diferentes tipos de accesorios. Uno de ellos es el broche conocido como "Tupo", que es realizado en plata con piedras preciosas en el centro.

La cromática se abstrae de parte de su broche (tupo) y collar.

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SALASAKA

10cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SALASAKA

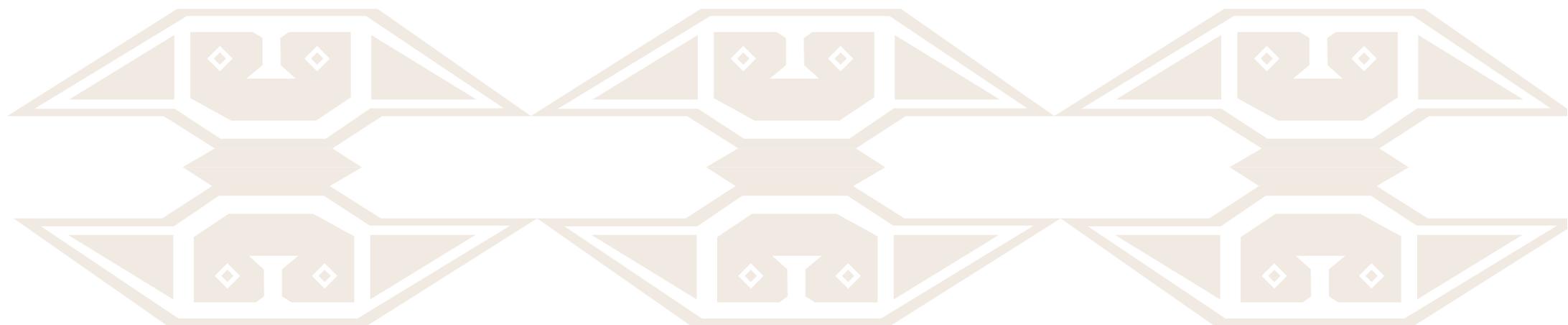
9cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SALASAKA

8cm

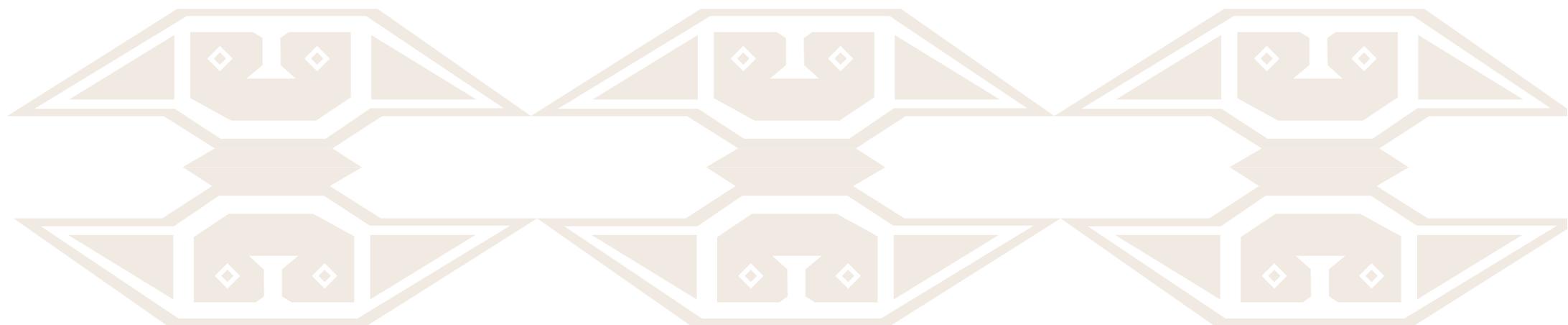
Segun los estandaras de la industria textil ecuatoriana una marca puede llegar a medir entre un maximo de 10cm y un minimo de 8cm.

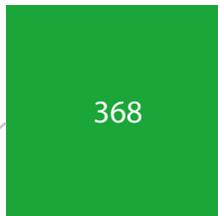
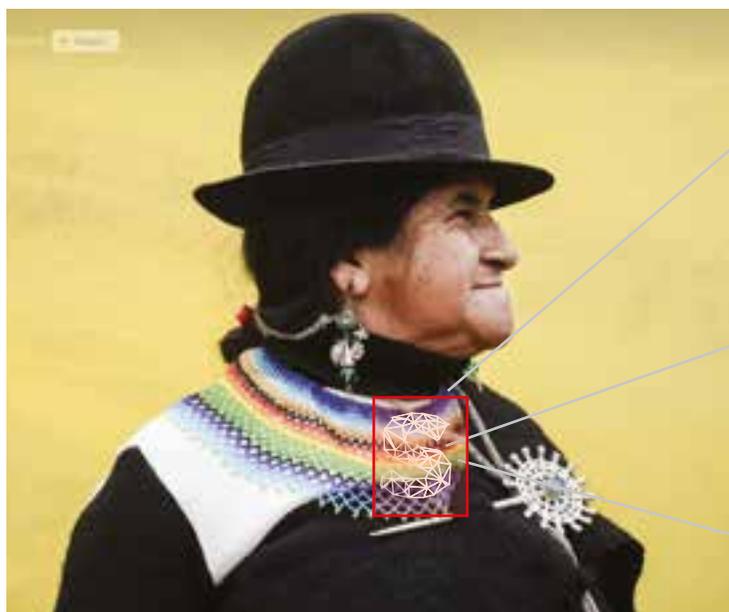
Para la aplicación en los productos se utilizara en un tamaño de 10cm que ofrece una gran legibilidad y no se pierde el tramado low poly.



ÉTNIAS ECUATORIANAS

SALASAKA





Las mujeres de Saraguro utilizan diferentes tipos de accesorios, pero los mas llamativos son sus collares que son elaborados artesanalmente con mullos o piedras preciosas. Cada uno de estos collares en el mercado extranjero puede llegar a costar hasta 300\$ dependiendo de la complejidad del diseño.

La cromática se abstrae de este muy reconocido accesorio.

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SARAGURO

10cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SARAGURO

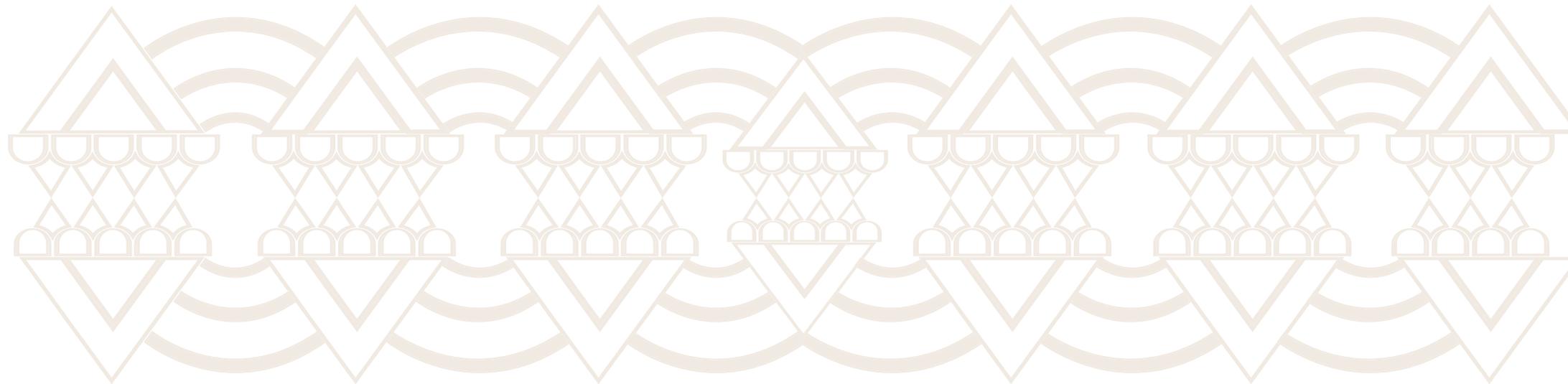
9cm

ÉTNIAS ECUATORIANAS
SARAGURO

8cm

Segun los estandaras de la industria textil ecuatoriana una marca puede llegar a medir entre un maximo de 10cm y un minimo de 8cm.

Para la aplicación en los productos se utilizara en un tamaño de 10cm que ofrece una gran legibilidad y no se pierde el tramado low poly.



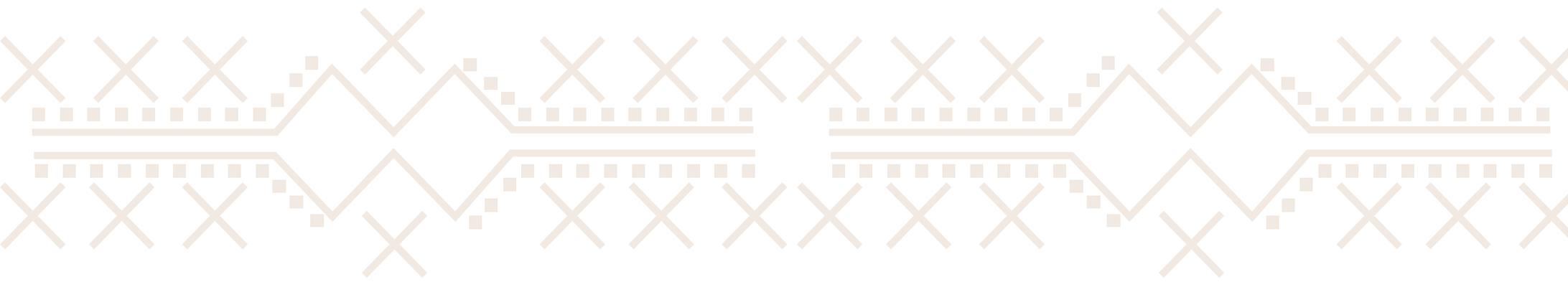
ÉTNIAS ECUATORIANAS

SARAGURO

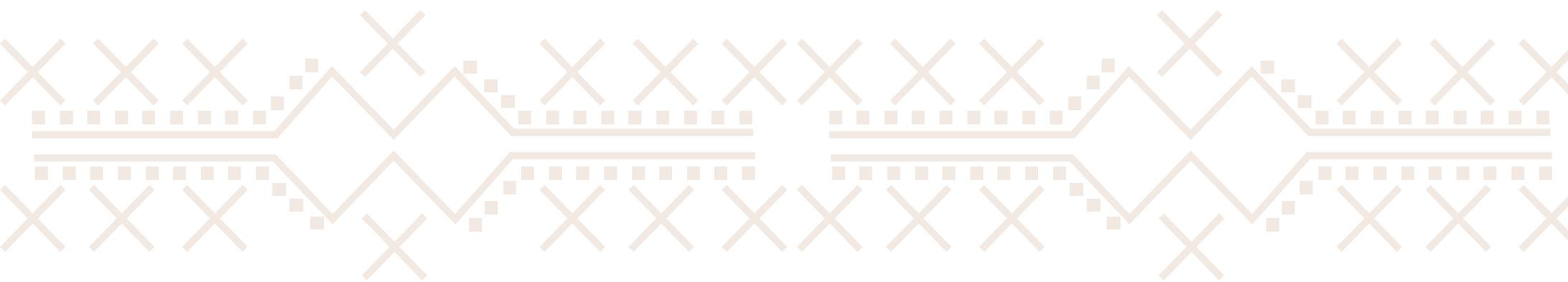


SHUAR

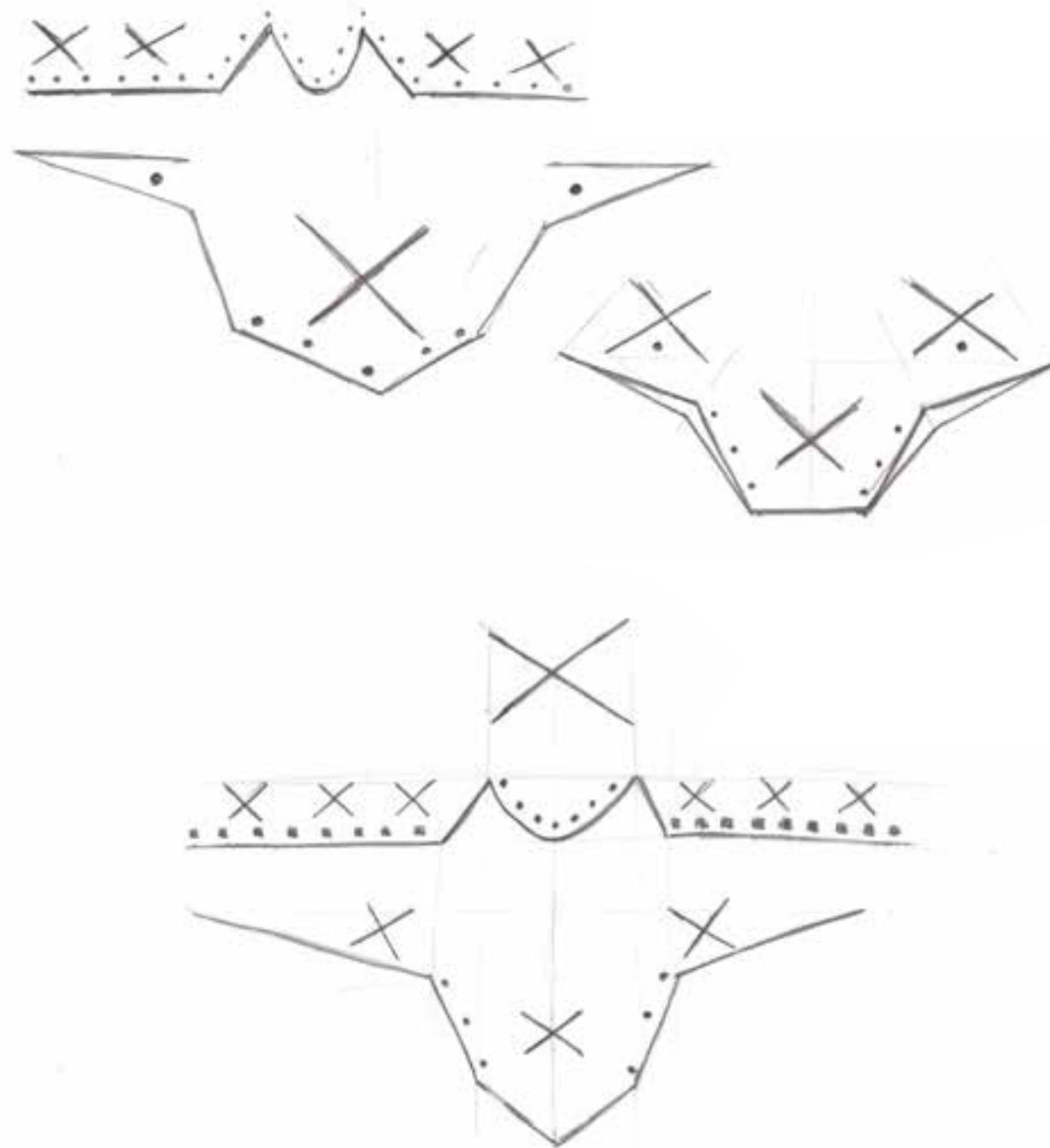


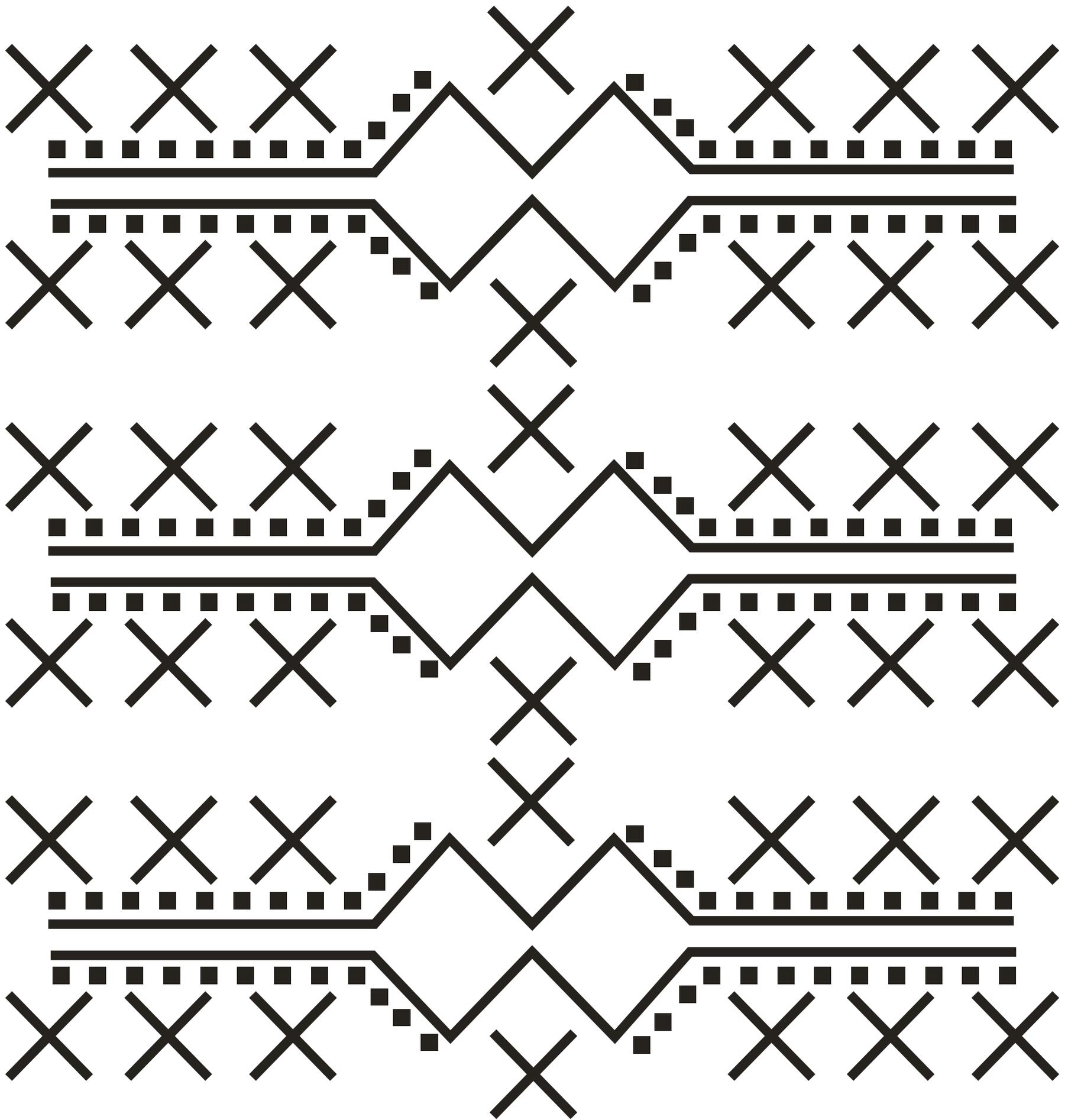


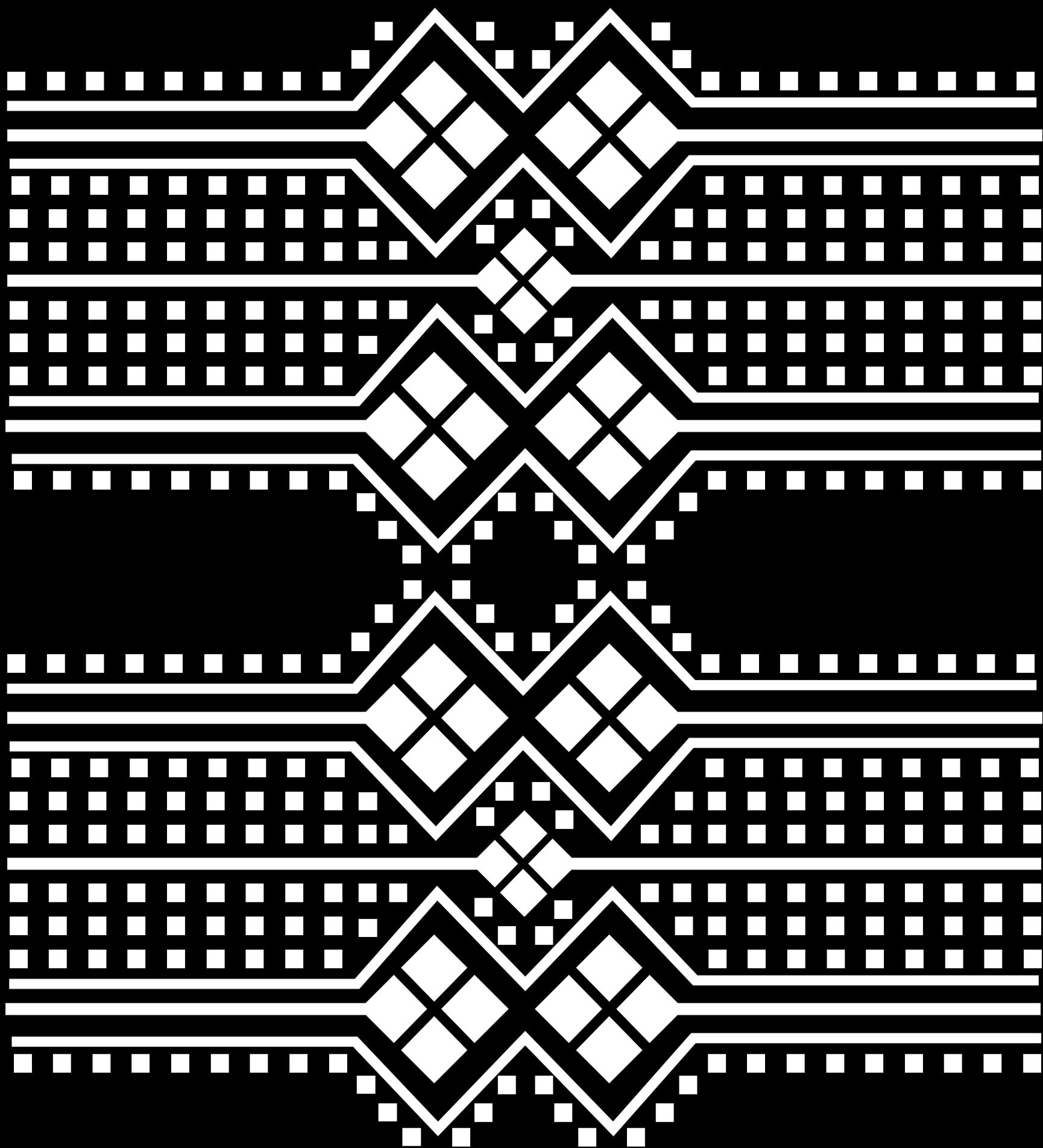
La cromática en esta cultura va a ser la misma para todas las gráficas que van de acuerdo a los colores más representativos de cada imagen, en este caso del "tawasap", realizado con las plumas del papagayo.

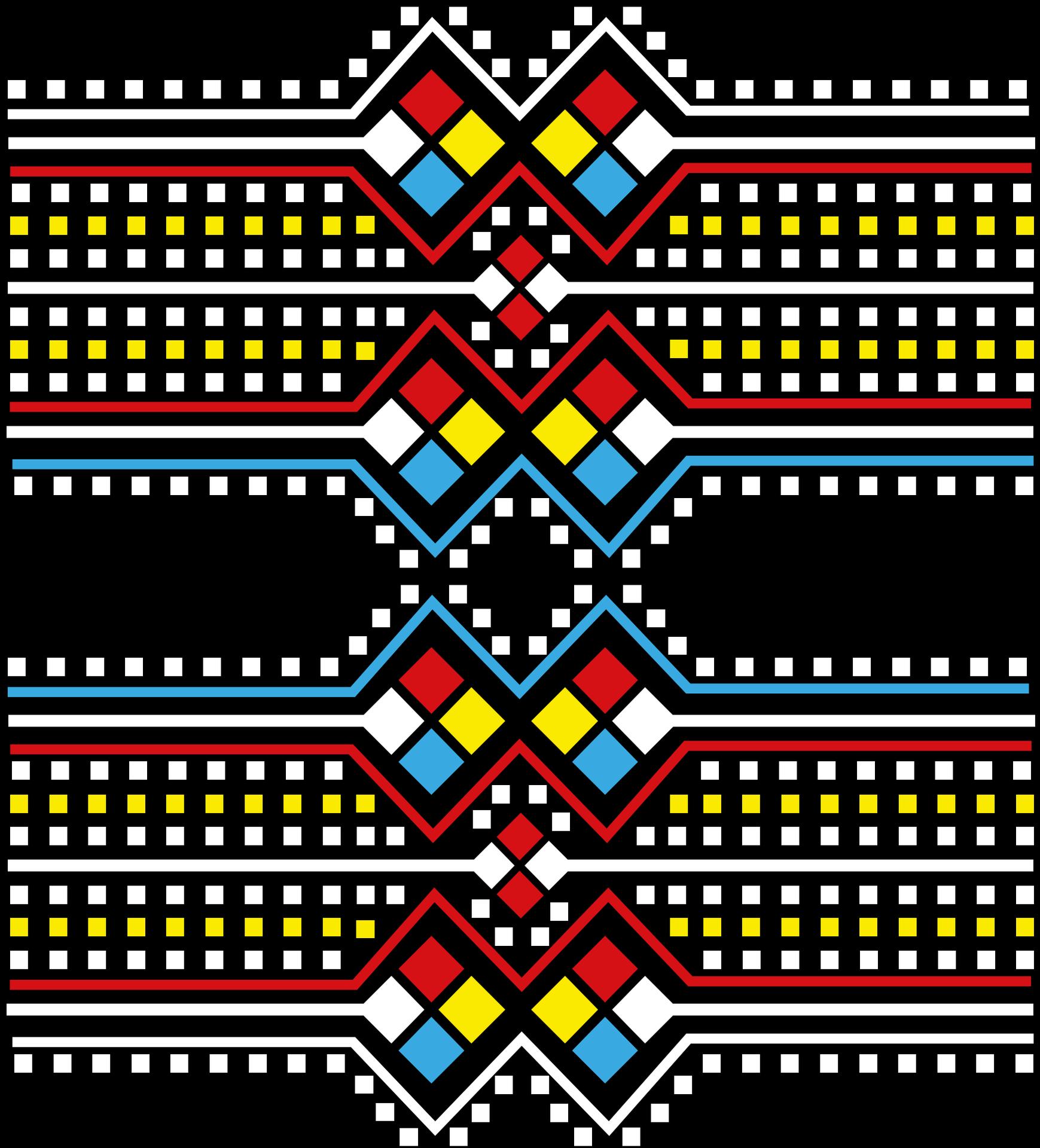


Bocetos





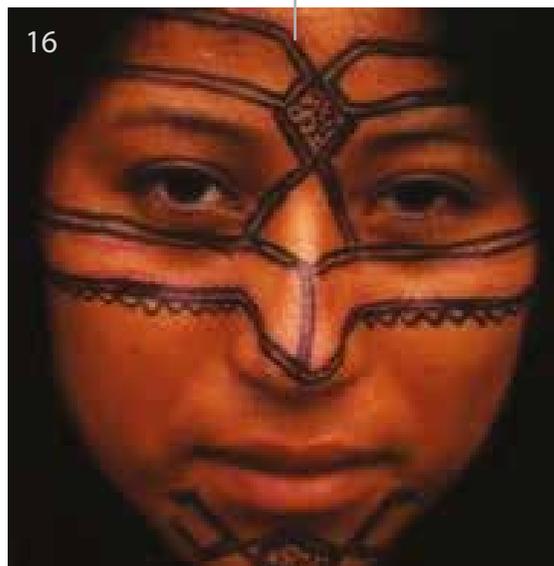






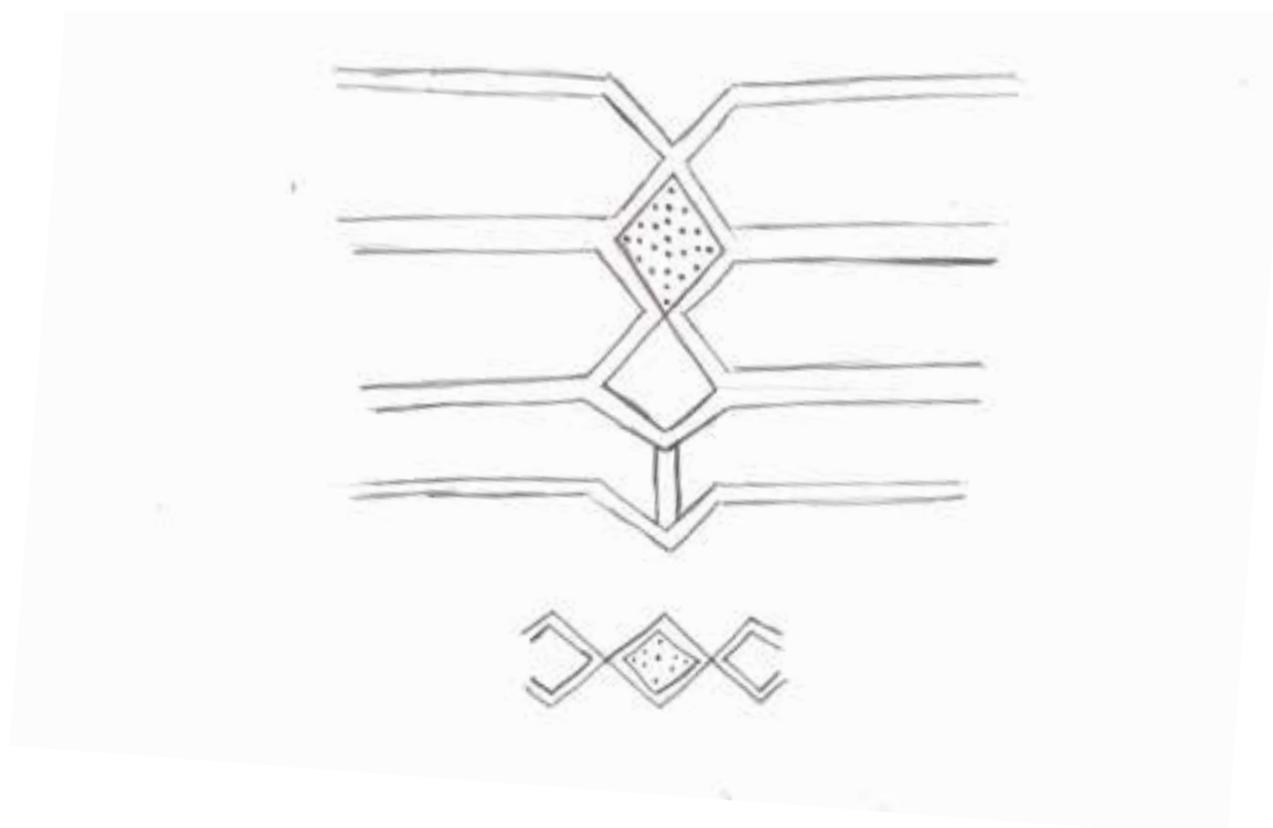
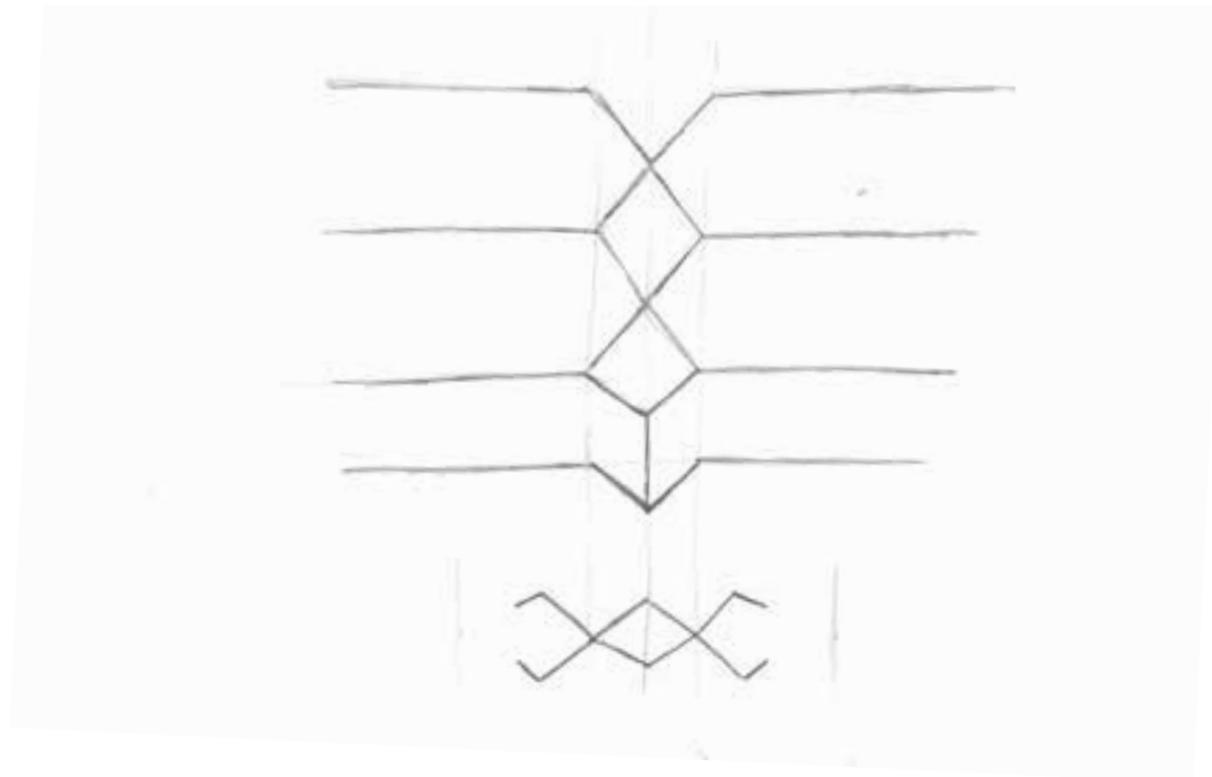


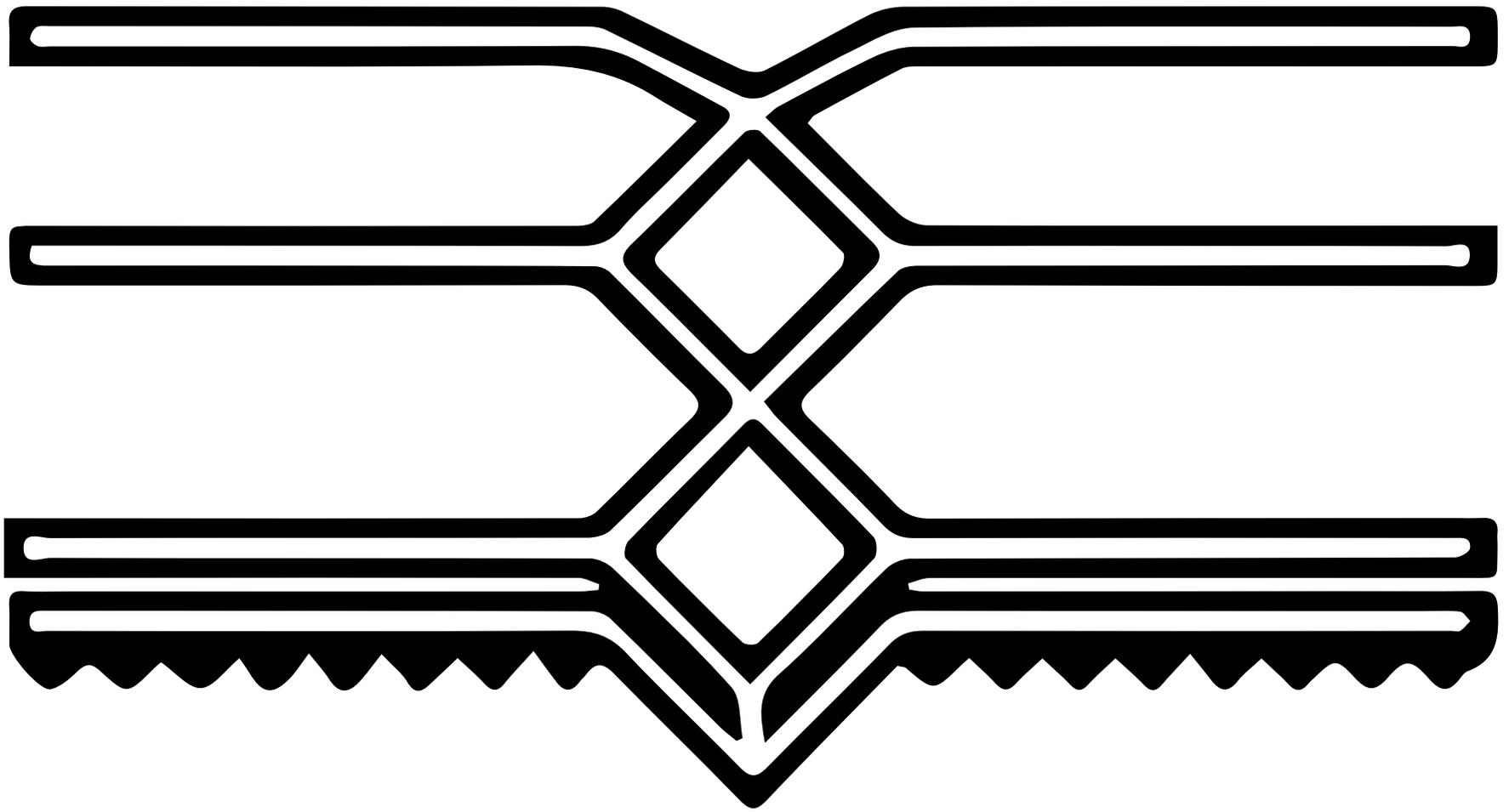
black 3U

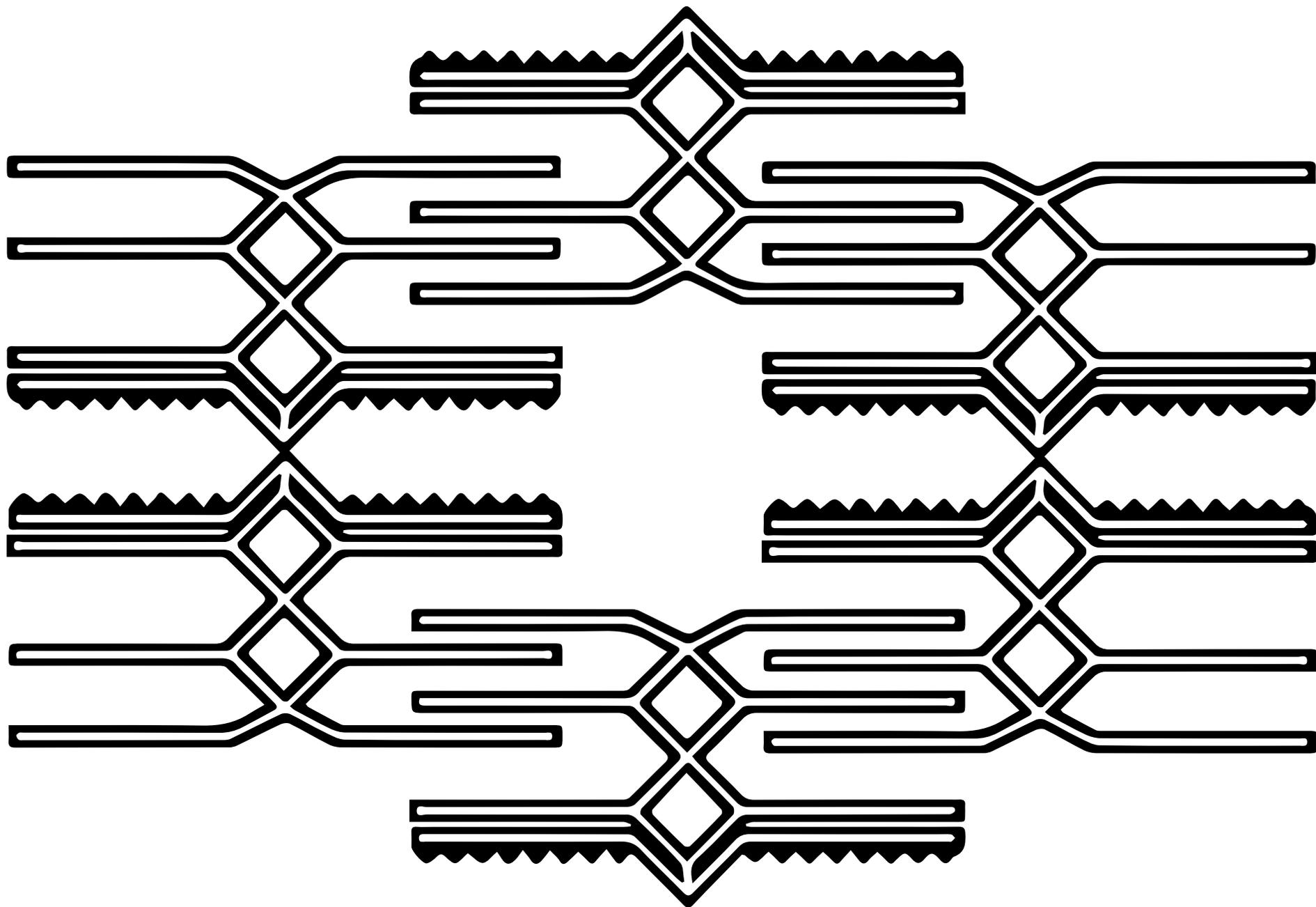


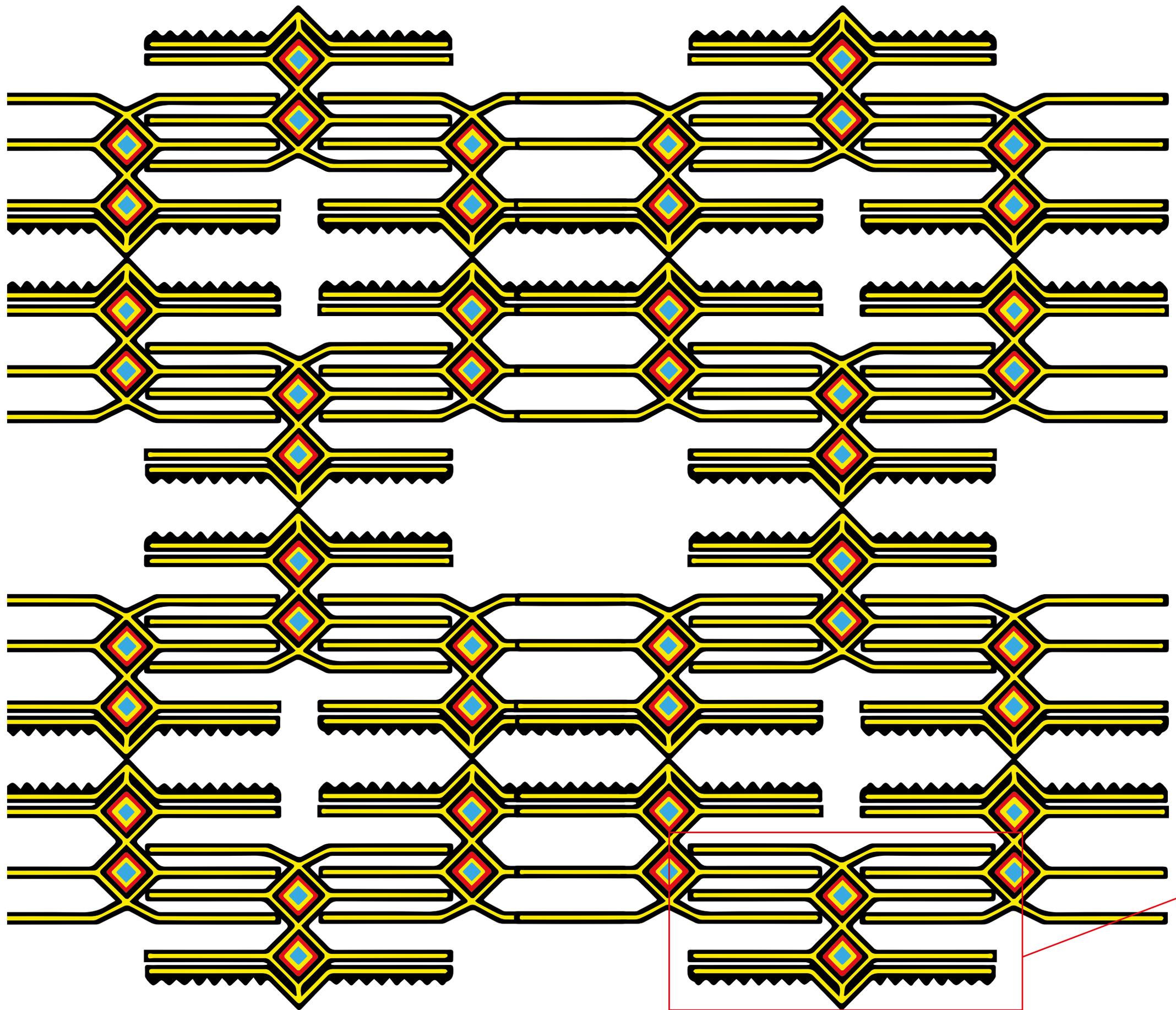
En este caso en la aplicación de la cromática va a predominar el empleo del color negro.

