



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE**

.....
ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

**DISEÑO DE
UN SISTEMA DE
SOUVENIRS**

**Basados en la identidad
cultural del Ecuador**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

DISEÑADOR DE OBJETOS

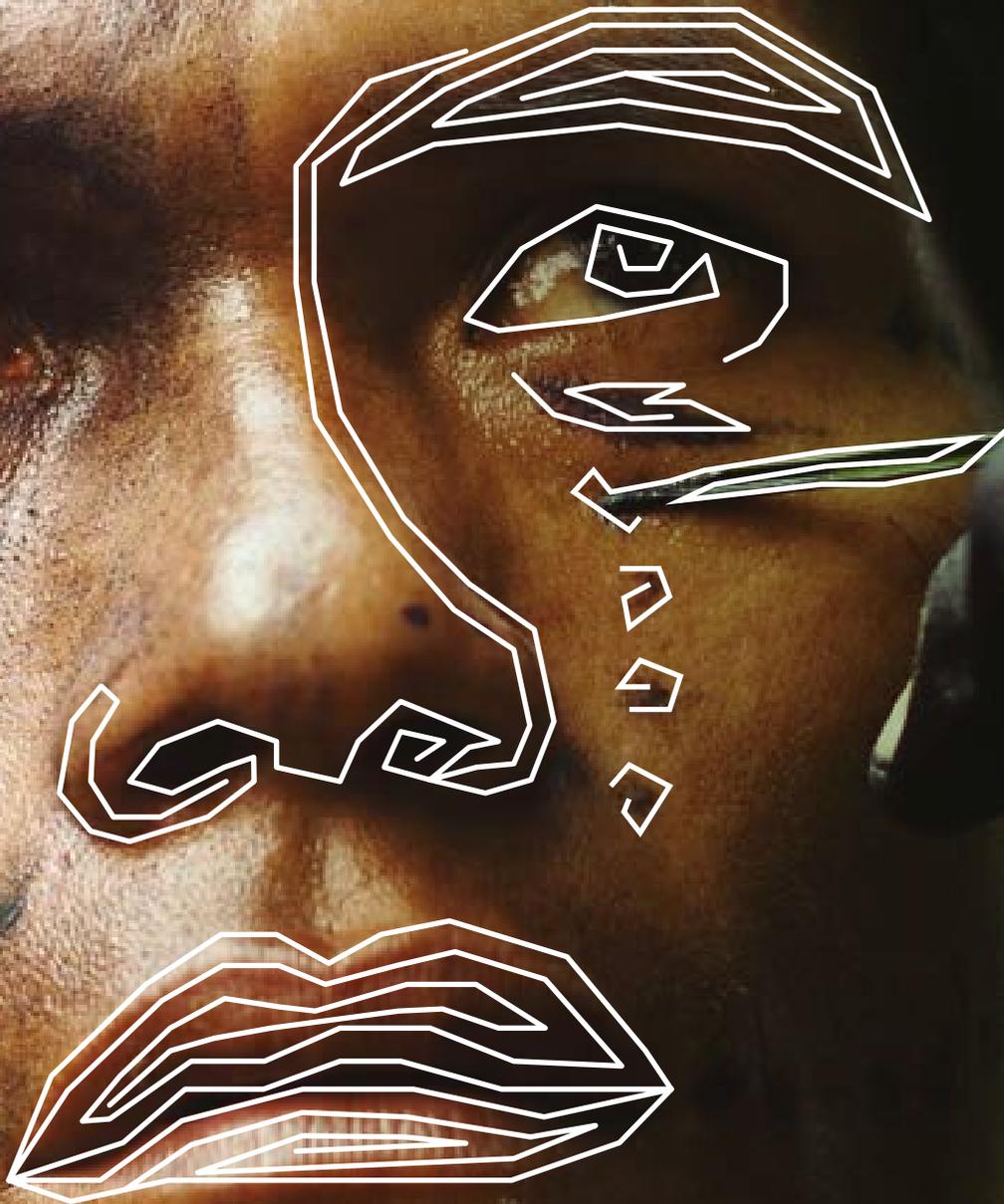
AUTOR:

Esteban Vásquez Vinueza

.....
DIRECTOR:

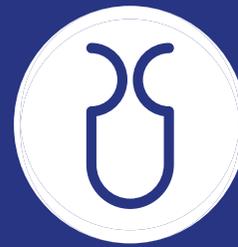
Dis. Roberto Landivar, Mgt.

.....
**CUENCA-ECUADOR
2019**





Todos los derechos reservados del Autor
Cuenca, Ecuador 2019



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE

.....
ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

**DISEÑO DE
UN SISTEMA DE
SOUVENIRS**

Basados en la identidad
cultural del **Ecuador**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

DISEÑADOR DE OBJETOS

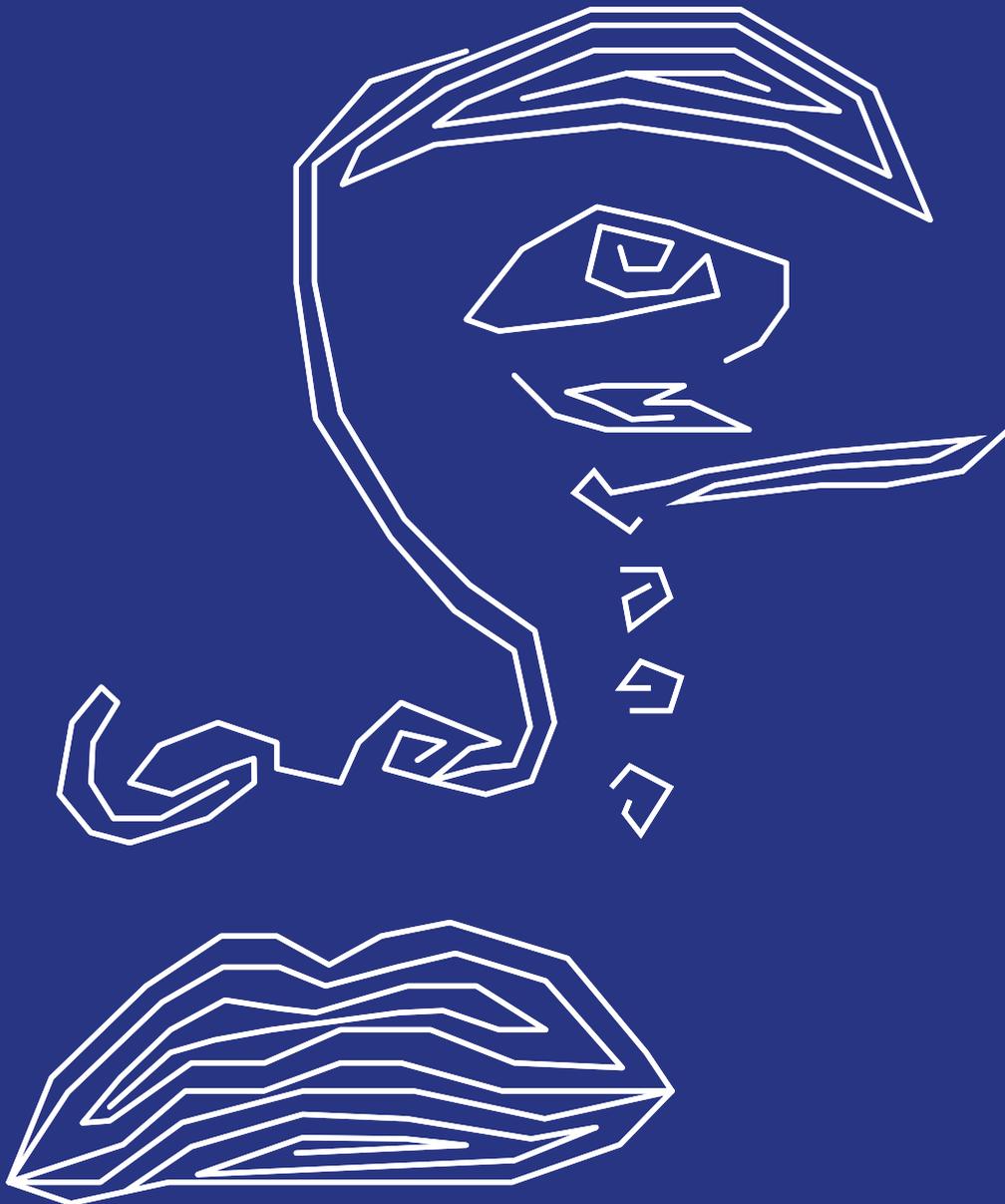
AUTOR:

Esteban Vásquez Vinueza

.....
DIRECTOR:

Dis. Roberto Landivar, Mgt.

.....
CUENCA-ECUADOR
2019



Autor:
Esteban Vásquez Vinueza

Tutor:
Dis. Roberto Landivar, Mgt

Fotografías:
Sistios Web con su respectivo autor

Cuenca - Ecuador
2019



**DEDI
CATO
RIA**

“

En especial dedicación a mis padres por ser el apoyo incondicional durante toda mi etapa de estudio, siendo para mi un ejemplo de esfuerzo y perseverancia, lo cuál me ha llevado a creer que no existen limites para lograr mis metas y objetivos, a mi hermana por ser mi pilar fundamental en cada paso importante que se presenta en mi vida y a todas las personas que creyeron y colaboraron en este gran proyecto.

”



Agradezco a la Universidad del Azuay y a todos los docentes por sus conocimientos compartidos, los cuales han aportado en mi formación Universitaria, a mi tutor Roberto Landivar por el apoyo guiado en este gran proyecto,

y a todas las personas que forman parte de una nueva familia WAWA INDI

BELÉN G. GABO B. OMAR. JUMP. PAÚL G. VIRGINIA C. WEIRD. SNYCH. XAVIER C. HEXE. SANTI C. MAKAKO. MURDOX. POOLXX. DANILO S. CARLOS P. D MIGUE. JUANCHO. JULI V. MARCOS. S. MATTA. RAFA. .YOJO



**AGRA
DECIMI
ENTO**





**RE
SU
MEN**



Ecuador un país multiétnico y pluricultural que gracias a su variedad y abundancia es un destino turístico elegido por gran cantidad de personas alrededor del mundo, sin embargo, es evidente la necesidad de conocimiento cultural de los grupos étnicos representativos del país, ya que estos grupos no han sido representados correctamente en nuestro contexto. Por esta razón se propone tomar como referencia el Art Toy y el diseño emocional para generar una línea de souvenirs que ayuden a difundir la riqueza cultural que tiene el Ecuador e innovar a manera de causar un impacto en el turismo nacional e internacional.



Palabras clave:

Toy, arte, grupos étnicos, riqueza, estética, impacto, innovar, sociedad, turismo, emocional



Design of System of Souvenirs Based on the Cultural Identity of Ecuador

Case Study: Amazon Cultures

Abstract

Ecuador is a multiethnic and pluricultural country that thanks to its variety and abundance has become touristic destiny chosen by many people around the world. However, it is evident the need of cultural knowledge of representative ethnic groups in the country, since they have not been represented correctly within our context. For this reason, it was proposed to take as reference the Art Toy and the emotional design to generate a souvenirs line to help spread the cultural richness that Ecuador has, and innovate to cause an impact in local and international tourism.



Key words:

toy, art, ethnic groups, richness, aesthetics, impact, innovation, society, tourism, emotional.

ABS TR ACT



ÍNDICE

CAPÍTULO 1	21
1.1 Problemática.....	22
1.2 Objetivos.....	23
1.3 ECUADOR megadiverso	25
1.3.1 Cultura e identidad cultural	30
1.3.2 Ecuador PLURICULTURAL.....	34
1.3.3 Ecuador Multiétnico	40
1.3.3.1 Étnias del Ecuador.....	42
1.3.3.2 Región y Étnias Amazónicas.....	44
CAPÍTULO 2	58
2.1 Estado del arte	60
2.2 Homólogos	65
CAPÍTULO 3	76
3.1 Art toy.....	78
3.2 DIY (do it yourself)	90
3.3 Diseño emocional	93
3.4 Perfil de Usuario	99
3.4.1 Persona Design.....	101
CAPÍTULO 4	103
4.1 Ideación.....	105
4.2 Partidas de diseño	121
4.2.1 Partida Formal	122
4.2.2 Partida Funcional.....	136
4.2.3 Partida Tecnológica.....	145
4.3 Planos Técnicos.....	149
4.4 Desarrollo del Producto.....	158
4.5 Construcción	161
4.6 Anexos.....	181
4.7 Bibliografía.....	199

ÍNDICE GRÁFICO

Ilustración 1 Ecuador Megadiverso.....	25
Ilustración 2 Gráfica del censo 2001-2010.....	27
Ilustración 3 Imagen de las diferentes culturas del país.....	28
Ilustración 4 Identidad Cultural y varias Nacionalidades.....	29
Ilustración 5 Familia Huaorani.....	30
Ilustración 6 plan de desarrollo educativo cultural bilingüe.....	31
Ilustración 7 CONAIE - Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador.....	33
Ilustración 8 rasgos culturales e identidad cultural del pueblo.....	34
Ilustración 9 Programa de desarrollo cultural la educación intercultural bilingüe.....	35
Ilustración 10 Programa de desarrollo cultural la salud intercultural.....	36
Ilustración 11 Programa de desarrollo cultural justicia y derechos colectivos.....	37
Ilustración 12 Programa de desarrollo cultural y turismo comunitario.....	38
Ilustración 13 Anciana y bebé Huaorani.....	40
Ilustración 14 Collage de la diversidad étnica del Ecuador.....	42
Ilustración 15 collage de diferentes grupos Étnicos de la región amazónica.....	45
Ilustración 16 Aborigen A'i (Cofán).....	48
Ilustración 17 Aborigen Huaorani.....	51
Ilustración 18 Aborigen Zápara.....	52
Ilustración 19 Aborigen Shuar.....	55
Ilustración 20 campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR.....	60
Ilustración 21 Campaña de activación por Sprite.....	61
Ilustración 22 Murales realizados por Apitatan.....	62
Ilustración 23 Munny by Kidrobot.....	63
Ilustración 24 diseño e intervención de Art Toys.....	64
Ilustración 25 art toys Aztec.....	65
Ilustración 26 Xico, expuesto en la Habana, Cuba.....	66
Ilustración 27 Xicos, personalizados por diferentes artistas.....	67
Ilustración 28 Art Toys y su concepción gráfica.....	68
Ilustración 29 composición por Paul Galán.....	69
Ilustración 30 Art Toys interactivos.....	72
Ilustración 31 SARUKAKU estudio.....	75
Ilustración 32 Michael Lau.....	78
Ilustración 33 Art Toy Mickey Mouse rabioso.....	79

ÍNDICE GRÁFICO

Ilustración 34 Blind Boxes dunny series.....	79
Ilustración 35 Blind Boxes by Kidrobot.....	80
Ilustración 37 Kaws art toy personalizado por Jason Freeny.....	80
Ilustración 36 Kaws a gran escala.....	81
Ilustración 38Dunny 'It's a F.A.D.' de J*RYU - kidrobot.....	82
Ilustración 39 Art Toys Raccoon por Endless Shadows.....	83
Ilustración 40 Juguetes de madera modernos por Takeji Nakagawa.....	84
Ilustración 41 art toys cerámica.....	85
Ilustración 42 Art Toy por Momoco estudio.....	86
Ilustración 43 Art Toy por Vincent Ow 'VYNC'.....	86
Ilustración 44 gama de art toys en diferentes materiales.....	87
Ilustración 45 Erik Lee y su producción de Art Toys semi-industrial (TURU).....	88
Ilustración 46 DIY (Do It Yourself).....	89
Ilustración 47 personalización de figuras por Jason Freeny.....	90
Ilustración 48 intervención de Munny DIY.....	91
Ilustración 49 características de los Makers.....	92
Ilustración 50 casa piaggio, las palmas diseño emocional.....	94
Ilustración 51 Diseño Emocional by Moloko utensilios de cocina.....	95
Ilustración 52 Diseño funcional y emocional mabiliario para niños.....	96
Ilustración 53 Diseño Emocional salero y pimentero en cerámica.....	97
Ilustración 54 persona Design.....	102
Ilustración 55 Ideación condicionantes.....	105
Ilustración 56 Ideación 1.....	106
Ilustración 57 Ideación 2.....	107
Ilustración 58 Ideación 3.....	108
Ilustración 59 Ideación 4.....	109
Ilustración 60 Ideación 5.....	110
Ilustración 61 Ideación 6.....	111
Ilustración 62 Ideación 7.....	112
Ilustración 63 Ideación 8.....	113
Ilustración 64 Ideación 9.....	114
Ilustración 65 Ideación 10.....	115
Ilustración 66 Concreción 1.....	116

ÍNDICE GRÁFICO

Ilustración 67 Concreción 2.....	117
Ilustración 68 Concreción 3.....	118
Ilustración 69 Idea Final.....	119
Ilustración 70 Cuadro conceptual de los cuatro grupos amazónicos.....	119
Ilustración 71 Collage de ideación y maqueta a escala.....	123
Ilustración 72 proceso morfológico en trazos lineales.....	124
Ilustración 73 Silueta en estudio de forma.....	126
Ilustración 74 Concreción morfológica.....	127
Ilustración 75 Estudio morfológico.....	128
Ilustración 76 Estudio de elementos característicos.....	129
Ilustración 77 Estudio de forma y movimiento.....	130
Ilustración 78 Estudio de posición.....	131
Ilustración 79 Idea formal de art toy base.....	132
Ilustración 80 Idea formal de art toy y sus partes.....	134
Ilustración 81 Idea concreta.....	135
Ilustración 82 Elementos del producto.....	137
Ilustración 83 Idea de empaque.....	138
Ilustración 84 Función de empaque.....	139
Ilustración 85 Función de empaque código QR.....	141
Ilustración 86 Idea de aplicación móvil.....	143
Ilustración 87 Idea de base coleccionable.....	144
Ilustración 88 Planos constructivos.....	150
Ilustración 89 Medidas Cabeza.....	151
Ilustración 90 Medidas Torso.....	152
Ilustración 91 Medidas Mano Derecha.....	153
Ilustración 92 Medidas Mano Izquierda.....	154
Ilustración 93 Medidas Pie Derecho.....	155
Ilustración 94 Medidas Pie Izquierdo.....	156
Ilustración 95 Medidas Base coleccionable.....	157
Ilustración 96 Costos por producto.....	159
Ilustración 97 Costos en producción y venta al público.....	159
Ilustración 98 Modelado.....	164
Ilustración 99 Moldes Yeso.....	166

ÍNDICE GRÁFICO

Ilustración 100 Moldes Caucho.....	167
Ilustración 101 Producción Cerámica.....	170
Ilustración 102 Producción Resina.....	171
Ilustración 103 Acabados de producto en cerámica.....	172
Ilustración 104 Producto final (WAWA INDI) X.....	176
Ilustración 105 Producto final (WAWA INDI) 2X.....	177





CAPÍTULO

1



1.1 PROBLEMÁTICA

“

Ecuador es un país multiétnico y pluricultural que gracias a su variedad y abundancia es un destino turístico elegido por una gran cantidad de personas alrededor del mundo; sin embargo, muchos de los grupos étnicos de nuestro país, no son representados correctamente, sabiendo que cada grupo tiene una importancia histórica en su realidad actual en relación con las grandes urbes; según el Instituto para el Desarrollo Social y de las Investigaciones Científicas, el rescate de la identidad Cultural del Ecuador es necesario ya que la diversidad étnica-cultural representa nuestra herencia ancestral; Preguntarnos constantemente ¿quiénes somos? Involucra una amplia cosmovisión que nos permite distinguir y conocer más a fondo sobre los pueblos y la identidad cultural del País.

(Ramos, 2016)

”

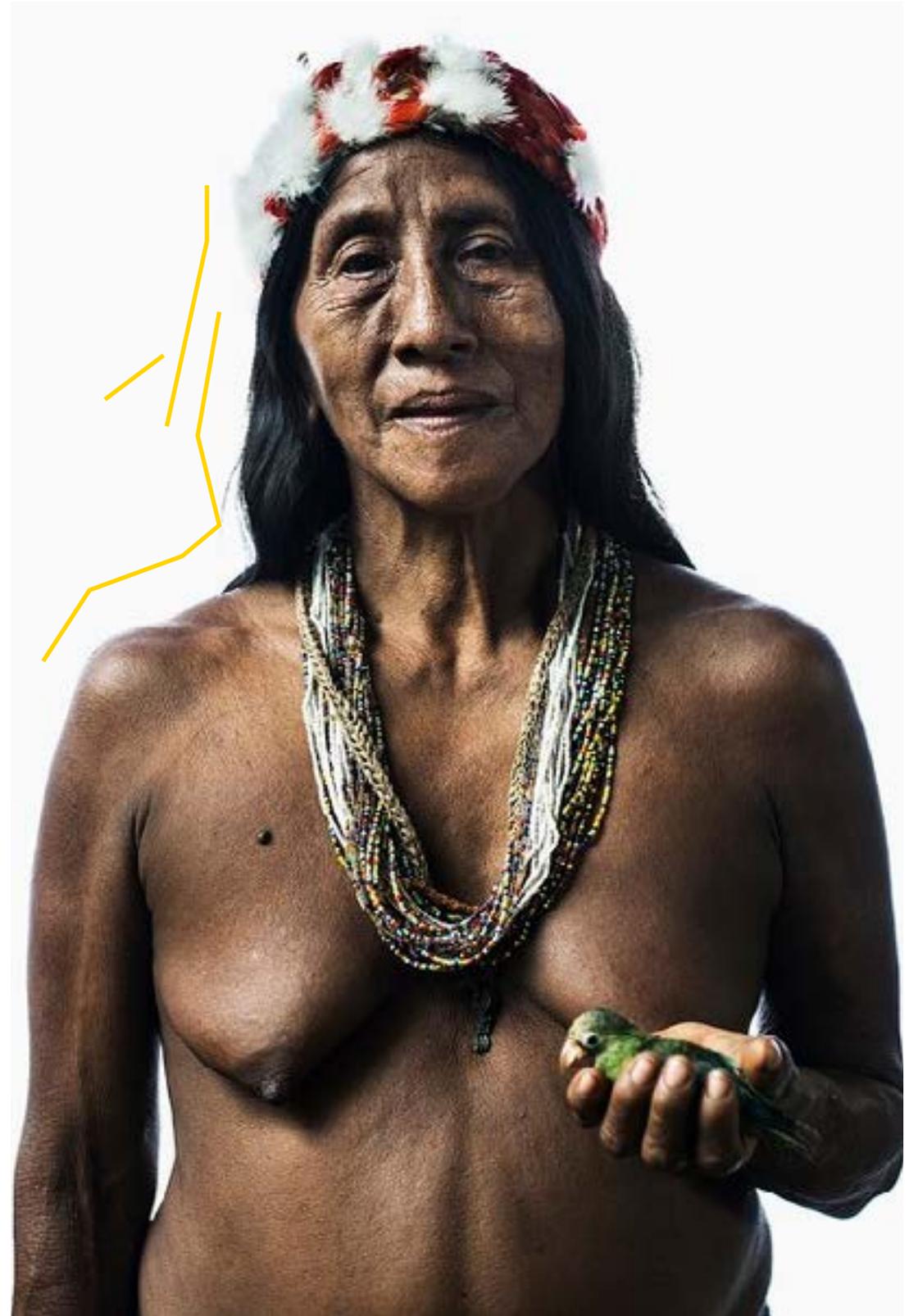
1.2 OBJETIVOS

Difundir la pluriculturalidad de la región amazónica del Ecuador, mediante el Art toy como estética contemporánea, de tal manera que estos representen las vivencias actuales del país.

1. Investigar sobre la cultura existente de cuatro etnias de la región amazónica, mediante levantamiento de información en la Sala Nacional Etnográfica, para tener conocimiento necesario de su producción cultural que se ha venido desarrollando.

2. Experimentar con métodos de aplicación morfológica la información recolectada sobre las etnias en el objeto, determinando herramientas que desde el diseño industrial sirvan como fundamento para el desarrollo del art toy.