Bocetos

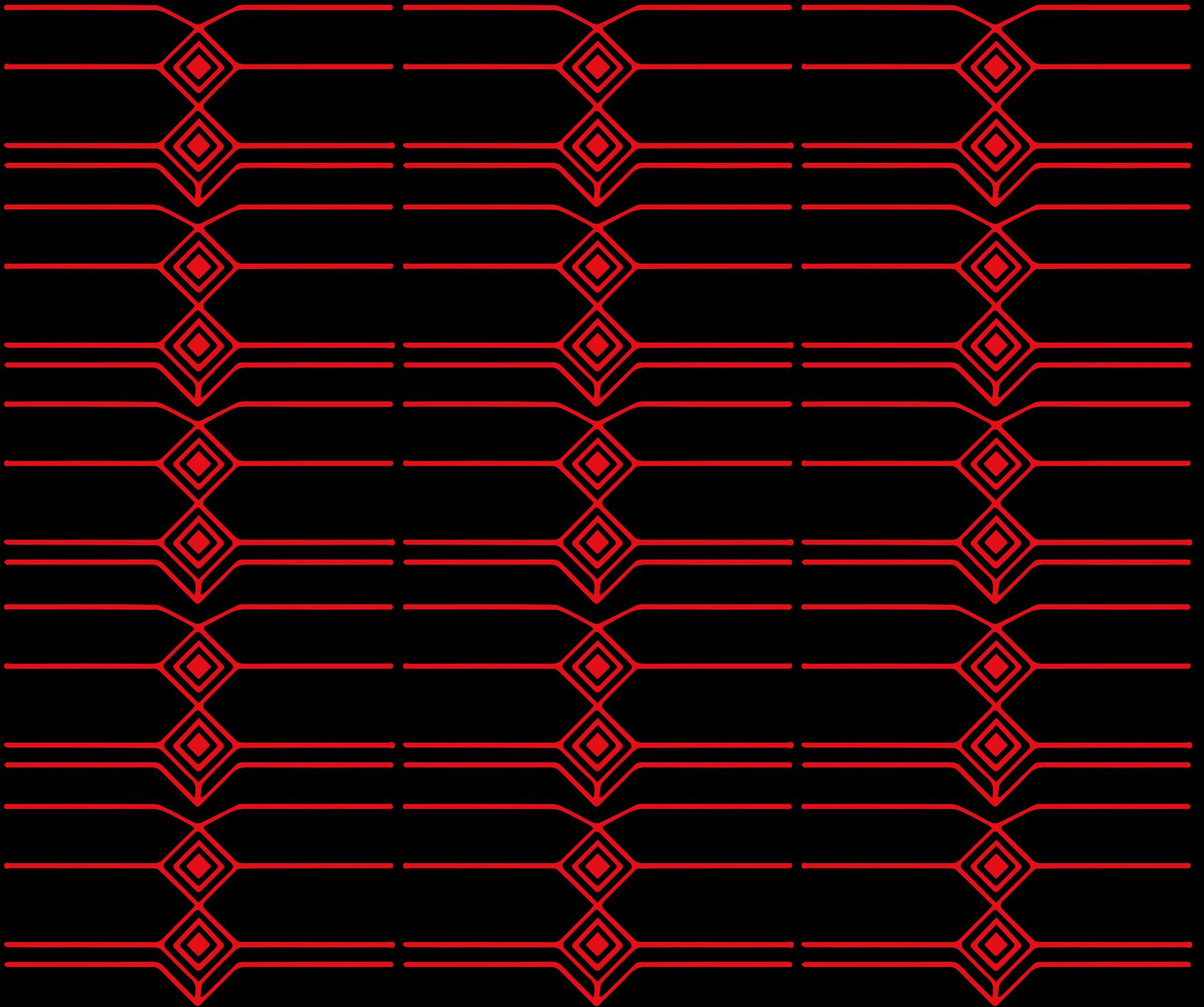






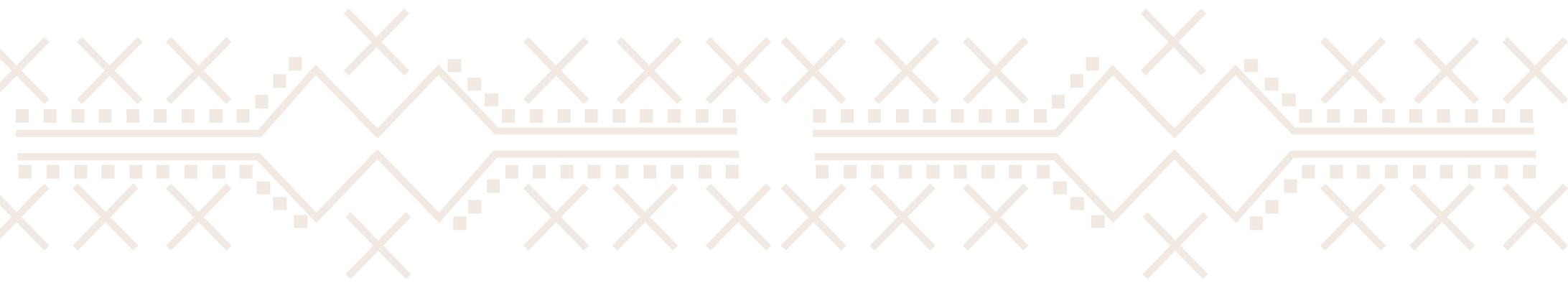




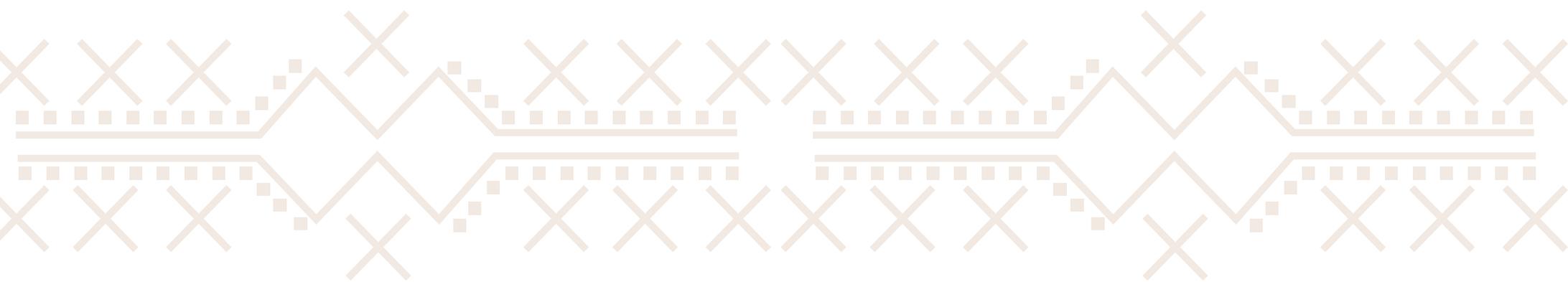




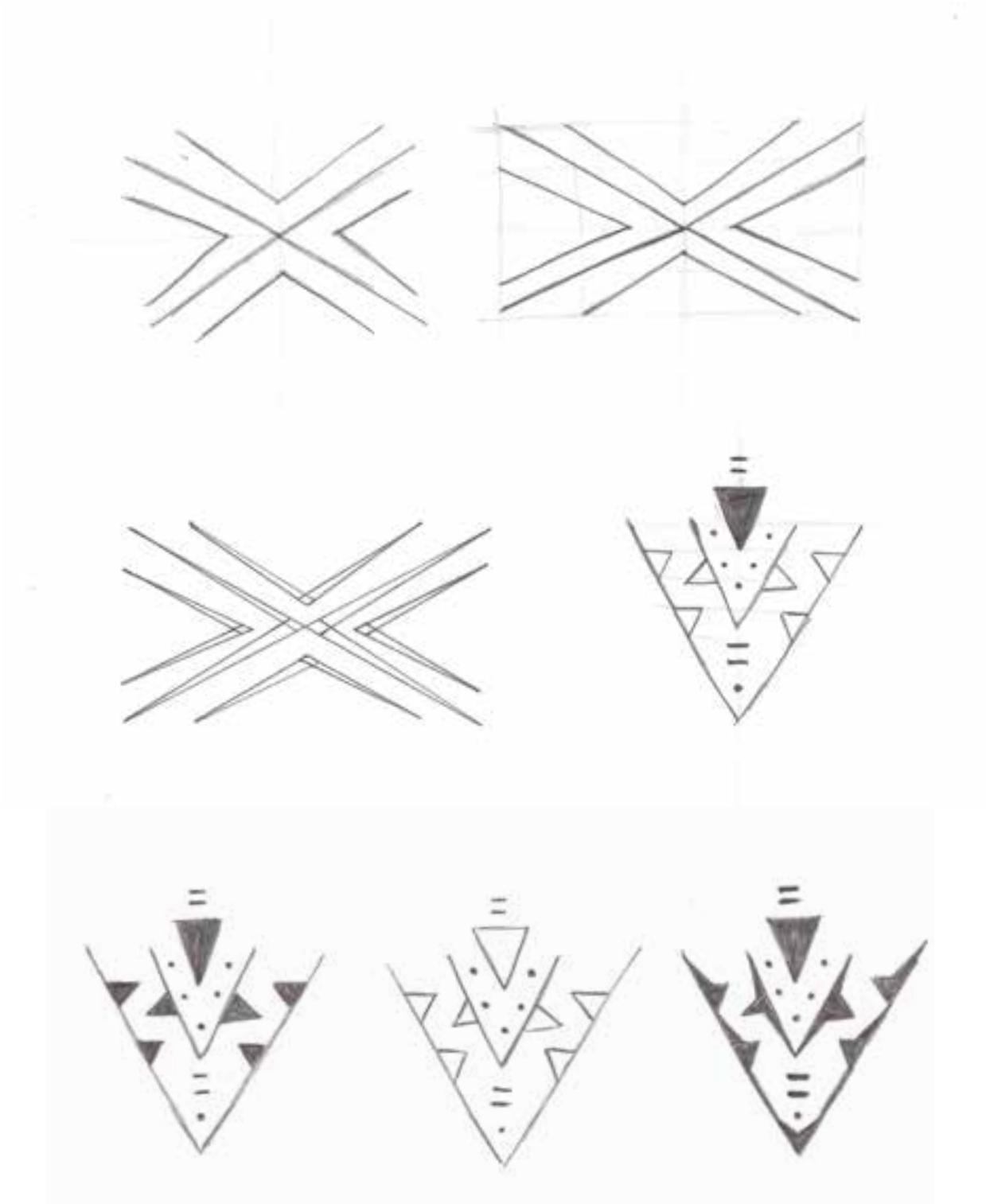
ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR

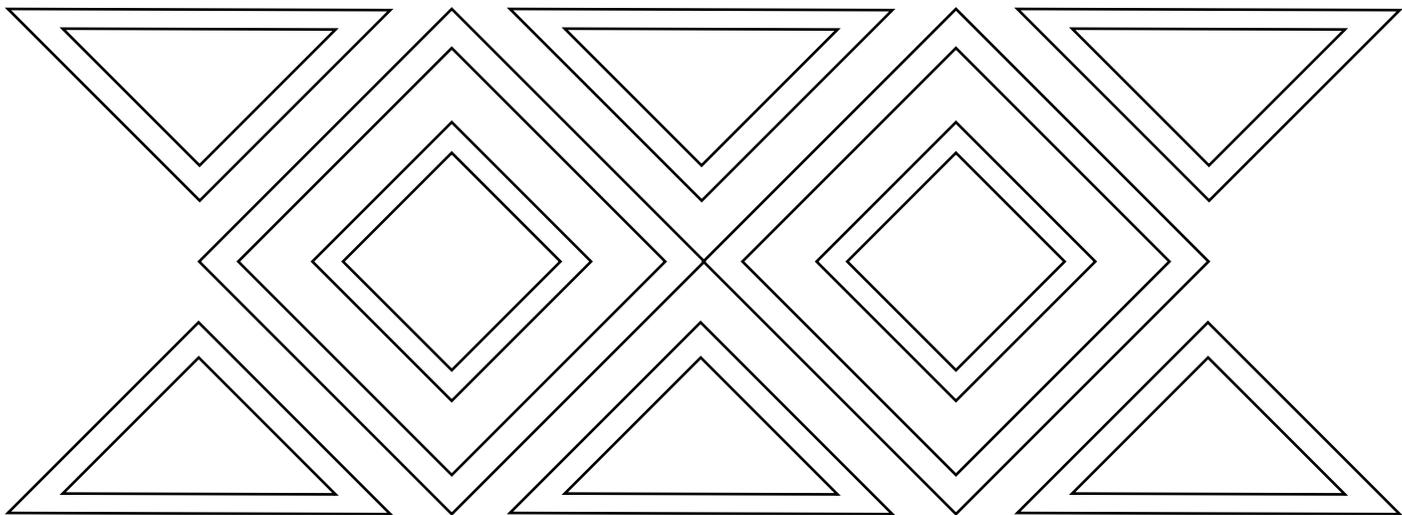
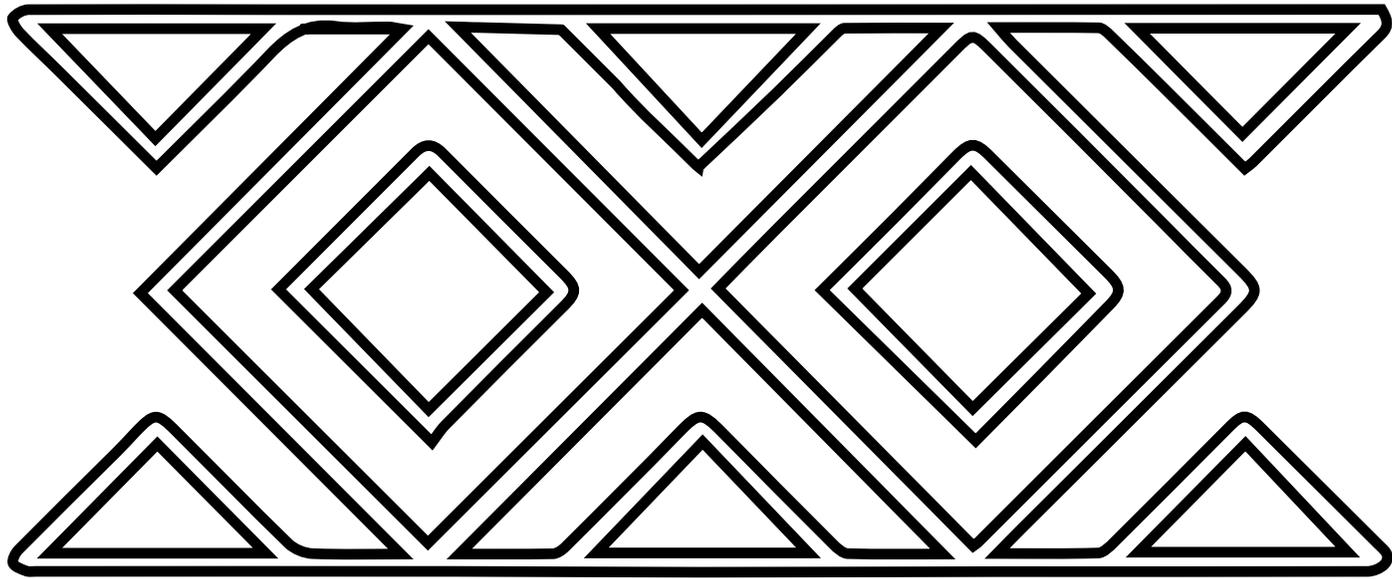
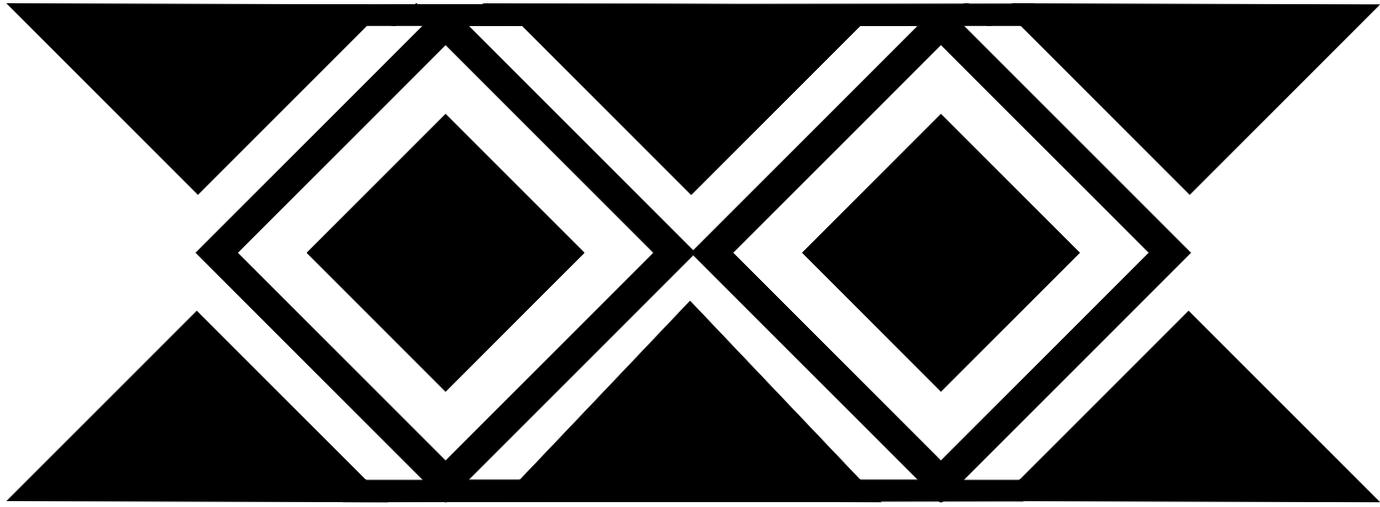


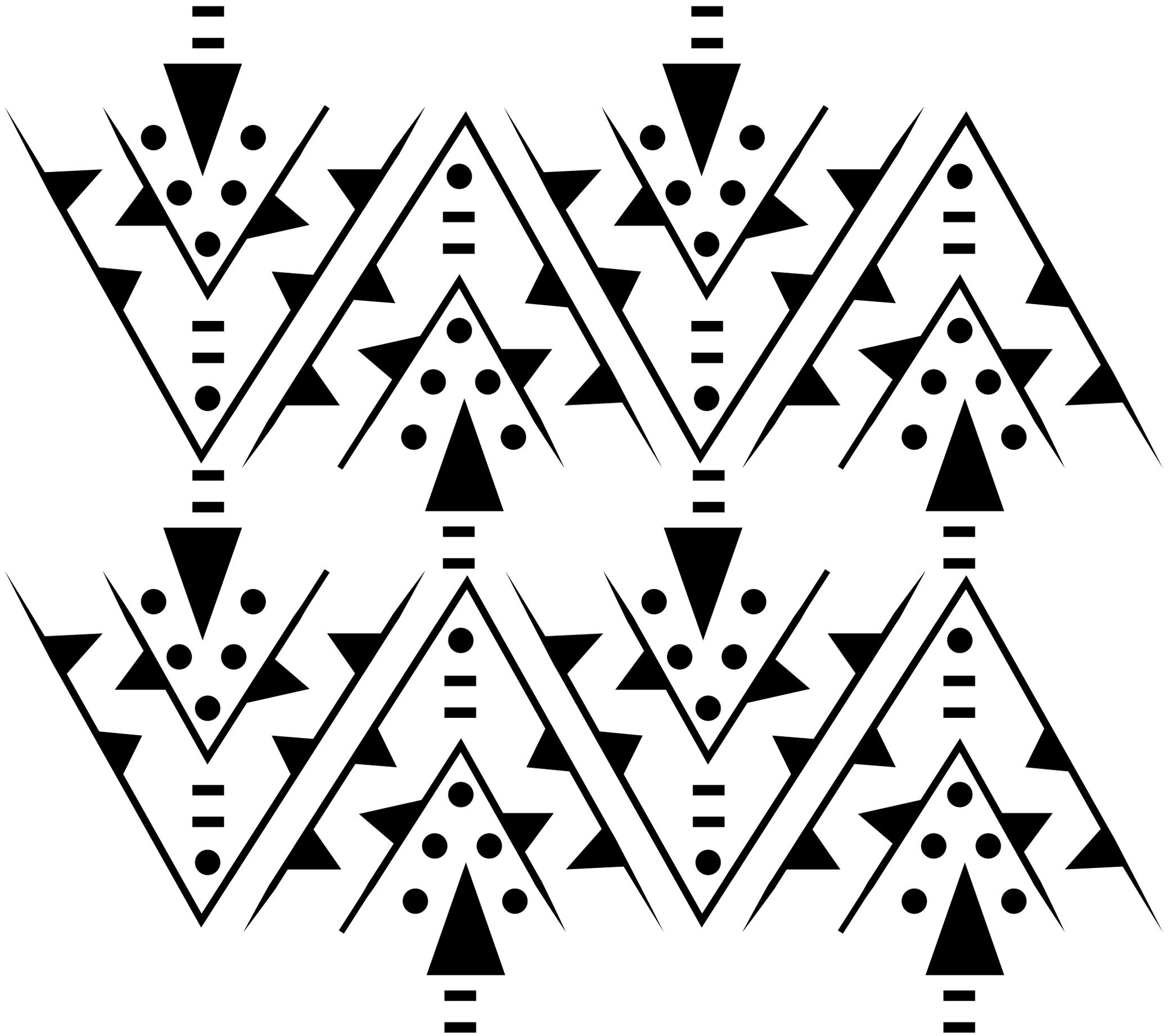
La cromática en esta aplicación va a ser la abstracción del "tawasap", realizado con las plumas del papagayo.

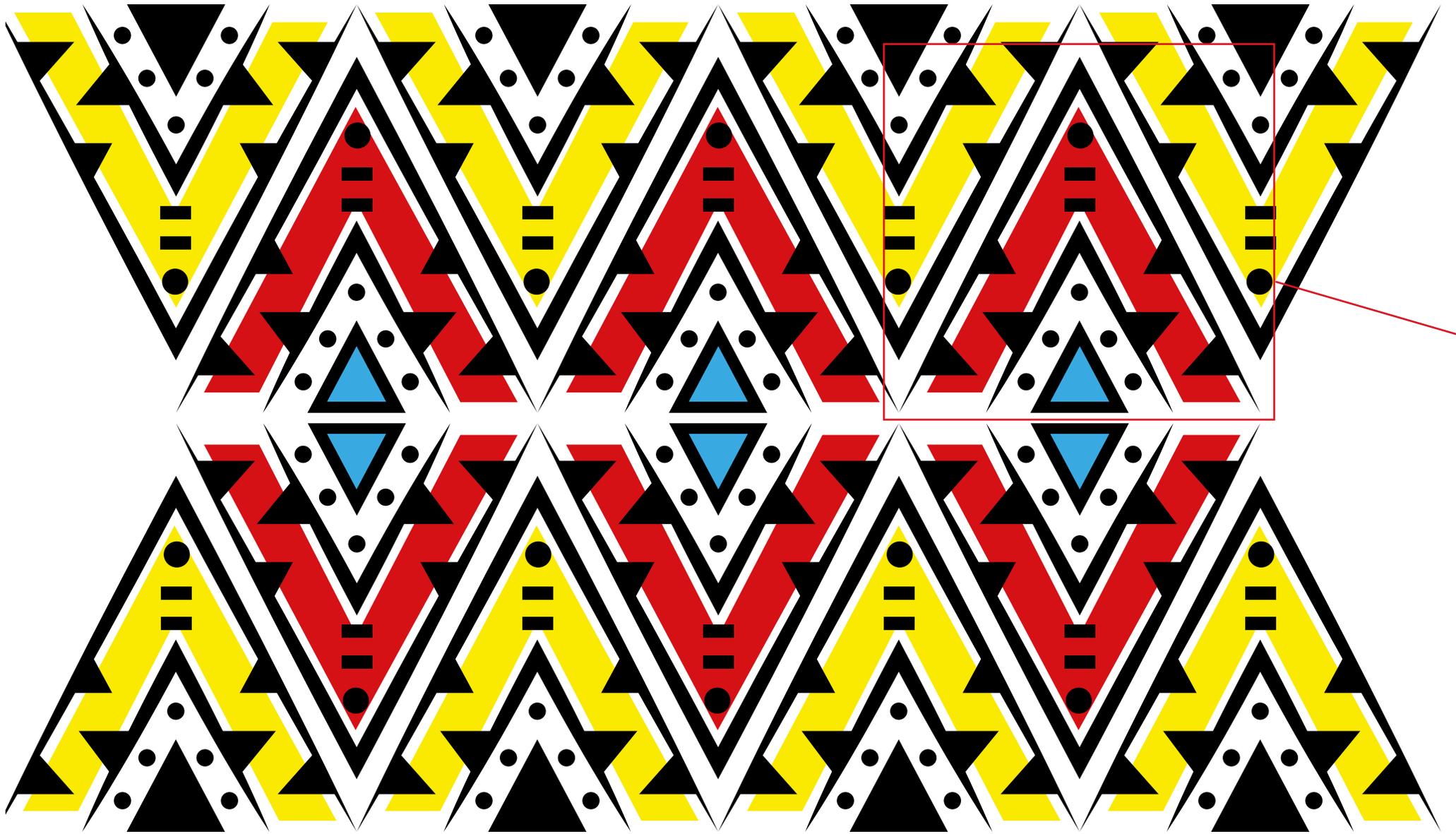


Bocetos











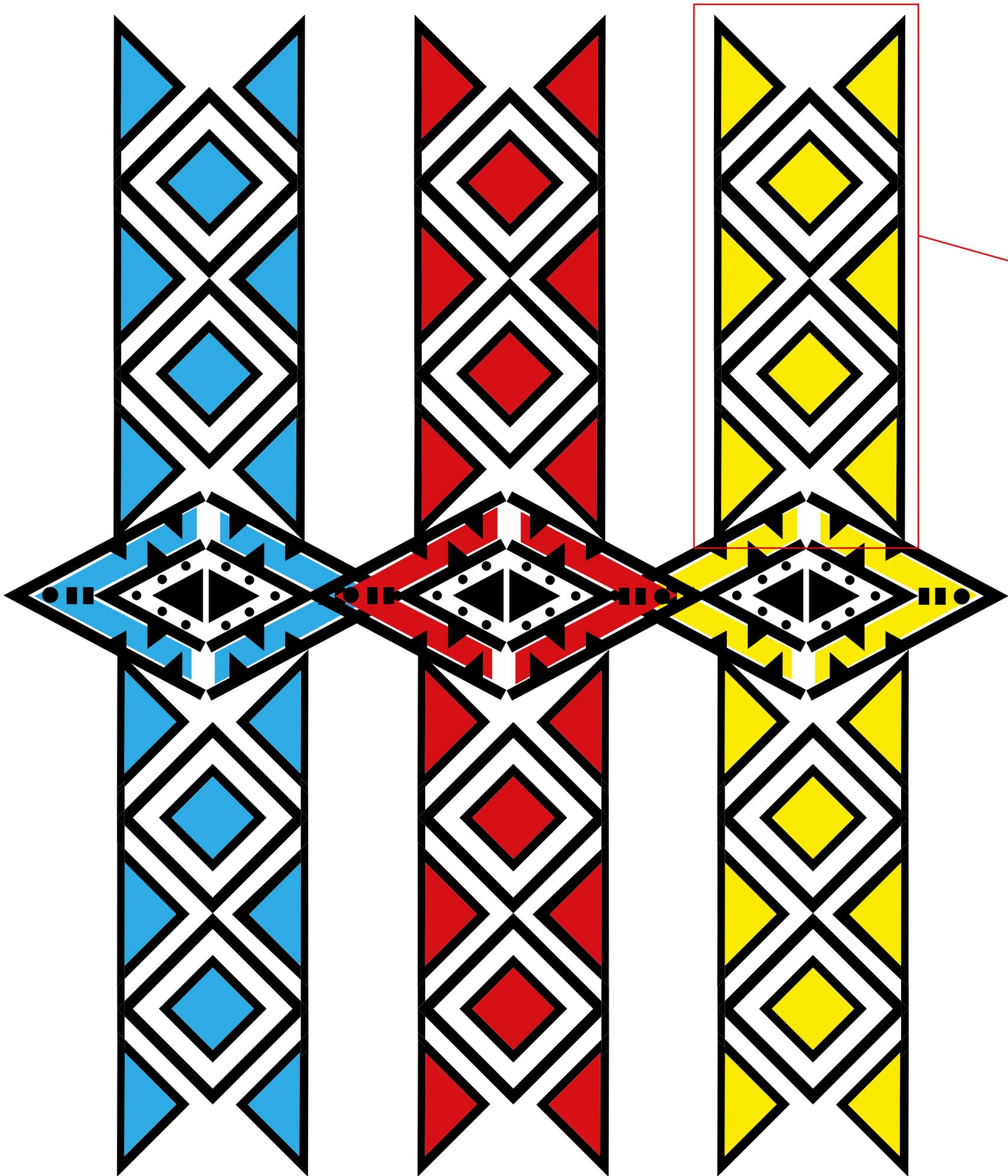
ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR



El contorno cambia su forma para darle un sentido un poco más rústico.

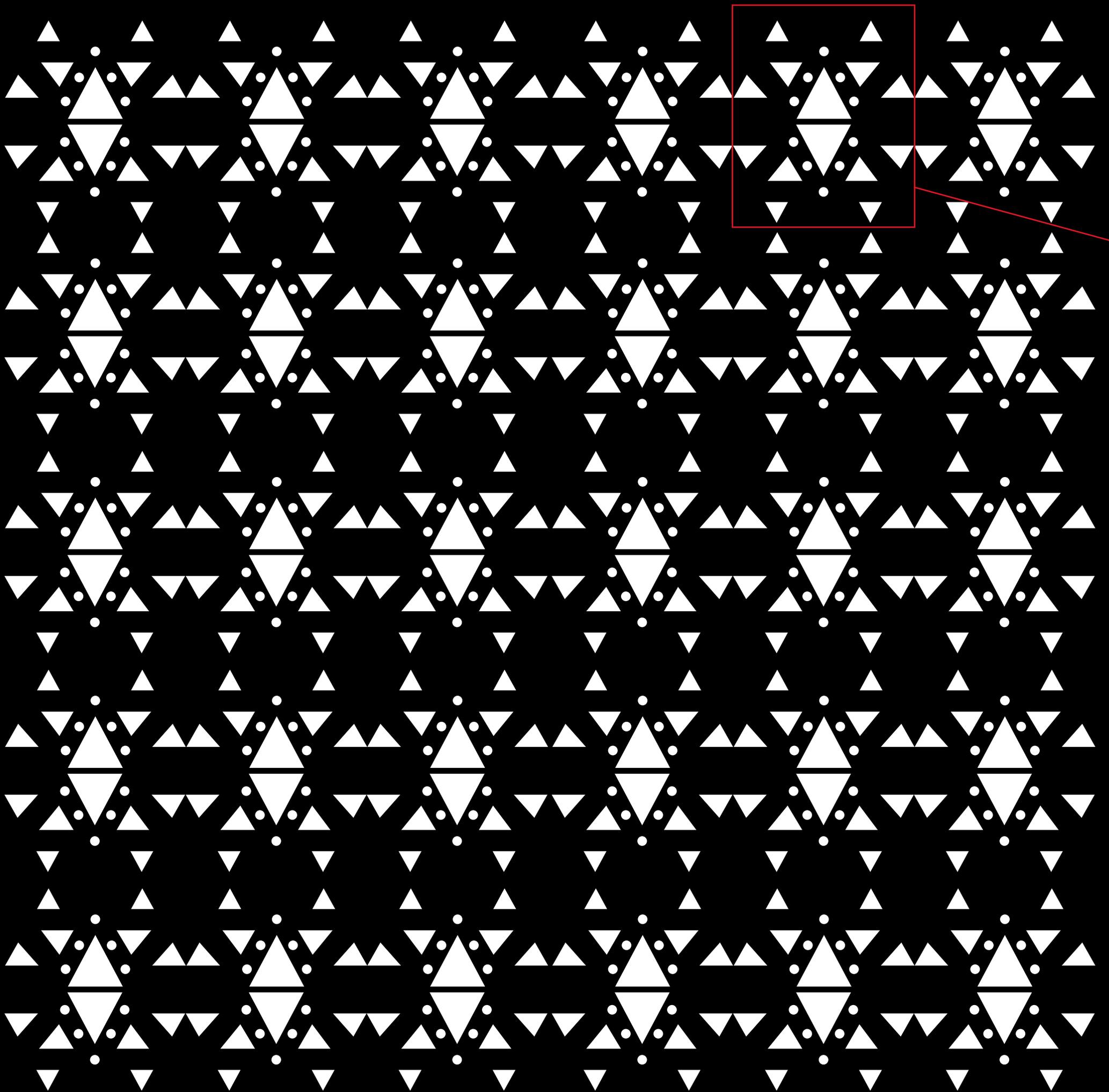


ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR





ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR





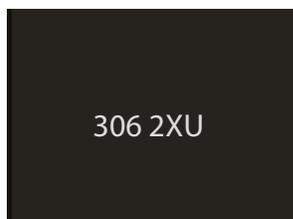
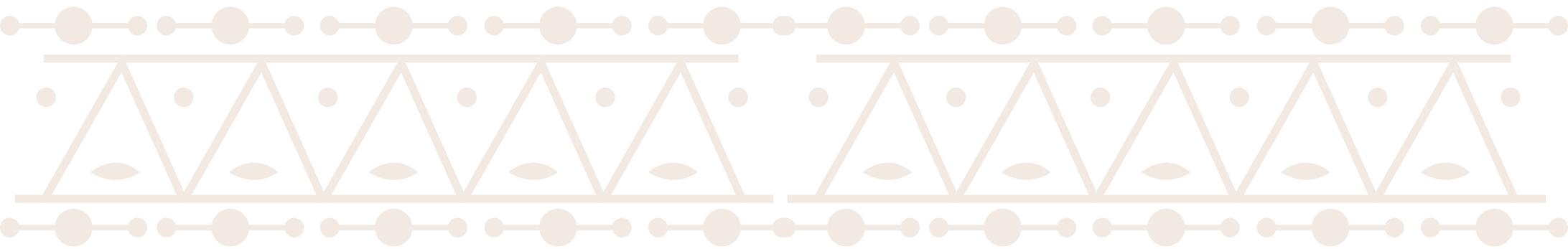




ÉTNIAS ECUATORIANAS
SHUAR

TSÁCHILA

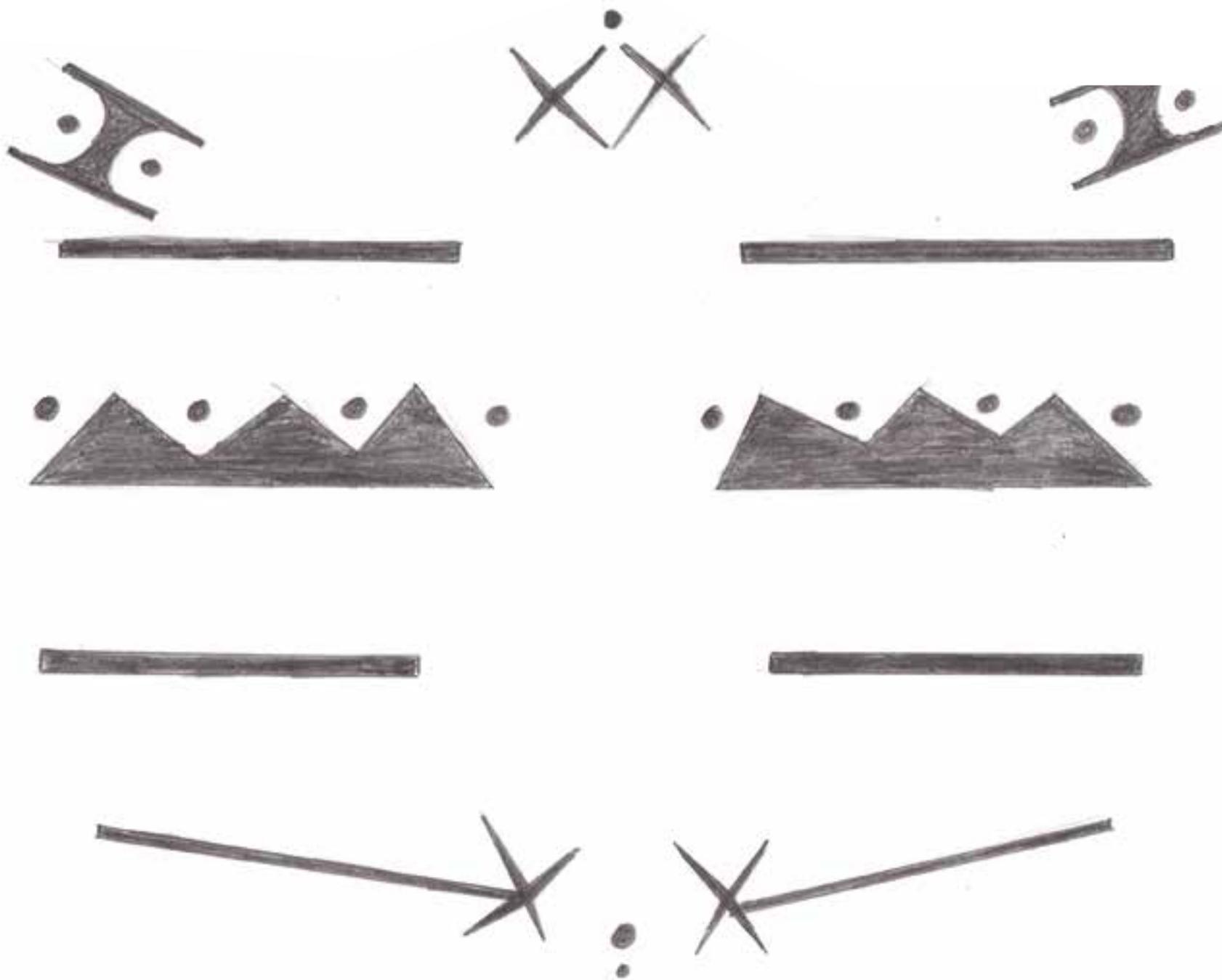


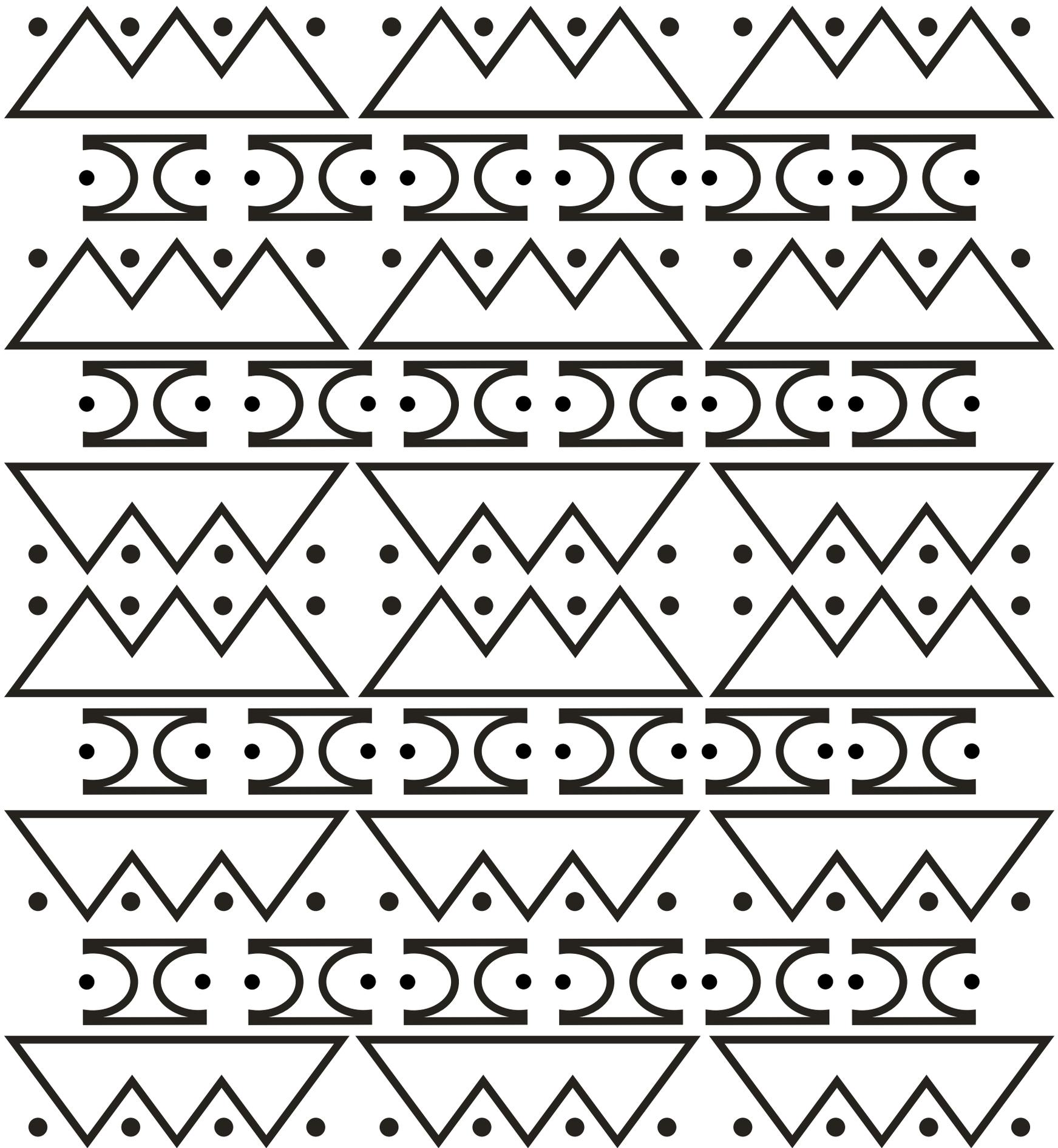


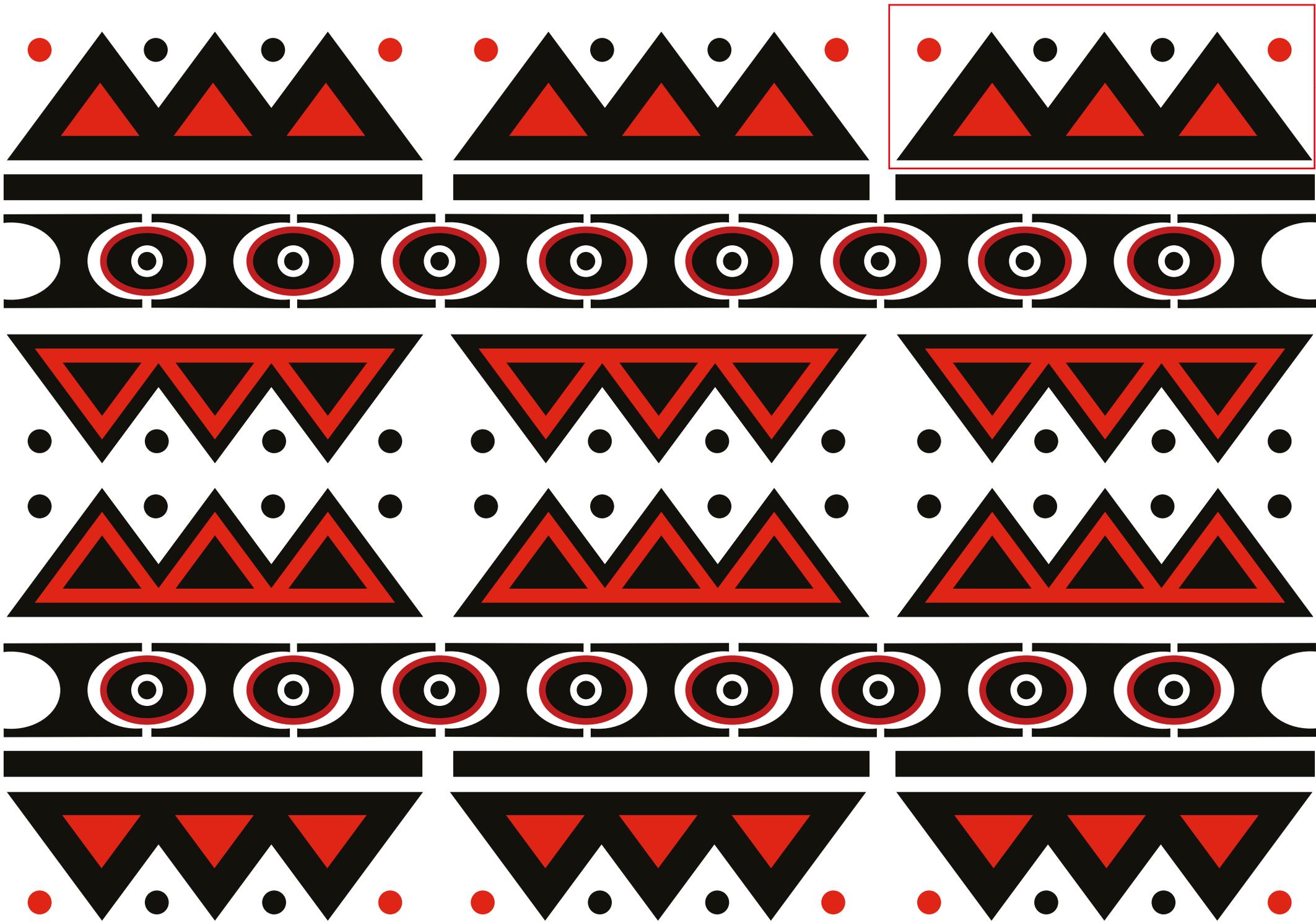
La cromática en esta étnia va a predominar el naranja y el negro debido a que la grafica se abstrae de los simbolos que tienen en sus rostros y el color de su cabellera.