3. Diseñar una línea de souvenirs promocionales, que incentiven el consumo de la cultura local, promoviéndolos a nivel internacional.



En este capítulo se profundizará sobre la identidad cultural del Ecuador, visto como un país diverso, multiétnico y pluricultural, abordando diferentes aspectos que nos llevan a entender la cultura y cuantos grupos indígenas se asientan en nuestro territorio, el conocimiento de sus regiones, de sus tradiciones y la cultura que engloba todos los aspectos importantes para la realización del proyecto.

1.3 ECUADOR MEGADIVERSO



Ecuador es un país multiétnico y pluricultural que gracias a su variedad y abundancia es un destino turístico elegido por una gran cantidad de personas alrededor del mundo; sin embargo, muchos de los grupos étnicos de nuestro país, no son representados correctamente, sabiendo que cada grupo tiene una importancia histórica en su realidad actual en relación con las grandes urbes; según el Instituto para el Desarrollo Social y de las Investigaciones Científicas, el rescate de la identidad Cultural del Ecuador es necesario ya que la diversidad étnica-cultural representa nuestra herencia ancestral; Preguntarnos constantemente ¿quiénes somos? Involucra una amplia cosmovisión que nos permite distinguir y conocer más a fondo sobre los pueblos y la identidad cultural del País.

(Ramos, 2016)

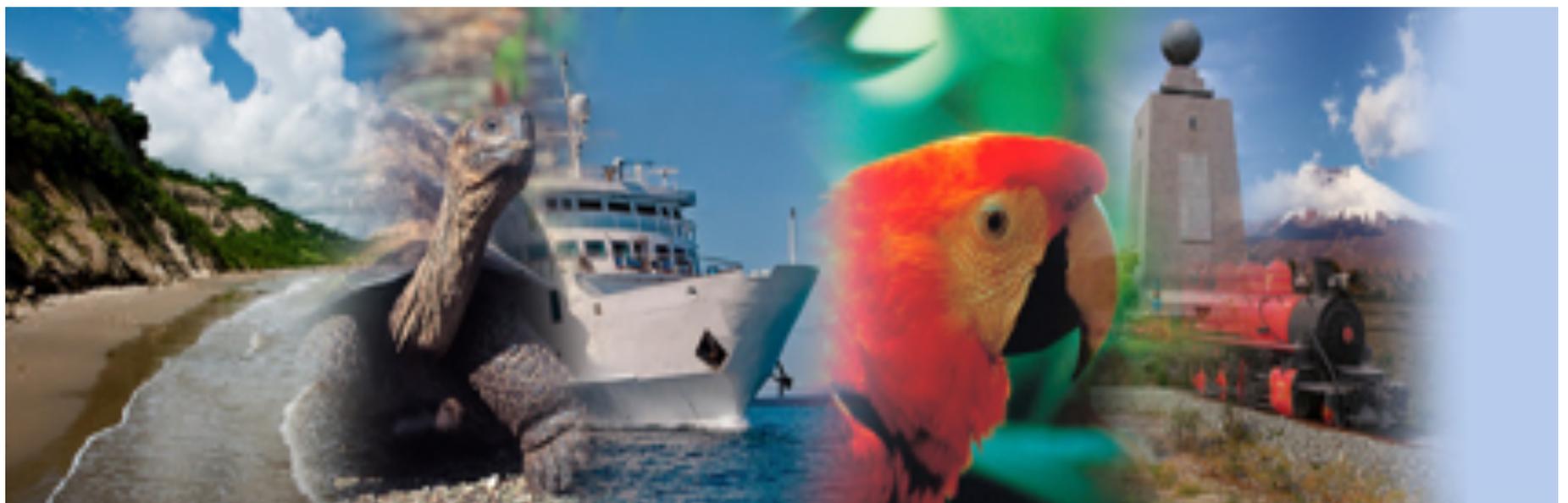


Ilustración 1 Ecuador Megadiverso.

Según el último censo del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), la población del Ecuador consta de 16.62 millones de habitantes entre los cuales se encuentran distribuidas las poblaciones indígenas, mestizos, afro ecuatorianos y blancos que mantienen sus distintas costumbres y conviven entre sí. (Ecuador F. , 2018)

En el VII Censo de Población y VI de vivienda, realizado por la INEC en noviembre del 2010, se incorpora en el cuestionario censal el criterio de “auto identificación” mediante la pregunta ¿Cómo se identifica según su cultura y costumbres?, de esta forma se visibiliza la coexistencia de las nacionalidades y pueblos. (Ecuador F. , 2018)

En términos de resultados censales, la auto identificación étnica según la cultura y costumbres de la población arrojó como resultado un 71,9% de habitantes de Ecuador que se autodefinieron como mestizos, proporción inferior a la del 2001 (77,4%). En esta ocasión aparece la categoría de montubios que alcanzó un 7,4%; mientras que los afros descendientes llegaron a 7,2% y los indígenas a 7,0%. En el siguiente gráfico podemos observar las variaciones de estas agrupaciones, comparándolas con el año 2001. (Bayron Villacis, 2012)

COSTA	SIERRA	ORIENTE	GALAPAGOS
6 provincias	11 provincias	6 provincias	1 provincia
1.- Esmeraldas	1.-Azuay	1.-Morona Santiago	1.-Galapágos
2.- Manabí	2.-Bolivar	2.-Napo	
3.-Santa Elena	3.-Cañar	3.-Opellana	
4.-Guayas	4.-Carchi	4.-Pastaza	
5.-Los Ríos	5.-Chimborazo	5.-Sucumbios	
6.-El Oro	6.-Cotopaxi	6.-Zamora	
	7.-Imbabura	Chinchipe	
	8.-Loja		
	9.-Pichincha		
	10.-Santo Domingo de los Tsáchilas		
	11.-Tungurahua		

Tabla 1 Provincias según su región

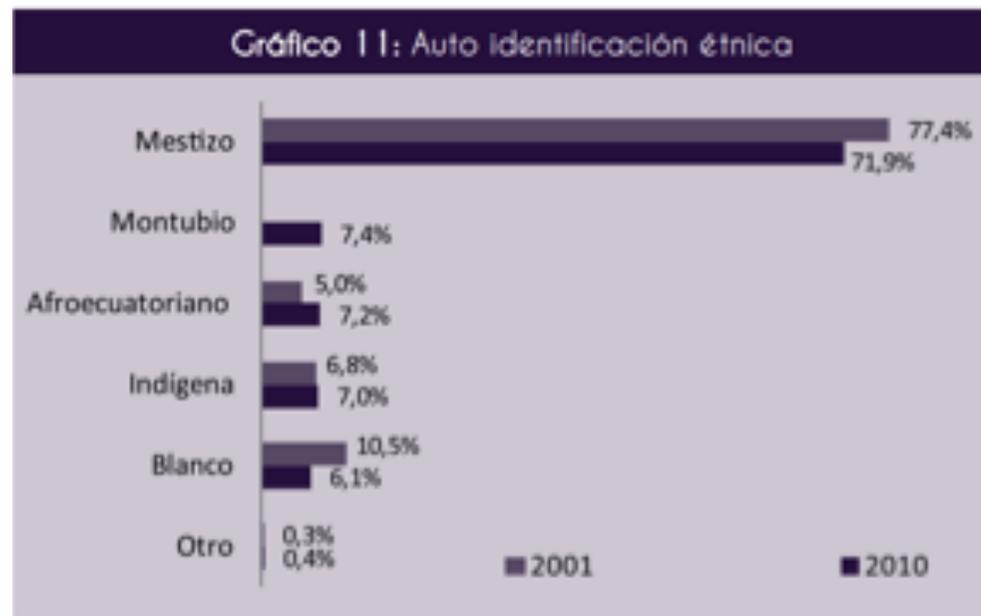


Ilustración 2 Gráfica del censo 2001-2010.

Los resultados en el cuadro muestran como en la población mestiza baja el porcentaje esto es debido a que en el censo del 2001 no se profundizaba el tema de auto identificación del pueblo, por lo que en el censo del 2010 los porcentajes de las diferentes nacionalidades aumentan.

Según la Unidad Coordinadora de Pueblos Indígenas en América Latina y el Caribe, dice, que el Ecuador en el año 2008 fue reconocido como un estado de derecho intercultural y plurinacional, lo cual reconoce la presencia de comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas.

(Indígenas, 2011)



Ilustración 3 Imagen de las diferentes culturas del país.

Sin duda ser parte del derecho a la auto identificación hace un estado justo, equitativo, con visión de plurinacionalidad e interculturalidad donde cada uno de los ciudadanos de Ecuador pueda hacer pleno ejercicio de sus derechos individuales y colectivos y sientan que su realidad y forma propia de pensar es tomada en cuenta.

El Ecuador es un país con varias nacionalidades que nos lleva a reflexionar y nos pone en conocimiento hacia un ámbito lleno de riqueza y cultura, ya que dentro de cada nacionalidad existen varios grupos conformados; "Preguntarnos constantemente ¿quiénes somos? Involucra una amplia cosmovisión que nos permite distinguir y conocer más a fondo sobre los pueblos y la identidad cultural del País". (Ramos, 2016)



Ilustración 4 identidad Cultural y varias Nacionalidades

1.3.1 CULTURA E IDENTIDAD CULTURAL

Según (Ramos, 2016) tener claro que la diversidad cultural y étnica representa nuestra herencia ancestral, en la cual se puede reflejar la historia natural de la vida, nos motiva a conocer más sobre nuestras raíces.

Es importante reconocer que la cultura es un concepto que engloba varios temas propios de los pueblos en una época determinada, los cuales tienen criterios estéticos y cuya expresión varía con el cambio que pueda sufrir la cosmovisión de la comunidad.

Se puede definir a cultura como el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto



Ilustración 5 Familia Huaorani.



Ilustración 6 Plan de desarrollo educativo cultural.

de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología. *(Española, 2014)*

Todo país tiene una historia, que comprende un legado sobre el cual se ha construido su presente y se pretende alcanzar un mejor futuro. Por ello, debemos considerar y tratar a la riqueza cultural como un tesoro al que se promueva y conserve de manera adecuada en cada pueblo; considerando

la importancia que refleja como base fundamental para el desarrollo de nuestra identidad. Según *(Ramos, 2016)* La identidad cultural surge de la amplia diversidad étnica con la que cuenta el territorio ecuatoriano. Cada uno de los pueblos nacionalidades o grupos étnicos que viven en las diferentes regiones del país, tiene implícitas en su esencia los elementos propios de su cultura.

Además, parte fundamental para vivir en comunidad con los diferentes grupos son las identidades colectivas las cuales se construyen a partir de organizaciones que lleva a grupos de personas a compartir sus identidades individuales. Esta relación entre personas hace que la identidad sea fruto de una construcción también colectiva. *(Guala, 2009)*

Un claro ejemplo de organización que respalda la identidad cultural de los indígenas es la CONAIE (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador) una organización que aglutina en su seno a las Nacionalidades, Pueblos, comunidades, Centros y Asociaciones indígenas del Ecuador.

“La cultura es un conjunto estructurado de maneras de pensar, sentir y obrar más o menos formalizadas, que, aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo sígnico y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta” *(Valencia, 2005)*



Ilustración 7 CONAIE - Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador

Varios grupos indígenas en nuestro país han venido formando parte de identidades colectivas que les lleva a un desarrollo en comunidad, creando grupos u organizaciones que mantienen sus culturas, sus valores y creencias vivas convirtiéndolo a Ecuador en un país pluricultural.

1.3.2 ECUADOR PLURICULTURAL



Ilustración 8 rasgos culturales e identidad cultural del pueblo

Nuestro país se ha caracterizado por su pluriculturalidad sin embargo es importante conocer un poco más a fondo de que se trata y el concepto que engloba este. A continuación, una breve explicación de lo que significa ser parte de un país con una variedad cultural.

La multiculturalidad es la presencia de grupos provenientes de diversas culturas

conviviendo en un mismo espacio geográfico, físico o social. Su diversidad cultural puede estar marcada, por ejemplo, por diferencias en cuanto a sus creencias religiosas, sus lenguas, sus etnias o el género. Además, la multiculturalidad es una posición desde la cual se reconoce, se respeta y se promueve la diversidad cultural.

Entre las características de la multiculturalidad se destacan las siguientes:

- Promueve la convivencia en armonía entre las diferentes culturas.
- Acepta y reconoce la presencia de todas las formas culturales sin renegar de ninguna y dentro de un marco de igualdad.
- Evita los estereotipos y prejuicios que existen en torno las diferentes formas culturales.
- Promueve la tolerancia y el respeto ante la diversidad cultural.
- Defiende el derecho a la diferencia.
- Rechaza la discriminación y la marginación. (EUSTOM, 2018)

• Programa de desarrollo y diversidad cultural.

El Estado Ecuatoriano ha realizado varios proyectos para la integración del pueblo como un país pluricultural uno de ellos es el programa de desarrollo y diversidad cultural, para la reducción de la pobreza y la inclusión social (PDC), el PDC se implementó en varias provincias del país, que fueron seleccionadas por indicadores relacionados con condiciones de vida, presencia de población indígena, afro ecuatorianos y diversidad cultural. (Vargas, 2012)

Dentro del programa se trató temas como:

- La educación intercultural bilingüe
- Salud intercultural
- Justicia y derechos colectivos.
- Turismo Comunitario.



Ilustración 9 Programa de desarrollo cultural la educación intercultural bilingüe



Ilustración 10 Programa de desarrollo cultural la salud intercultural



Ilustración 11 Programa de desarrollo cultural justicia y derechos colectivos



Ilustración 12 Programa de desarrollo cultural y turismo comunitario

Según (Vargas, 2012) el plan se elaboró con el objetivo de eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica a manera de promover ejercicios que lleven a la reincorporación tanto de niños como adultos en nuestra sociedad y construir sustentos que convierten al Ecuador en un estado pluricultural y multiétnico.

La belleza y diversidad de culturas, tradiciones, costumbres y lenguas, hacen del Ecuador un país privilegiado, poseedor, de una riqueza cultural, intercultural y plurinacional, su diversidad cultural está enmarcada en sus diferentes grupos étnicos que integran este bello país.

1.3.3 ECUADOR MULTIÉTNICO

Todo país tiene una historia, que comprende tradiciones, culturas, leyendas, etc., que son el legado sobre el cual se ha construido. Por esta razón mientras más riqueza cultural-tradicional exista en un pueblo, son más sólidas sus bases para su desarrollo e identidad. Lamentablemente esta riqueza ha sido poco entendida, subvalorada e incluso desvalorizada por la población.

Según (Mendoza, 2013) La diversidad étnica hace referencia al número de pueblos, nacionalidades o grupos étnicos que viven en una determinada región o país, pues, la diversidad cultural-étnica engloba parte fundamental del grupo, la diversidad de costumbres, lenguas, tradiciones, comidas, etc., de cada uno de las etnias de un país. La consideración y entendimiento de estos alcances, constituye el complemento para comprender y conservar a la diversidad biológica como patrimonio cultural. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2008).

La diversidad étnica-cultural, se podría conceptualizar como la herencia ancestral que da cuenta de la historia natural de la vida,



Ilustración 13 Anciana y bebé Huaorani.

por ejemplo de dónde venimos, quiénes somos, abarcando el conjunto de creaciones que distingue de los demás pueblos y da identidad a una nación, los valores espirituales, simbólicos, estéticos, tecnológicos y los bienes materiales que han aportado a la historia de la comunidad, estos alcances según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se denomina patrimonio cultural, porque es propiedad de la nación llamada Ecuador (*Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2008*). (Mendoza, 2013).

Ecuador es un país de modelos culturales llenos de contrastes, debido a que posee una enorme variedad étnica en sus diferentes regiones. Los indígenas de la Sierra, descendientes de los pueblos conquistados por los incas, todavía mantienen sus tradiciones musicales, que interpretan con instrumentos nativos, como el siku, el güiro, el rondador y la quena. En el Oriente viven los indígenas amazónicos con culturas y lenguas propias.

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 afro ecuatoriana. (Cofrep, 2011)

1.3.3.1 ÉTNIAS DEL ECUADOR



Ilustración 14 Collage de la diversidad étnica del Ecuador.

Región	Grupo Étnico	Idioma	Población
Costa (5)	AWÁ	Awapit	3.750 personas distribuidas en 22 centros con estatutos legales
	CHACHI	Cha'palaa	457 familias distribuidas en 46 centros
	EPERA	Sia pedee	250 personas
	TSA'CHILA	Tsa'fiqui	2.640 personas
	MANTA WANCAVILCAPUNÁ	Castellano	168.724 personas.
	Sierra (12)	KARANKI	Kichwa y castellano
NATABUELA		Kichwa y castellano	No hay datos
OTAVALO		Kichwa y castellano	65.000 personas
KAYAMBI		Kichwa y castellano	147.000 personas
KITU KARA		Kichwa y castellano	100.000 personas
PANZALEO		Kichwa y castellano	45.000 personas
CHIBULEO		Kichwa y castellano	12.000 personas
SALASAKA		Kichwa y castellano	12.000 personas
WARANKA		Kichwa y castellano	No hay datos
PURUHÁ		Kichwa y castellano	400.000 personas
KAÑARI		Kichwa y castellano	150.000 personas, 387 comunidades.
SARAGURO		Kichwa y castellano	60.000 personas
Amazonia (9)	A'Í COFÁN	A'ingae	728 personas
	SECOYA	Paicoca	400 personas en 3 comunidades
	SIONA	Paicoca	360 personas
	HUAORANI	Wao Tiro	3.000 personas en 28 comunidades
	SHIWIAR	Shiwiar Chicham	No hay datos
	ZÁPARA	Záparav	200 personas
	ACHUAR	Achar Chicham	830 familias
	SHUAR	Shuar Chicham	110.000 personas
KICHWA AMAZÓNICO	Kichwa y castellano	60.000 personas.	

También es muy importante considerar la existencia de los pueblos sin contacto voluntario con la sociedad nacional, como los Tagoeri, los Taromenanes y los Oñamenane ubicados en Orellana y Pastaza. (Cofrep, 2011)

El estudio que se indica sobre los diferentes grupos étnicos es breve, ya que si nos ponemos a analizar a fondo sobre toda la identidad cultural que tiene cada grupo, el tema es muy extenso, por eso, en medida que se fue desarrollando el proyecto nos enfocamos en un análisis fragmentado de los 8 grupos étnicos asentados en la región amazónica del Ecuador.

Tabla 2 Grupos Étnicos según su Región

1.3.3.2 REGIÓN Y ETNIAS AMAZÓNICAS

En la Amazonía ecuatoriana, la cuenca del río Napo, no es solo un lugar para endemismo biológico y riqueza en especies, sino también un centro de diversidad cultural. Muchos grupos humanos han estado involucrados con el control de las riberas del Napo y sus recursos por siglos inclusive antes de la llegada de los españoles.

La Amazonía Ecuatoriana es hogar de alrededor de 100.000 indígenas divididos en nueve grupos culturales. Los Quichuas es el grupo mayoritario con una población de alrededor de 60.000 habitantes. El origen del grupo es diverso ya que proviene de la combinación de diferentes grupos que adoptaron el idioma Quichua en el siglo XV. Al principio la lengua quichua fue hablada por la gente amazónica para comunicarse con los grupos de alta montaña con el propósito de intercambiar productos. (Cofrep, 2011)



Ilustración 15 collage de diferentes grupos Étnicos de la región amazónica

El uso de prácticas ancestrales, conocimientos, costumbres y tradiciones de los pueblos y nacionalidades del Ecuador ha permitido el manejo adecuado de sus recursos naturales en comparación a los colonos, situación que ha permitido mantener rasgos de buena alimentación, construcciones ecológicas, medicina alternativa. La preservación de estos conocimientos ancestrales permite que los pueblos puedan vivir en armonía con su entorno natural. (Mendoza, 2013)

Grupo Étnico	Ubicación (provincia)
A'I COFÁN	SUCUMBIOS
SECOYA	SUCUMBIOS
SIONA	SUCUMBIOS
HUAORANI	ORELLANA, PASTAZA, NAPO
SHIWIAR	PASTAZA
ZÁPARA	PASTAZA
ACHUAR	PASTAZA
SHUAR	MORONA SANTIAGO, PASTAZA, ZAMORA CHINCHIPE
KICHWA AMAZÓNICO	NAPO, SUCUMBIOS

Tabla 3 Grupos Étnicos Amazónicos y su ubicación

Dentro de la realidad que estas comunidades viven hay varios factores que hoy en día se manifiestan mucho y se tienen en cuenta en las mentes de muchas personas ya sea el tema de la conservación del Parque Nacional Yasuní como un sistema de área protegida de la Amazonia Ecuatoriana.

Según (Cofrep, 2011) dice que las empresas madereras ejercen una fuerte presión sobre los territorios de todos los pueblos y nacionalidades, en tanto que las empresas petroleras en el norte de la Amazonía ecuatoriana son responsables de la deforestación de 2 millones de hectáreas. Más de 650.000 barriles de crudo han sido derramados en bosques, ríos y esteros, han contaminado las fuentes de agua de la región y han traído como consecuencia la afección a varias etnias indígenas, tales como los Cofanes, Sionas y Secoyas, que han sido afectadas hasta convertirse en minorías en peligro de desaparición de acuerdo a datos presentados por Dahlstrom en el 2007. (Cofrep, 2011)

Según los datos de observación, y entrevista con el antropólogo Marcos Sempertegui en la sala nacional etnográfica la cual se alimenta de 11.000 bienes etnográficos de diferentes pueblos y grupos étnicos del Ecuador, encontramos varios elementos y objetos representativos de los diferentes grupos. Dentro de la sala nacional etnográfica, en la sección amazónica mediante cuadros de información se puede llegar a visualizar rasgos culturales de los mismos tales como sus costumbres, sus creencias, rituales, vestimenta, ubicación geográfica entre otros.

Los grupos tales como los Ai Cofán, los Huaorani, los Zapara y el Shuar, son los grupos más representativos de acuerdo a su desarrollo que han tenido en comunidad, por este motivo abrimos un análisis completo de estudio sobre 4 cuatro grupos étnicos para conocer su importancia histórica en su realidad actual, sus rasgos, su cultura, sus tradiciones, y toda su identidad colectiva que tienen estos grupos como comunidad.

DATOS DE LOS 4 GRUPOS ÉTNICOS DE LA AMAZONIA ECUATORIANA

A continuación, se realizará una descripción de los rasgos más característicos de las cuatro etnias amazónicas mencionadas anteriormente, en donde se detallará su cosmovisión y desarrollo cultural hacia las características principales como grupos étnicos.



A'ICOFÁN.

Los A'í, conocidos como Cofán o Kofán, son un pueblo amerindio que habita al noroccidente de la Amazonia en la frontera entre Colombia y Ecuador, entre el Guamués, afluente del río Putumayo y el Aguarico, afluente del río Napo.

- **Tradiciones:** Para los Cofán, educación y cultura están cimentadas en cuatro pilares: el pensamiento de los mayores, las lenguas nativas, las plantas sagradas, las normas y los valores de la cultura.

- **Costumbres:** Se desempeñan como artesanos, comercian con las hamacas y canoas que fabrican y se emplean como jornaleros con bajos salarios, para los colonos en los cultivos de coca o para las empresas petroleras o de construcción.

- **Leyendas:** Consideran que cuando el chamán toma el Yagé (*Banisteropsis caapi*) ellos tienen el poder de mirar en el futuro y ver los espíritus malignos, el chamán también puede convertirse en boa, en tigre, en cualquier cosa.

- **Comida:** Productos como plátano, café, frijol y maíz para la venta, en menor grado yuca, arroz y árboles frutales nativos como guaba, caimito, aguacate, maní de árbol, la caza y pesca han disminuido, lo cual los obliga adquirir productos de los mercados (*Codenpe, 2005*).