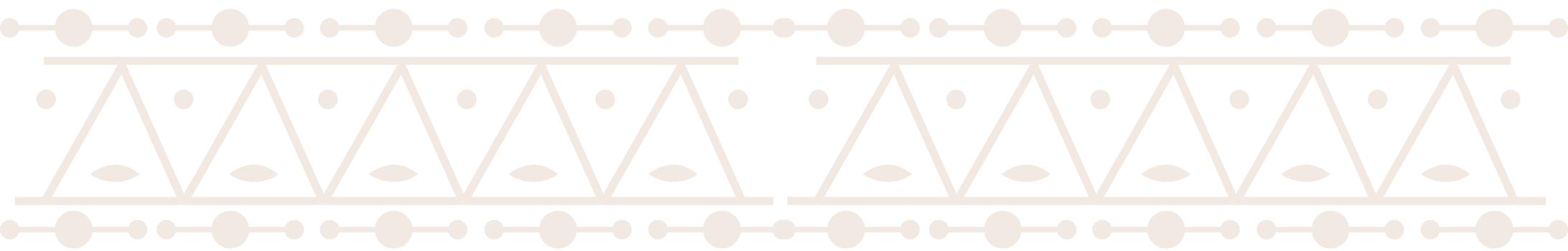
Boceto



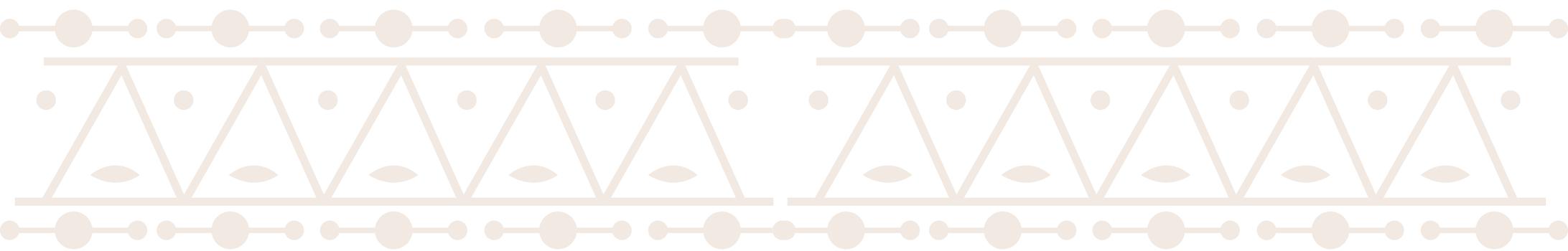




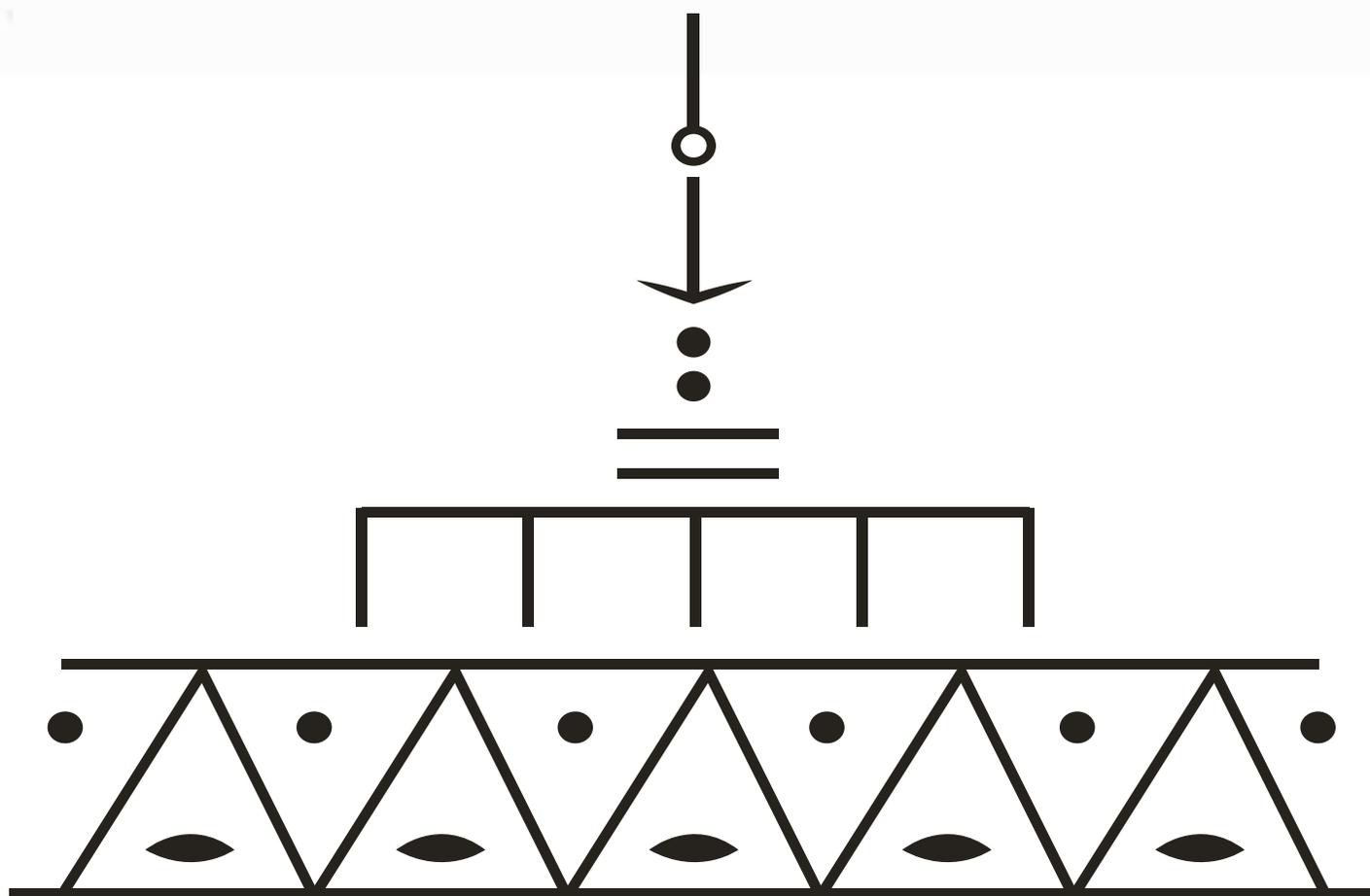
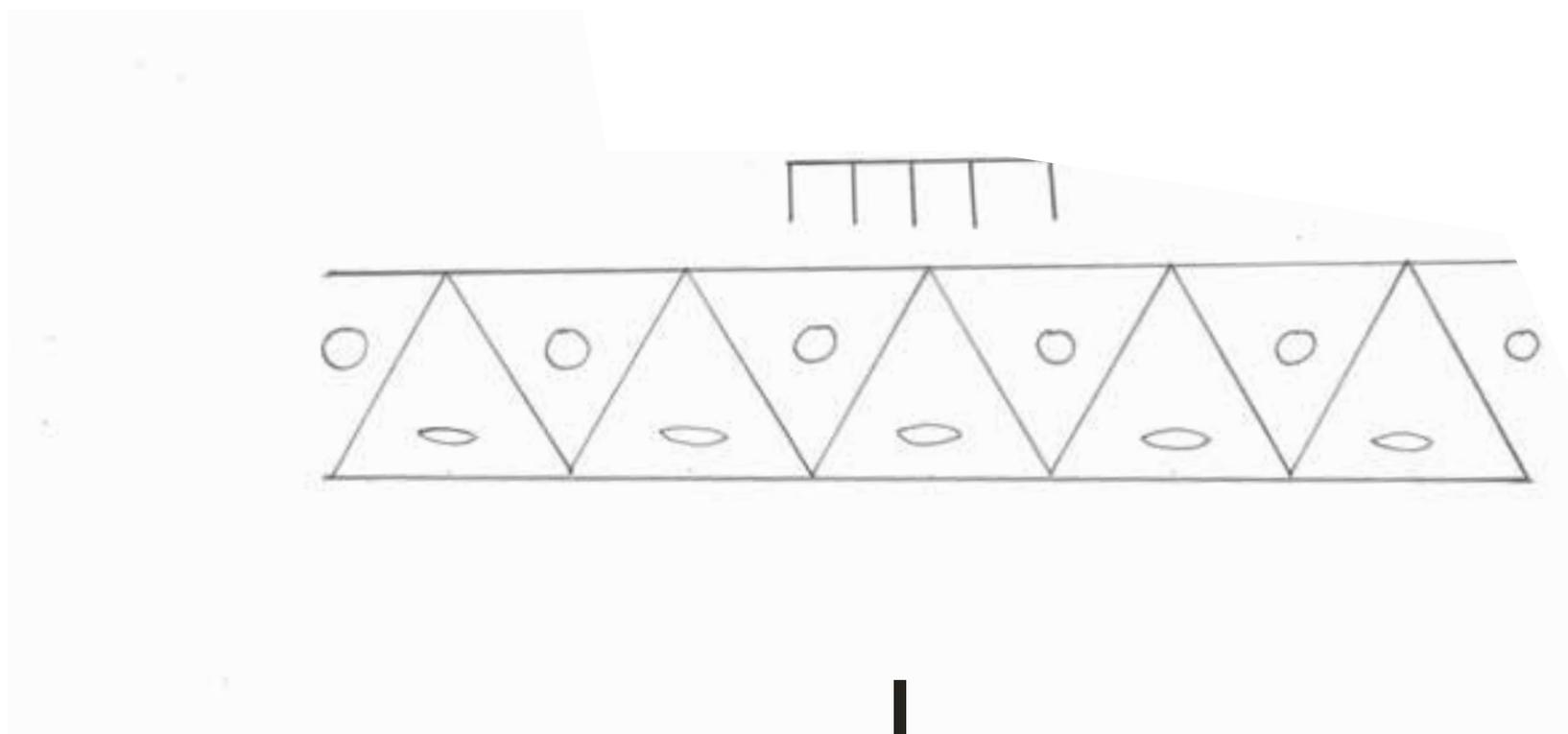


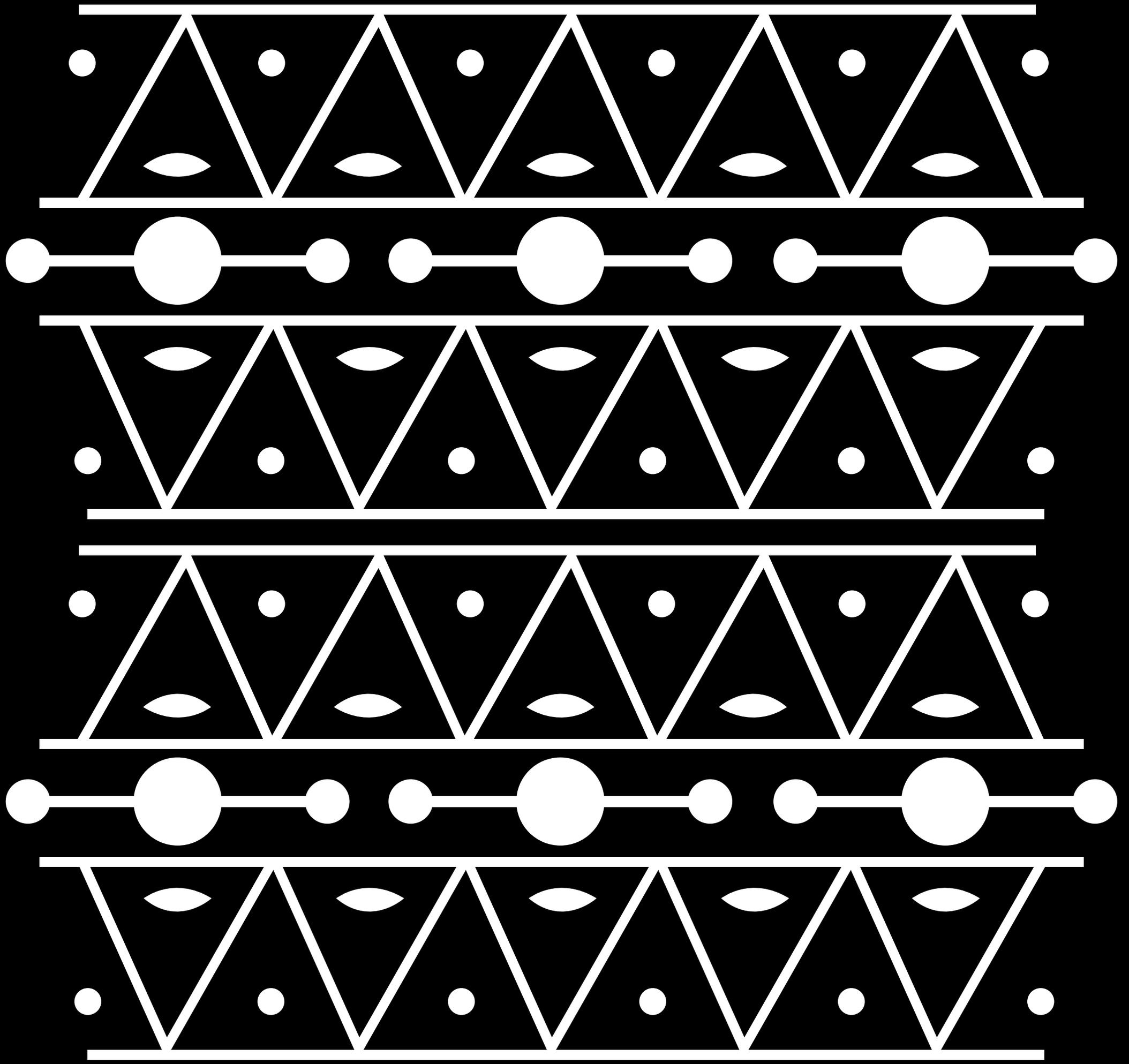


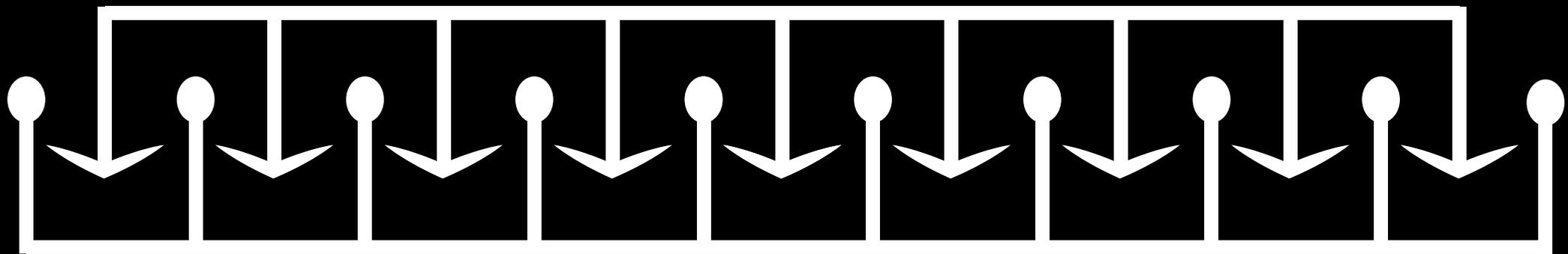
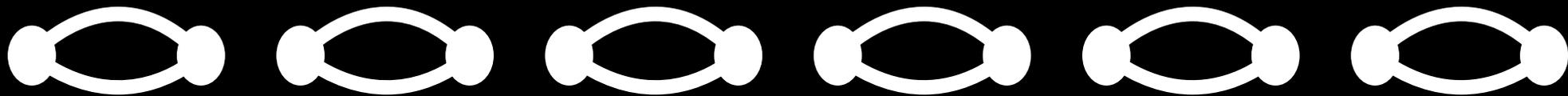
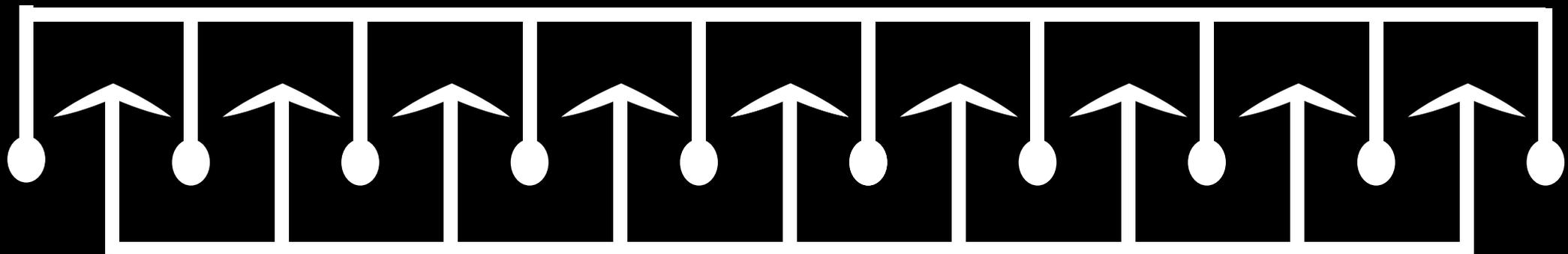
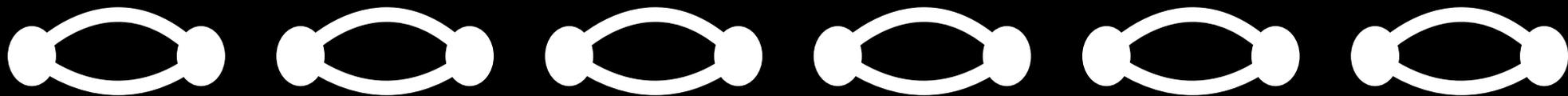
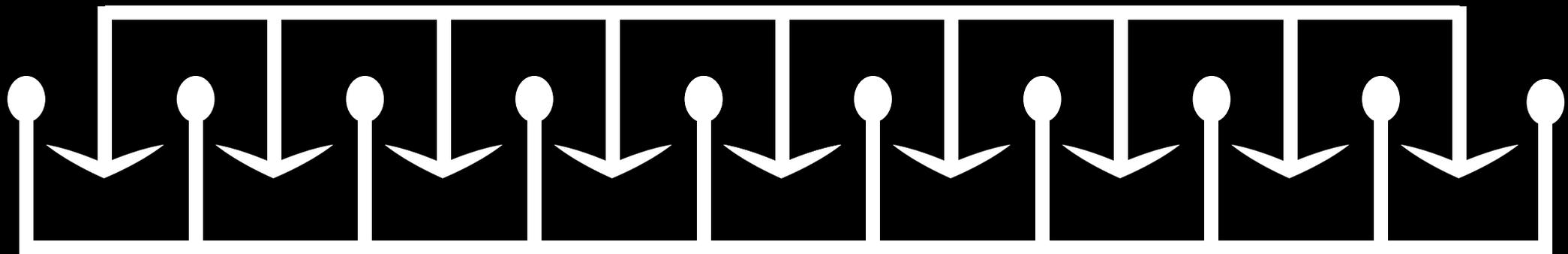
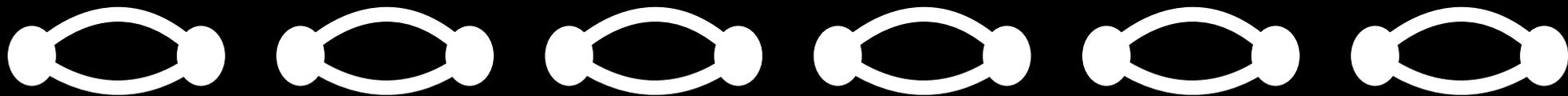
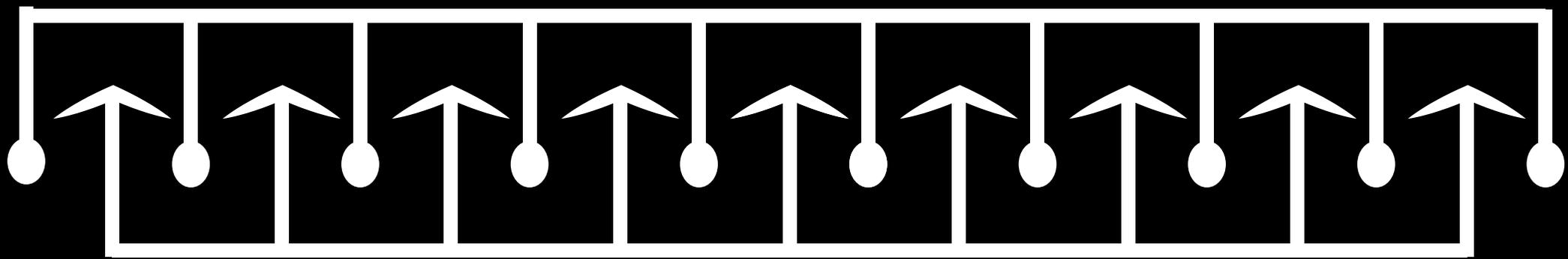
En esta aplicación también intervienen colores que hacen parte de la vestimenta de los tsachilas.



Boceto













22

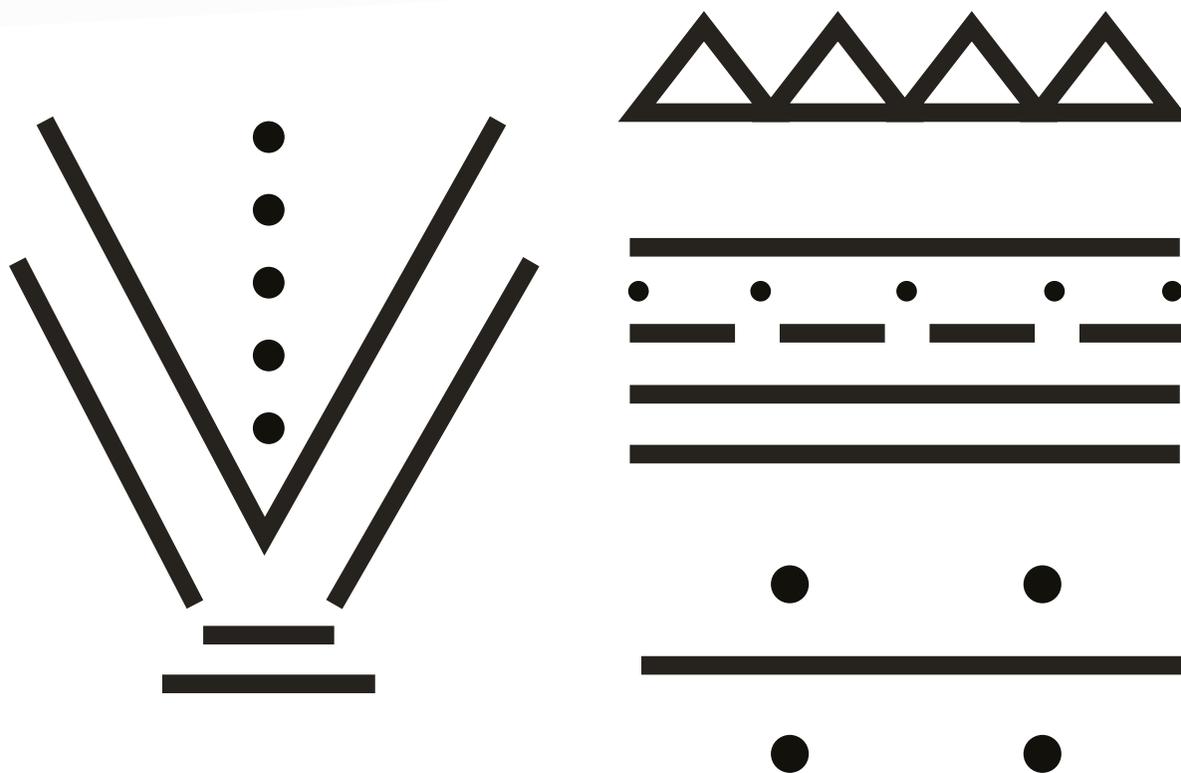
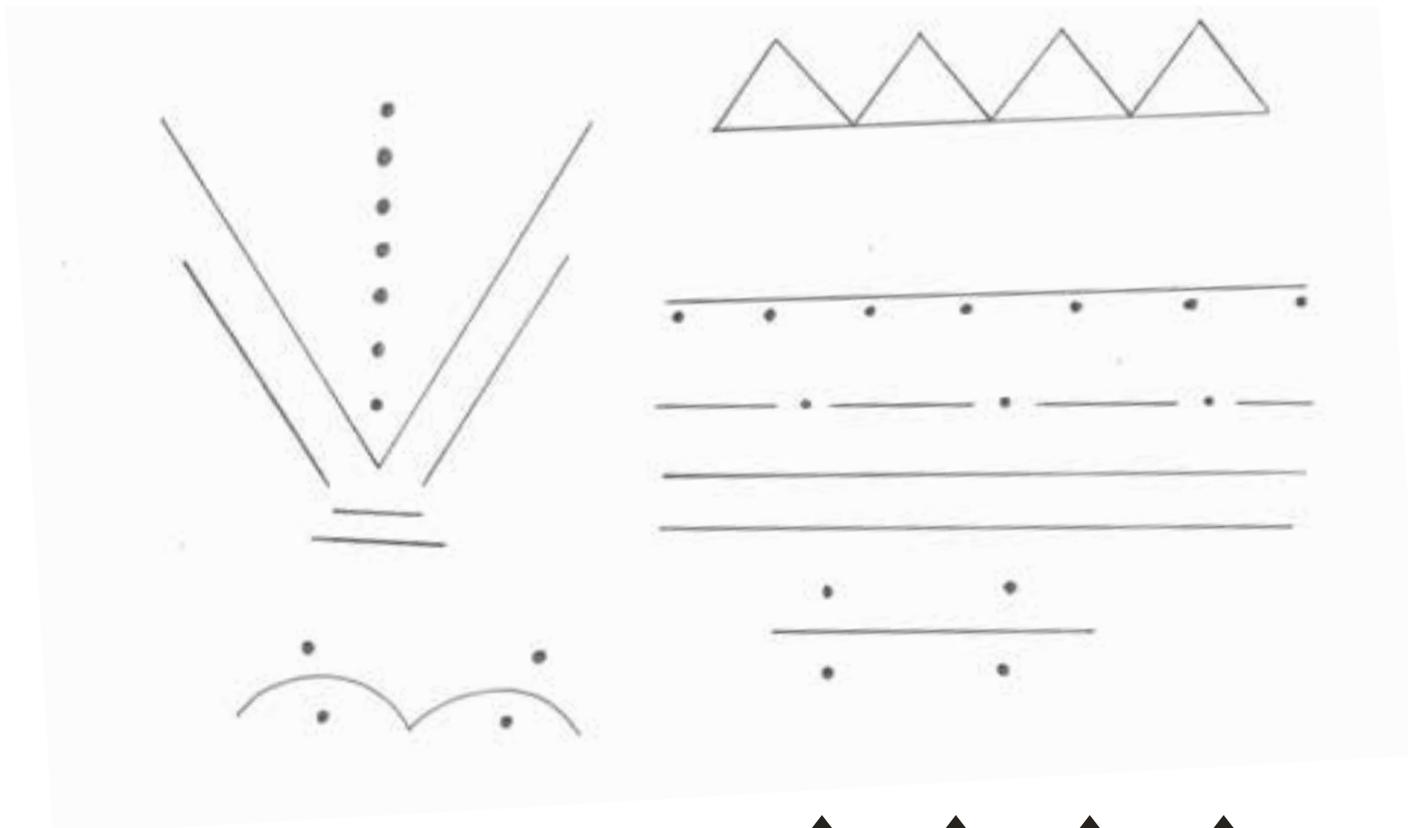


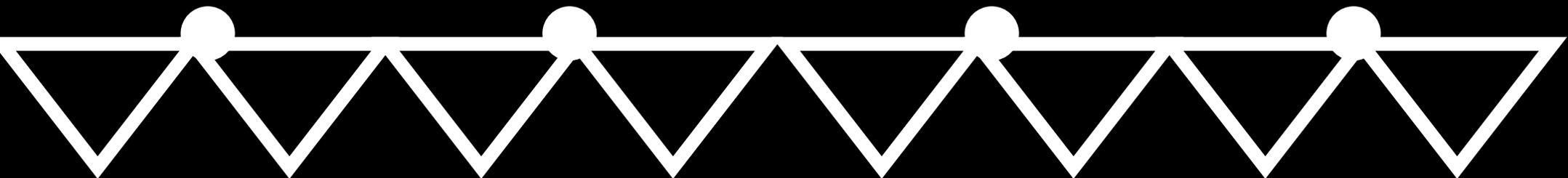
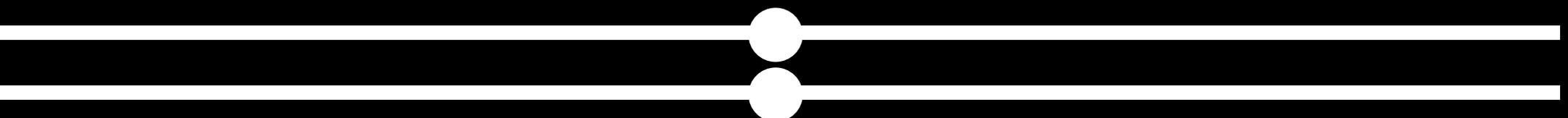
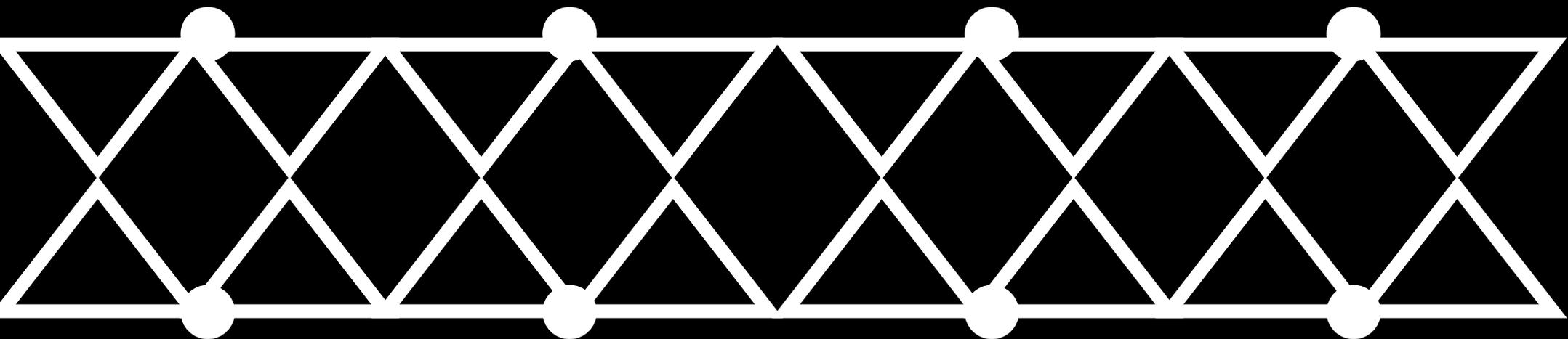
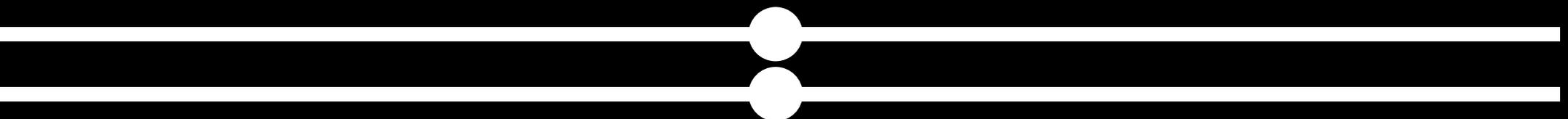
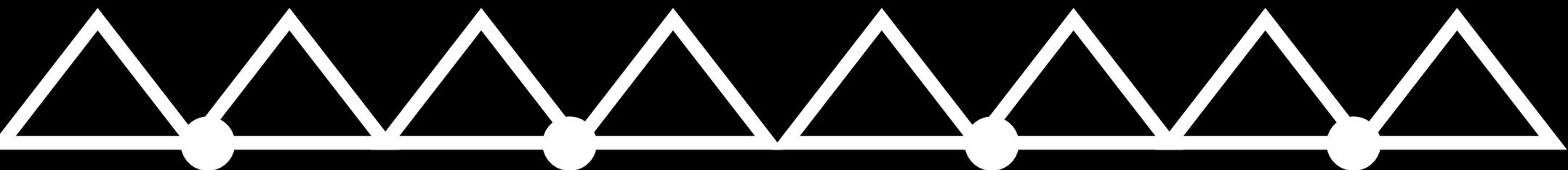
23

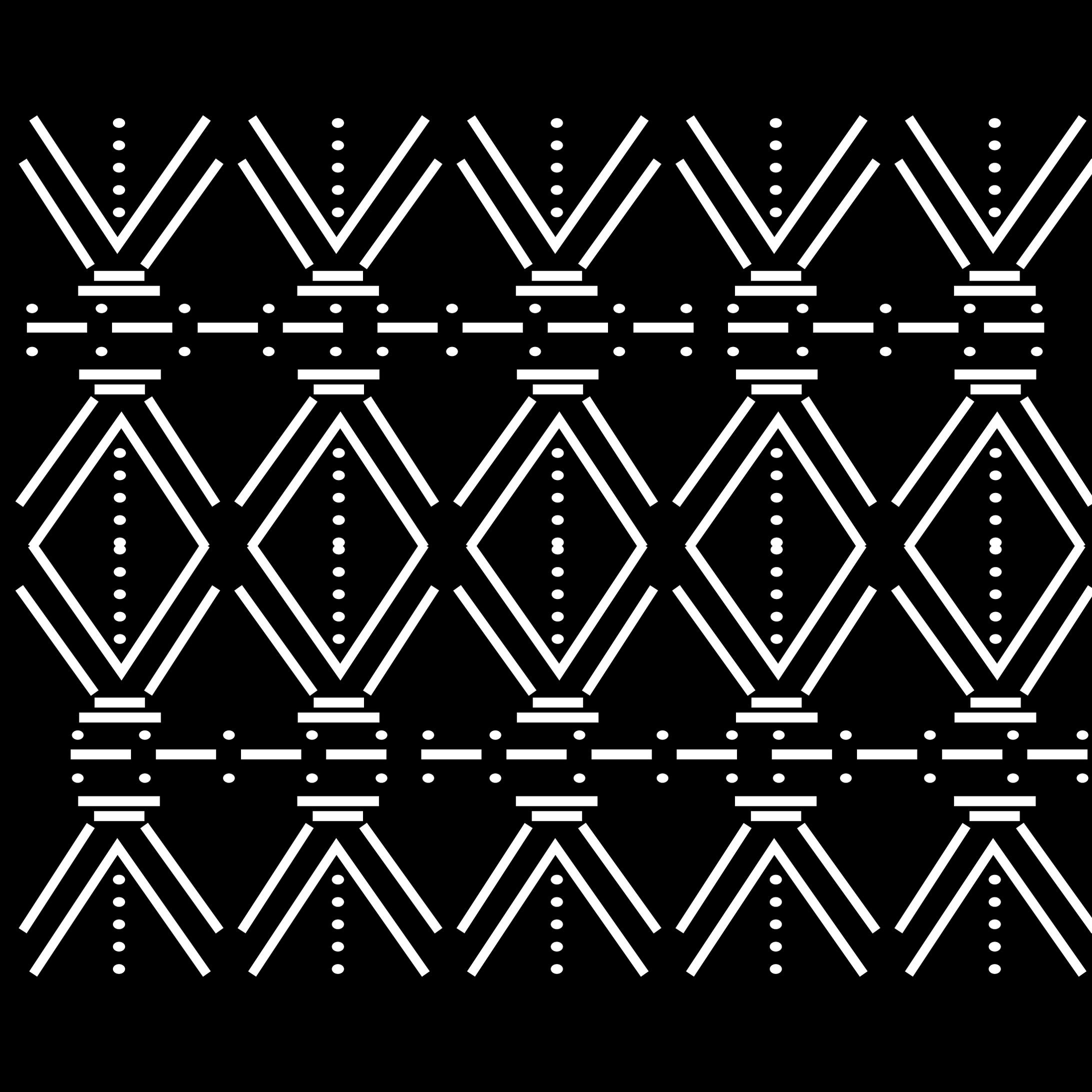


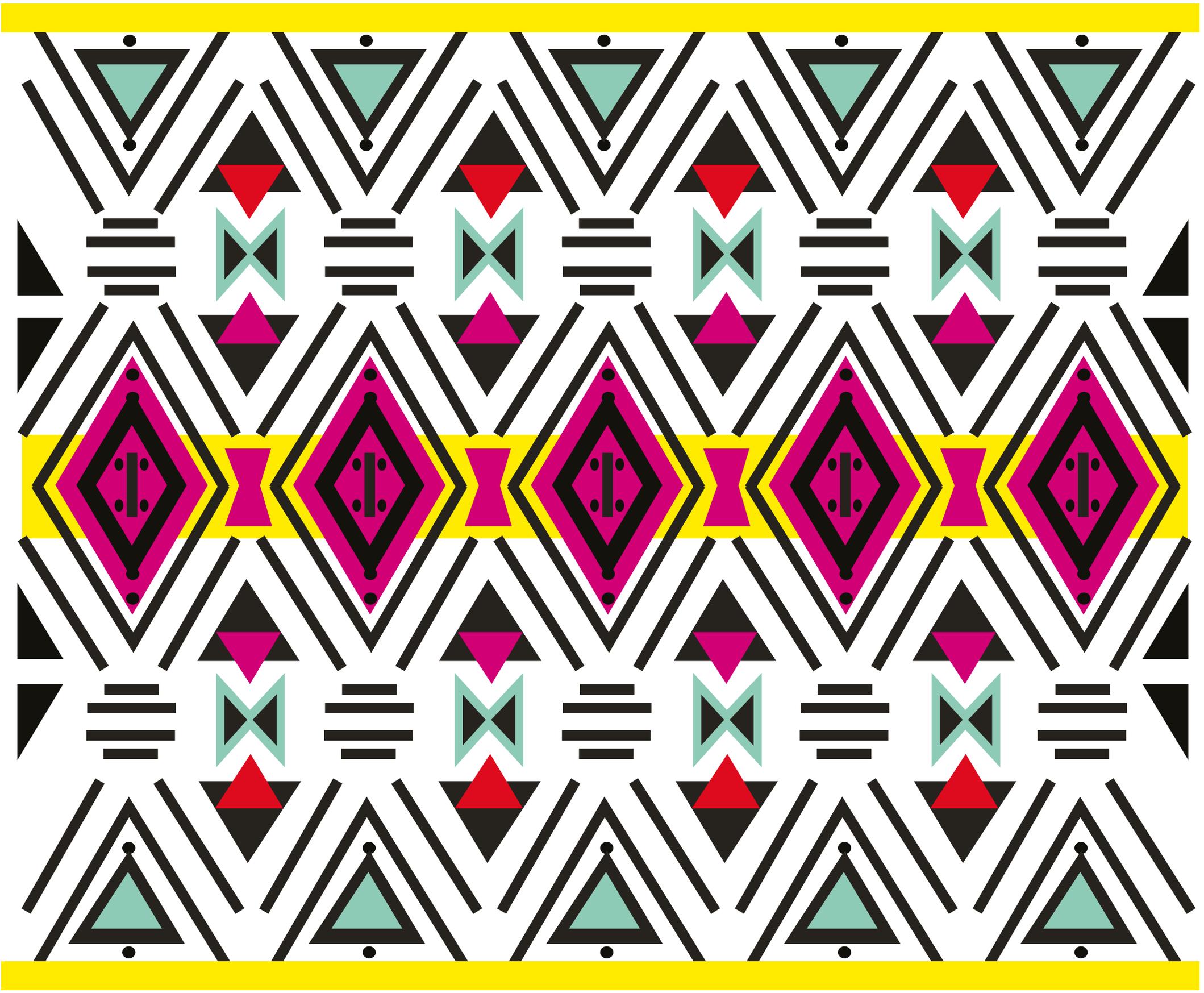
Las mujeres Tsáchilas utilizan colores muy llamativas que hacen referencia al arcoiris para que en cualquier lugar que este puedan ser fácilmente identificadas.