Llamados peyorativamente “aucas”, los Huaorani han sido conocidos principalmente en relatos de corte misionero. Tradicionalmente, fueron un pueblo de hábiles cazadores y de guerreros, que ocupaban un hábitat básicamente interfluvial. Su economía, organización social y mundo espiritual son modelo asombroso de adaptación continua al medio ambiente selvático.

- **Tradiciones:** Tradicionalmente no existían individuos que concentren el poder, a lo más, Jefes situacionales y la limitada autoridad de un hombre sobre una mujer o de un adulto sobre un niño. Su lengua huao tiriro, mediante estudios lingüísticos han demostrado que no hay congéneres para esta lengua.

- **Costumbres:** El modo de vida wao se caracterizaba por sus constantes expediciones guerreras. Vivían en lugares inaccesibles, lejos de los ríos, y tenían gran habilidad para moverse. Toda su vestimenta consistía en un cordón de algodón silvestre komi que rodeaba la cintura y mantenía el pene hacia arriba. Para un wao no llevar el komi es estar desnudo e inerme, ya que el cordón representa poder y energía. Las mujeres y los niños también llevan uno, pero más fino.

- **Celebraciones y fiestas:** La “fiesta de la chonta” es la reunión social más importante y propicia para la realización de matrimonios. La pareja es empujada por sorpresa a la hamaca, se les canta una bellísima canción, en la que comparan a la joven pareja con un par de papagayos azules y dorados, que vuelan alto en el cielo, siempre juntos y enamorados.

- **Leyendas:** Muchos misterios rodean a los Huaorani, que apenas hace dos generaciones utilizaban hachas de piedra y vivían desnudos en la selva inmensa e impenetrable. El águila arpía, majestuosa ave de presa (*Harpya arpigia*), constituye su símbolo emblemático.

- **Comida:** Los hombres se encargan de cazar, abrir claros de selva para las huertas, proteger la familia y preparar armas para la guerra. Las mujeres cultivan, cocinan, cuidan de los niños y fabrican objetos de la vida cotidiana (Benítez, 1998).



HUAORANI.



Ilustración 17 Aborigen Huaorani.



ZÁPARA.

Existen en la actualidad 200 záparas de los cuales solo una veintena habla o comprende la lengua Zápara.

- **Tradiciones:** No deja de ser interesante constatar que algunos rasgos culturales záparos sobreviven en las culturas quichua y achuar, como la tradición cerámica, la simbología del diseño, la cestería, la música y en otros aspectos de la vida cotidiana de estos pueblos.

- **Costumbres:** Llevan el vestido de llanchama, tradicional de los záparos. La llanchama es una corteza de un árbol, golpeada y lavada hasta que adquiere la textura de una tela corriente, aunque más gruesa. El vestido de Malako está pintado con achiote.

- **Celebraciones y fiestas:** Obtuvo, en noviembre del 2001, el reconocimiento de “Patrimonio Cultural y Material de la Humanidad” conferido por la UNESCO, con financiamiento para 10 años, a fin de revalorizar el idioma y la cultura Zápara.

- **Comida:** Sus principales productos son la yuca, plátano, papajibra, chonta. Solamente compran la sal de fuera, con el producto de la venta de las artesanías. Todavía cazan con cerbatana.

- **Leyendas:** tienen la convicción de que, para tomar una buena decisión, deben seguir el rumbo que le indican los espíritus a través de sus sueños.

- **Música:** El tambor y la corneta son los instrumentos que llevan consigo los hombres cuando bailan. La corneta es de cerámica y el tambor de piel de mono, tigrillo o sahíno, templada sobre un cilindro de madera de cedro (*Edufuturo, 2006*).

Según estimaciones de los Shuar, su población es de 110 000 habitantes (1998), asentados en aproximadamente 668 comunidades.

- **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 quién tiene mucho poder en la toma de dediciones.

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

- **Leyendas:** Después de matar a sus enemigos el shuar practicaba el ritual del tzantza, consistente en cortar y reducir la cabeza, por un procedimiento que guardan secretamente.

- **Comida:** Dantas, sajinos, monos, guantas, bocachico, yuca, papa china, camote, maní, maíz, palma de chonta y plátano. (Cofrep, 2011)

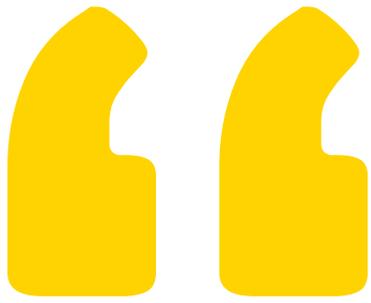


SHUAR.





CON CLU SIÓN



En el primer capítulo se llega a comprender las razones por la cual Ecuador es un país megadiverso, su pluriculturalidad y como el país se ha venido desarrollando con varios programas realizados por el gobierno, para llegar a entender las identidades colectivas que nos representan como ecuatorianos, y a su vez hacer referencia al número de grupos étnicos que poseemos y la manera de conceptualizar con cuales grupos vamos a trabajar.

El haber realizado un levantamiento de información sobre los grupos étnicos de nuestro país, es para dar a conocer toda la riqueza cultural que tiene el Ecuador, y a manera que el proyecto avanza ir profundizando varios temas, para encontrar una estética en el producto que se pueda reconocer visualmente como un lenguaje universal, y sepan que el producto que tienen en sus manos es identidad cultural de los grupos amazónicos del Ecuador.

Por lo tanto, una vez ya definido con que grupos étnicos se va a trabajar, a continuación, se analizarán conceptos manejados en diferentes proyectos, siendo referentes hacia nuestro tema.



A close-up photograph of a woman with long dark hair, wearing traditional indigenous hair ornaments consisting of red and yellow feathers. She has a red oval-shaped face paint on her right cheek. The background is blurred, showing other people in similar attire.

CAPÍTULO

2

En este capítulo se analizarán conceptos manejados en diferentes proyectos, siendo referentes hacia nuestro tema, los cuales nos ayudarán a tener una perspectiva de las cosas que se están haciendo dentro y fuera de nuestro país.

2.1 ESTADO DEL ARTE



All You Need Is Ecuador

Resumen

ALL YOU NEED IS ECUADOR es la campaña turística, en la cual tiene como objetivo la difusión del país, para posicionarlo como destino turístico a nivel mundial; Tomando como referencia el tema musical ALL YOU NEED IS LOVE, de la banda inglesa THE BEATLES. La campaña consiste en difundir las 4 regiones del Ecuador, mediante letras a gran escala ubicados en sectores estratégicos de 19 ciudades, formando la frase representativa de la campaña y mediante un código QR ubicado en cada letra, las personas pueden interactuar en un sitio web, promocionando al Ecuador como potencia turística. (Ronquillo, 2014)

Comentario

Lo que busca esta campaña, es vincular la relación de como adueñarse de un tema conocido a nivel global, para involucrarlo como una campaña publicitaria turística para el país.



Ilustración 20 campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR

Campaña de Activación "SPRITE"

Resumen

La marca Sprite en su campaña publicitaria de interacción crearon un dispensador de gaseosa construido a gran escala, a manera de generar una experiencia de frescura con su público, más de 27 millones de personas consumieron Sprite, en el 2008 siendo el mejor año para la marca refresquera pues en aquella ocasión fue solicitado por 33.28 millones de personas, lo que demuestra su importancia en el mercado y esto se debe en gran parte a las estrategias tan creativas de marketing promocional que desarrolla la empresa. (Company, 2016)

Comentario

El hecho de revisar referentes de estos temas es por el hecho de crear un conocimiento de campañas que me ayuden a que mi producto sea reconocido y pueda llegar a mi público específico.



Ilustración 21 Campaña de activación por Sprite.

Apitatan

Resumen

El diseñador gráfico Juan Sebastián Aguirre más conocido en el arte urbano como Apitatan transmite un lenguaje visual, cultural y es una manera de mezclar una estética manejada a nivel mundial como es el graffiti o arte urbano con identidad cultural de nuestros pueblos, llegando a ser un referente urbano más reconocido en el Ecuador y a nivel mundial.

Comentario

La manera de transmitir raíces, tradiciones, cultura en sus pinturas le hacen un artista completo con una estética y estilo único. El estudio que se desarrolla desde mi referente es la manera de encontrar una estética en mi producto que se pueda reconocer visualmente como un lenguaje universal y que las personas sepan que el producto que tienen en sus manos es identidad cultural de nuestro país.

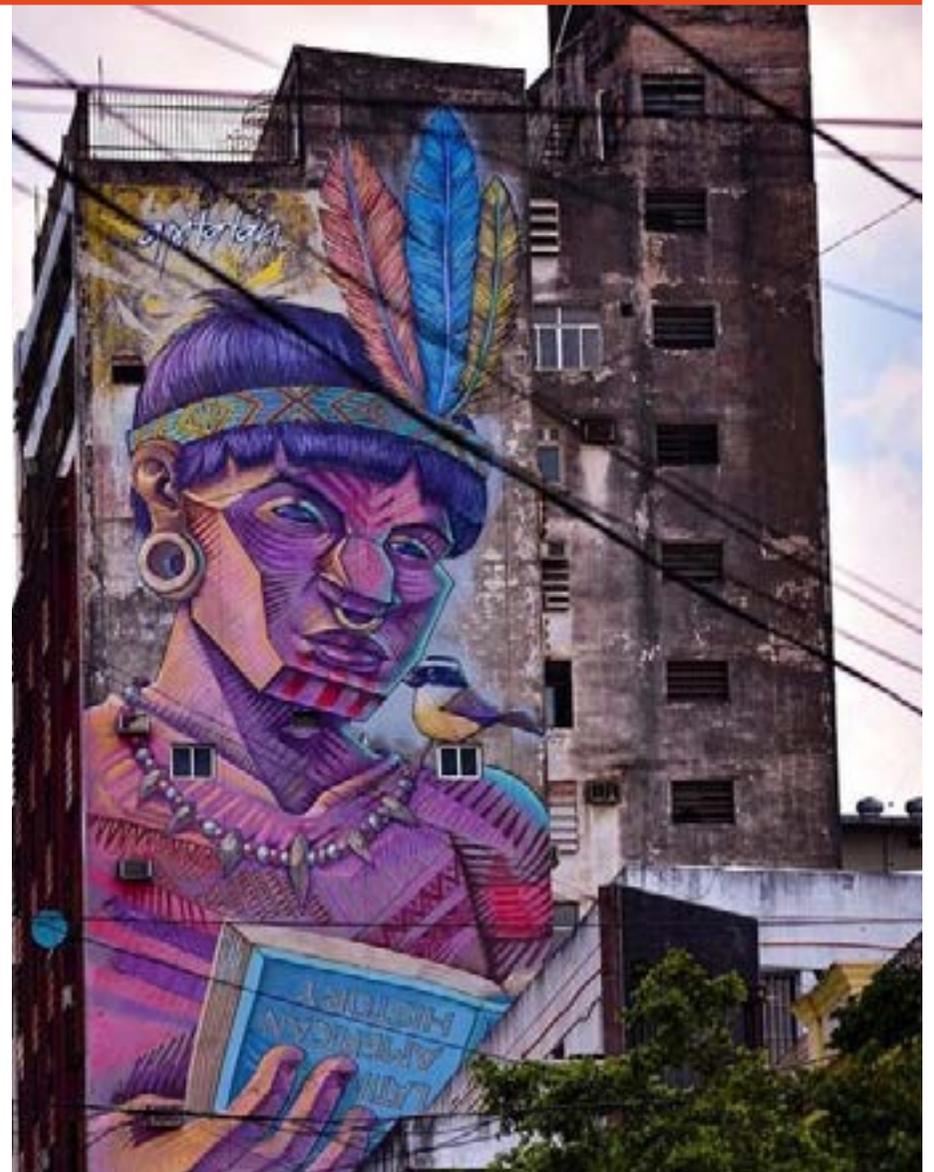


Ilustración 22 Murales realizados por Apitatan.

Munny

Una de las plataformas más famosas de **DIY** (Do it yourself), hazlo tú mismo, es el Munny de la compañía Kidrobot.