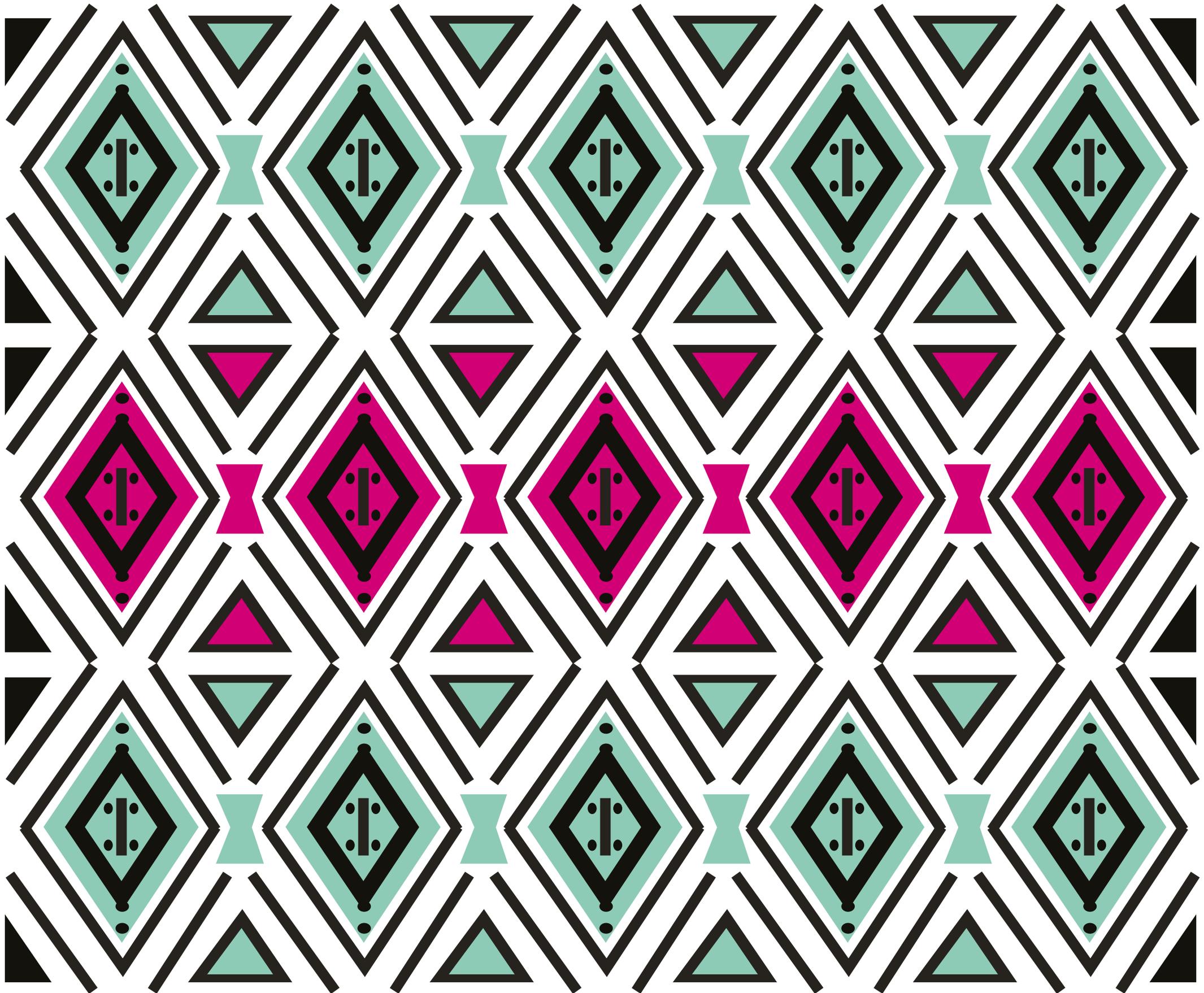
Boceto





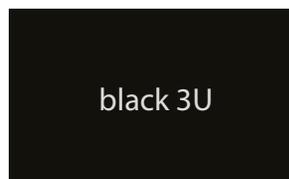




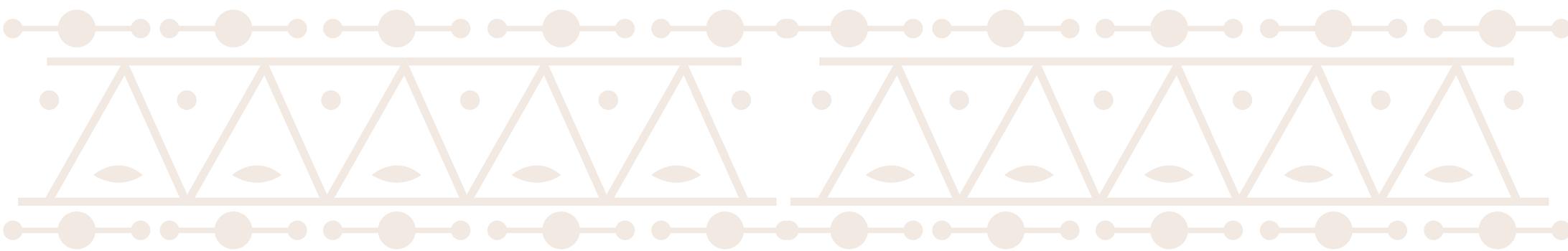




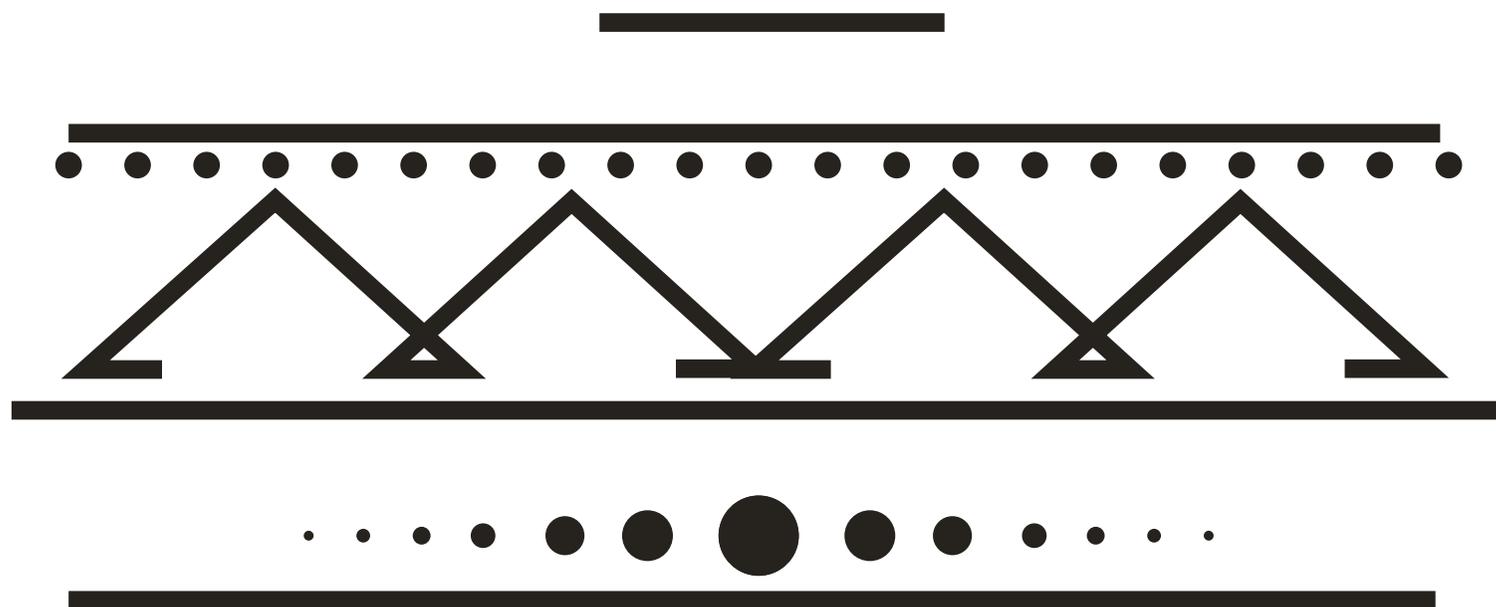
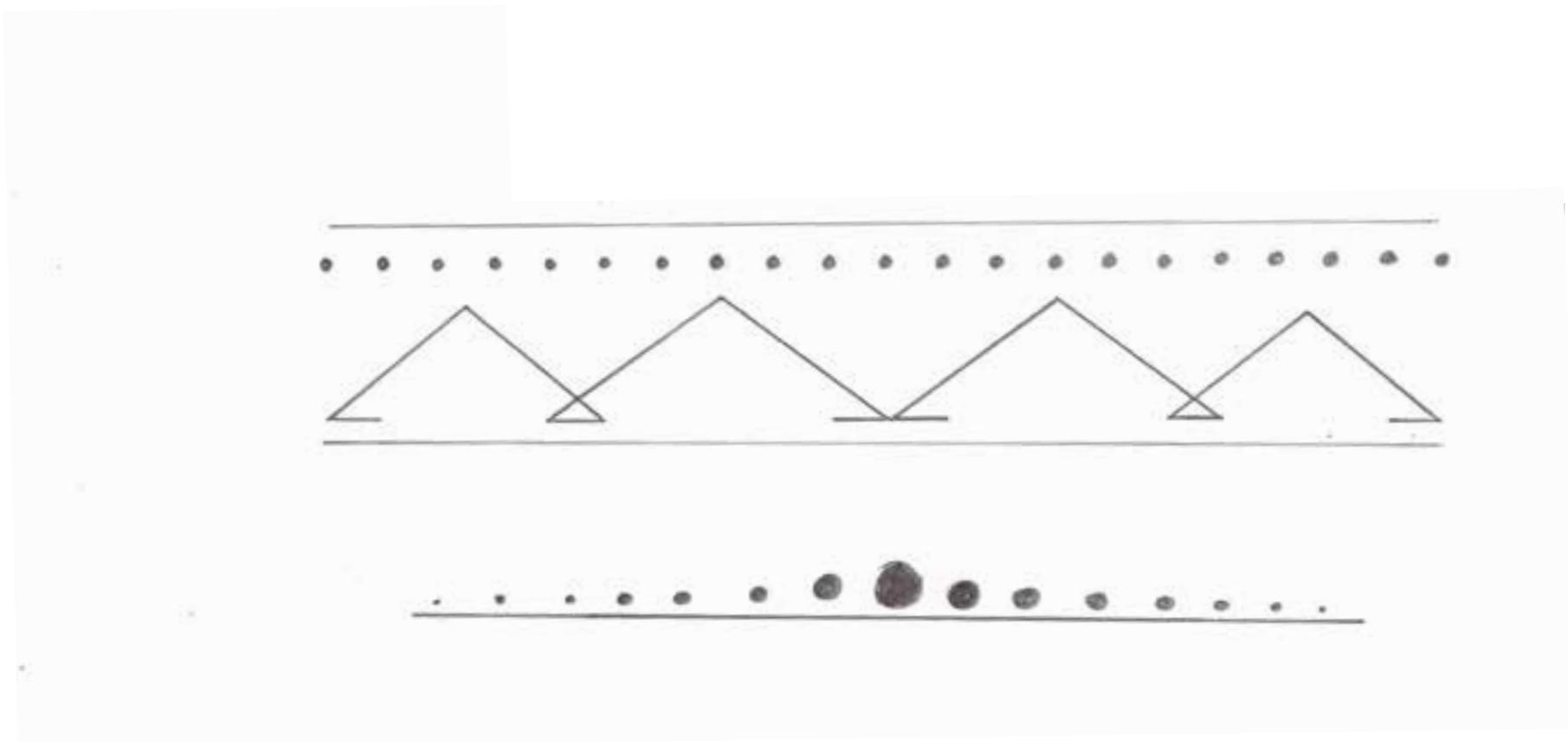


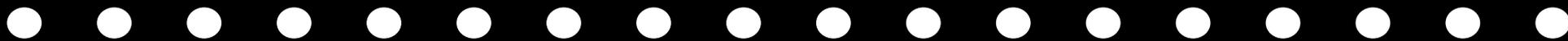
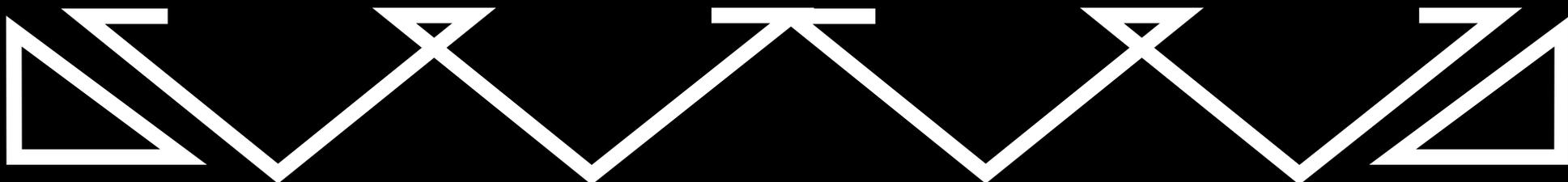
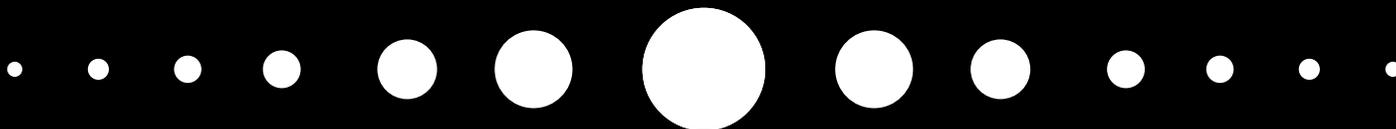
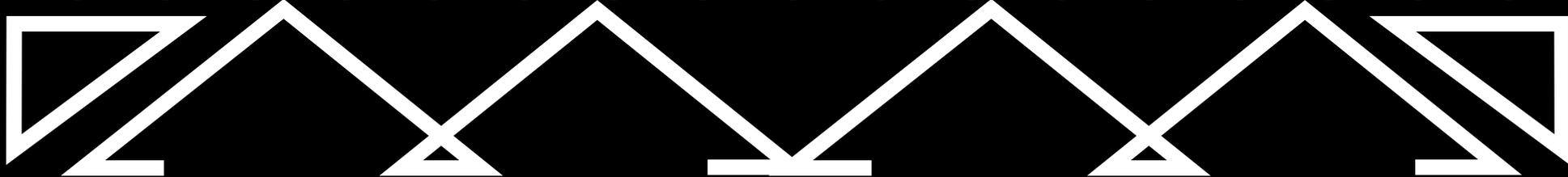
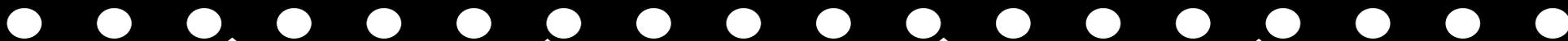
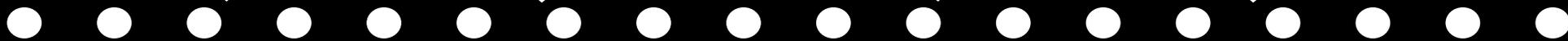
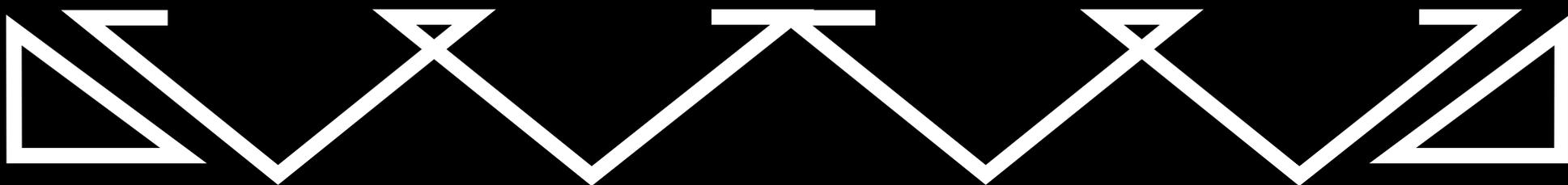
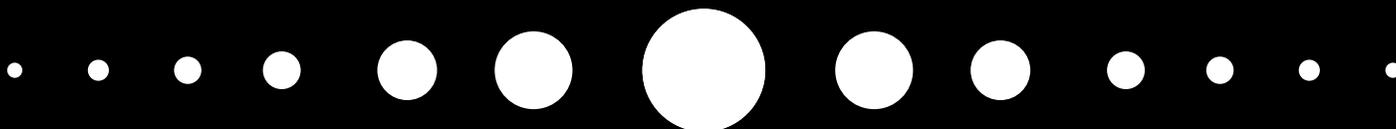
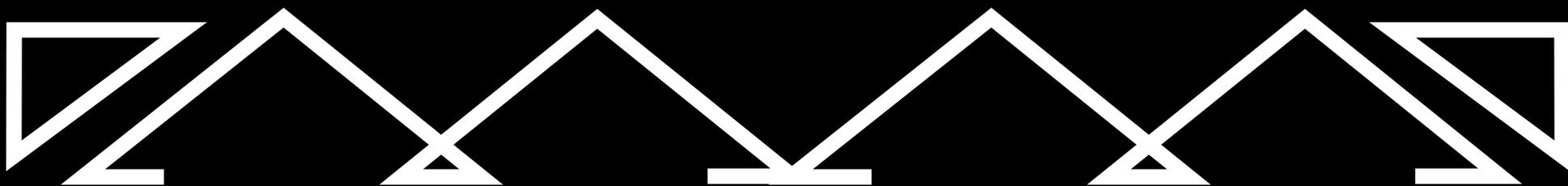


En esta gráfica predomina el uso del color característico de la étnia por el uso del achiotte y el negro de los simbolos en su rostro.

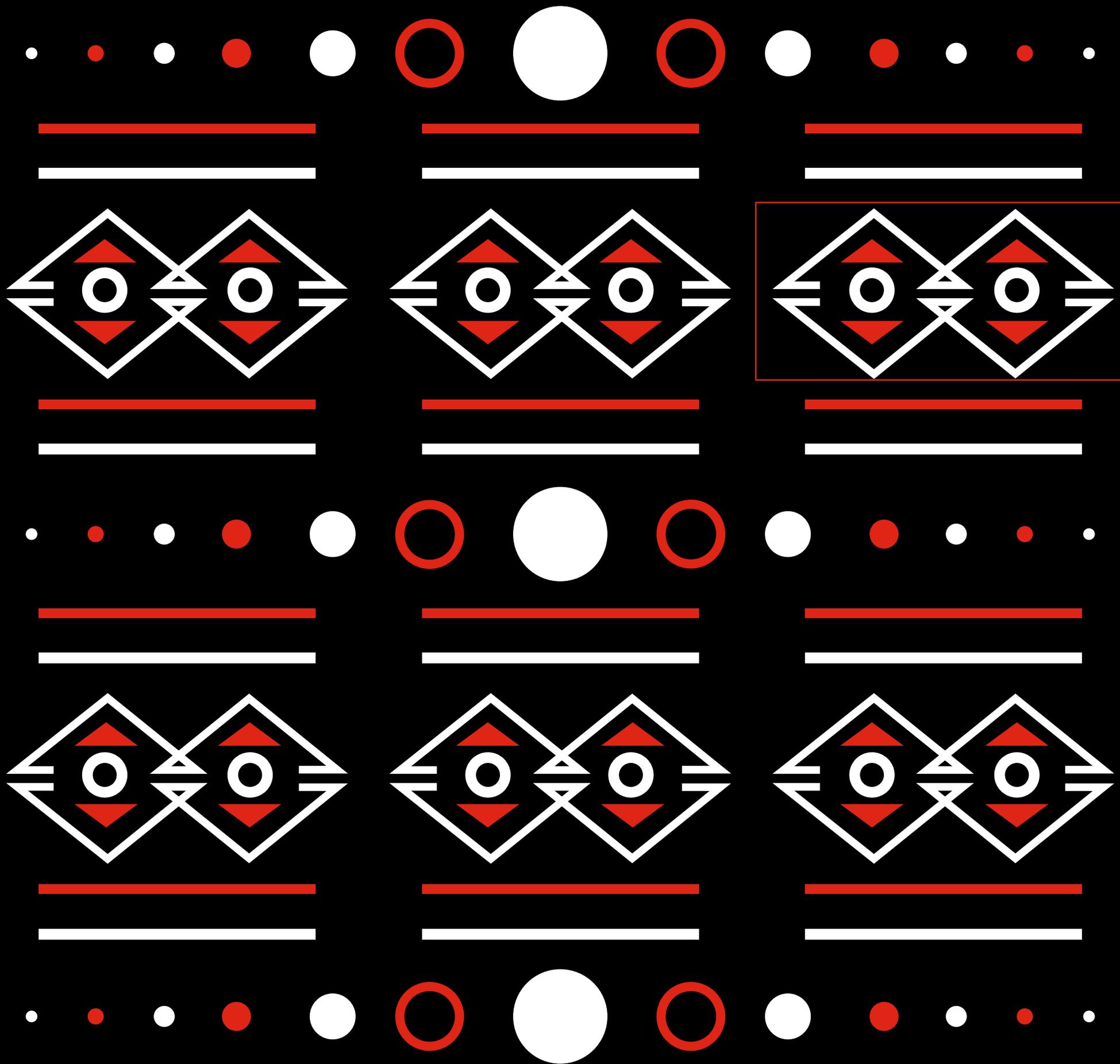


Boceto

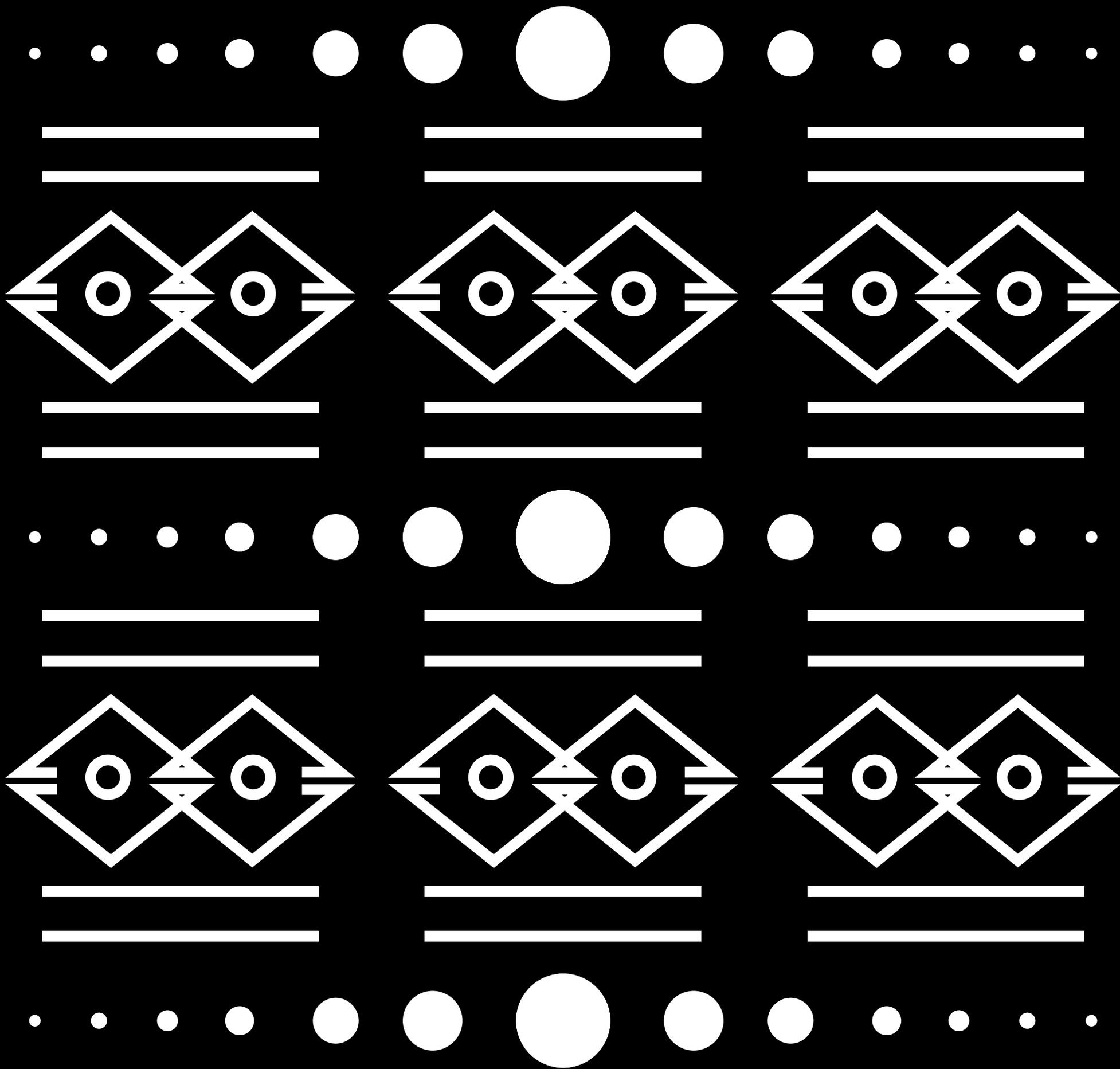


















OTAVALOS



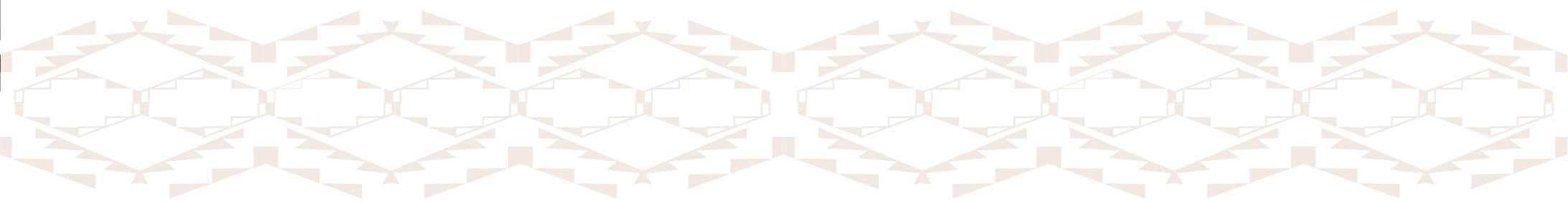
18



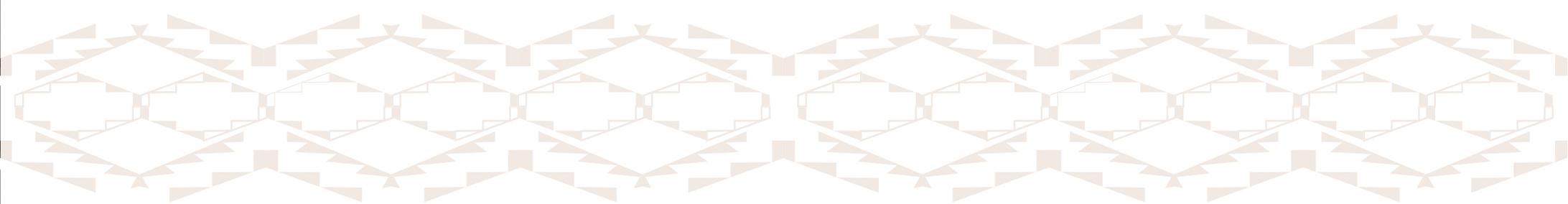
25

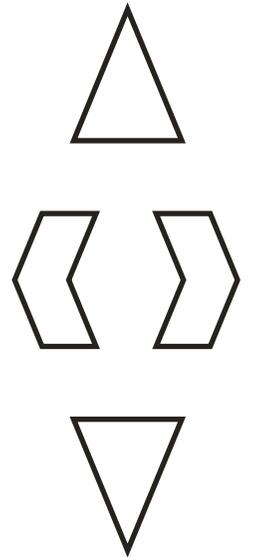
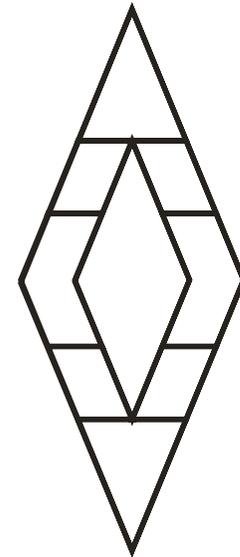
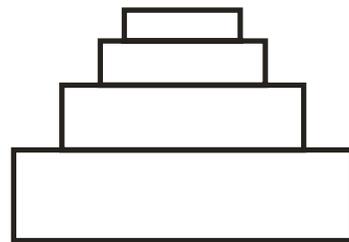
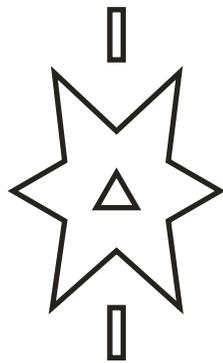
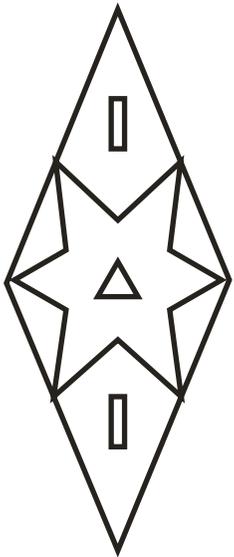
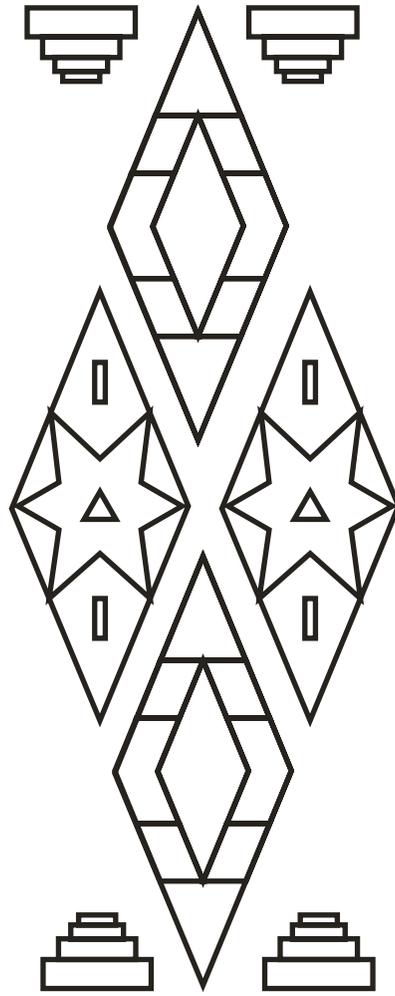


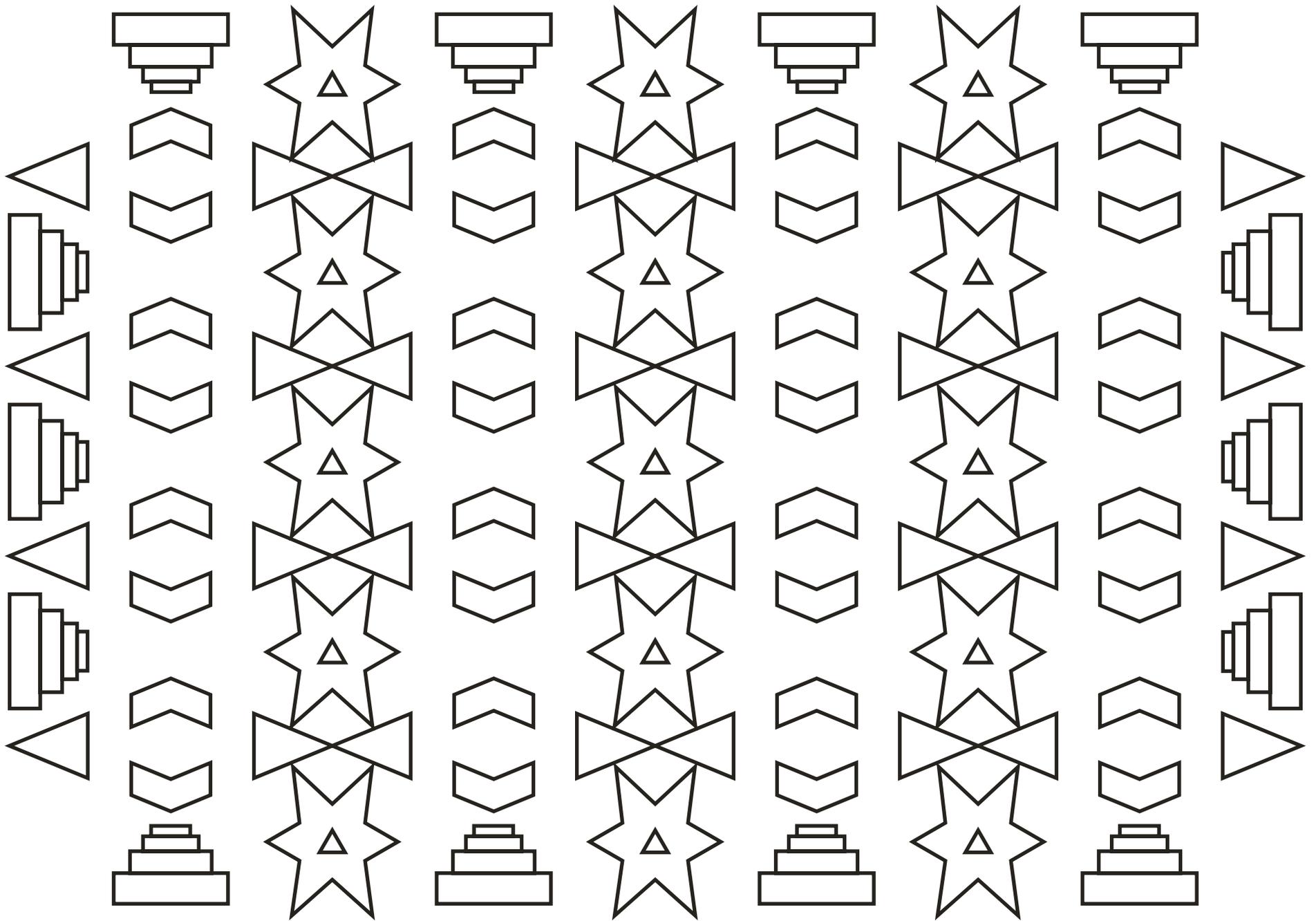
26

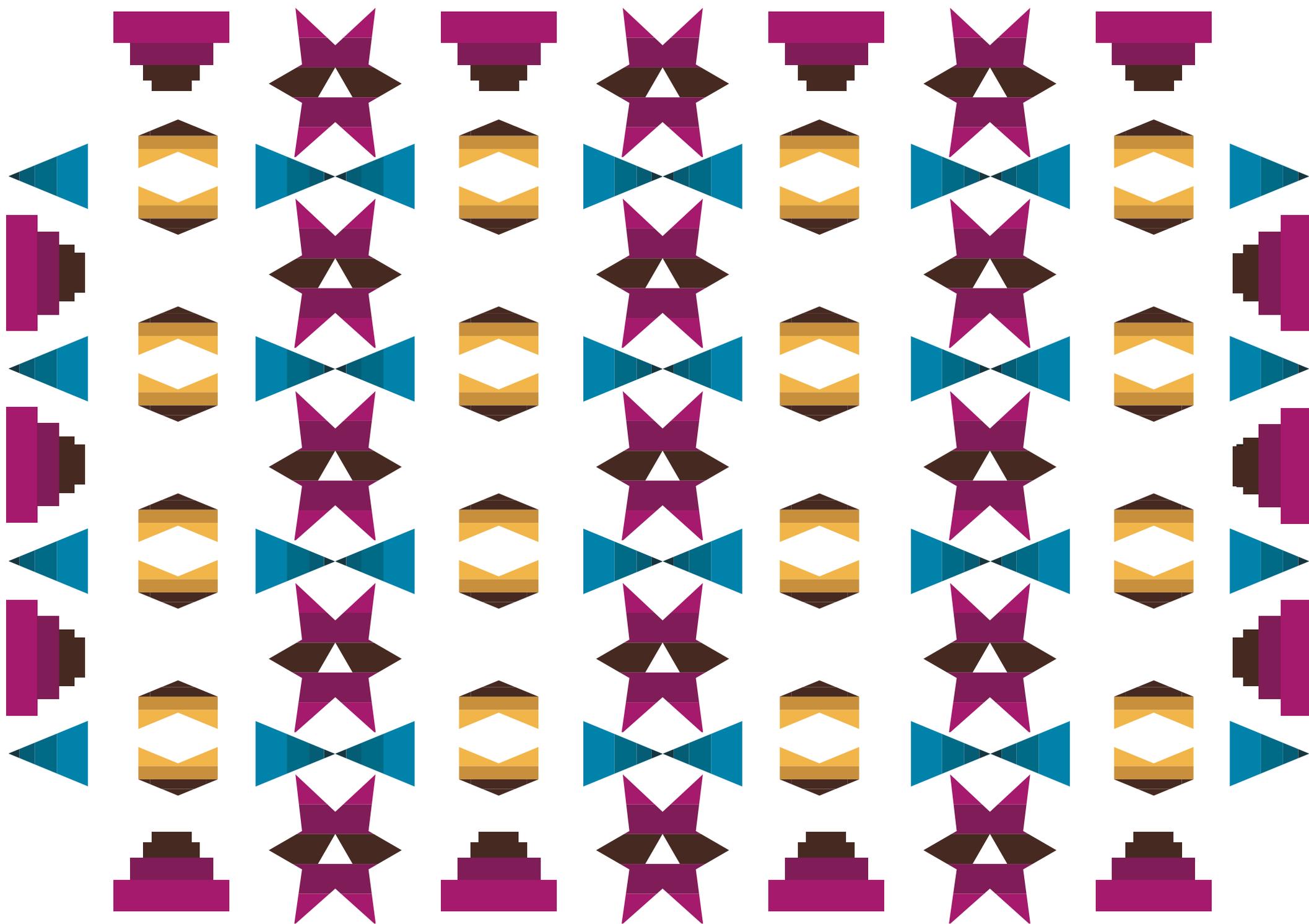


Los Otavalos se caracterizan por utilizar colores muy llamativos los cuales se ven reflejados en sus prendas de vestir sobre todo en sus cintas que van en la cintura las blusas y alpargatas que utilizan sus mujeres.



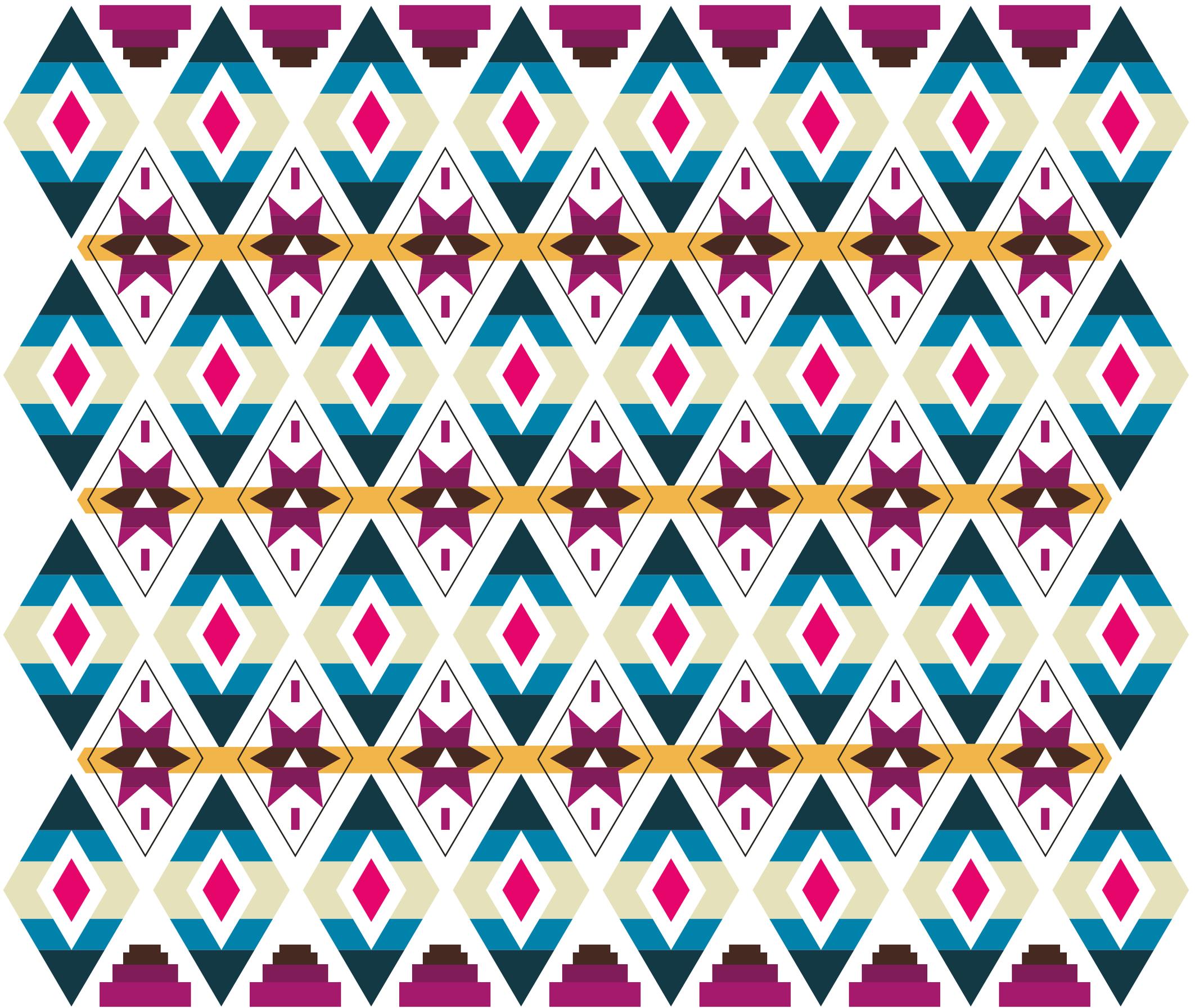






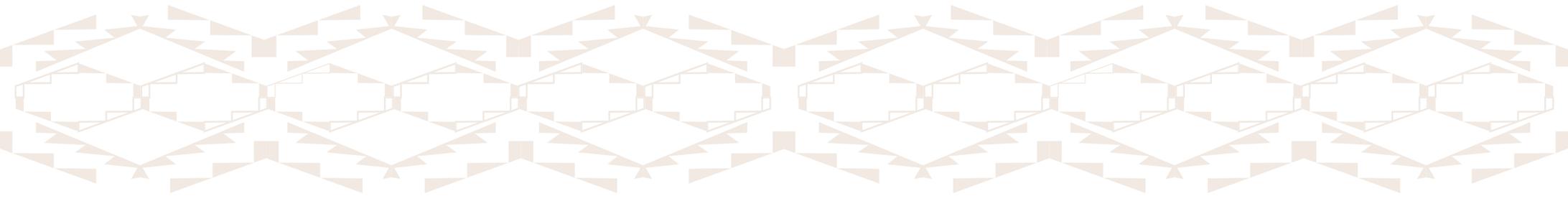




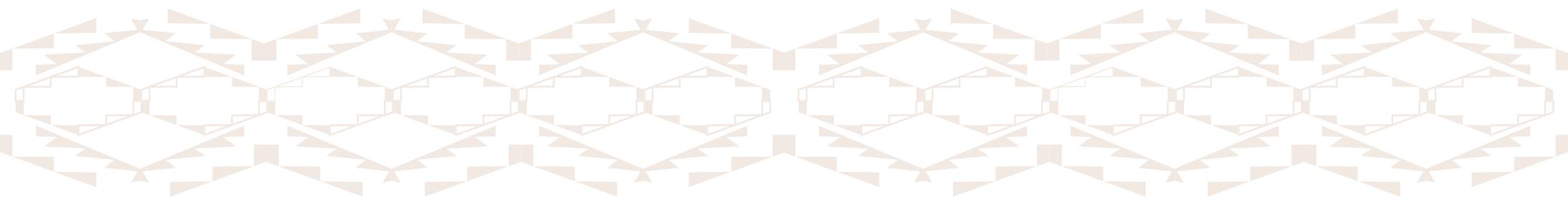


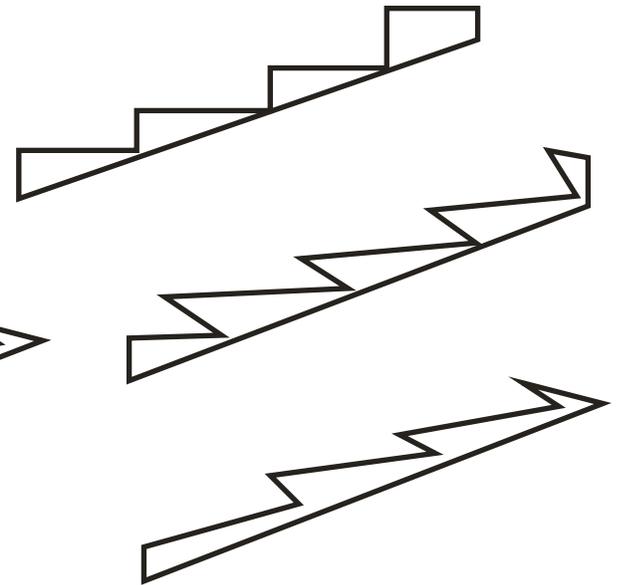
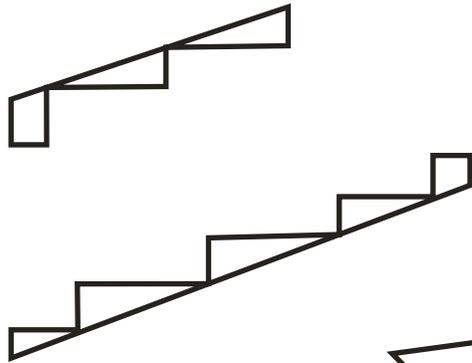
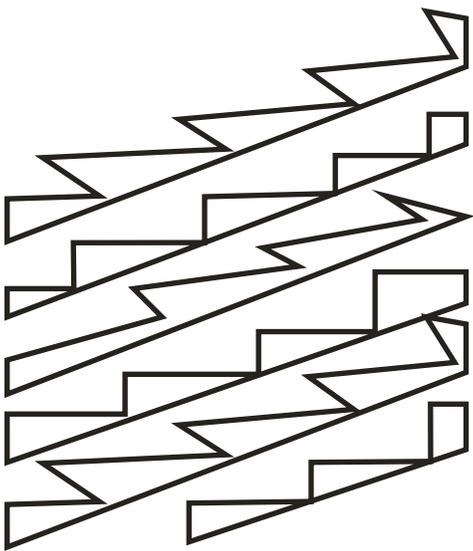
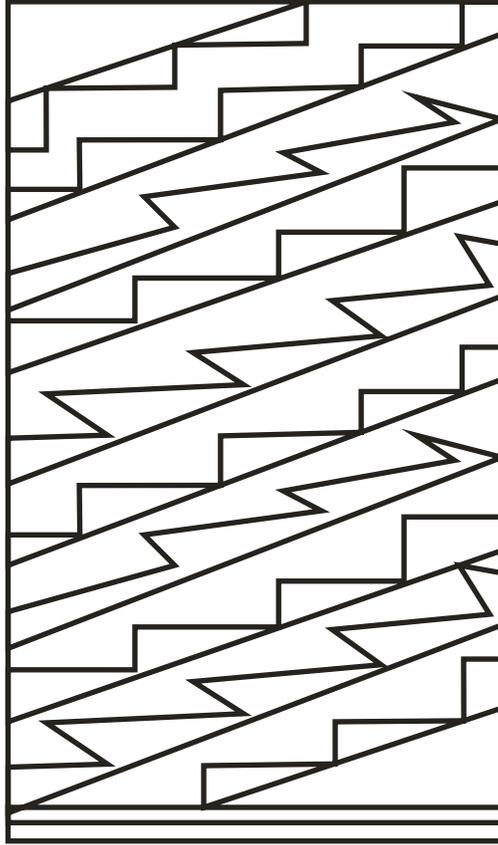