Para los jóvenes a los viejos, y para los principiantes, cada MUNNY es un lienzo 3D en blanco, listo para garabatear, pintar, vestirse y diseñar lo que su imaginación desee. Esta figura personalizable está disponible en una variedad de tamaños, colores y estilos, y algunos incluyen accesorios divertidos como marcadores reutilizables o pegatinas heroicas, lo que lo convierte en el lienzo artístico perfecto para todos, desde niños hasta artistas profesionales. La esencia de la creación se encuentra dentro. (kidrobot, 2019)

MUNNYWORLD de Kidrobot es una experiencia de diseño única en su clase que te permite crear tu propio juguete artístico.

MUNNYWORLD™

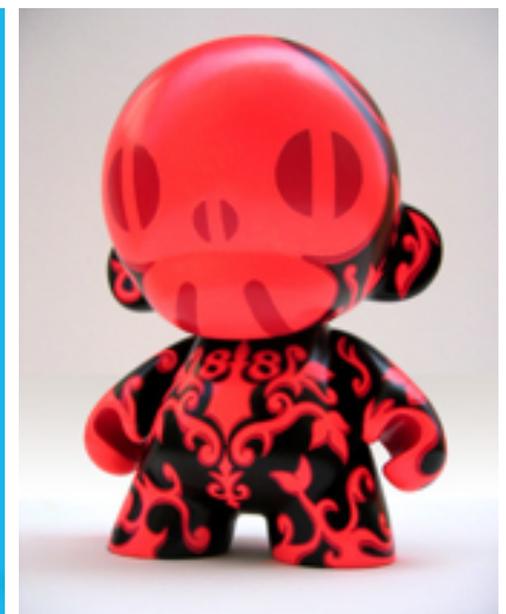
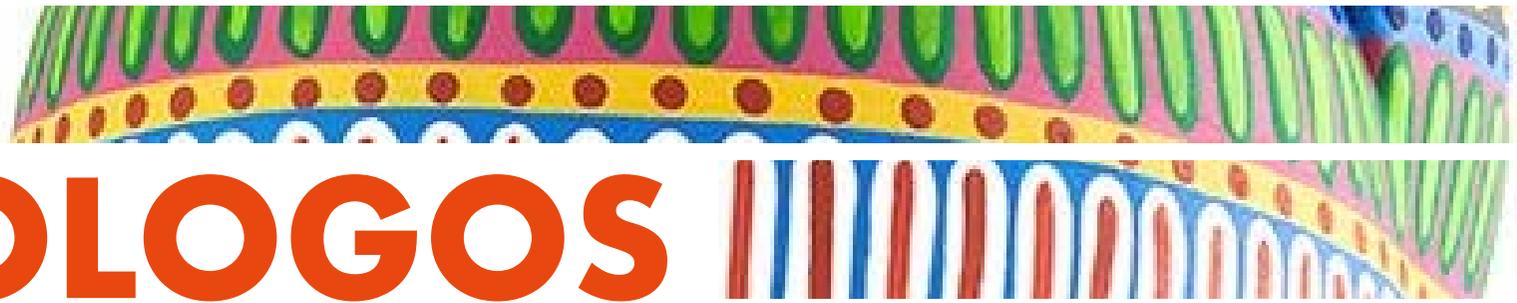


Ilustración 23 Munny by Kidrobot



Ilustración 24 Diseño e intervención de Art Toys

2.2 HOMOLOGOS



En el siguiente apartado, se describen homólogos directos o referencias de varios proyectos que se vienen realizando, dentro y fuera del país, a su vez se describen los conceptos y el objetivo de sus temas propuestos, lo cual nos ayudará para un análisis de productos que ya se encuentran en el mercado, su tecnología, sus materiales y su desarrollo en innovación.



Ilustración 25 Art Toys Aztec.

Xico, el personaje de Cristina Pineda en Casa Palacio

Resumen

En el artículo publicado por la revista Código, Cristina Pineda nos comenta sobre la experiencia que tuvo al momento de crear su personaje denominado Xico. Xico fue basado en la tradición mexicana, tomando como elemento el perro xoloitzcuintle que era el encargado de guiar a las almas al momento de morir, su nombre nace de sus vocablos XI(fuego) CO(corazón). Varios Xicos fueron presentados en casa palacio, en donde intervinieron varios ilustradores mexicanos, por lo tanto, lo que ellos ofrecen es llegar a tener una experiencia de recorrido desde el ámbito artesanal hasta el Street art. El objetivo que tiene su producto es el de integrar lo tradicional y lo contemporáneo. Xico ha llegado hacer promotor de la cultura mexicana a nivel mundial. Además, varias figuras de xico a gran escala, están expuestas en diferentes lugares como la Habana, Santiago de Chile, Bruselas entre otros; en donde son expuestas generando conocimiento tanto para el producto como para la cultura mexicana. (Código, 2012)

Comentario

Los resultados que consiguió Xico, fueron sorprendentes y es el ejemplo más claro de cómo la cultura tradicional de un país, se puede involucrar en una tendencia contemporánea como es el art toy.



Ilustración 26 Xicos, personalizados por diferentes artistas



Ilustración 27 Xico, expuesto en la Habana, Cuba.

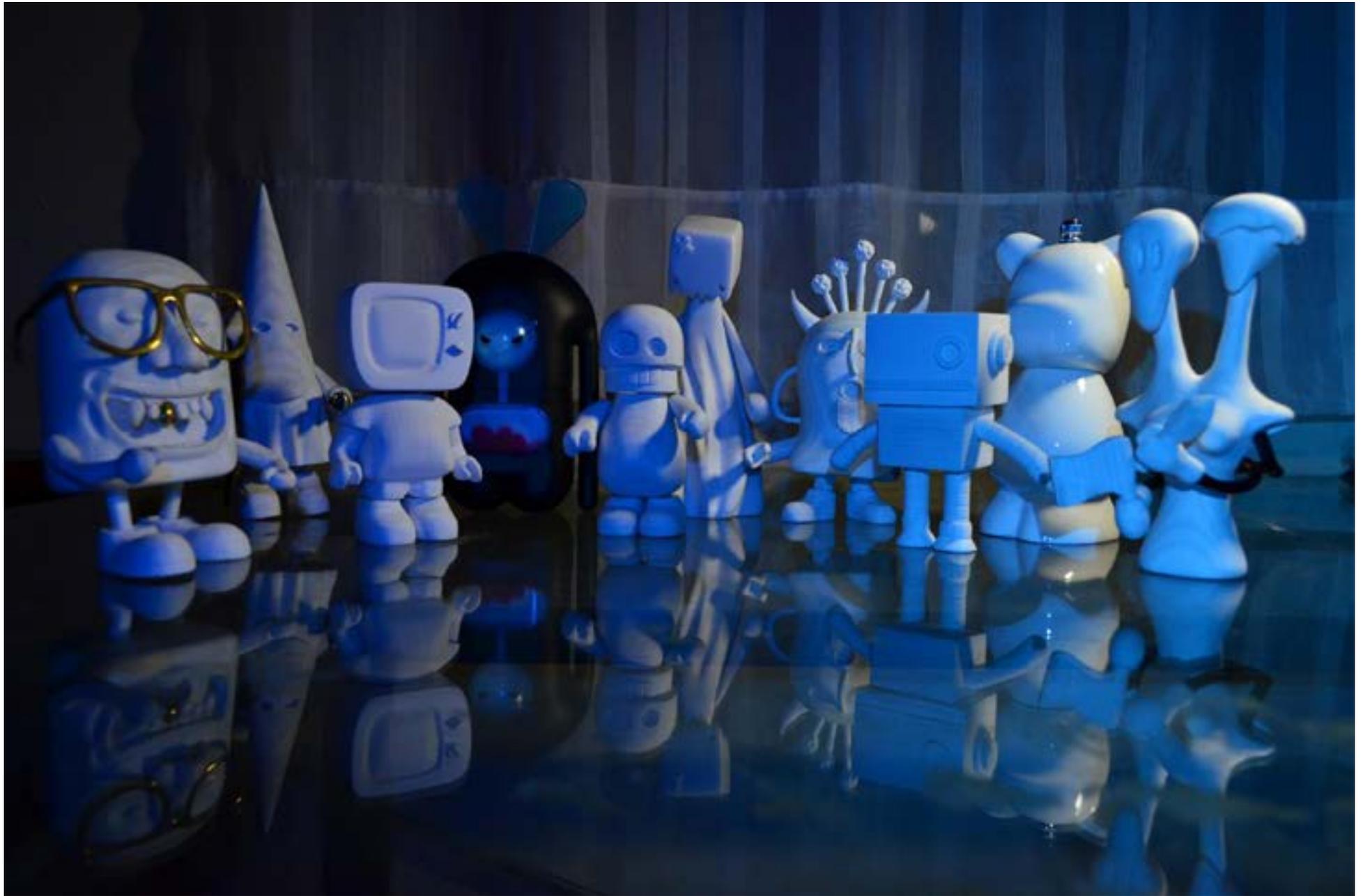


Ilustración 28 Art Toys y su concepción gráfica

Art toys y su concepción gráfica digital

Resumen

Arttoys y su concepción gráfica digital es el proyecto realizado por Edgar Reyes, el cual consiste en el diseño de juguetes con funcionalidad basados en la cultura popular, creando personajes con rasgos de identidad ecuatoriana a manera de comunicar la cultura del país, utilizando como principal concepción de diseño la ilustración digital, mostrando sketchbook pro y tabletas digitales como herramientas gráficas a manera de explicar sus usos y técnicas de cómo manejar el programa correctamente. (Reyes Montesinos, 2012)

Comentario

La ilustración es una herramienta del diseñador para poder comunicar la idea inicial a manera de boceto, la representación gráfica permite el análisis de forma, color y textura de la ilustración de productos. El concepto utilizado en este proyecto es de gran ayuda, ya que indica el proceso morfológico, en una plataforma digital.

The Creativity Awakens

Resumen

The Creativity Awakens, es un proyecto realizado por PIG-ESTUDIO CREATIVO, el cual vincula a varios diseñadores, ilustradores y artistas en la creación de piezas personalizadas mediante un lienzo tridimensional, basado en el casco de stormtrooper (Star Wars). El colectivo organizó una exposición de gran aporte para los participantes del evento, generando una gran perspectiva hacia en el fascinante mundo del Toy Design, por lo que muchos representantes se dieron a conocer dentro y fuera del país. The Creativity Awakens, es un proyecto realizado por PIG-ESTUDIO CREATIVO, el cual vincula a varios diseñadores, ilustradores y artistas en la creación de piezas personalizadas mediante un lienzo tridimensional, basado en el casco de stormtrooper (Star Wars). El colectivo organizó una exposición de gran aporte para los participantes del evento, generando una gran perspectiva hacia en el fascinante mundo del Toy Design, por lo que muchos representantes se dieron a conocer dentro y fuera del país.

Comentario

Los resultados que consiguió The Creativity Awakens fueron buenos, ya que es una manera ingeniosa de como mostrar el arte contemporáneo mediante un lienzo tridimensional, y el reconocimiento del arte local a nivel internacional.

PIG

THE
CREATIVITY
AWAKENS



Ilustración 29 composición por Paul Galán



Ilustración 30 Art Toys interactivos.

Art toys interactivos

Resumen

Este proyecto realizado por Julián Escobar consiste en el desarrollo de un Art Toy interactivo, con características formales y funcionales, el juguete simula expresiones, sentimientos y formas de relación humana, para generar una experiencia lúdica que promueve a una reflexión sobre las relaciones humanas que tenemos en el mundo contemporáneo. (Escobar, 2014)

Comentario

Tomando conciencia de esta situación, el presente proyecto explora el diseño de experiencia, de interacción y el diseño emocional como factores de innovación en el diseño de un "art toy".

Sarukaku Estudio

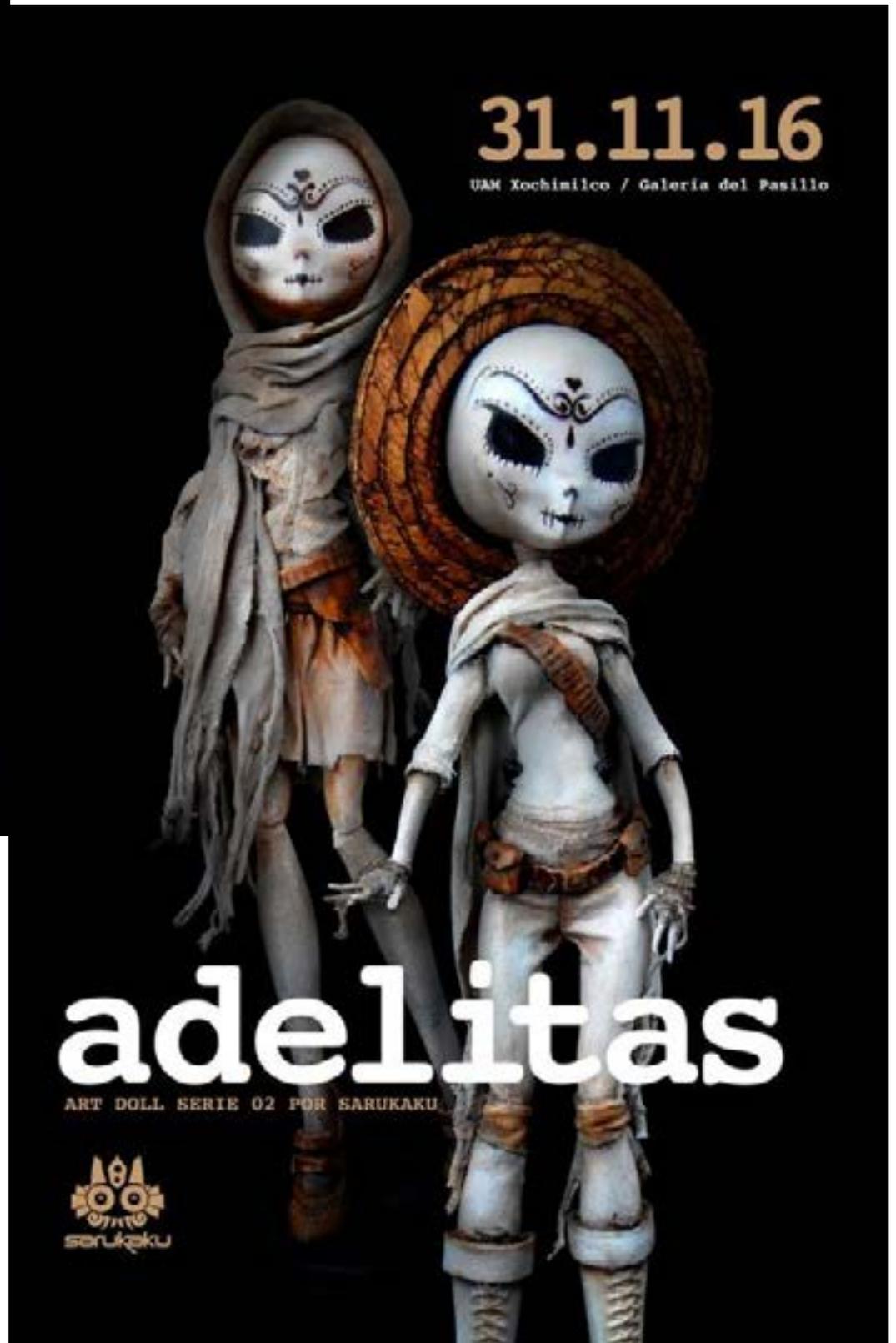
Sarukaku es un estudio de diseño creado por Ericka Cortés e Israel Isidro, son comunicadores gráficos, ilustradores, concept artist y diseñadores de juguetes; en la Ciudad de México. Además, como comunicadores gráficos trabajan en diseño editorial, diseño corporativo y diseño de empaque y embalaje.

Los ilustradores y concept artist trabajan haciendo diseño de personaje y diseño de juguetes desarrollando conceptos inspirados en la cultura mexicana lo que le da ese estilo étnico urbano a sus personajes. Utilizan la inventiva de su maravilloso universo rico en conceptos y gráfica, que siempre les ha fascinado. Con su propio estilo intentan crear un lazo entre el pasado y las nuevas generaciones con el fin de hacer presente la importancia de sus raíces ya que son parte fundamental de los vestigios que les dan Identidad.

Sus personajes son desarrollados desde el conocimiento y su estética, la creatividad y la técnica usada en todos sus proyectos, lo que hace a cada art toy único y especial. (Cortés, 2015)



Ilustración 31 SARUKAKU estudio.



A man with dark, wavy hair and a full beard is shown from the chest up. He is shirtless and looking slightly to the right. A colorful parrot is perched on his right shoulder. The background is a dark, blurred green.

CAPÍTULO

3

Para el desarrollo del marco teórico a continuación se estudiará al art toy como estética usada en el proyecto y sus posibilidades formales-constructivas que se ha venido desarrollando, además se tomará el concepto DIY (Do It Yourself) como base fundamental para el desarrollo del producto a manera de generar una experiencia de satisfacción; y el Diseño Emocional será parte fundamental para llegar a mi público objetivo, tratando de encontrar una experiencia positiva.

3.1 ART TOY



Art Toys, Vinyl Toys o Juguetes de Diseñador, son nombres para describir a los juguetes coleccionables producidos en edición limitada, los cuales son creados por diseñadores y artistas.

Estos juguetes pueden ser de diferentes materiales, entre los más importantes se encuentran el plástico y los polímeros.

La historia de los juguetes vistos como verdaderas obras artísticas se remonta a mediados de la década de los años 90 en Hong Kong, cuando los artistas Michael Lau y Eric So, emplearon el vinilo suave para crear versiones limitadas de juguetes coleccionables dirigidos a un público adulto.



Ilustración 32 Michael Lau

Dicho movimiento urbano recibió más tarde el nombre de art toy o vinyl toy y consistió, en un principio, en crear muñecos de cinco a 20 centímetros sobre una base blanca o negra. Algunos de los artistas y diseñadores retomaban las figuras de personajes animados famosos como el icónico Mickey Mouse.

Cuando se fue haciendo popular se hizo también comercial, y grandes pintores, grafiteros, dibujantes de cómic e ilustradores empezaron a personalizarlos.

Las tiradas de las series de los art toys son limitadas. A eso debemos sumarle el concepto de blind box (Caja ciega) que no es más que al momento de la compra, el comprador no sabe que figura contiene el Packaging y sumado a esto, dentro de una misma colección, no se comercializan igual número de personajes, sino que hay algunos que se fabrican en menor cantidad con respecto a otros convirtiéndolos en las figuras difíciles de la serie lo que acrecienta la búsqueda en los coleccionistas. (Guillem, 2012)



Illustrations 33 Art Toy Mickey Mouse rabioso.



Illustrations 34 Blind Boxes dunny series.

El objetivo es crear figuras con diferentes materiales especialmente el plástico. El tamaño suele variar desde los 8 centímetros hasta los 20 centímetros. Aunque, incluso se crean figuras a gran escala para exposiciones o coleccionistas. Estas figuras se producen en serie de no más de 2.000 piezas y, por ello, suelen ser piezas para coleccionistas e incluso alguna de ellas se convierten en objeto de culto.

Debido a los altos costos que supone producir una pieza única, se crean figuras en blanco que sirven como lienzo para que cada artista lo personalice a su gusto, son los denominados Custom Toys, figuras customizadas por artistas creando piezas únicas. (Guillem, 2012)



Ilustración 35 Blind Boxes by Kidrobot



Ilustración 36 Kaws art toy personalizado por Jason Freeny.





Ilustración 37 Kaws a gran escala.

Aunque sus diseños suelen estar inspirados en toys, no van dirigidos al público infantil, sino a jóvenes adultos, la mayoría interesados en el arte, el coleccionismo y a los que les encanta tener su casa llena de estanterías repletas de figuras, los Art Toys no suelen estar pensados para jugar, sino más bien para ser expuestos. Para algunos, la figura del juguete trae recuerdos de tiempos mejores, otros piensan en ellos como piezas de arte, mientras que otros sólo pretenden ampliar la colección de su plataforma favorita. (Toys, 2016)

Un Art Toy puede estar hecho prácticamente de cualquier material, los más habituales, sin embargo, estarán descritos a continuación:



Ilustración 38 Dunny 'It's a F.A.D.' de J*RYU – kidrobot

Vinyl Toy

Una figura de vinilo flexible es una figura de juguete hueco fabricados en PVC blando. Las figuras de vinilo suave normalmente tienen detalles bastante simples, que se producen por un proceso llamado Rotocasting. Las piezas de Rotocast se hace poniendo una pequeña cantidad de plástico en un molde de acero y luego girar muy rápido por lo que la fuerza centrífuga da los detalles en las paredes del molde, pero deja la mitad del molde clara produciendo así una figura hueca.

(Ludvik, 2016)



Ilustración 39 Art Toys Raccoon por Endless Shadow

Wood Toys (Toys de Madera)

Los juguetes de madera se pueden realizar de manera industrial y/o artesanal. Por eso, debemos tener en cuenta que tipo de madera podemos utilizar.

Los juguetes artesanales de diseño se construyen con la técnica del tallado con herramientas manuales a base filos para el esculpido del mismo. Partimos de una pieza rectangular de madera y calcamos nuestra ilustración frente, perfil y espalda.

Proseguimos por darle profundidad y detalles de lo que queremos resaltar y finalizamos con la pulida o lijada del material. Los tipos de maderas nobles aconsejables para la talla son cerezo, fresno, cedro, pino, etc. Si decimos industrializar nuestro art toy, existen herramientas específicas para contornear maderas y poder utilizar todas las durezas que existen como la haya, el roble, cedro, etc. (Ludvik, 2016)



Ilustración 40 Juguetes de madera modernos por Takeji Nakagawa

Cerámica

Existen materiales que pueden ser trabajados a través de moldes y los que pueden ser manipulados de manera manual o modelada por su textura de masa.

Por ejemplo, tenemos materiales como la arcilla, la cerámica, que actualmente la conseguimos en artísticas o casas de arte directas para trabajarlas; Se emplea de forma manual con herramientas como estecas, para el trabajo de detallista.

Modelamos las piezas y la dejamos solidificar entre 12 y 24 horas. Luego se realiza el proceso de cocción en hornos especializados para estos materiales. Al finalizar nuestro art toys se puede colorear con diversos pigmentos que existen en el mercado y así darle una identidad particular. *(Ludvik, 2016)*



Ilustración 41 Art Tos cerámica.

Resin Toys

La resina plástica es un material artificial que en estado bruto se presenta como un líquido viscoso, de color amarillo claro. Al agregársele una sustancia llamada endurecedor (o catalizador), comienza a reaccionar químicamente y después de un momento, desarrolla calor transformándose en un compuesto gelatinoso que a posterior endurece y se torna transparente. Este material sirve para ser usado en moldes. (Ludvik, 2016)



Ilustración 42 Art Toy por Momoco estudio.

Ilustración 43 Art Toy por Vincent Ow 'YYNC'



duatto

WHALE HARBOR BYNC

Las originalidades de nuevos productos van de la mano de procesos tecnológicos, funcionales y formales que día a día se van innovando tanto en materiales como en conceptos con los cuales se trabajan.



Ilustración 44 gama de art toys en diferentes materiales.

Debido a los procesos diferentes que tiene el art toy, hay factores que nos llevan a procesos industriales, semi-industriales y artesanales, lo cual depende mucho de la producción que se piensa obtener.



Ilustración 45 Erik Lee y su producción de Art Toys semi-industrial (TURU).

Si bien hay muchísimos Art Toys de diseño original, también existen figuras prediseñadas plataformas que funcionan a modo de lienzo tridimensional en blanco para que los distintos usuarios las adapten a su estilo, uno de los art toys más conocidos y que nace a manera de generar una experiencia en el usuario es Munny DIY creado por Kidrobot.