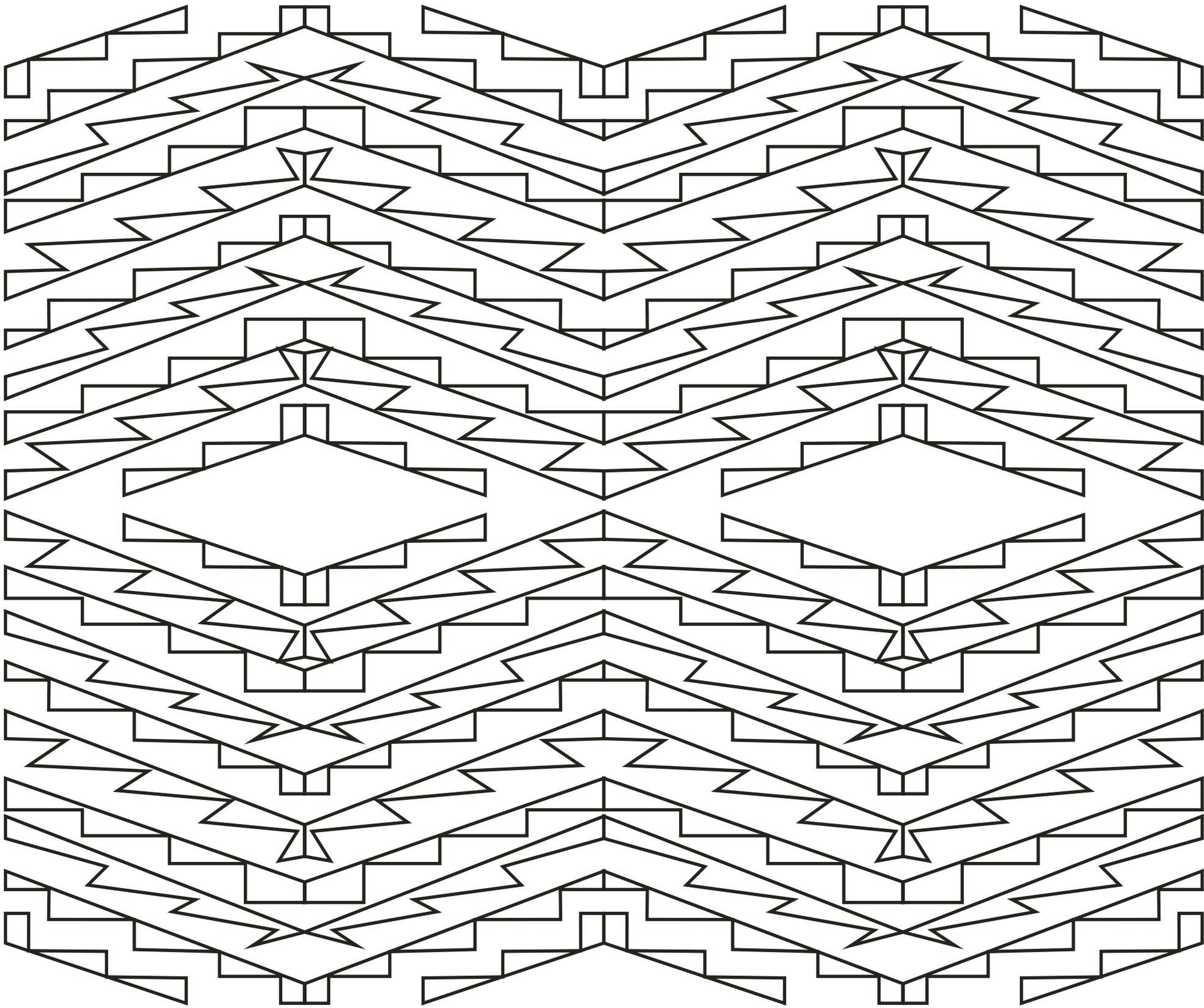


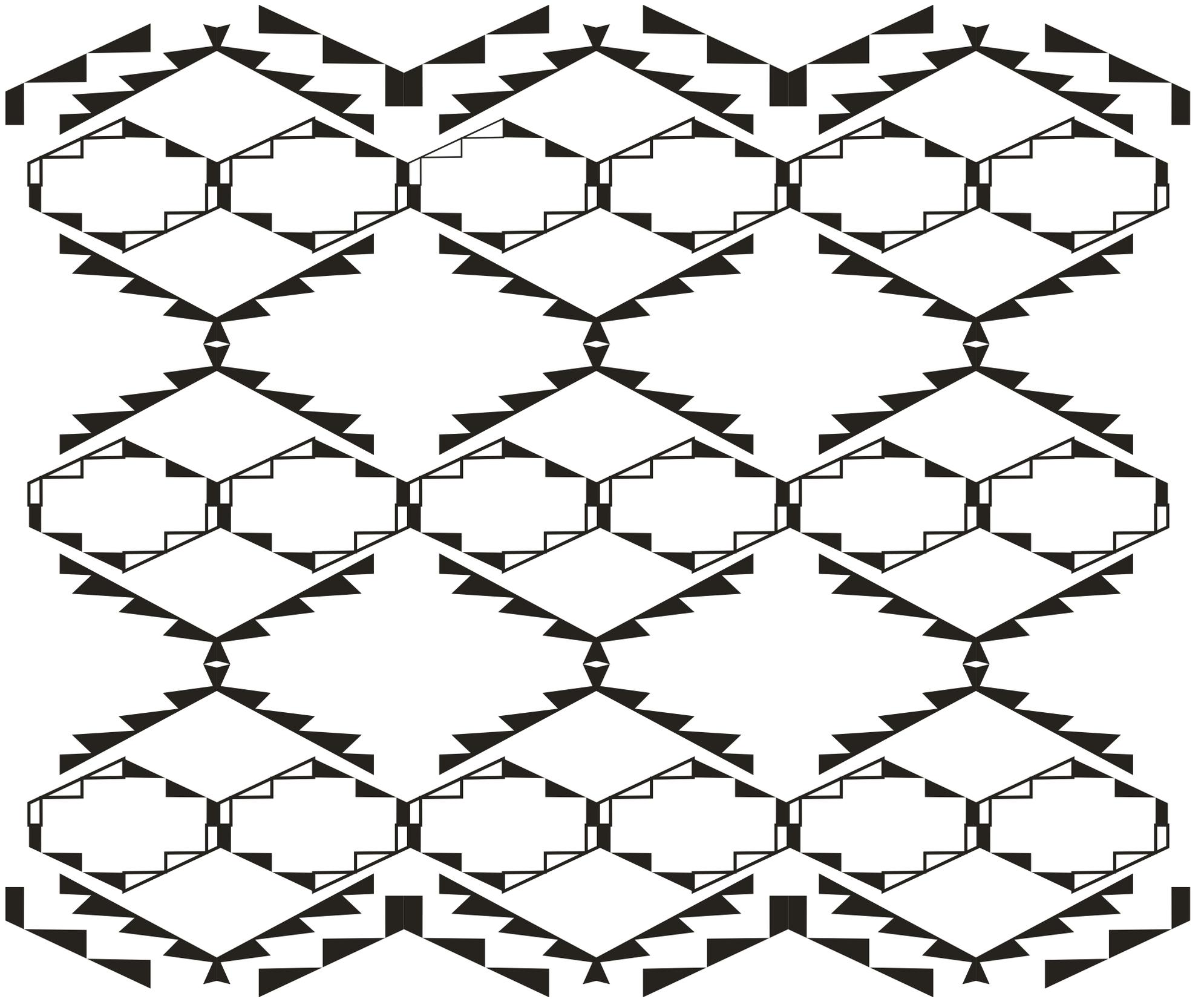


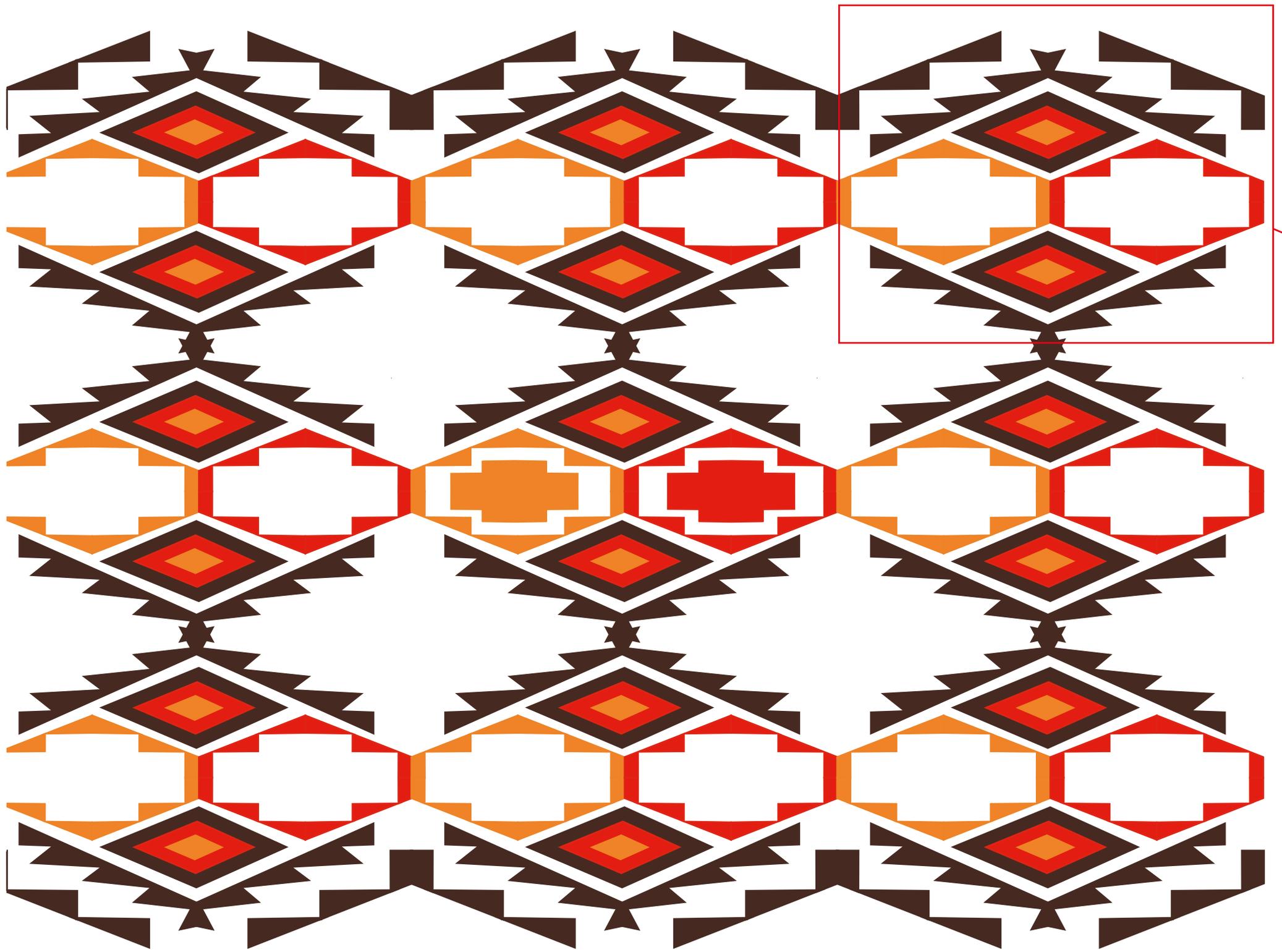
Otavalo es una cultura de comercio por este motivo realizan diferentes tipos de cobijas ropa y alfombras con motivos algunas veces abstractos y otras representando a sus diferentes tipos de celebraciones.







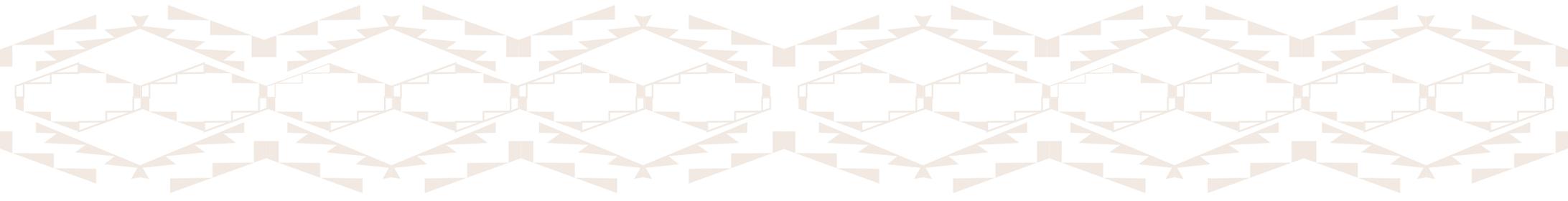








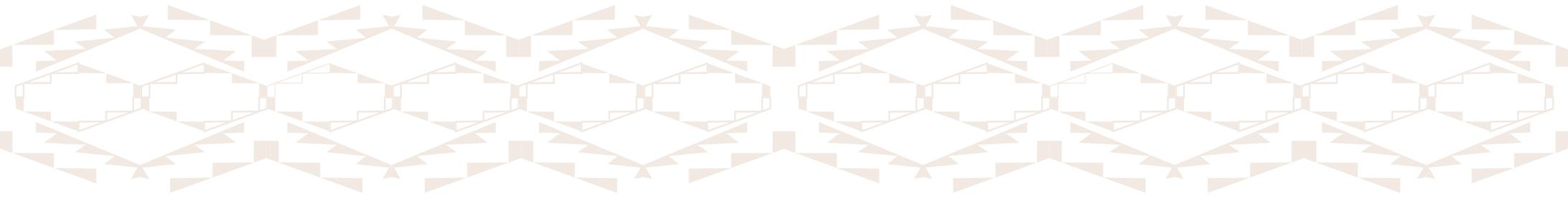


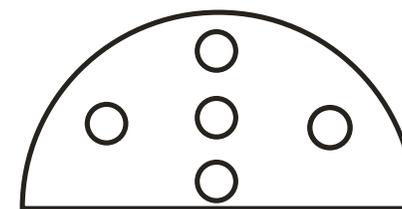
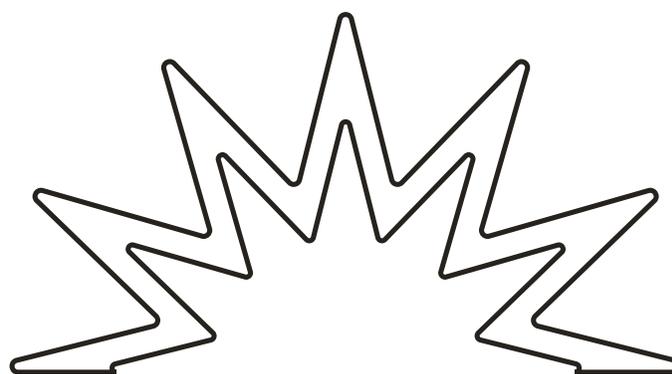
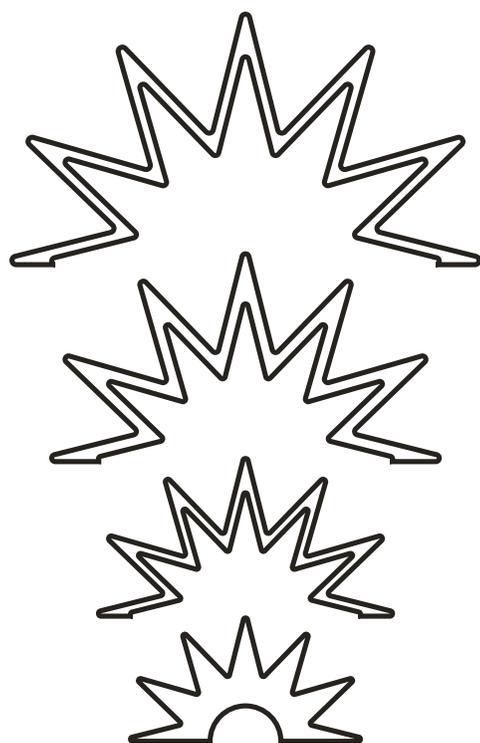
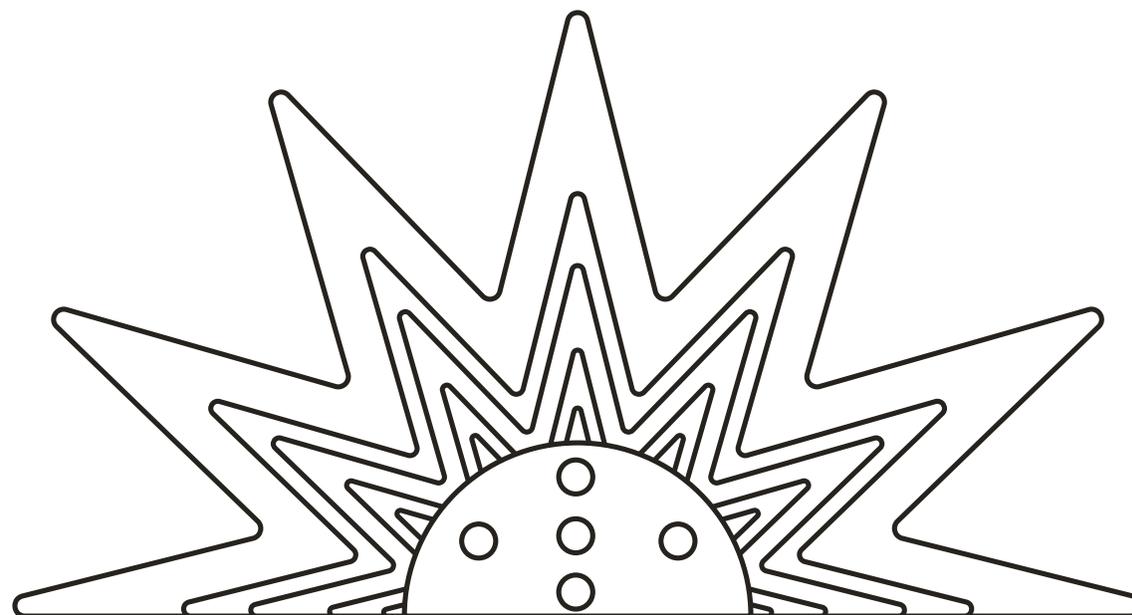


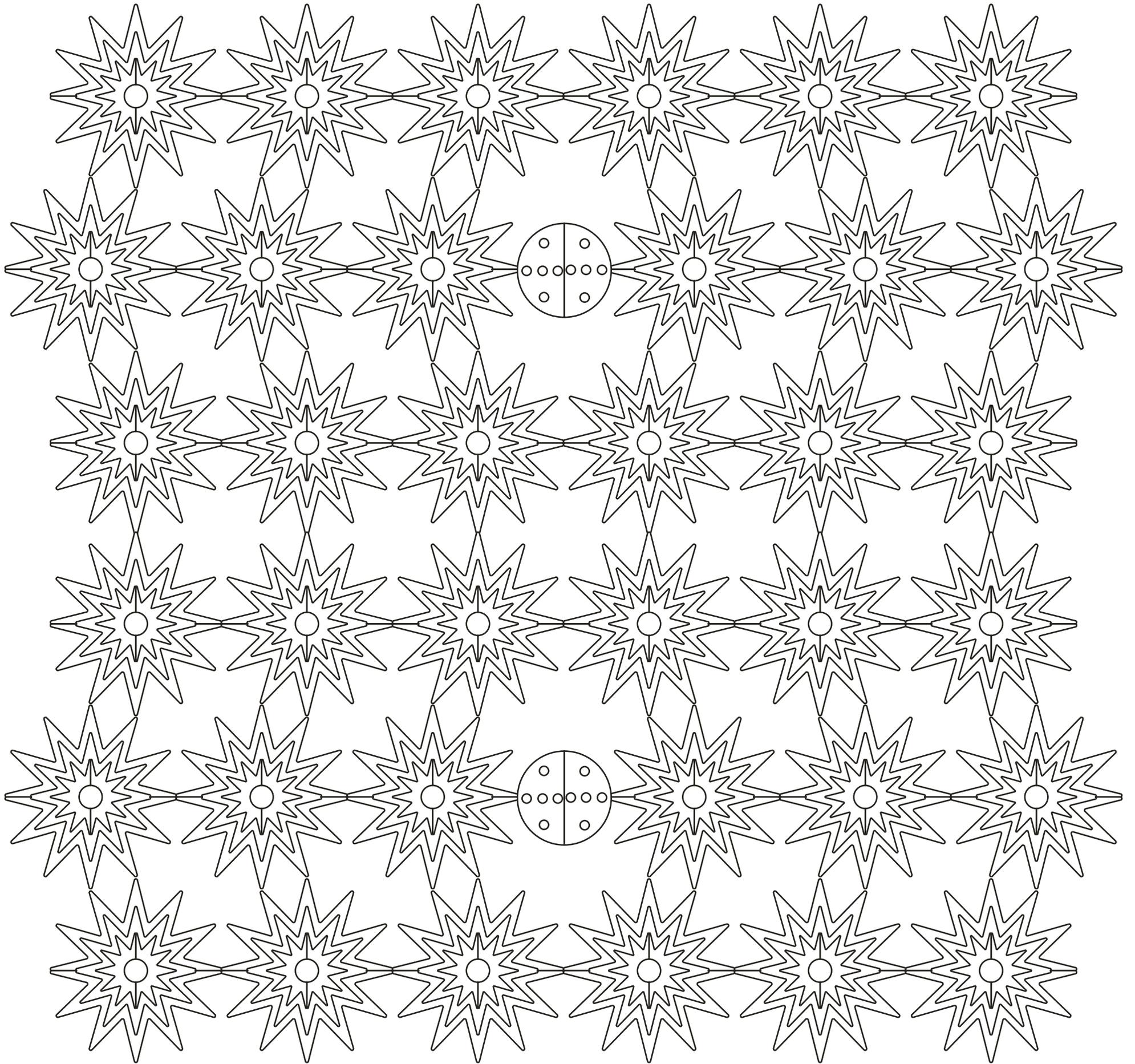
239 2XU

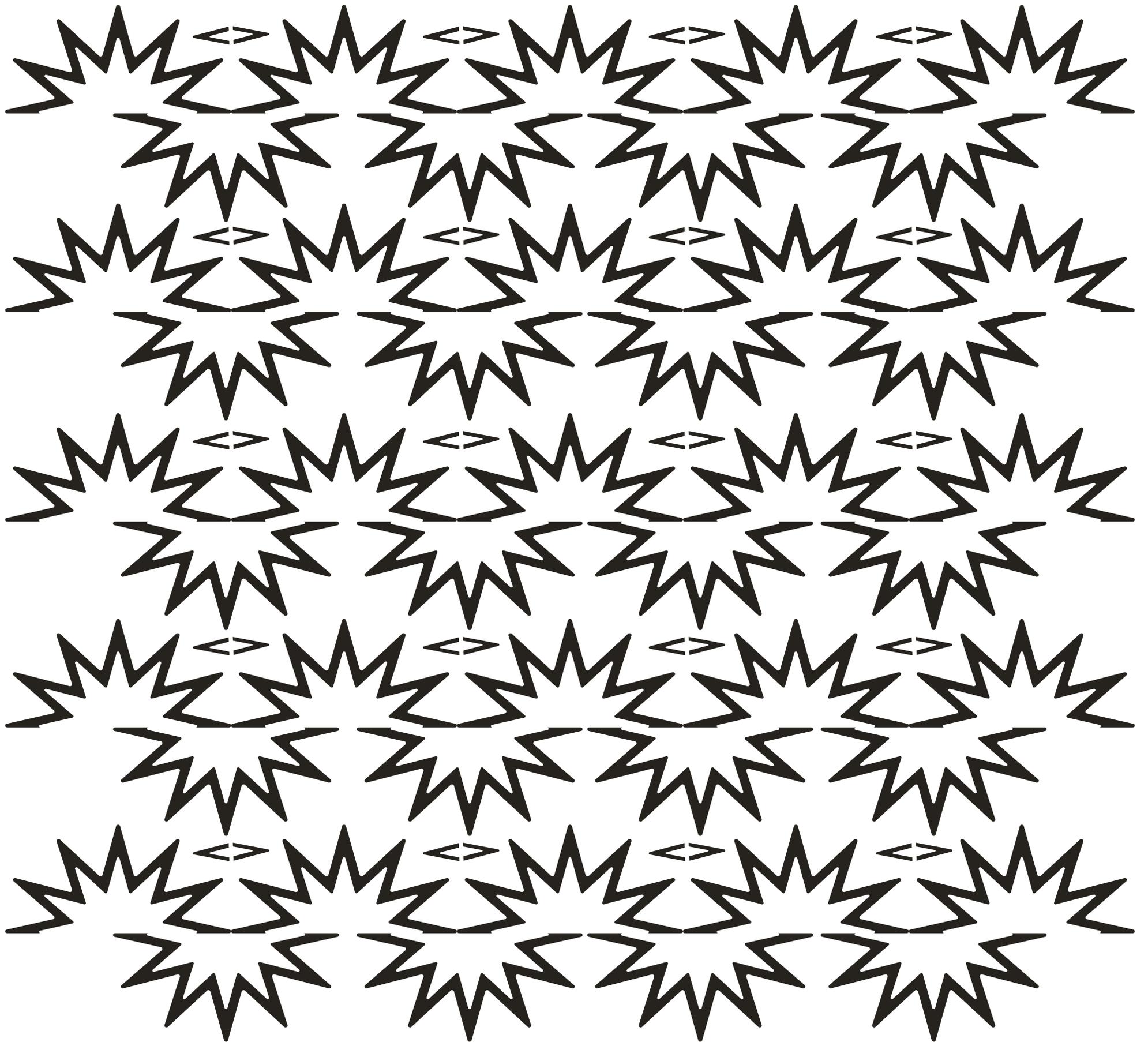
299 2XU

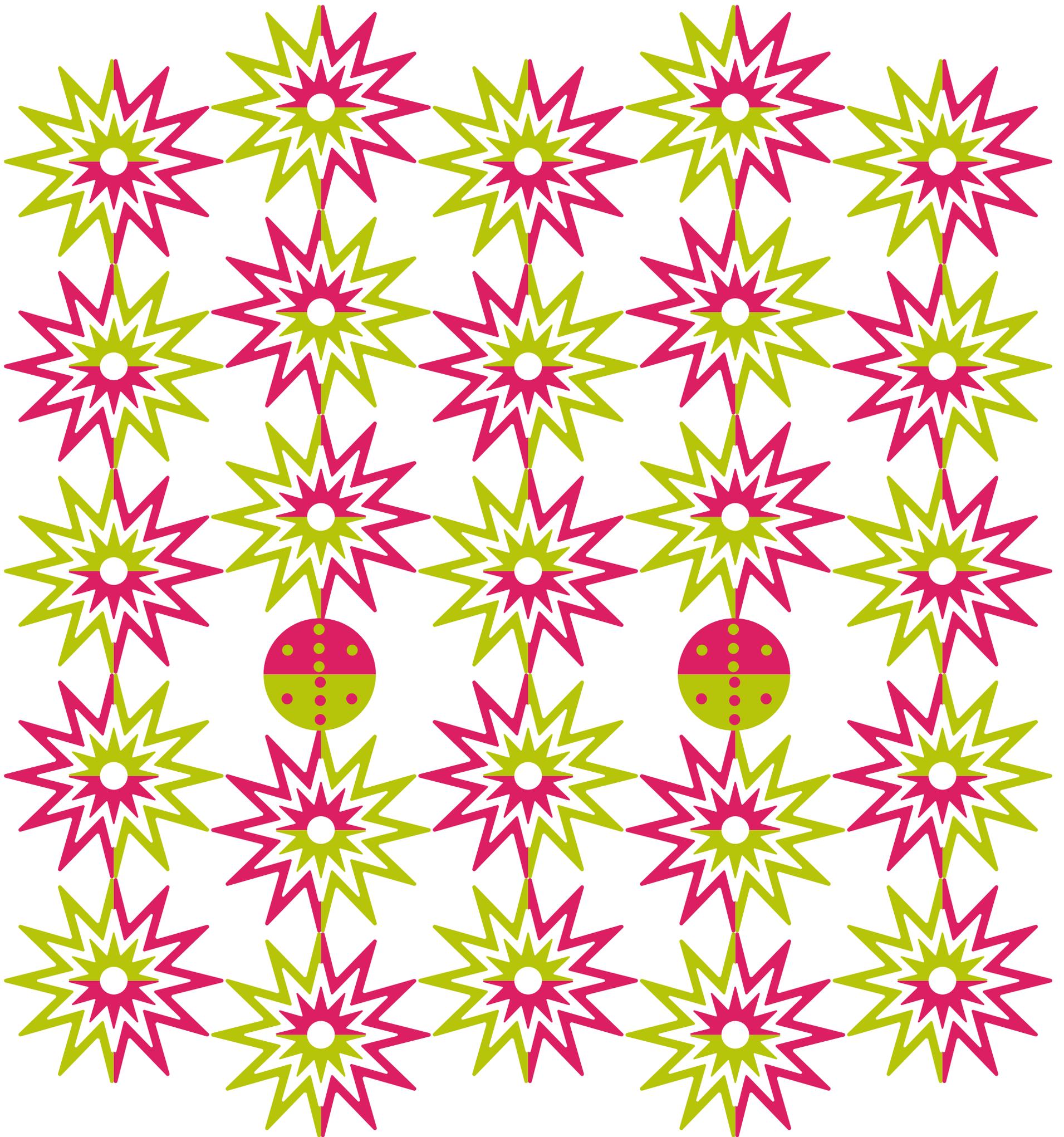
382 2XU



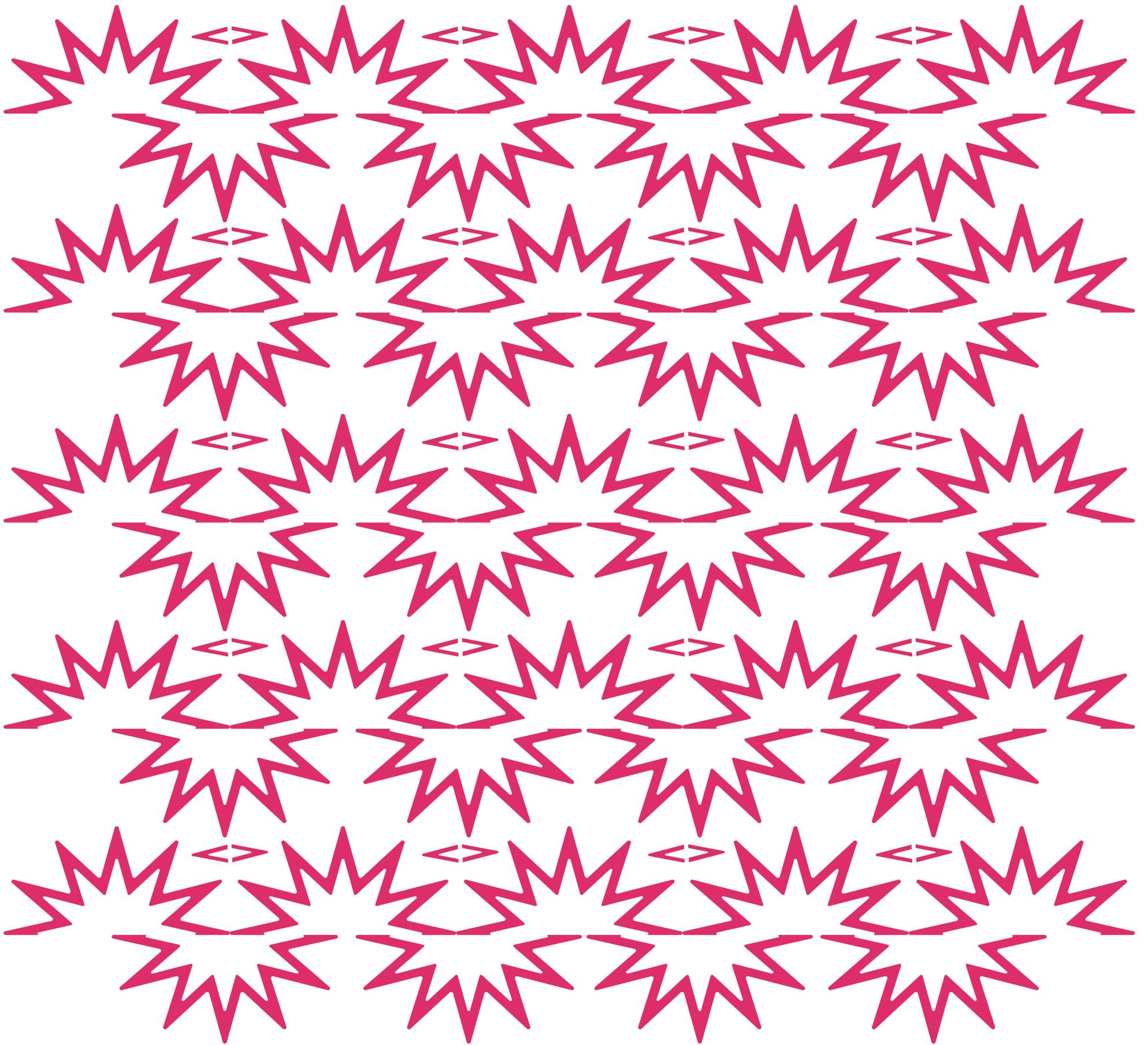








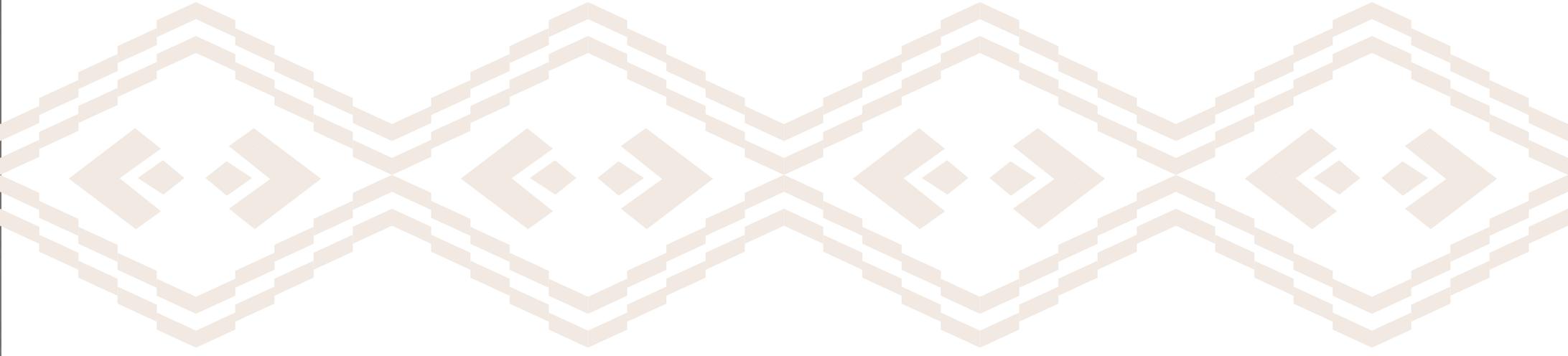
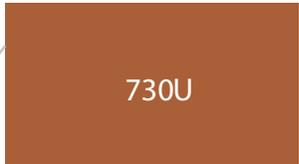
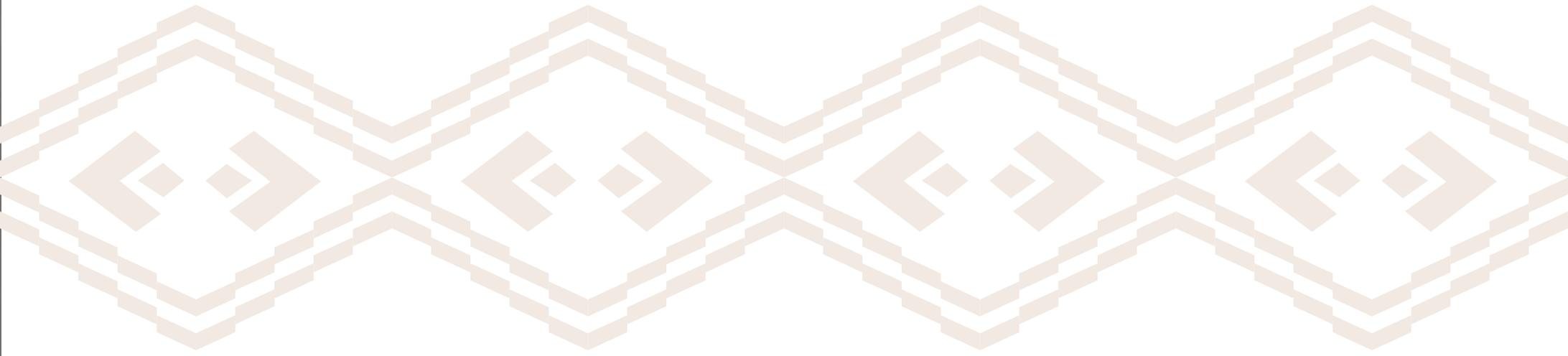


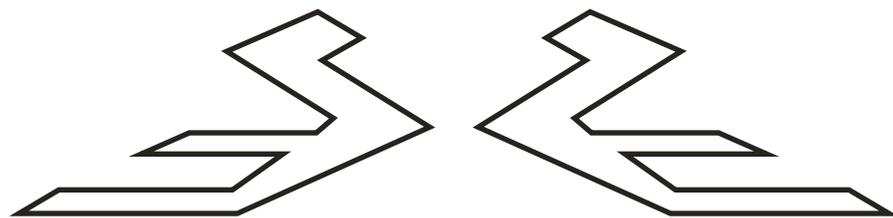
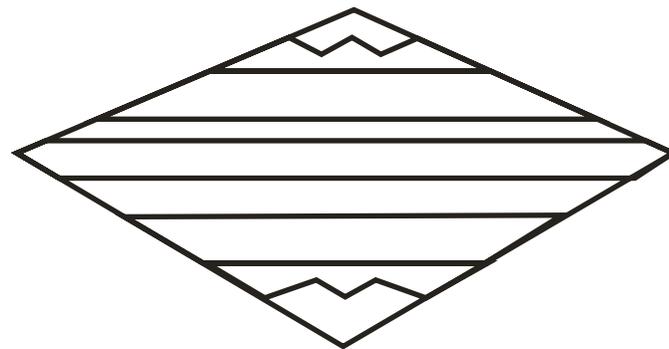
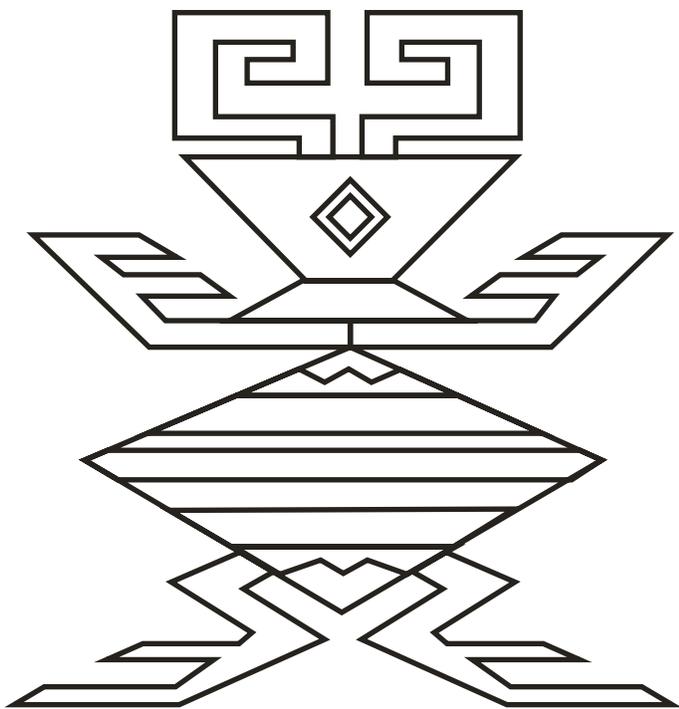
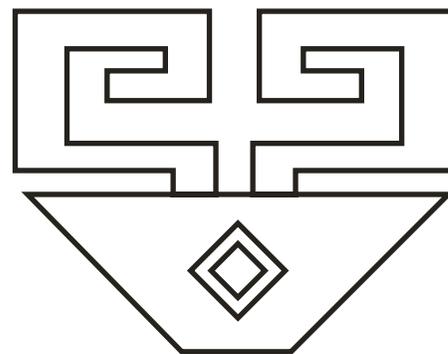
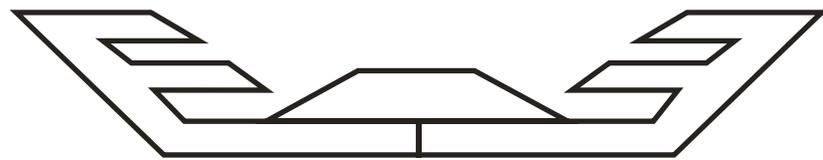


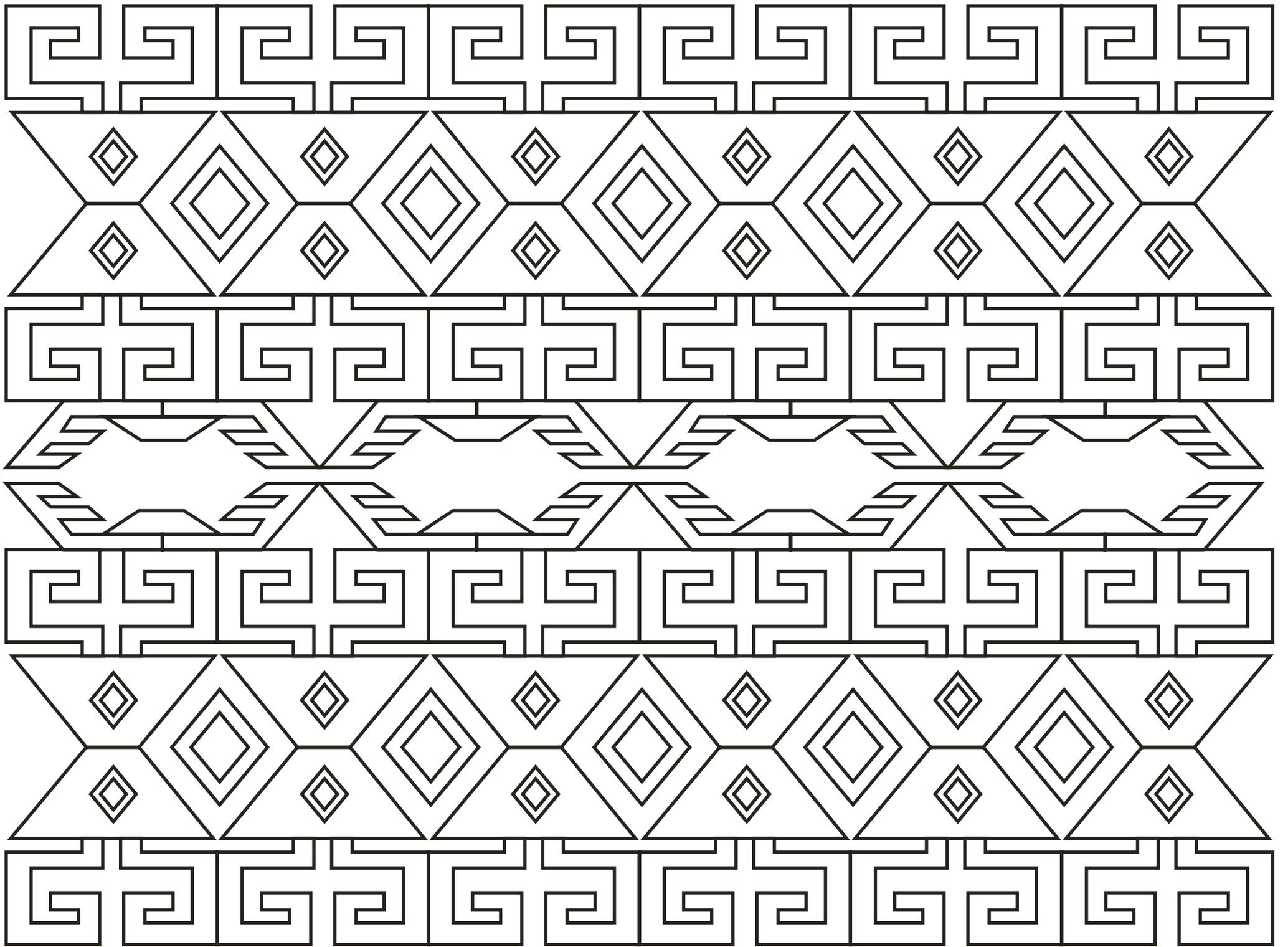


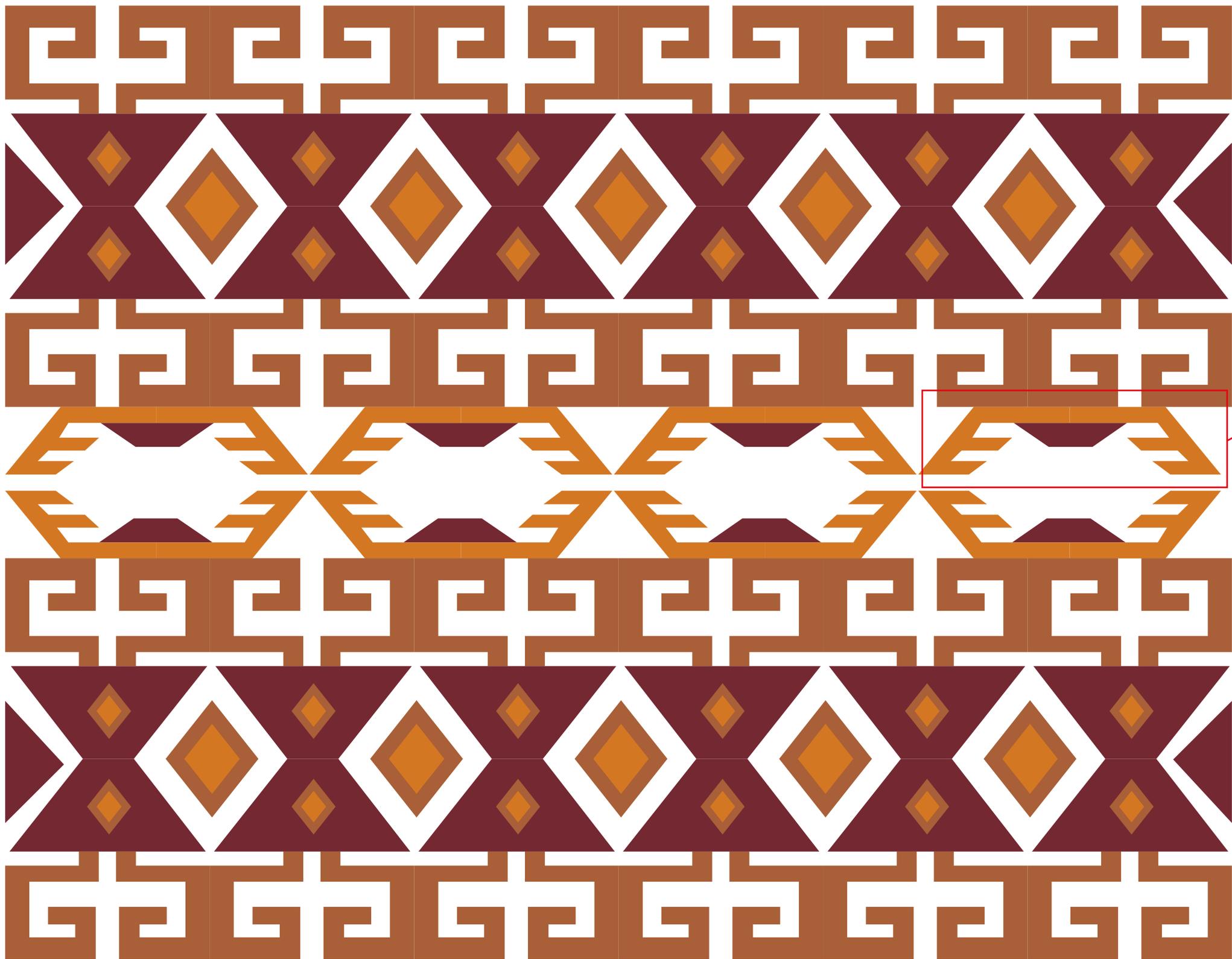
SALASAKA







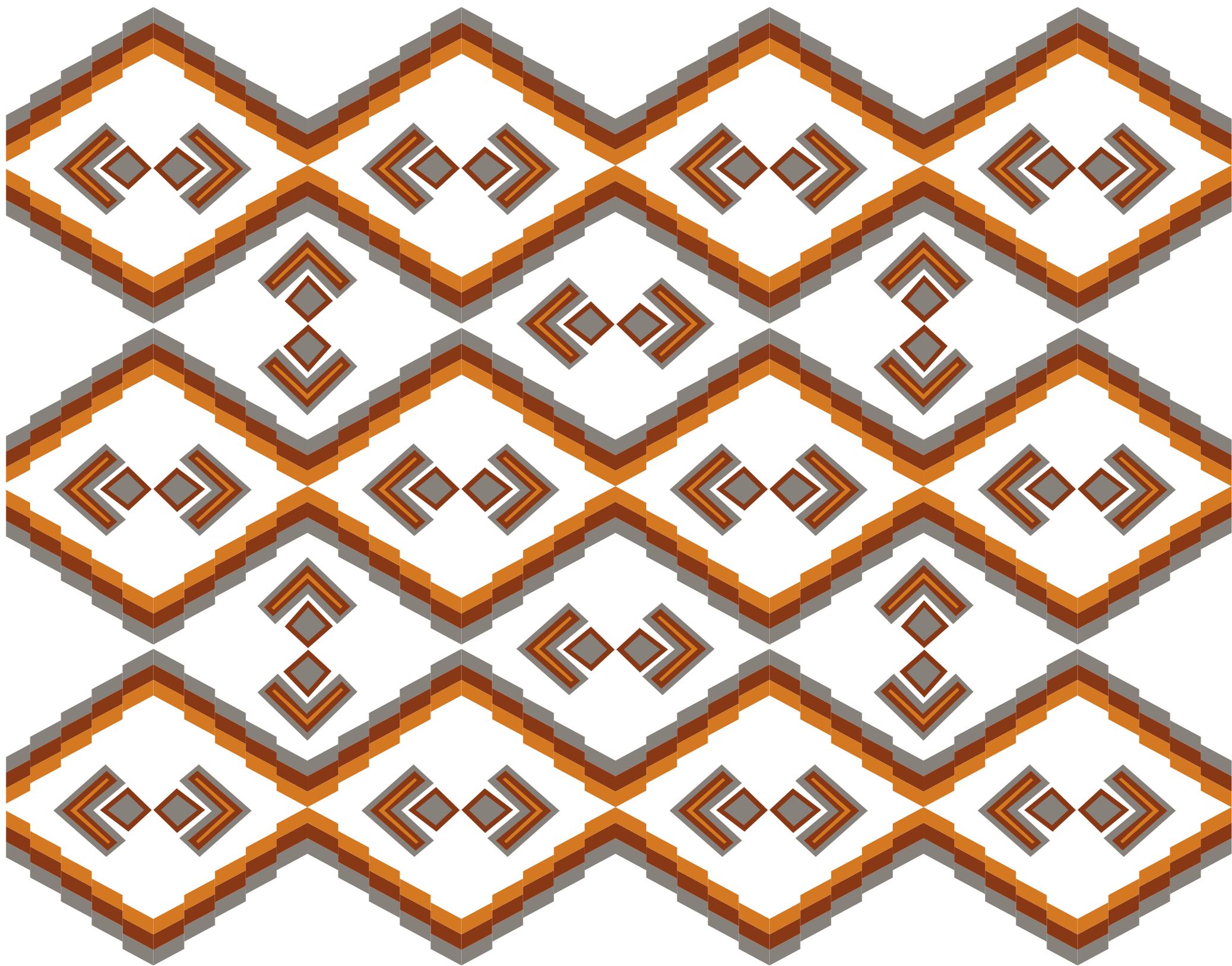




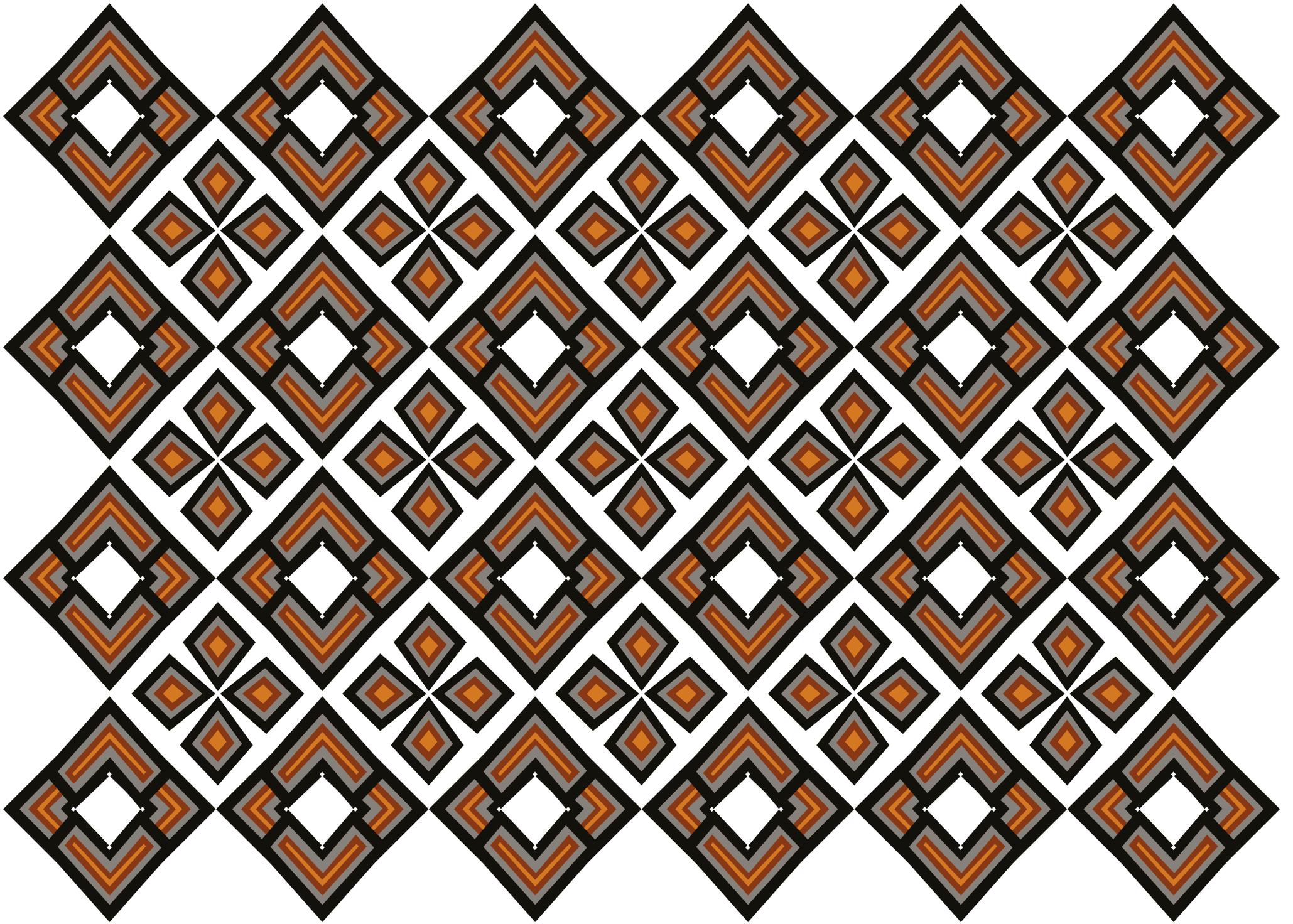




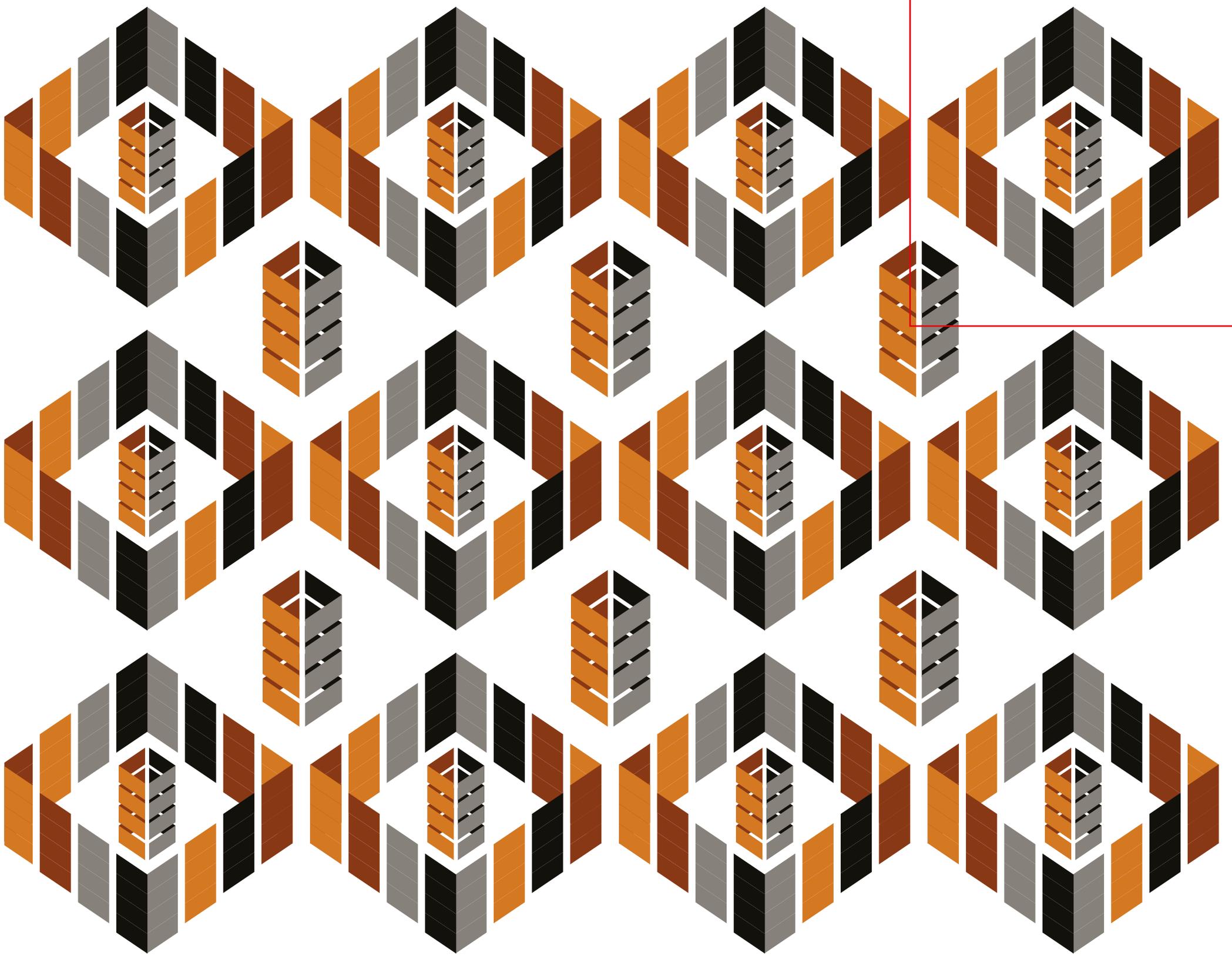




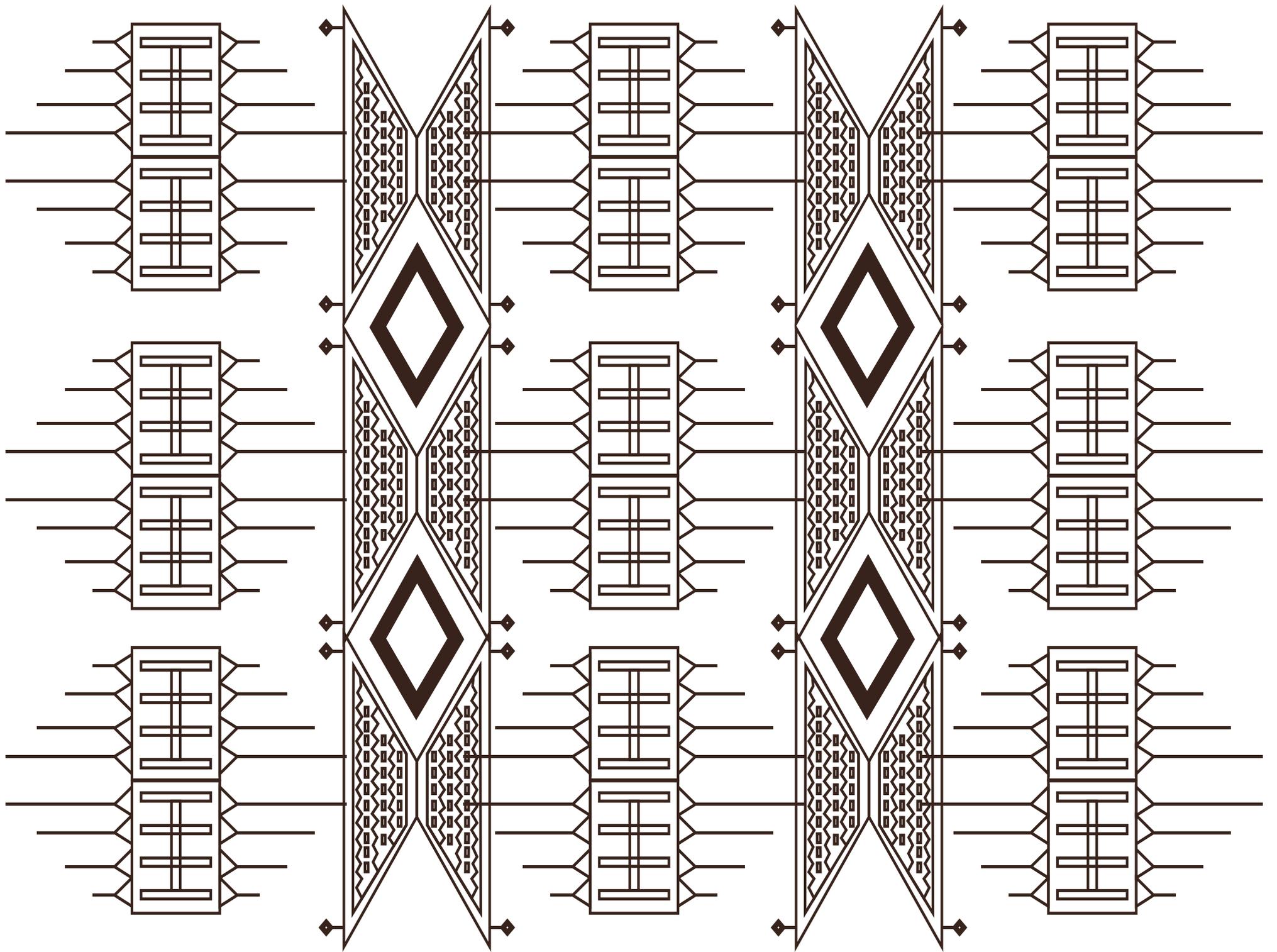














SARAGURO

29

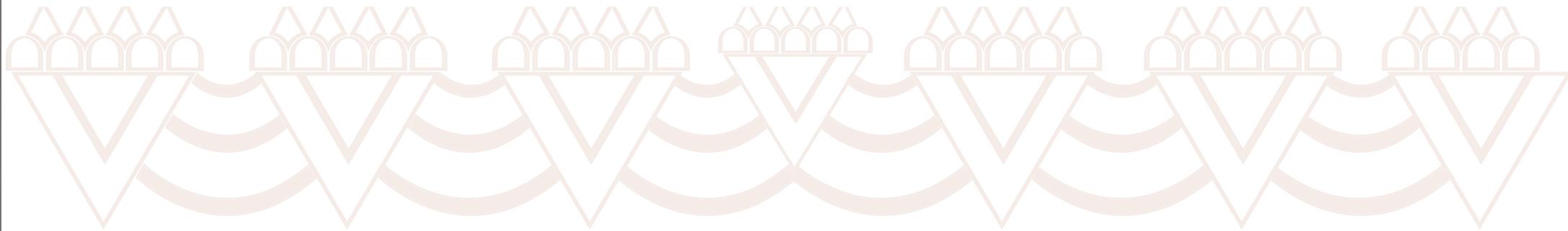


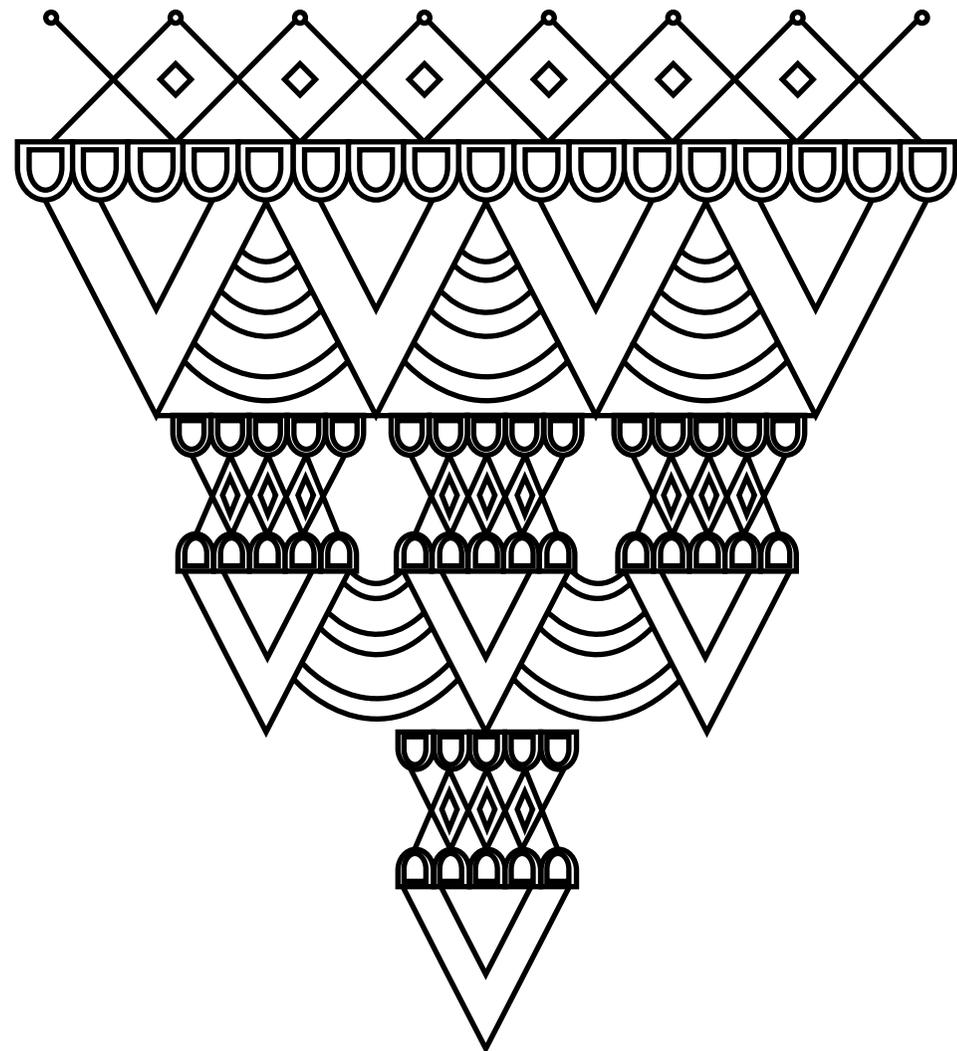
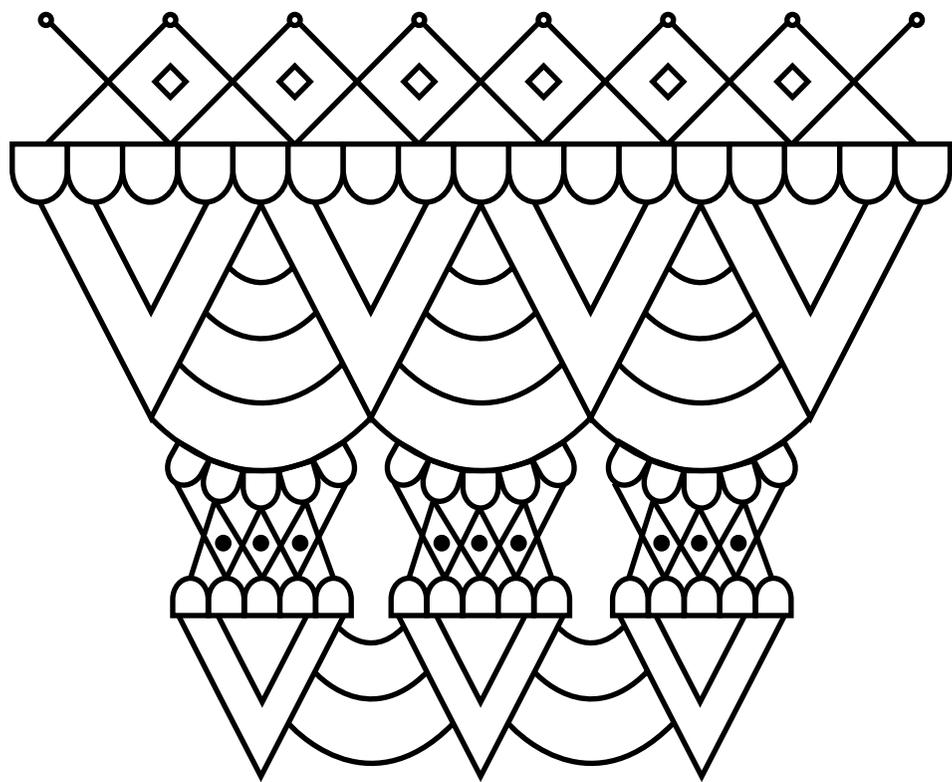
30

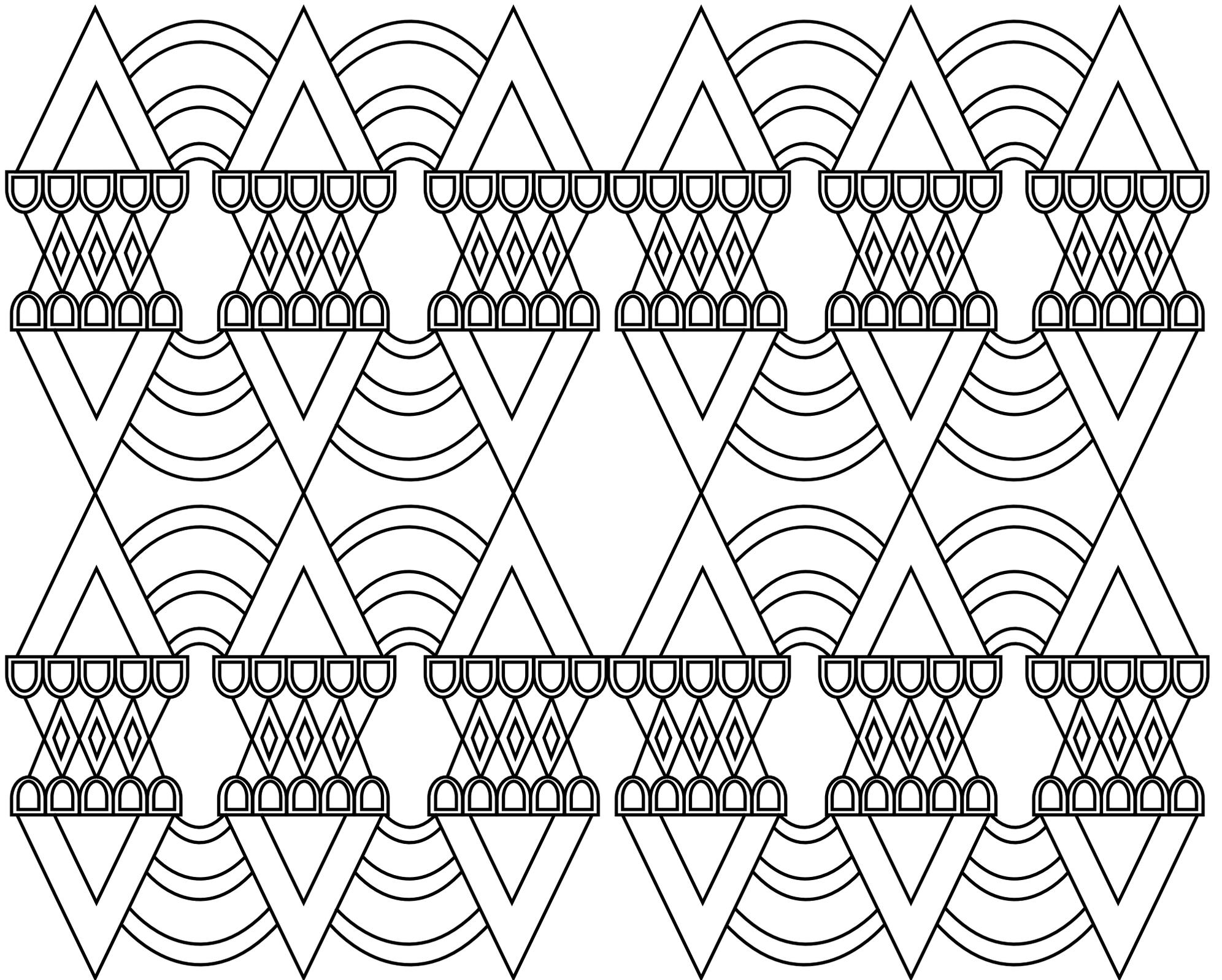


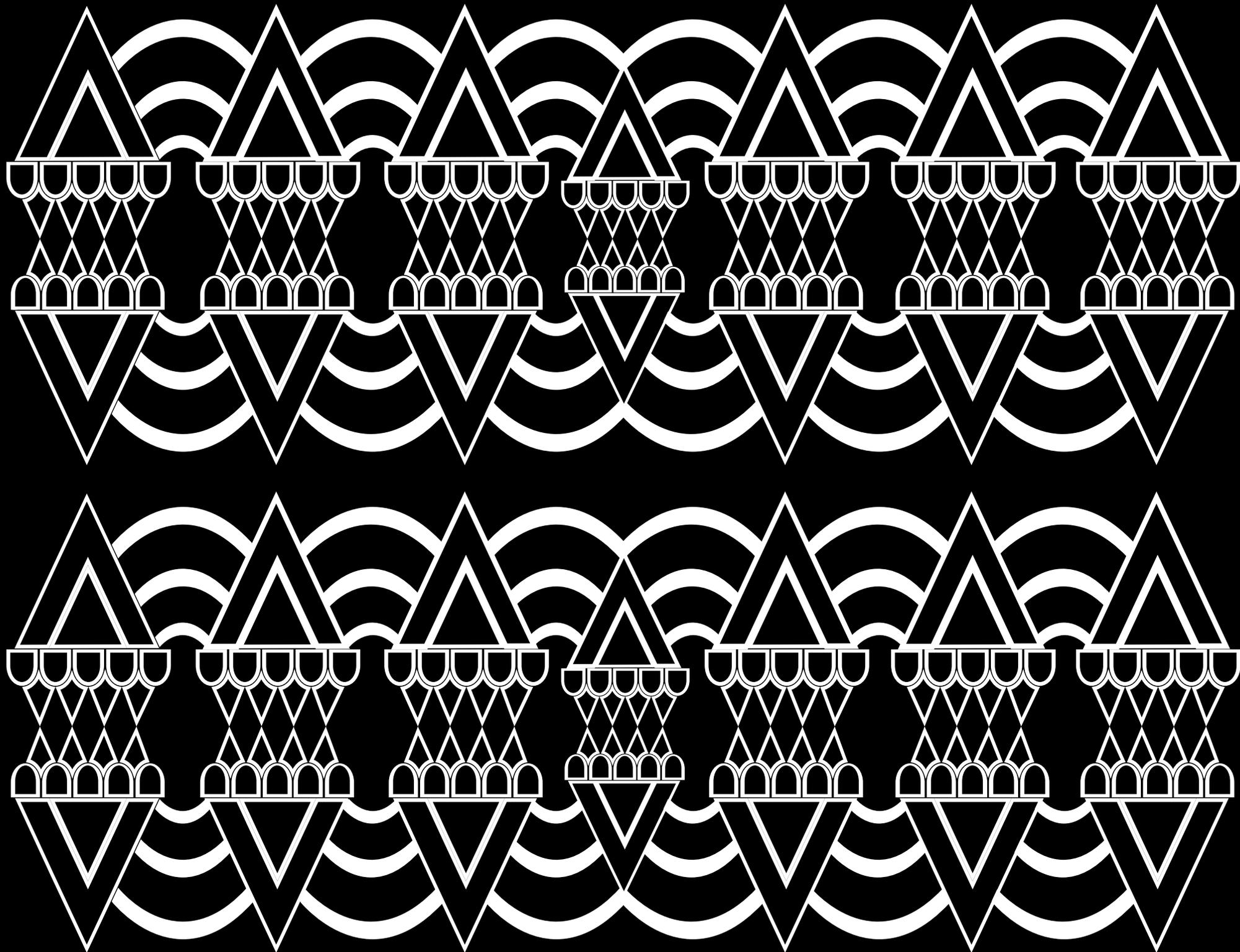


223X2U

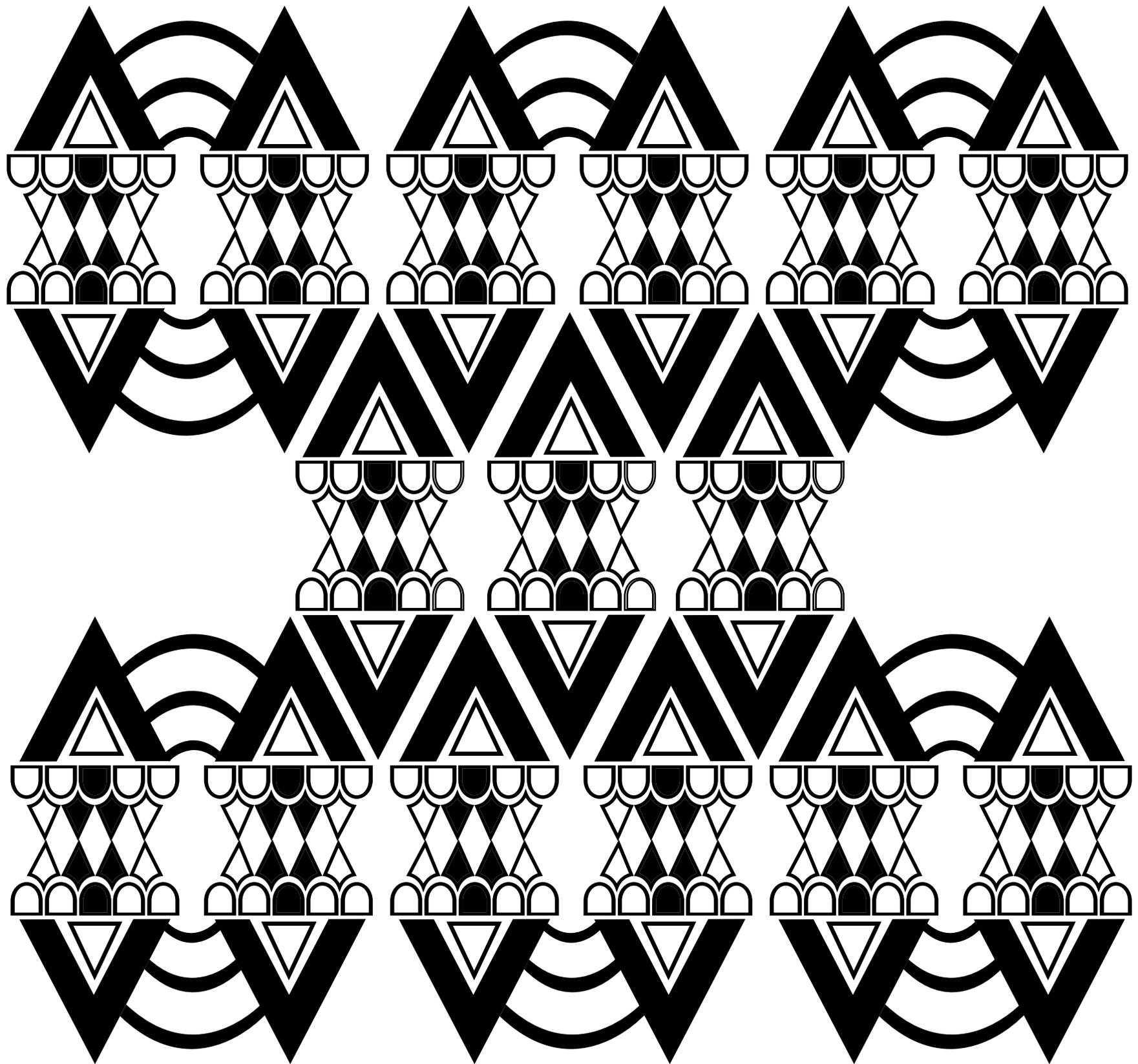


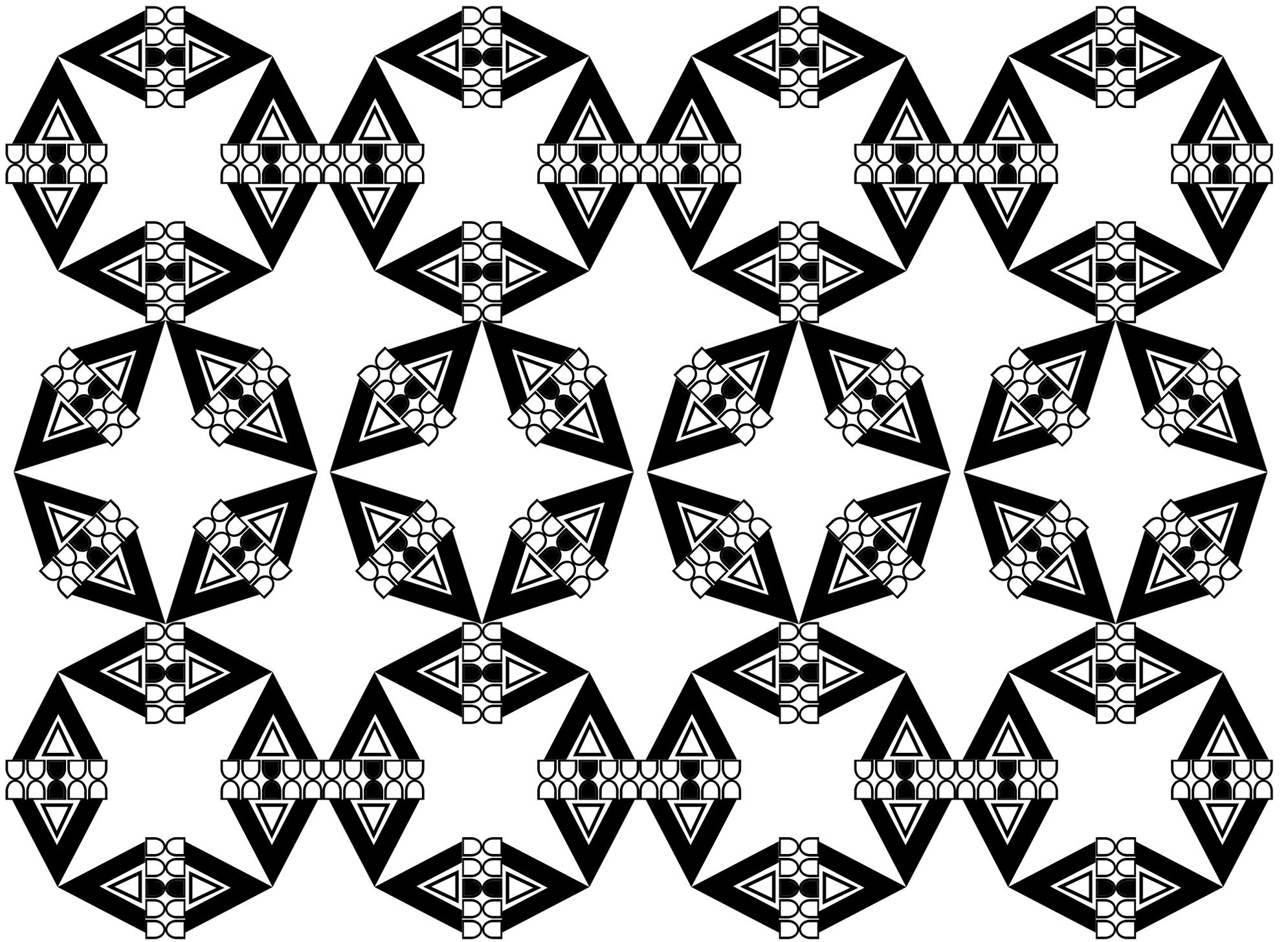


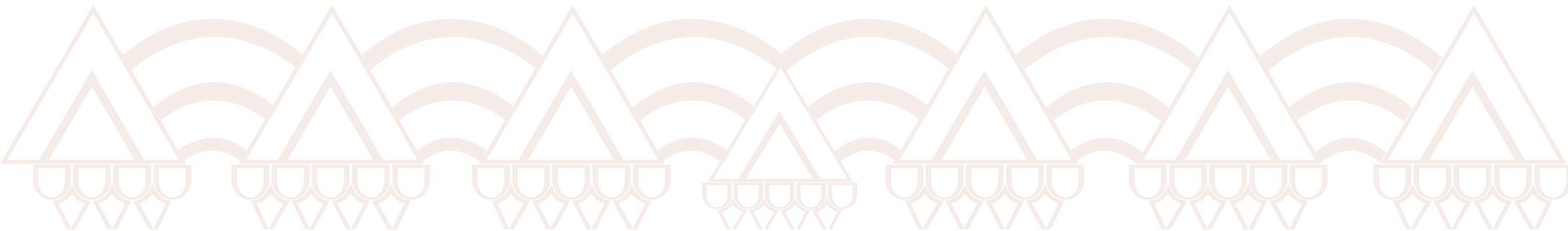




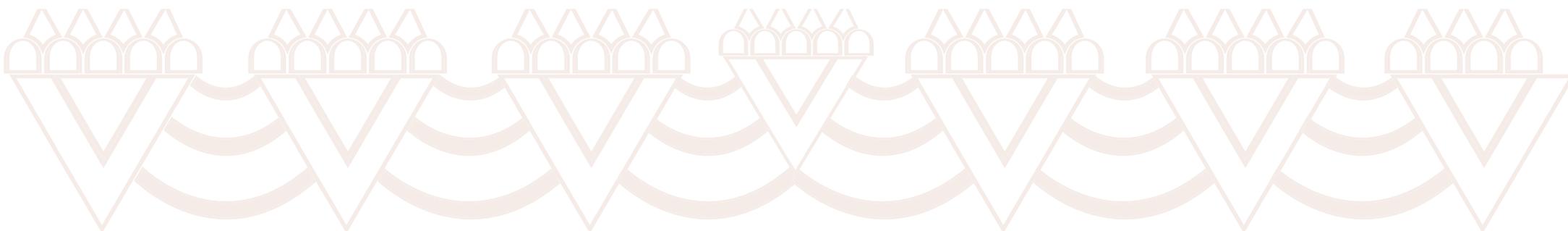


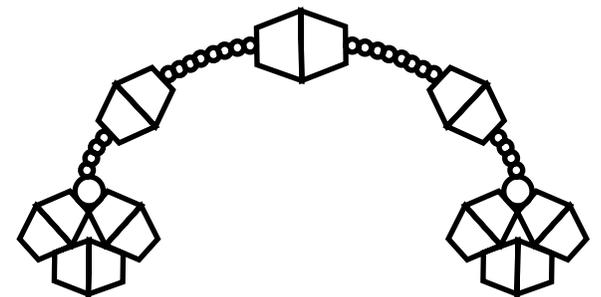
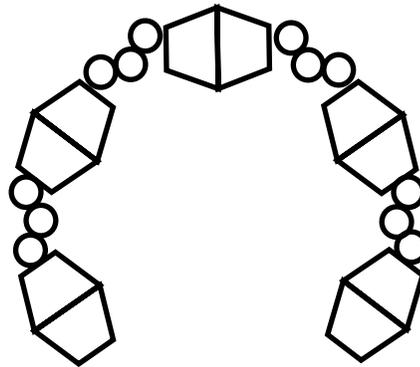
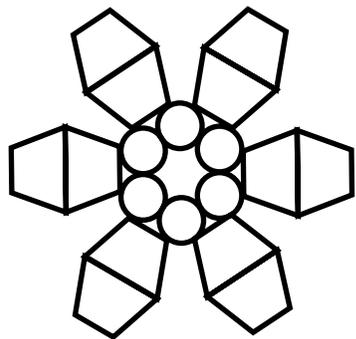
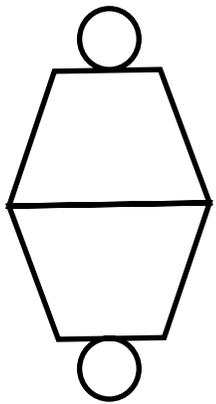
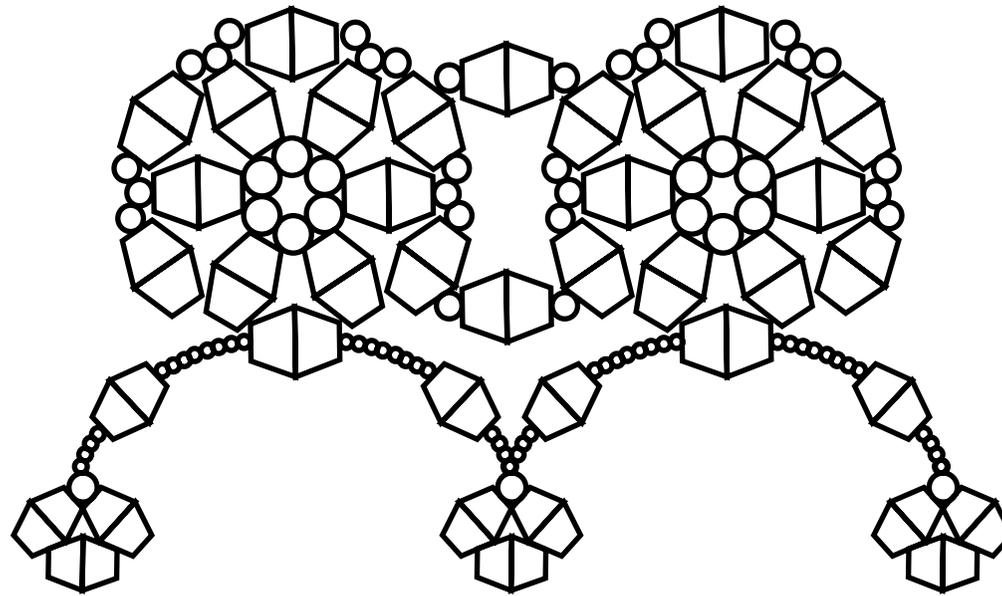


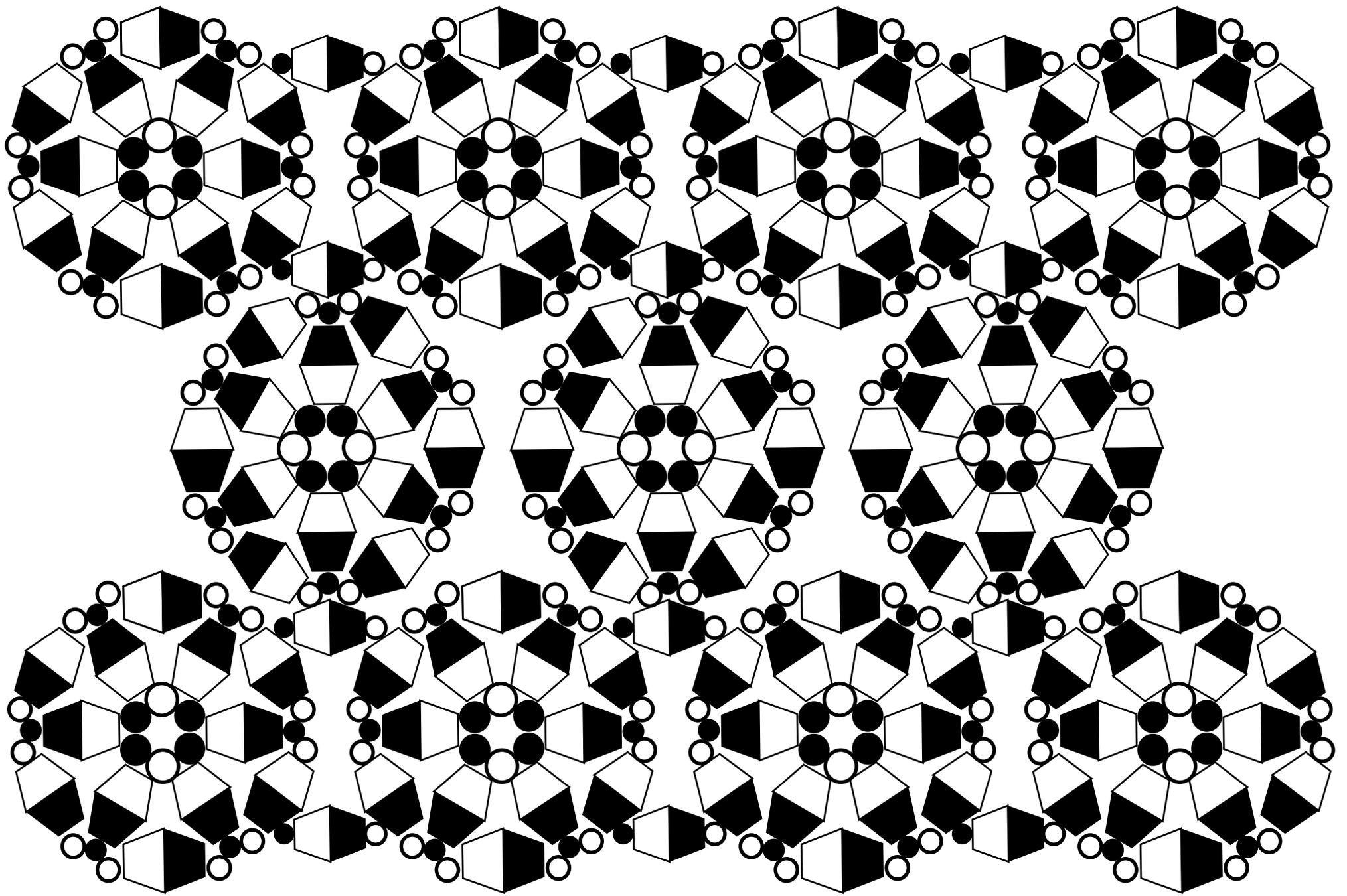




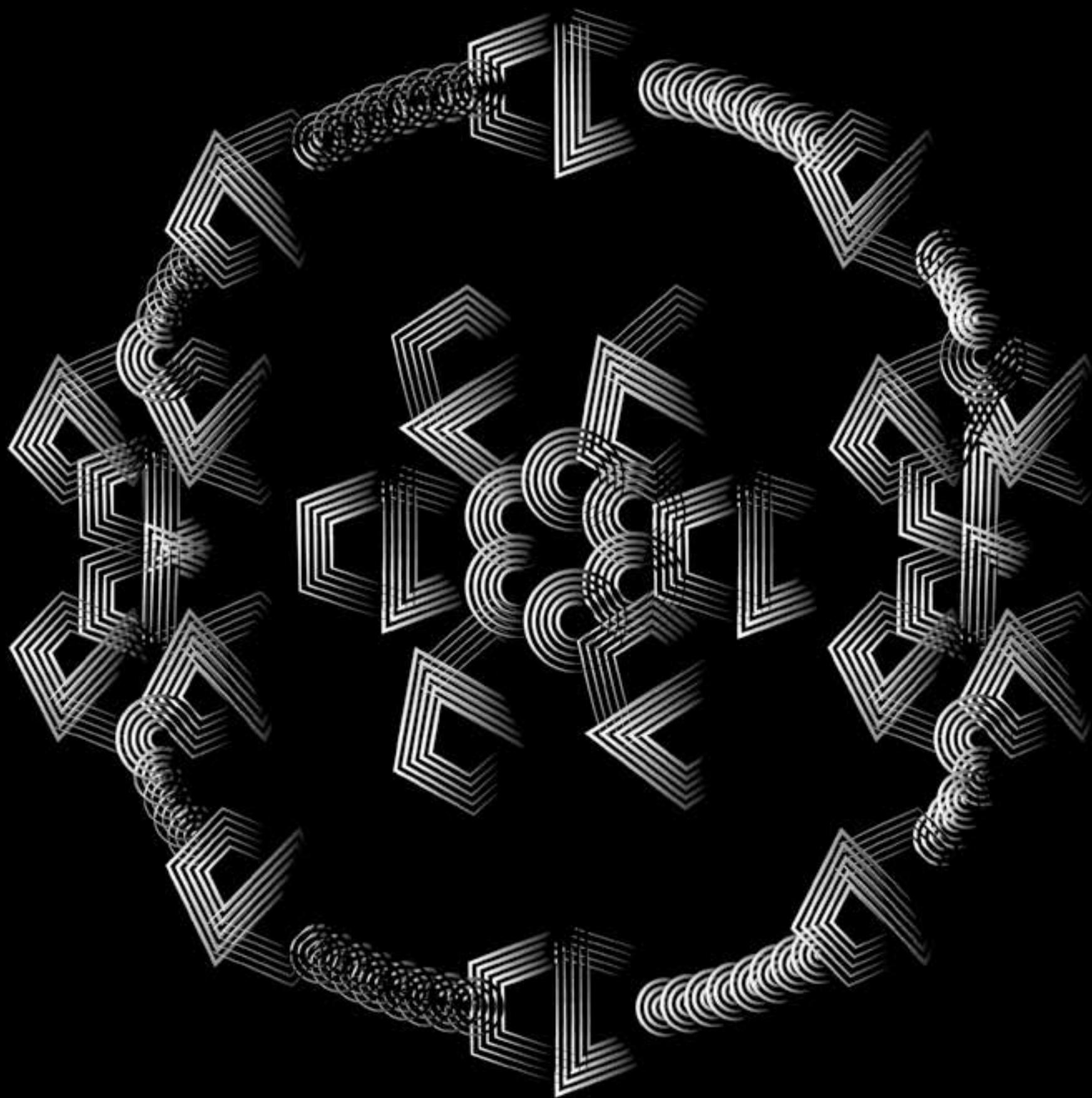
473 2XU



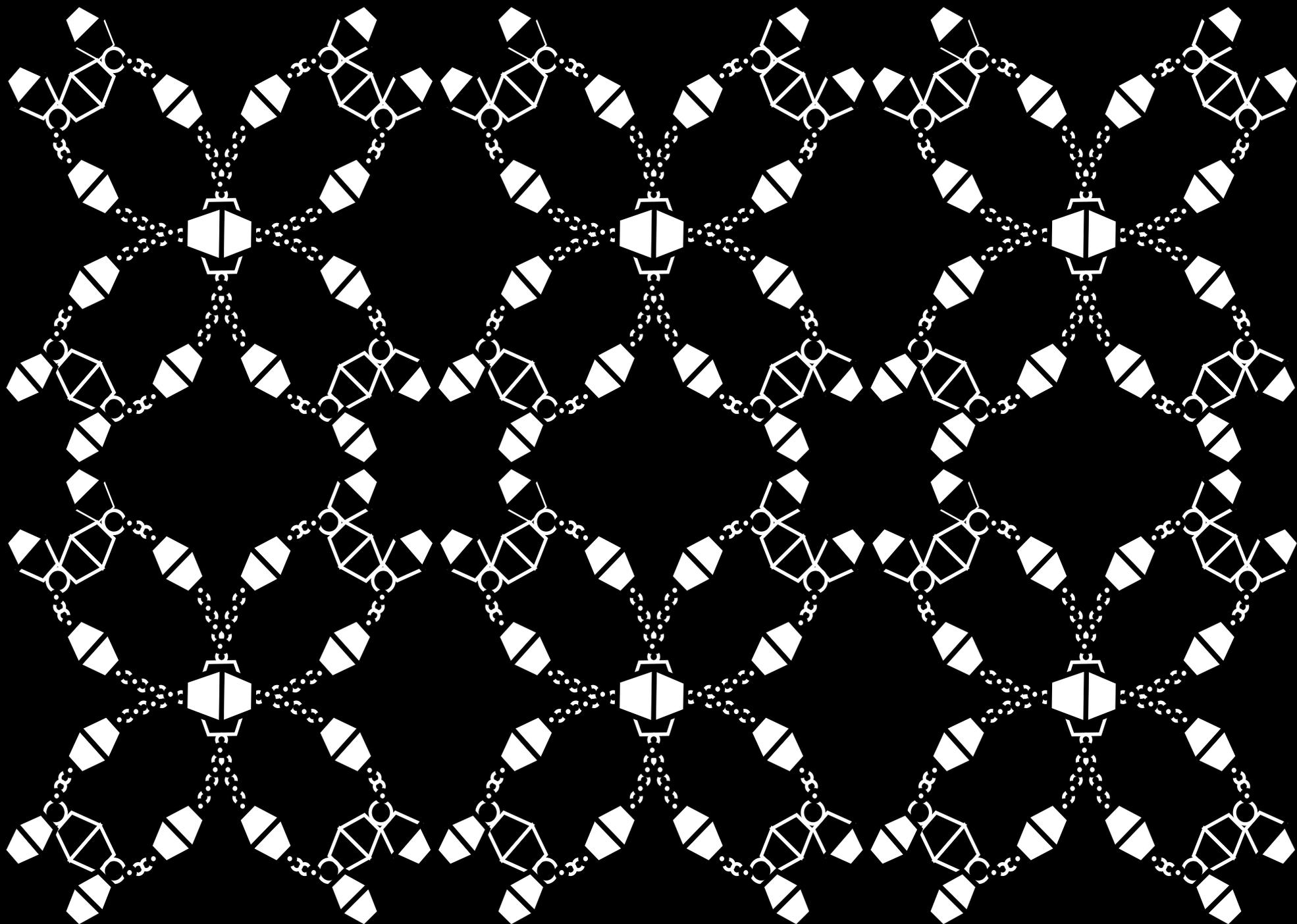










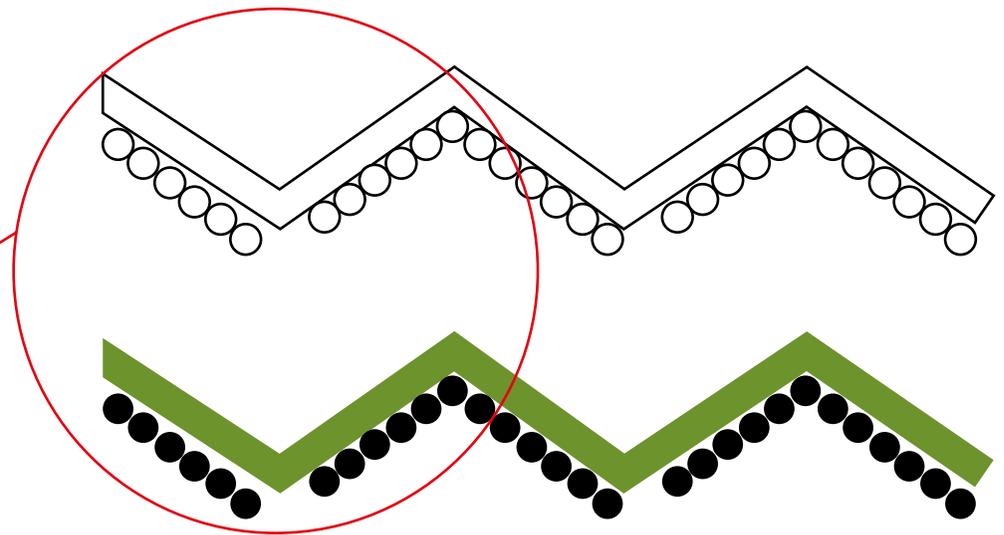
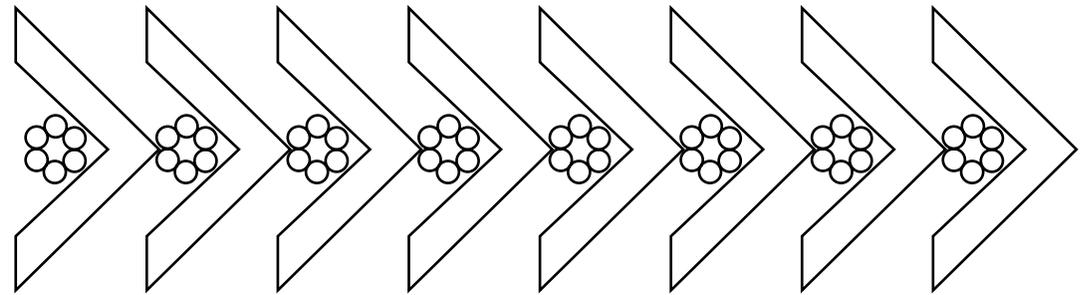
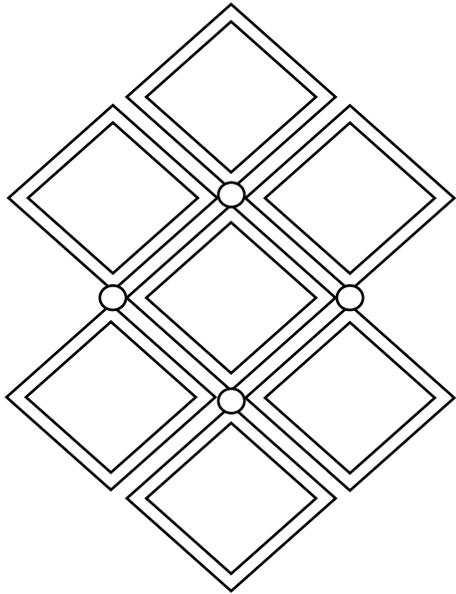


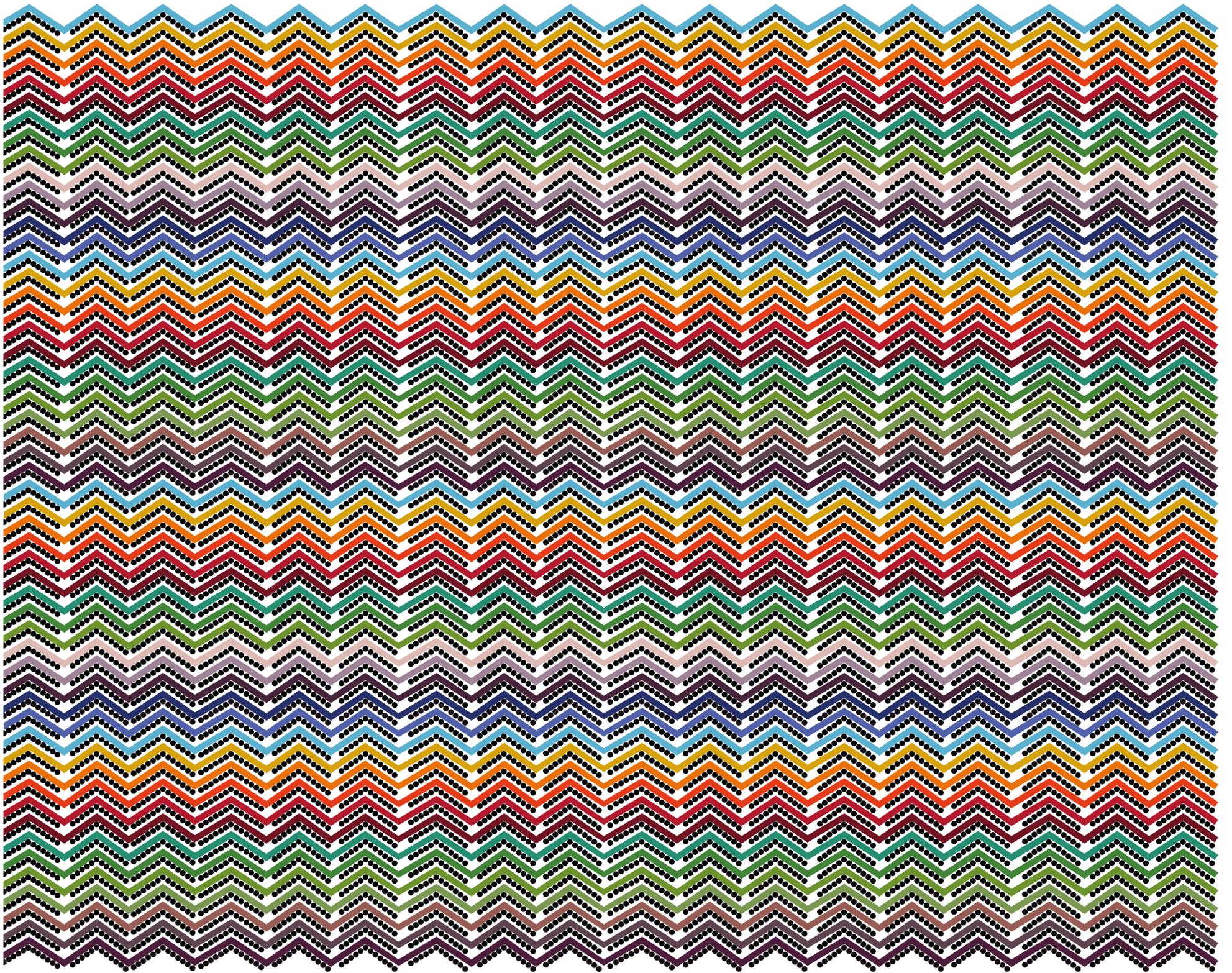




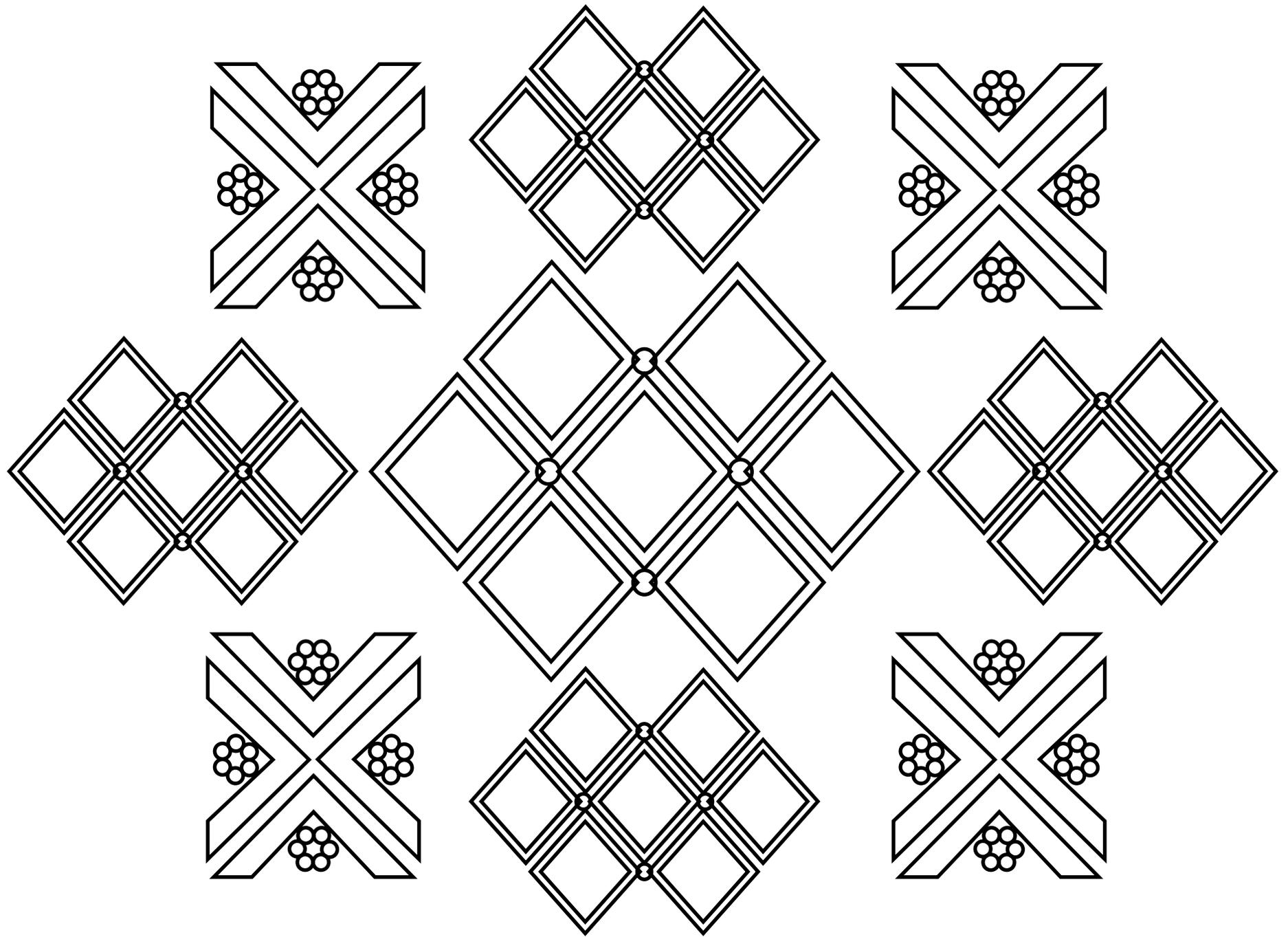
33

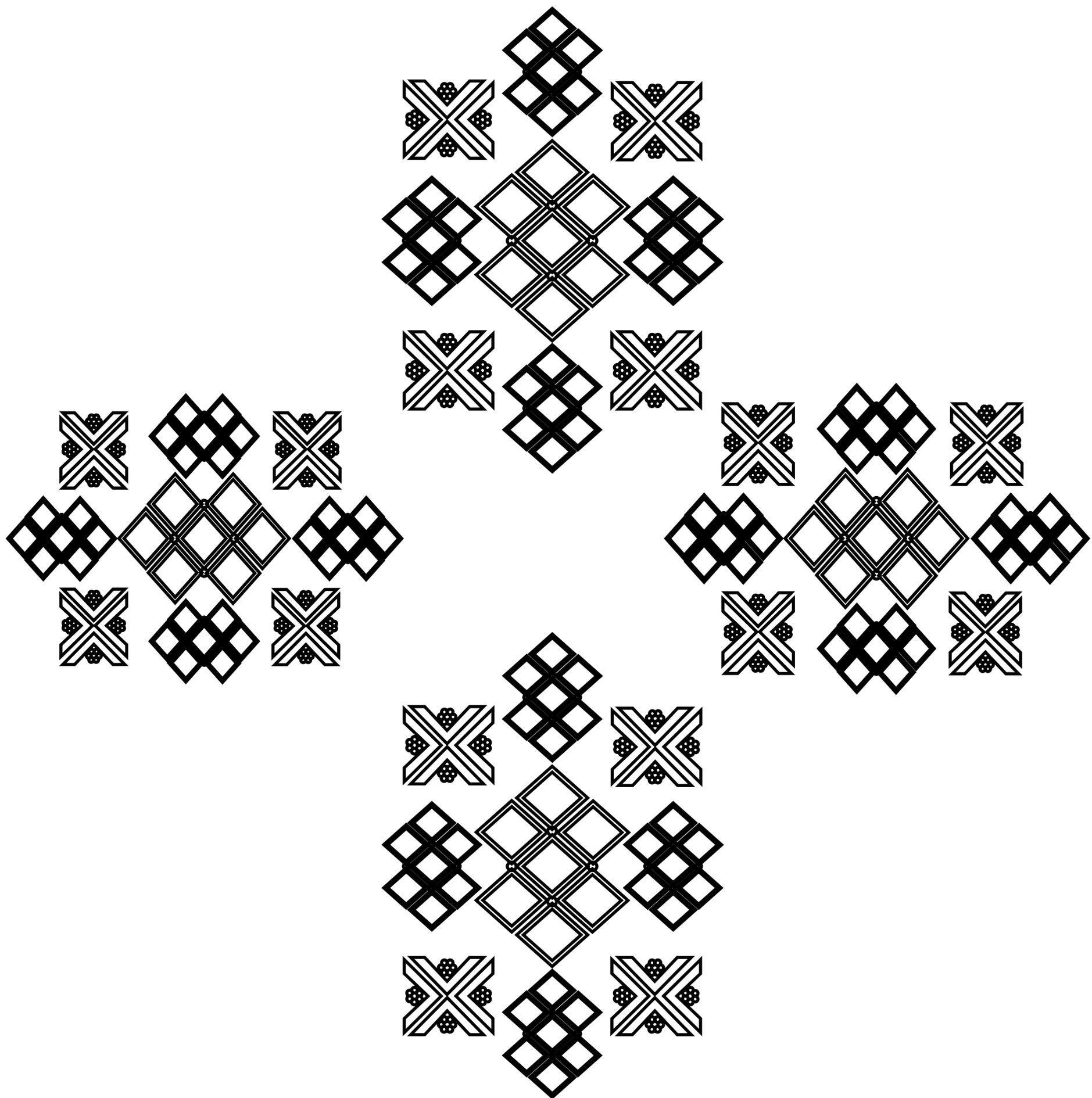






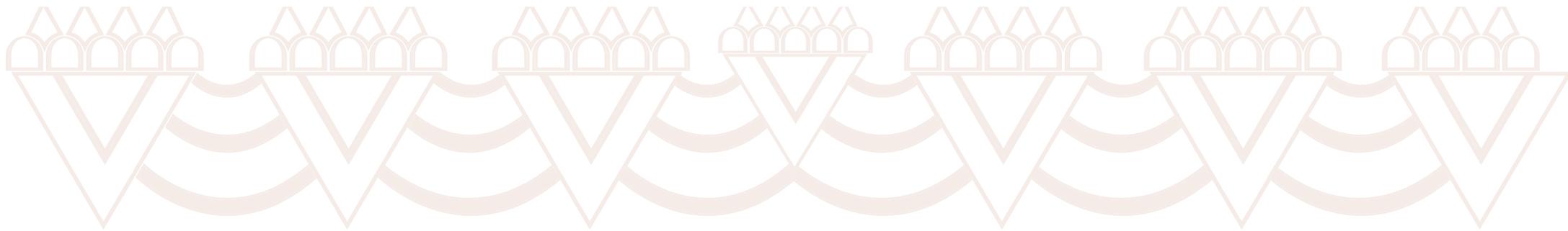


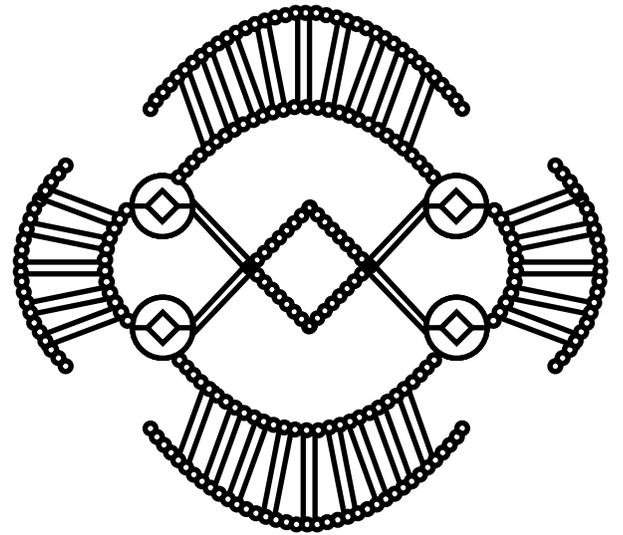
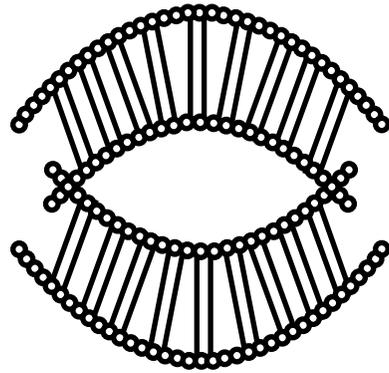
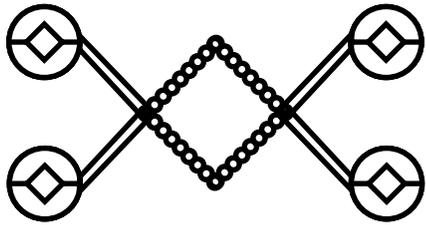
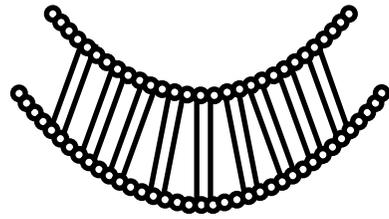
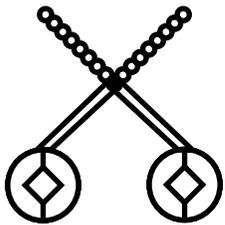
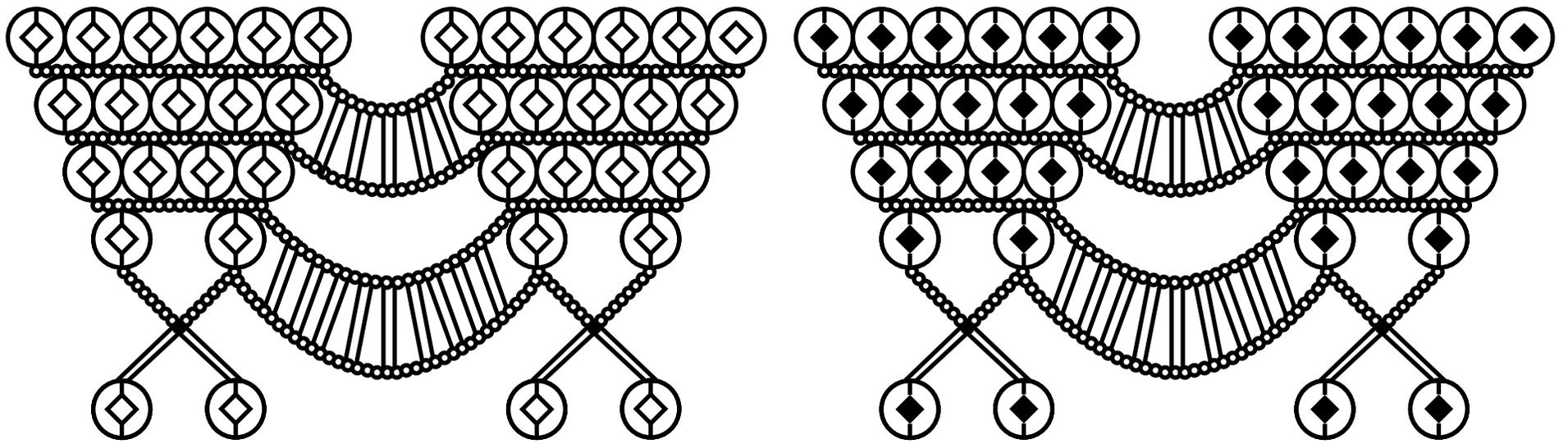


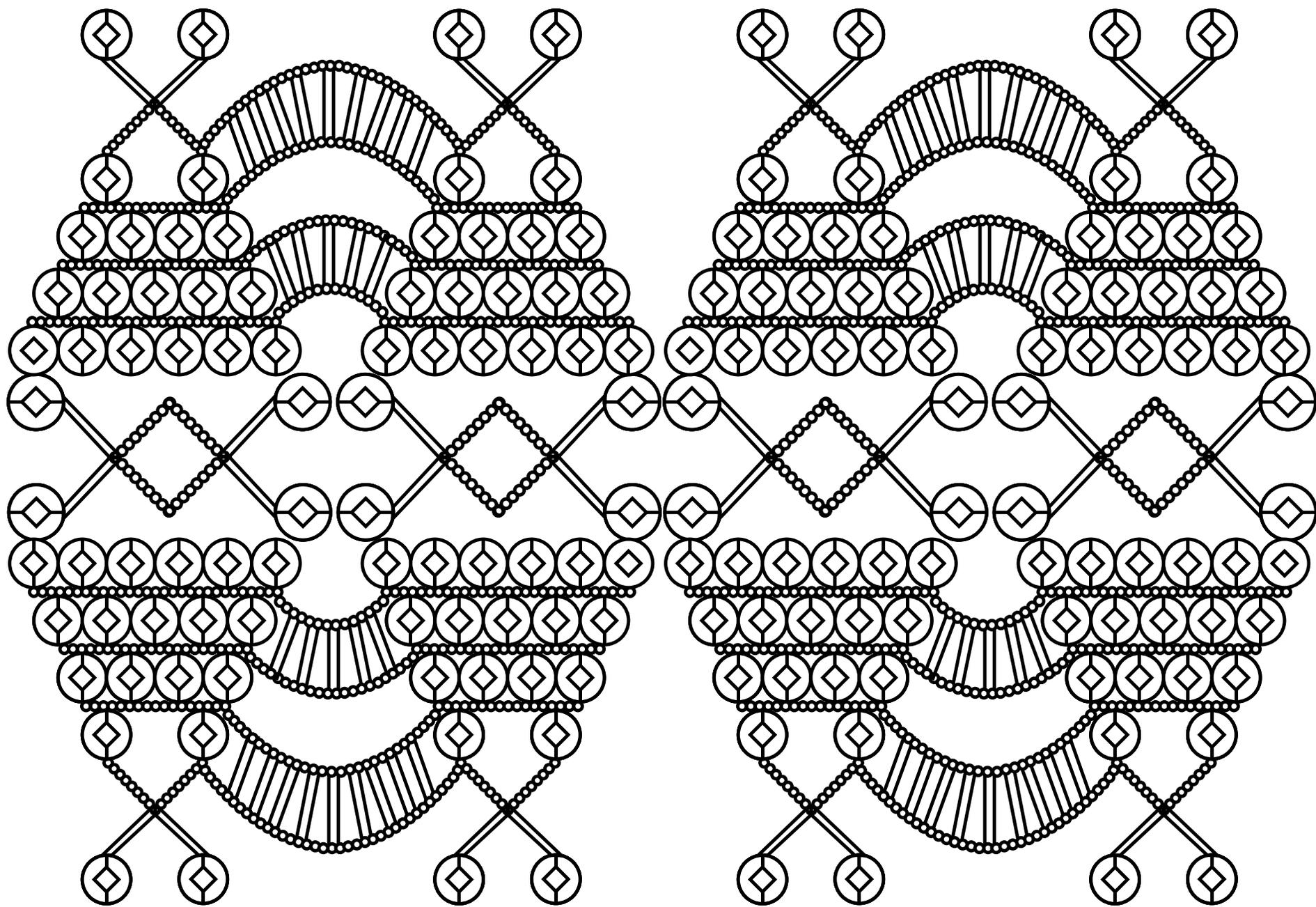


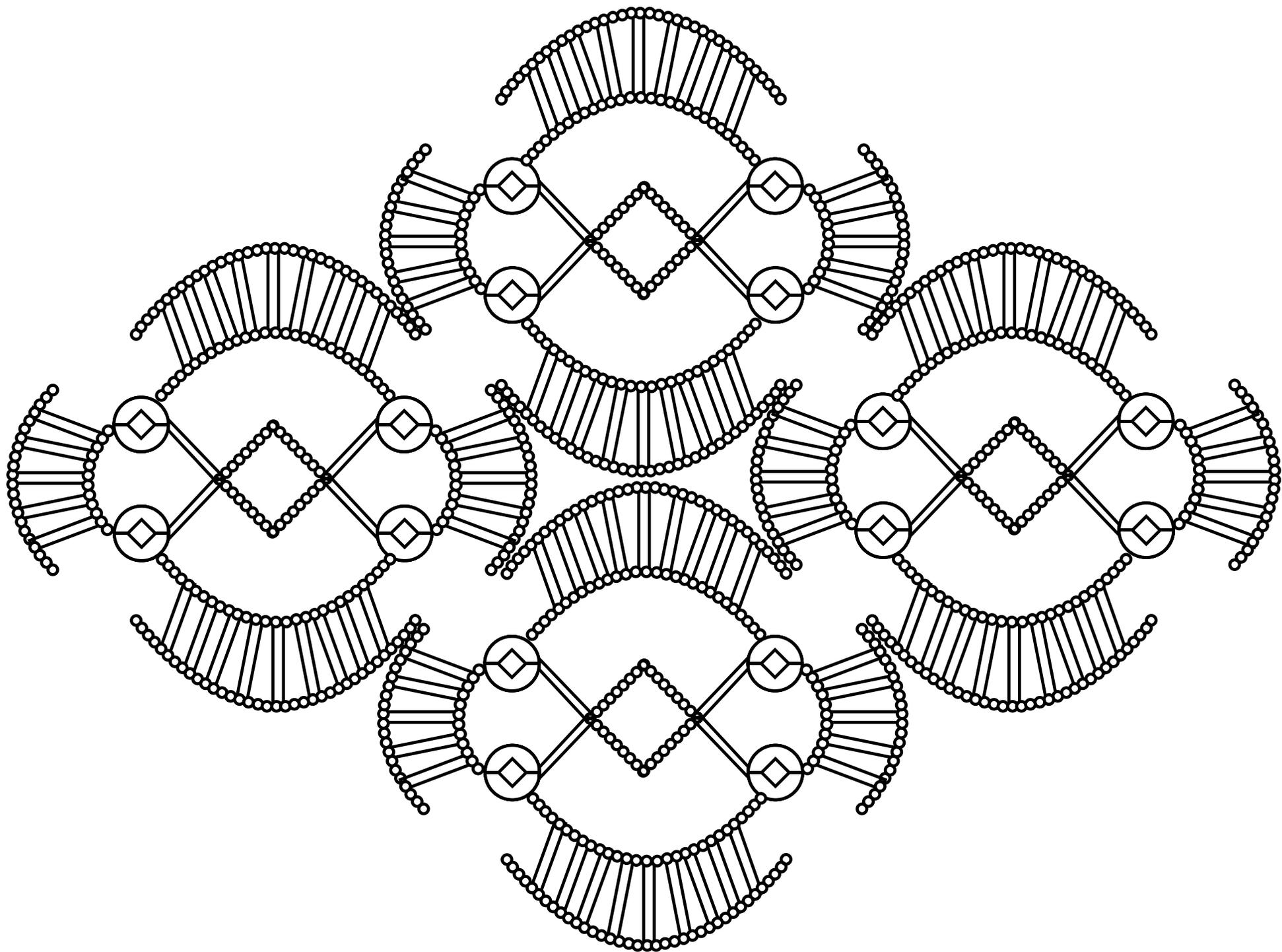


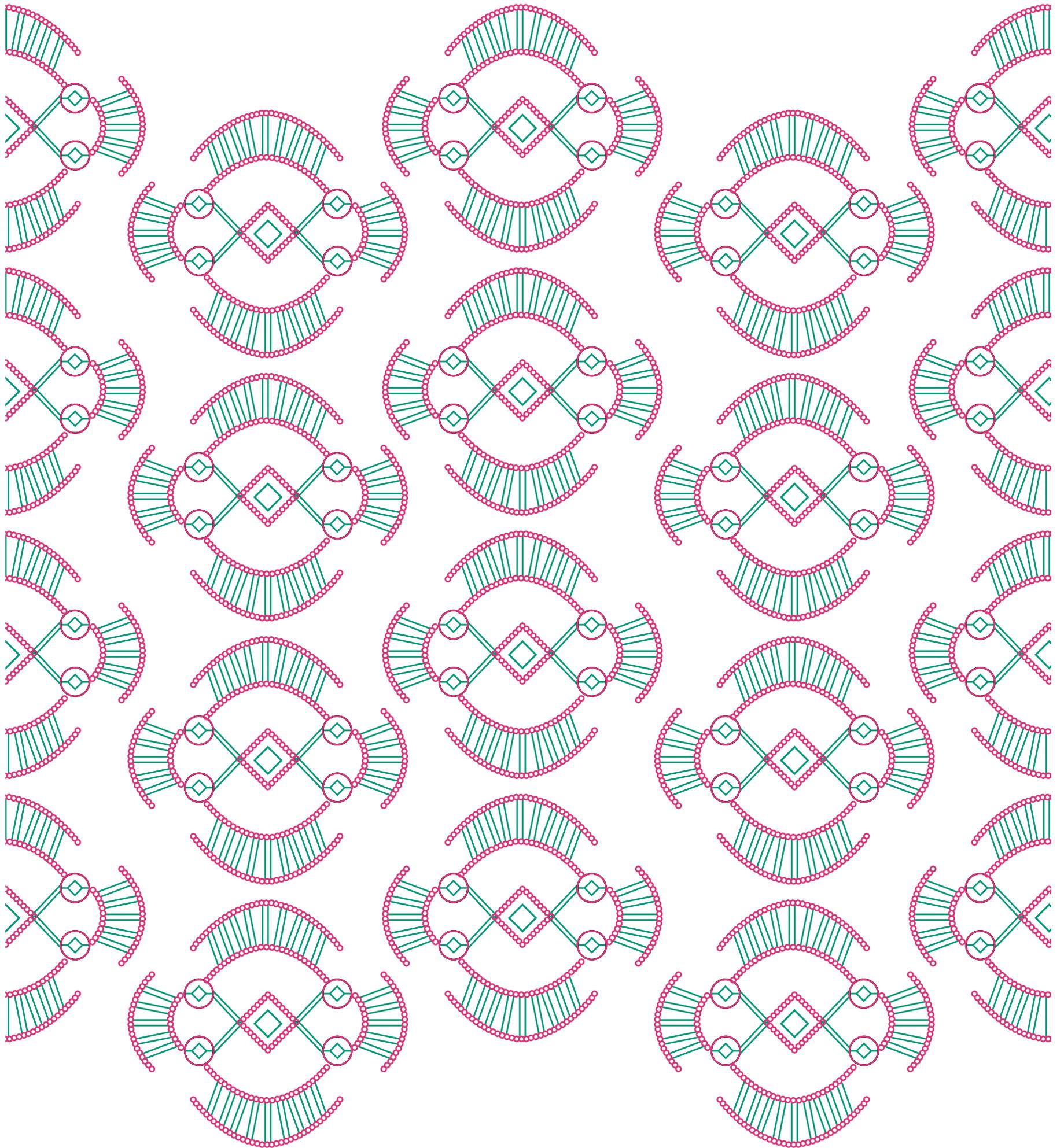
black 2XU



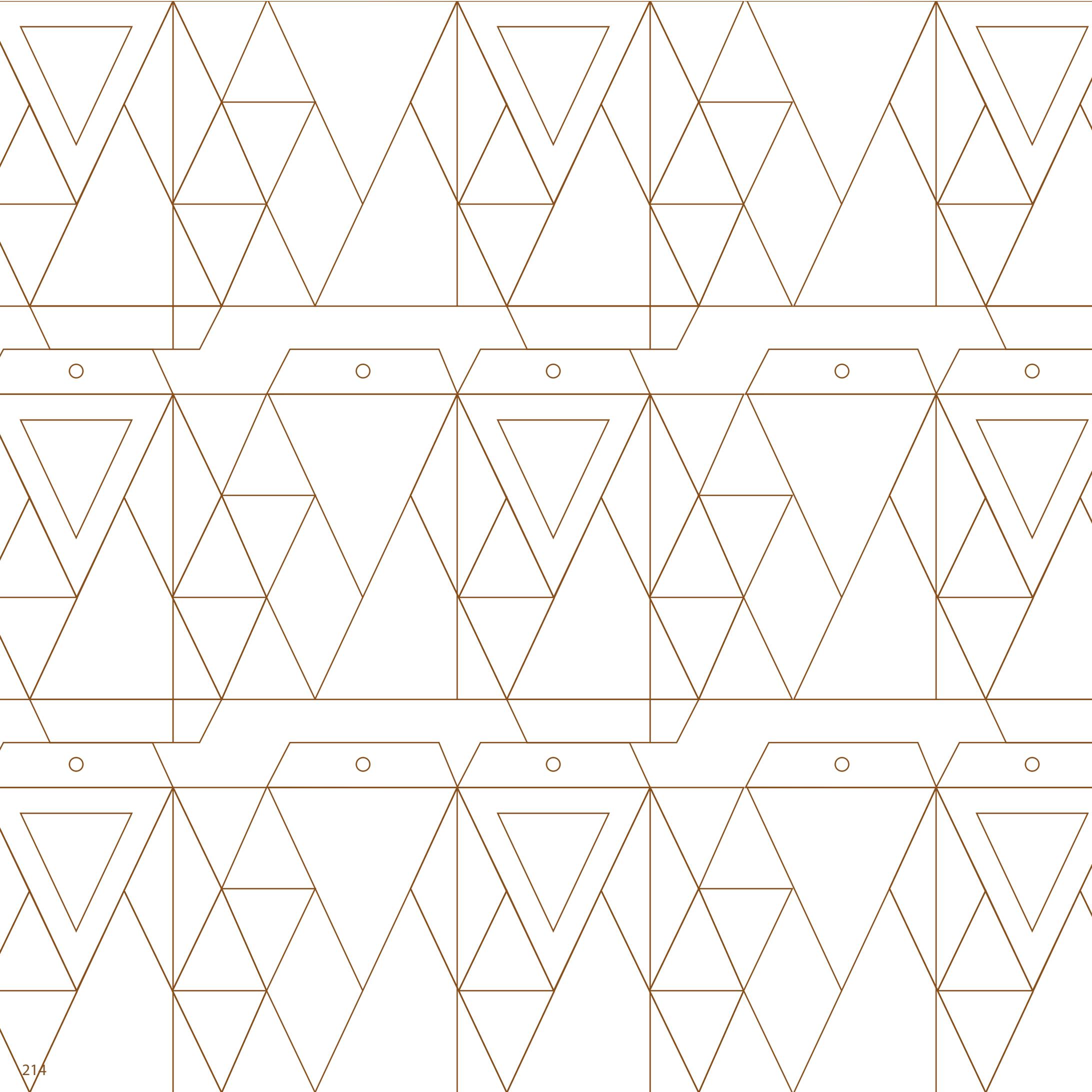








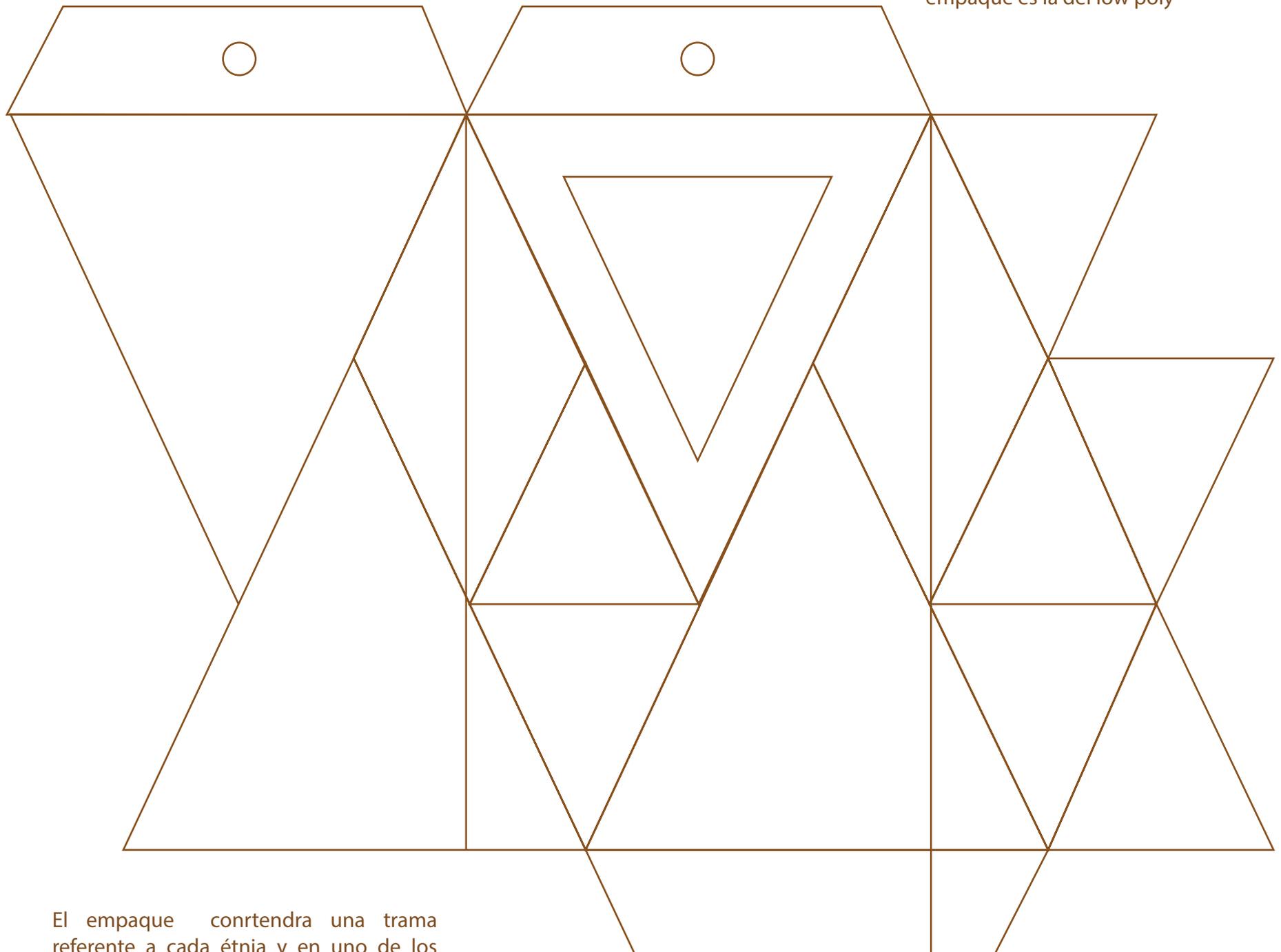




PAKAGING

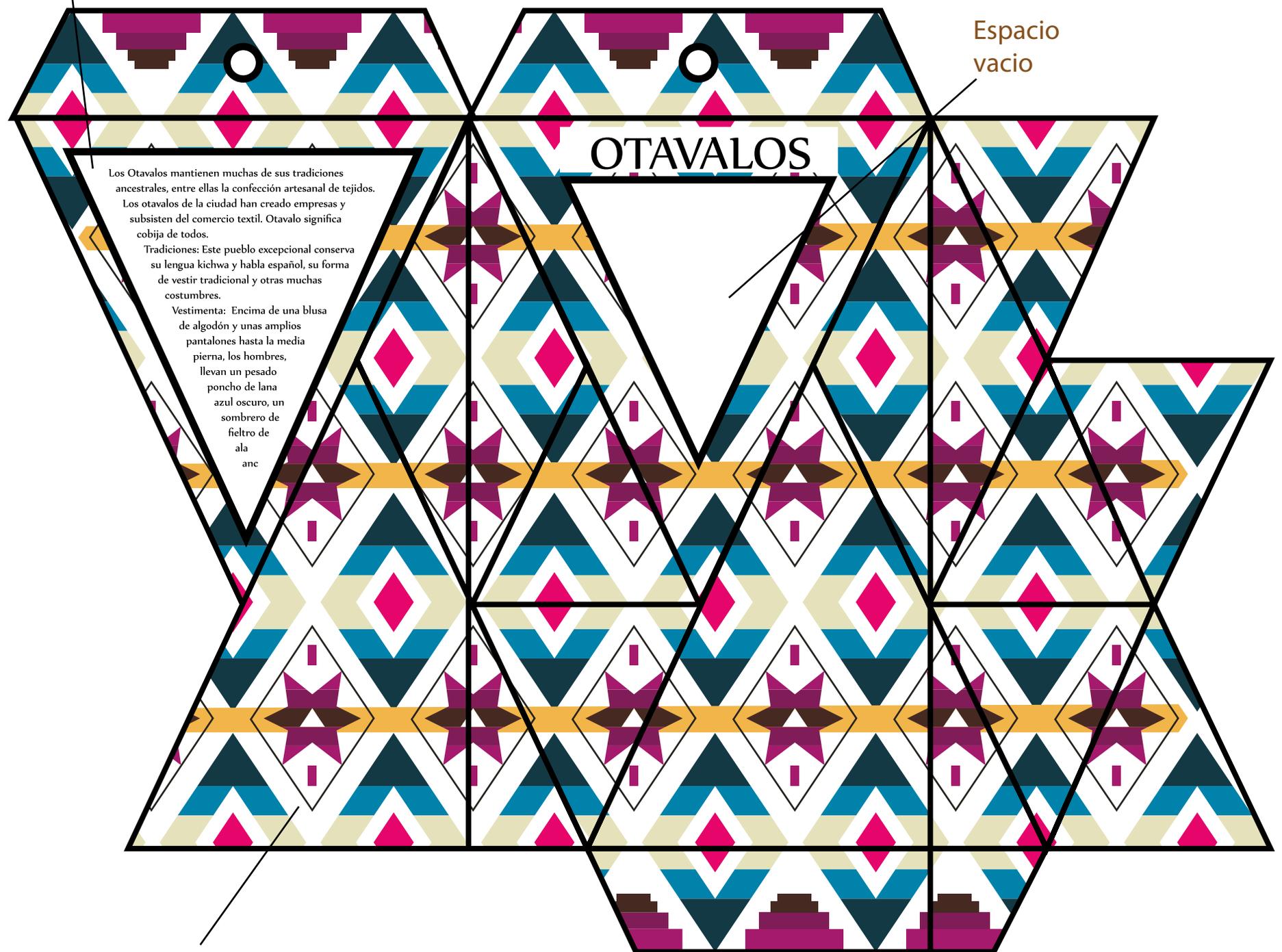
Estructura Empaque

La tendencia que tiene la estructura del empaque es la del low poly



El empaque contendra una trama referente a cada étnia y en uno de los espacios un texto corto pero muy puntual acerca de lo mas importante de cada cultura, tambien contara con un espacio vacio en el que se podra apreciar el producto.

Texto corto sobre lo más importante de cada etnia



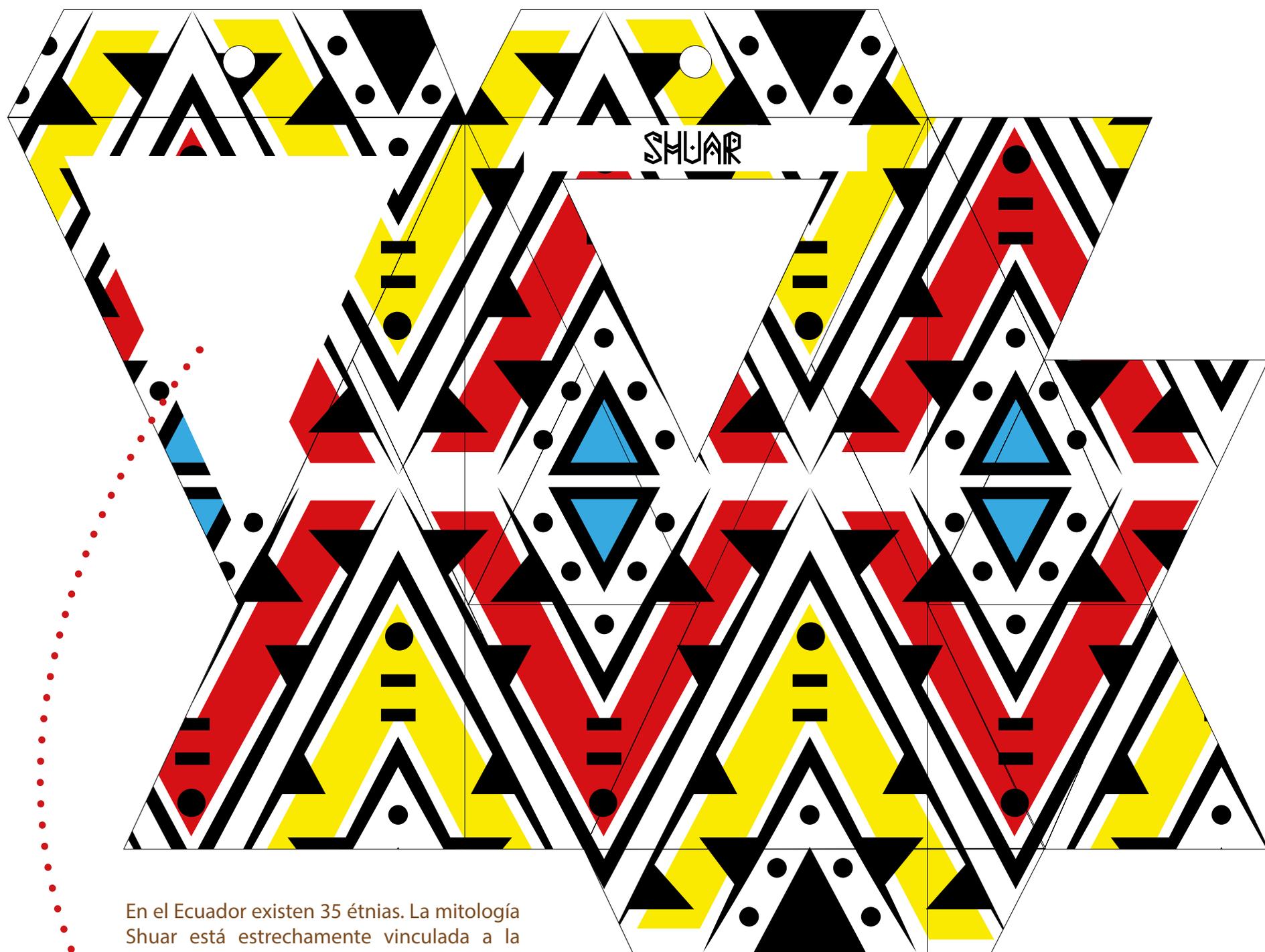
Espacio vacío

Los Otavalos mantienen muchas de sus tradiciones ancestrales, entre ellas la confección artesanal de tejidos. Los otavalos de la ciudad han creado empresas y subsisten del comercio textil. Otavalo significa cobija de todos.

Tradiciones: Este pueblo excepcional conserva su lengua kichwa y habla español, su forma de vestir tradicional y otras muchas costumbres.

Vestimenta: Encima de una blusa de algodón y unas amplios pantalones hasta la media pierna, los hombres, llevan un pesado poncho de lana azul oscuro, un sombrero de fieltro de ala ancha.

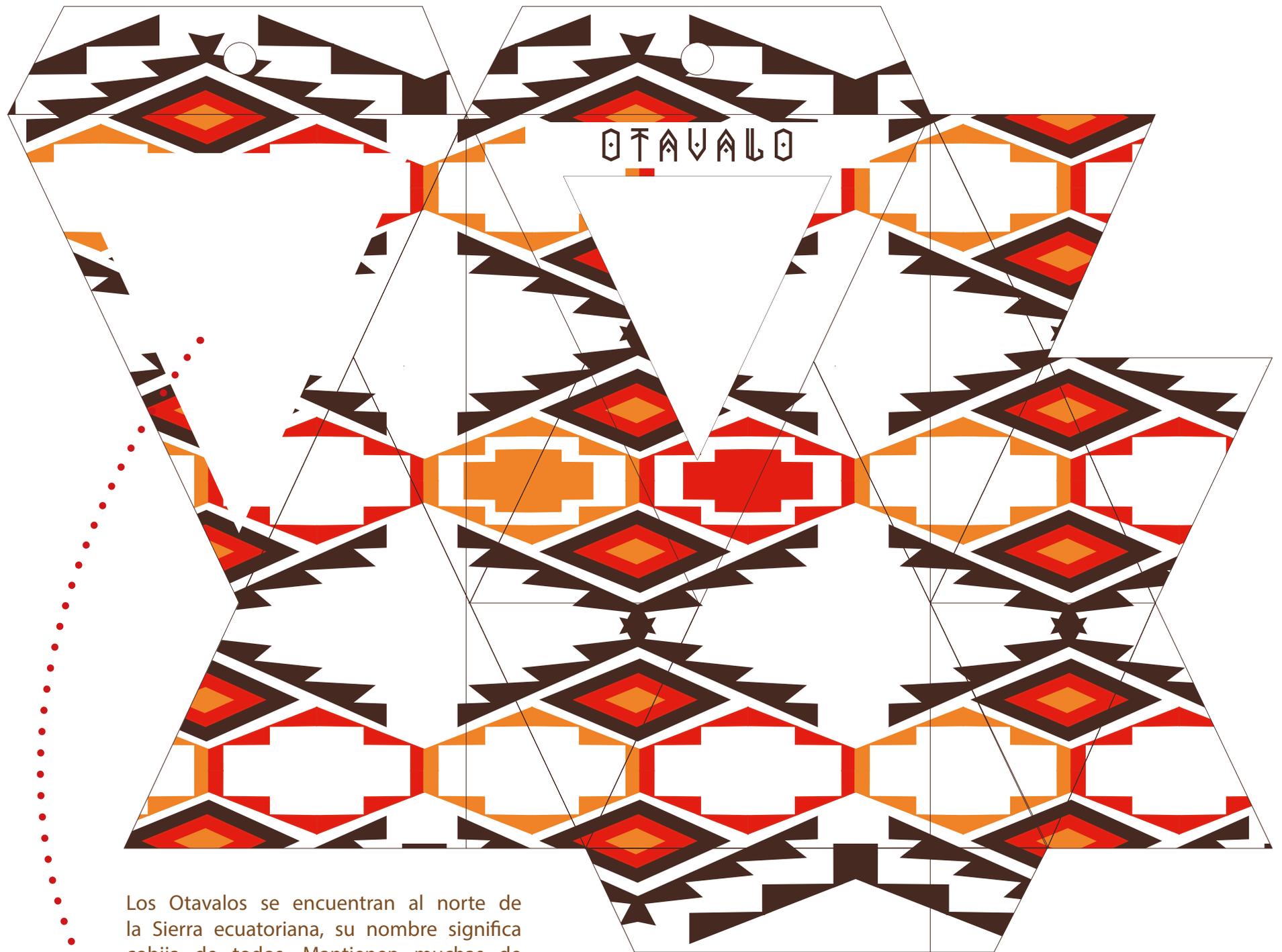
Aplicación de la trama



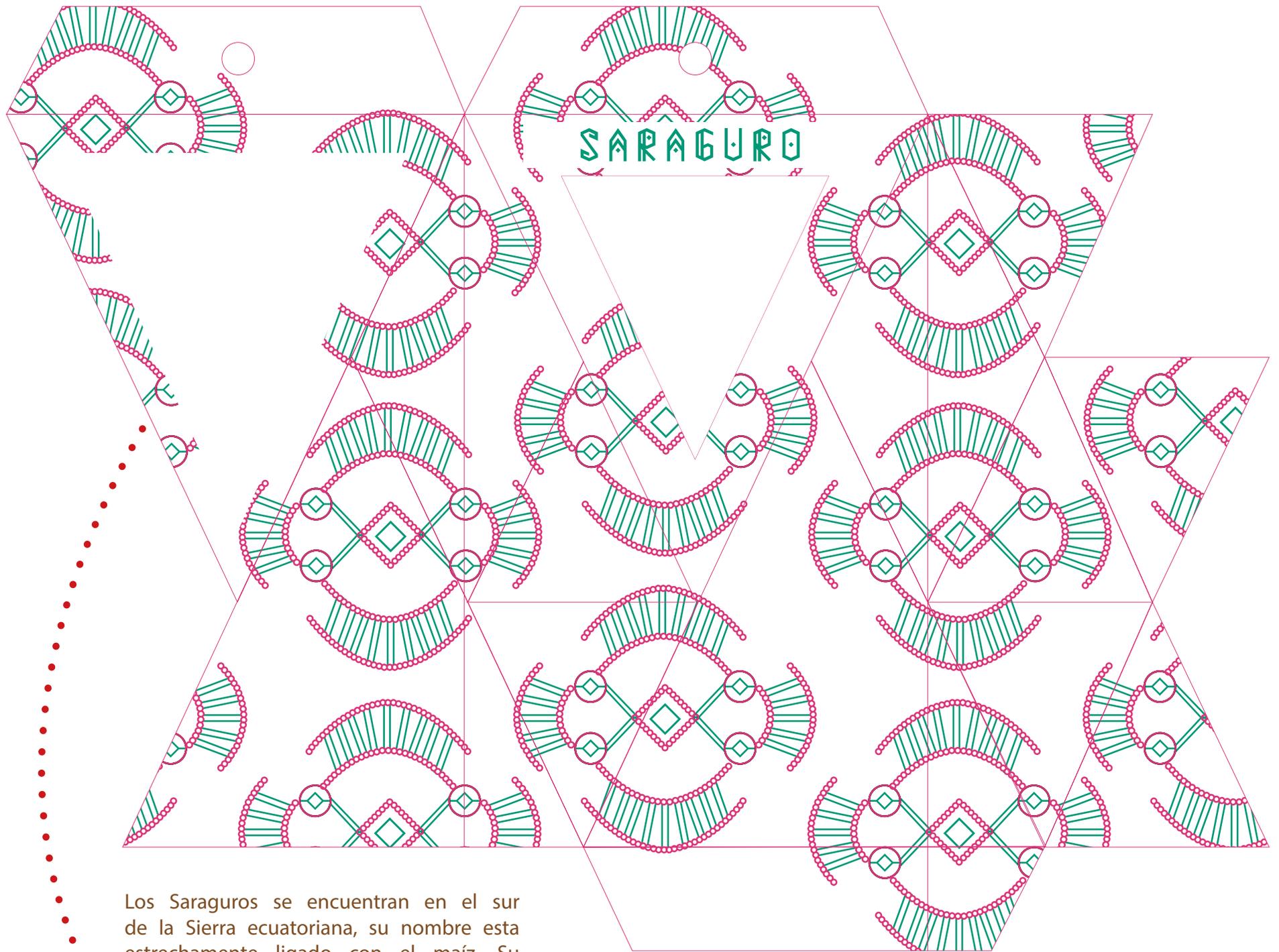
En el Ecuador existen 35 étnias. La mitología Shuar está estrechamente vinculada a la naturaleza y a las leyes del universo, está ubicada en la región oriental. Como parte de su vestimenta se caracteriza por la pintura facial la cual es una reinterpretación de la fauna ya que consideran que pueden obtener su fuerza y poder, una corona de plumas llamada "Tawasap" y los hombres y mujeres utilizan falda.



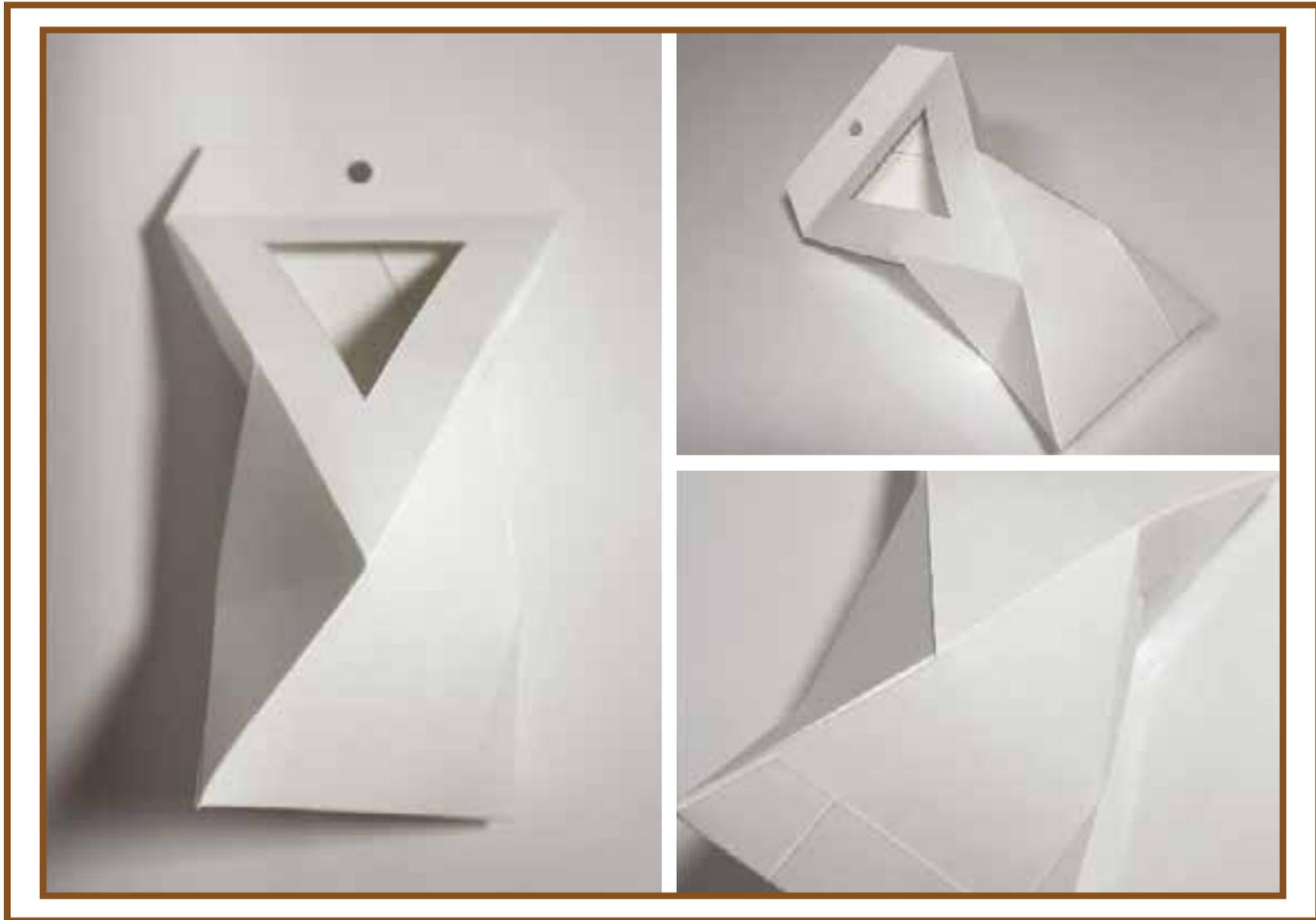
En el Ecuador existen 35 étnias. Los Tsachilas estan ubicados en la región costa, su nombre significa verdadera gente, su idioma es el tsa'fique, son muy conocidos por pintarse la cara y el cuerpo con pintura elaborada en base de achiote ya que es un símbolo de vida debido a que fue la cura para la varicela, Este proceso es conocido con el nombre de "Maliquede" utilizan una corona de algodón como símbolo de paz.



Los Otavalos se encuentran al norte de la Sierra ecuatoriana, su nombre significa cobija de todos. Mantienen muchas de sus tradiciones, entre ellas la confección artesanal de tejidos. En su vestimenta las mujeres utilizan un chal anudado a la frente con una blusa blanca con diferentes tipos de bordados que hacen referencia a la flora y fauna, los hombres llevan un pesado poncho azul con un sombrero de ala ancha sobre su peinada trenza que simboliza la fuerza.



Los Saraguros se encuentran en el sur de la Sierra ecuatoriana, su nombre está estrechamente ligado con el maíz. Su vestimenta se caracteriza en los varones por los ponchos y sombreros negros; y en las mujeres por los anacos y chales del mismo color, con sombreros de ala ancha, también utilizan accesorios que son collares realizados artesanalmente con diferentes tipos de piedras preciosas o mullos y para sujetar sus ponchos utilizan un broche conocido como "Tupo".





VALIDACIÓN

El día jueves 30 de julio se realizó la validación del proyecto de tesis a jóvenes universitarios de la facultad de diseño de la Universidad del Azuay.

Se les realizó preguntas por cada étnia en las cuales antes de ingresar realizaban este cuestionario y al momento de salir se les aplicaba el mismo pero obteniendo una respuesta más acertada acerca del conocimiento que adquirieron por la información que contiene el empaque y el manejo de la gráfica. Existe una pregunta que es constante en los 5 test que es cuantas étnias habitan en el Ecuador, el resto va de acuerdo a los más relevante de cada cultura.

Todas las encuestas se encuentran como anexo en el disco adjunto.



Preguntas test

Shuar

Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde se se ubica geográficamente la Étnia Shuar?

- Costa
- Sierra
- Oriente

La pintura facial hace referencia a la Fauna debido a que:

- Consideran que les transmiten su fuerza y poder.
- Consideran que podrían atrapar su alma.
- Consideran que podrían reencarnar en ese animal.

La corona de plumas que utilizan se llama:

- Tupu
- Caringa
- Tawasap

Tsáchila

Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde se ubica geográficamente los Tsachilas Colorados?

- Costa
- Sierra
- Oriente

¿Qué significa la palabra Tsachila?

- Pueblo unido
- Verdadera Gente
- Comunidad
- Colorados

Los hombres Tsachilas tiñen su cabello con achiote debido a que:

- Para poder simbolizar la sangre.
- Es un símbolo de vida.
- Poder identificarse entre ellos.

La corona de algodón que utilizan en su cabeza simboliza:

- Paz con el mundo.
- Status social.
- Posición de cacería.
- Paso de niño a hombre.

Otavalo

Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta.

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde se ubica geográficamente los Otavalos?

- Norte de la Sierra ecuatoriana
- Centro de la Sierra ecuatoriana
- Sur de la Sierra ecuatoriana

La palabra Otavalo significa:

- Comunidad .
- Cobija de todos.
- Indígena de la Sierra.
- Pueblo de las montañas.

La trenza con la que peinan el cabello de los otavalos es importante debido a que:

- Simboliza la fuerza.
- Es como un identificativo.
- Simboliza la unión del pueblo.
- Demuestra la elegancia de sus movimientos.

Los bordados de la indumentaria femenina hacen referencia a:

- Flora y Fauna
- Riqueza y estabilidad.
- Situaciones de la vida cotidiana.

Salasaka

Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde esta ubicado geográficamente la Étnia Salasaka?

- Norte de la Sierra ecuatoriana.
- Centro de la Sierra ecuatoriana.
- Sur de la Sierra ecuatoriana.

La étnia Salasaca basa su vestimenta en:

- Los colores del cóndor.
- La dualidad.
- El ying yang.

Los diseño de los tejidos Salasakas son de acuerdo a:

- Adorando al sol.
- El motivo para el cual va ser utilizado.
- Flora y Fauna.

Saraguro

Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta.

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde se ubica geográficamente la Étnia de los Saraguros?

- Norte de la Sierra ecuatoriana.
- Centro de la Sierra ecuatoriana.
- Sur de la Sierra ecuatoriana.

La palabra Saraguro se lo vincula con:

- Las montañas
- El maíz
- Los animales
- El sol
- Broche

Las mujeres en su vestimenta utilizan un broche para sostener sus chalinas, el nombre de este broche es:

- Sotlar
- Tupos
- Carimainga
- Chemes

Los collares realizados por las mujeres de saraguro son elaborados de manera:

- Artesanal
- Industrial



Este test se realiza con la finalidad de saber el conocimiento que tienen las personas acerca de las Etnias que habitan en nuestro país.

Marque la respuesta correcta.

¿Cuántas Étnias habitan en Ecuador?

- 14
- 24
- 35
- 17

¿Donde se ubica geográficamente la Étnia de los Saraguros?

- Costa
- Sierra
- Oriente

¿Qué significa la palabra Tsachilas?

- Pueblo unido
- Verdadera Gente
- Comunidad
- Colorados



Los hombres Tsachilas tienen una corona de algodón que:

- Para poder simbolizar la sangre.
- Es un símbolo de vida.
- Para poder identificarse entre ellos.

La corona de algodón que usan los hombres Tsachilas:

- Paz con el mundo.
- Status social.
- Posición de cacera.
- Peso de niño a hombre.

Conclusion

El pilar fundamental del proyecto es el manejo de la gráfica tanto en las camisetas como en el embalaje ya que con el cuestionario se pudo comprobar que los estudiantes de la universidad se interesaron por el contenido teórico que aparte de ser corto hacia referencia a algunas de las partes principales en las que me base para la abstracción de la gráfica.

La forma llamativa del embalaje provoco que los estudiantes lo observaran y a su vez se dieran un tiempo estimado de 2 minutos en leer el texto y pudieran responder en casi todo los casos el cuestionario con éxito de esta forma logrando los objetivos planteados.



CONCLUSIONES

- El objetivo de este proyecto fue el de aportar al rescate de las identidades étnicas del Ecuador mediante la generación de elementos gráficos, para que sean revalorizadas y reconocidas a nivel nacional aplicados a diferentes tipos de soportes textiles con el apoyo de un embalaje que contenga un texto corto que haga alusión a cada cultura.

- La manera de comprobar que este proyecto tuvo éxito fue mediante la realización de los prototipos de los productos planteados, tomando en cuenta algunas de las limitaciones técnicas.. Este proyecto me ayudo a realizar un trabajo en equipo con personas que están más capacitadas en el manejo de maquinas de sublimación.

- Se pudo comprobar con la validación que los objetivos planteados se cumplieron.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que el manejo de este proyecto sea realizado por diseñadores gráficos que puedan aportar a la cultura y al diseño ecuatoriano en busca de lograr que nuestras étnias llenas de signos y símbolos no desaparezcan de la memoria colectiva y puedan ser revalorizados.

Bibliografía

Arens, William. (1999). Publicidad . Mexico: Mc Graw Hill.

Benítez, Lilyan y Garcés Añicia. (1986). Culturas ecuatorianas ayer y hoy. Quito - Ecuador: Abya Yala.

BCE, 2006. Banco Central del Ecuador – Historia del Ecuador, Los Puruhá.
http://www.exploringecuador.com/espanol/museum_bce/puruha.htm

CODENPE, 2005. Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador.
<http://www.codenpe.gov.ec/htm.htm>

Eco, Umberto. (2000). Tratado de semiótica General. Barcelona - España: Lumen.

Heller, Eva. (2008) Psicología del color. Barcelona - España: Gustavo Gilli.

Infant, María Elena y Hernández, Rafael. (2014). Preservar la identidad Cultural. Sevilla - España: Universidad de Sevilla

Milla, Zadir. (1990). Introducción a la Semiótica del diseño Andino Precolombino. Lima - Perú: Concytec.

Molano Olga Lucía. (2006). La identidad Cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial.

Otavalo.net, 2003. Los Otavaleños. <http://www.otavalovirtual.com/turismo/otavalos.htm>

Pucha, Franz (2008). Diversidad Étnica del Ecuador. Ecuador. <https://franzpc.files.wordpress.com/2011/09/diversidad-etnica-cultural-del-ecuador.pdf>

Sánchez Mauricio. (2009). Morfogénesis del Objeto en Uso. La forma como echo social de convivencia. Colombia

Saraguros, 2007. Saraguros, Historias y Tradiciones. <http://www.saraguros.com/saraguro.php>

Wikipedia, 2008. Pueblos Indígenas del Ecuador.
http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Pueblos_ind%C3%ADgenas_de_Ecuador

Wong, Wuicius. (2004). Fundaments del Diseño. Barcelona - España: Editorial Gustavo Gili

Villaverde Héctor (2009) "El diseño no puede desligarse de la cultura". Octubre 23, 2014, de la Jiribilla

Citas Fotográficas

Capítulo 1 y 2

1. <http://goo.gl/RPuKhm>
2. <http://goo.gl/HGZAKf>
3. <http://goo.gl/xzrUUK>
5. <https://goo.gl/otxNku>
7. <http://goo.gl/4e63gE>
8. <http://goo.gl/dtNKer>
9. <http://goo.gl/sslIGY>
- 10.1 <https://goo.gl/WZXi6R>
- 10.2 <https://goo.gl/oob9NV>
- 10.3 <https://goo.gl/Pf5H6d>
- 10.4 <https://goo.gl/f6U28g>
11. <https://goo.gl/WsKX5v>
12. <https://goo.gl/Alhcck13>
14. <http://goo.gl/rH6Gsk>
15. <http://goo.gl/rH6Gsk>
16. <http://goo.gl/gzIFlz>
17. <http://goo.gl/4rZIND>
18. <http://goo.gl/LjYTFj>
19. <http://goo.gl/AGbzga>
20. <http://goo.gl/H2XuHT>
21. <https://goo.gl/TxX3Te>
22. <https://goo.gl/bK8jTS>
23. <http://goo.gl/G5Ypia>
24. <http://goo.gl/dsQVEi>
25. <http://goo.gl/ohjNI8>
26. <http://goo.gl/sHOZRW>
27. <http://goo.gl/l7UmrO>
28. <http://goo.gl/vFN9kU>
29. <http://goo.gl/zkE0wG>
30. <http://goo.gl/2dvVVb>
31. <https://goo.gl/2YFQ2F>
32. <http://goo.gl/mmZHMx>
33. <https://goo.gl/aR5gm6>
34. <https://goo.gl/8cmKbD>
35. <http://goo.gl/hkpTK6>
36. <https://goo.gl/6r65JN>
37. <https://goo.gl/2t2YPs>
38. <http://goo.gl/vKq1JW>

Capítulo 3

1. <https://goo.gl/hQATfE>
2. <https://goo.gl/taSBWg>
3. <https://goo.gl/ED1dAh>
4. <https://goo.gl/6HFNXZ>
5. <https://goo.gl/gOhTqh>
6. <https://goo.gl/ptXJit>
7. <https://goo.gl/BZ84vF>
8. <https://goo.gl/OND6Gk>
9. <http://goo.gl/WbPn85>
10. <http://goo.gl/7ifhfy>
11. <https://goo.gl/3xZvuO>
12. <http://goo.gl/u9hRHT>
13. <https://goo.gl/EpP21H>
14. <https://goo.gl/uu1X7f>
15. <https://goo.gl/nzkhj1>
16. <https://goo.gl/OvWtlV>
17. <https://goo.gl/lcfUBN>
18. <http://goo.gl/7eZVjh>
19. <https://goo.gl/3i58R1>
20. <https://goo.gl/uwnC7W>
21. <http://goo.gl/SBDK16>
22. <http://goo.gl/WaEuTX>
23. <https://goo.gl/H9UyWt>
24. <http://goo.gl/3s6IAu>
25. <https://goo.gl/u6iUYK>
26. <https://goo.gl/V9bWKA>
27. <https://goo.gl/FKKnhJ>
28. alpargatas <https://goo.gl/YvD-YPa>
29. <https://goo.gl/IKRGgV>
30. <https://goo.gl/2grmVQ>
31. <http://goo.gl/Kl6is4>
32. <http://goo.gl/UealTc>
33. <http://goo.gl/8F6QxC>
34. <http://goo.gl/HjP7zJ>