DO IT YOURSELF



3.2 DO IT YOURSELF

La cultura maker basado en los principios del constructivismo y aprendizaje multimedia, es una tendencia contemporánea usada a nivel mundial, lo hace a través de la experiencia para fomentar la creatividad y construir conocimientos, los 4 pasos que los makers siguen son: conocer, recordar, crear y construir; además, son curiosos por naturaleza, se cuestionan cómo funcionan las cosas, observan y exploran los límites de los objetos para ver hasta dónde pueden llegar y luego los transforman con la finalidad de mejorar su propia vida y la de la comunidad.

El concepto DIY (hazlo tú mismo) se basa en la práctica hacia la fabricación o reparación de cosas por uno mismo, en cuanto a las necesidades que se tiene, a modo de ahorrar dinero, entretenerse y aprender al mismo tiempo, sin esperar de otra persona.



Ilustración 47 personalización de figuras por Jason Freeny.

Los y las makers en realidad han existido desde siempre; son personas que manipulan los recursos a su alcance para satisfacer sus necesidades y las de su entorno. Pero podemos decir que la tecnología ha impulsado este movimiento y podemos considerar a los y las Makers como artesanos modernos empoderados gracias a la tecnología, a una economía globalizada y a una sólida comunidad en la que se apoyan y con la que aprenden y comparten.

El movimiento maker gira alrededor del juego y la creatividad motivado por la diversión y la auto-realización. Es un movimiento muy inclusivo en el que la diversidad es un punto a favor y que empodera a los usuarios, potencia el aprendizaje e implica enfrentarse a desafíos buscando soluciones con ingenio y creatividad mediante recursos tecnológicos como impresoras 3d, cortadoras laser, maquinas CNC que cada vez son más accesibles gracias a la democratización de los procesos de producción.
(Tesconi, 2016)



Ilustración 48 intervención de Munny DIY

Los makers se consideran por varias características:

- Desarrollan capacidades comunicativas y trabajan en grupo
- Comparten lo que saben y se inspiran de las personas y cosas que le rodean
- Desarrollan su creatividad con cada proyecto
- Se divierten imaginando y diseñando proyectos
- Aprende experimentando y creando
- No tienen miedo al error, aprenden de sus fallos y siguen intentándolo hasta que lo consiguen
- Investigan, se documentan y realizan conexiones entre distintos temas
- Interaccionan sin miedo con la tecnología y no se limitan a consumirla, sino que la utilizan en su beneficio.



Ilustración 49 Características de los Makers

Este concepto se utilizará para la ideación del producto en donde todos podemos ser creadores de algo extraordinario, tomando los conceptos básicos del DIY (hazlo tú mismo), crear una plataforma que le permita al usuario interactuar, o personalizarlo al producto, dejando volar la imaginación a manera de que pueda compartir modos de expresión y pensamientos generados por las emociones transmitidas al momento de la interactividad y relación usuario-producto.

3.3 DISEÑO EMOCIONAL



El diseño emocional, trata de la necesidad del diseñador al momento de comunicar algo al usuario, en donde las emociones son fundamentales y nacen de la interacción con el producto, las reacciones que tenemos son determinadas, quizás por su funcionalidad o por el aspecto que tiene dicho objeto, esto puede ser una emoción positiva o negativa.

Norman menciona en su libro, “El diseño emocional” ... Cuando un producto es, en términos estéticos, agradables y, además, halaga las ideas que tenemos de nosotros mismos y la sociedad, lo que experimentamos es positivo. Tal es la razón de que haya personas dispuestas a gastarse importantes sumas de dinero, por ejemplo, en adquirir un reloj de pulsera artesanal, aunque otro digital, mucho más barato, quizá sea más exacto y preciso. (NORMAN, 2004)

La estética de un producto dentro del diseño emocional suele representarse en formas o figuras abiertas, es decir figuras con muchos focos de atención, interpretadas mediante texturas, o formas extravagantes, en donde cada detalle llama a ser admirado por el usuario, figuras que están hechas para el disfrute visual de las personas.

Norman reivindica la necesidad de tomar la emoción como un elemento fundamental en el diseño, ya que la forma que nos hace sentir un producto, puede ser más importante para su éxito, que sus elementos prácticos; Tomando en cuenta las necesidades del usuario, el objeto debe realmente cumplir una función, en donde la forma debe tener protagonismo y no mostrarse invisible frente a su usabilidad. (NORMAN, 2004)



Ilustración 50 casa piaggio, las palmas diseño emocional

El diseño emocional se identifica en tres niveles de procesamientos, que se encargan de analizar los estímulos o emociones de las personas, desde diferentes perspectivas.

Nivel Visceral

La respuesta visceral hace referencia a las primeras reacciones que tiene el usuario al momento de interactuar con el producto, dar importancia a apariencias externas sin tener una razón lógica más bien dejándose llevar por gustos propios; el cómo se ve, como se siente son emociones de curiosidad que dominan al momento de interactuar con un producto, es decir en un objeto la reacción sería "me lo quedo" luego "cuánto cuesta" y por ultimo "para que sirve". En conclusión, podemos decir que cuando un objeto es bonito hablamos de respuesta visceral. (NORMAN, 2004)



Ilustración 51 Diseño Emocional by Moloko utensilios de cocina.

Nivel Conductivo

La respuesta conductiva hace referencia a la parte de usabilidad que tiene el producto al momento de ser manipulado, creando una conexión usuario-producto en donde se puede experimentar las emociones y la eficacia de dicho objeto, lo más importante es la experiencia que llega a tener el usuario, lo que le caracteriza a cumplir una función determinada, un buen diseño conductivo debe estar centrado en el ser humano y focalizarse en la comprensión y satisfacción de las necesidades que tienen quienes utilizan el producto. Entonces como conclusión un buen diseño conductual debe partir desde la ideación pensando en la relación que va a tener el usuario con el producto (Torreblanca, 2016)



Ilustración 52 Diseño funcional y emocional mobiliario para niños.

Nivel Reflexivo

Las reflexiones afectivas hacen referencia al significado de las cosas, los recuerdos y emociones que puede generar un objeto, también en la imagen y el mensaje que un producto envía a los demás, pero esto va a depender de la mente del que lo mire. Es importante saber que se centrará mucho en el mensaje, la cultura y el significado del producto. El diseño reflexivo implica otorgar valor agregado a los productos.

Ya no basta con que los objetos sean funcionales para que funcionen, porque “las cosas atractivas funcionan mejor” (NORMAN, 2004)



Ilustración 53 Diseño Emocional salero y pimentero en cerámica.

“

En conclusión, podemos decir que el diseño emocional debe cumplir con tres niveles que son: atracción, relación y cumplimiento dado por las características presentadas por sus tres niveles de respuestas. Es significativo saber por qué el diseño emocional será parte fundamental del proyecto, y esto es porque al ser una línea de souvenirs debe cumplir con emociones de apego hacia un recuerdo en el objeto, para poder tener la empatía producto-usuario y pasar a un momento de compra que genere en ellos una experiencia positiva al momento de entrar en relación.

La experiencia que va a llegar a tener el usuario con el producto debe enfocarse directamente desde una estética art toy y su parte formal, cumpliendo con las características importantes del DIY, a manera de que el usuario personalice a su gusto su figura de colección; y enfocándonos hacia la parte emocional, a manera de generar una satisfacción en donde las emociones son fuertes y nace la interacción con el producto.

”

3.4 PERFIL DE USUARIO



Dentro del perfil de usuario o consumidor de nuestro producto es importante ser específico y claro al momento de tener la imagen de una persona imaginaria con todas las características posibles. Para eso se realizará encuestas de respuestas individuales, con preguntas cerradas a manera de recibir respuestas más concretas, dentro de las preguntas se pretende obtener respuestas sobre datos específicos de las personas, el conocimiento de los cuatro grupos étnicos a trabajar, datos de souvenirs relacionados al país, el conocimiento hacia la estética art toy y datos relacionados con las metodologías a trabajar. a manera de cumplir los objetivos planteados y definir el cliente ideal de nuestro producto.

Las encuestas no van dirigidos al público infantil, sino a jóvenes adultos, turistas, la mayoría interesados en el arte, el coleccionismo ya que son características específicas de nuestra estética Art Toy planteada en el proyecto.

Se pretende realizar la siguiente encuesta en diferentes lugares ya sea en museos y tiendas de souvenirs de la ciudad. Las encuestas realizadas para definir el perfil de usuario se describen en su totalidad en anexos.

Objetivos de las preguntas realizadas:

La encuesta fue realizada en dos idiomas (Inglés y Español)

En el cuadro de información del entrevistado: lo que nos interesa saber son datos principales y si están ligados al turismo.

Si son extranjeros o personas locales que visitan o recorren el país, además la edad y el sexo para definir nuestra persona Design y tener en consideración esos datos específicos sobre los rangos de edades a la cual va a estar dirigido mi producto.

- En las preguntas 1, 2, 3, y 4, hacemos referencia hacia el conocimiento que tiene las personas encuestadas, sobre los grupos étnicos amazónicos y su identidad cultural, para que de esta manera podamos encontrar los rasgos principales con los que se va a trabajar en la parte de la ideación, y además, para cumplir con los objetivos planteados en la denuncia de tesis que es el de difundir la pluriculturalidad de la región amazónica del Ecuador, mediante el Art toy como estética contemporánea, de tal manera que estos representen las vivencias actuales del país.
- En la encuesta desde la 5, hasta la 10, hacemos preguntas relacionadas hacia el souvenir, principal característica que tiene el proyecto, de tal manera de encontrar datos que nos ayude o nos validen, que hacer una línea de souvenir como marca país es de suma importancia para dar a conocer al Ecuador como un país multiétnico. Además, encontrar datos curiosos sobre nuestros posibles clientes y la relación que tienen ellos con los souvenirs al momento de viajar.
- Por último en las preguntas 11 y 12 relacionamos al art toy de una manera muy ligera para saber el porcentaje de la relación o conocimiento que tienen las personas con esta estética contemporánea, la cual se va a trabajar en el proyecto, a manera de saber si nuestro producto es algo nuevo e innovador.

3.4.1 PERSONA DESIGN

La persona Design son personajes ficticios, que se crea en base a su investigación para representar los diferentes tipos de usuarios que podrían usar su servicio, producto, sitio o marca para comprender las necesidades, experiencias, comportamientos y objetivos de los usuarios. Las personas hacen que la tarea de diseño en cuestión sea menos compleja, guían sus procesos de ideación y pueden ayudarlo a lograr el objetivo de crear una buena experiencia de usuario para su grupo de usuarios objetivo. *(Foundation, 2018)*

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas se creó dos personas Design con características similares a los datos obtenidos, en donde se muestra información puntual de nuestro usuario a manera de poder desarrollar el producto, de acuerdo a sus gustos y necesidades. Como característica principal es el turismo ya que puede ser realizado en un ámbito local e internacional, existen varias personas que hacen turismo dentro del mismo país y a la vez personas que hacen turismo recorriendo el mundo.

Los usuarios fueron relacionados a un público joven- adulto, entre 24 a 34 años, turistas y personas del medio local.



SARA

EDAD: 25

PAIS DE ORIGEN: CANADÁ / OTTAWA

TURISTA EXTRANJERA

ING. MARKETING / COMMUNITY MANAGER

ESTILO URBANO

-POSEE POCO CONOCIMIENTO DE LOS GRUPOS ÉTNICOS DEL ECUADOR

-GUSTO POR LA IDENTIDAD CULTURAL DE DIFERENTES PAISES

-COLECCIONISTA DE RECUERDOS



SEBASTIÁN

EDAD: 28

PAIS DE ORIGEN: ECUADOR / QUITO

TURISTA NACIONAL

DISEÑADOR GRÁFICO / ARTISTA URBANO

ESTILO URBANO

SKATER

-TIENE CONOCIMIENTO DE LOS GRUPOS ÉTNICOS DEL ECUADOR

-GUSTO POR LA IDENTIDAD CULTURAL DEL PAÍS

-COLECCIONISTA DE JUGUETES Y CREADOR DE PERSONAJES



CAPÍTULO

4

En el último capítulo se detallara los procesos creativos, partiendo de la ideación, partidas de diseño, planos constructivos y el desarrollo del producto.

4.1 IDEACIÓN



Dentro del proceso de ideación se relacionarán varios puntos claves, partiendo desde los objetivos principales y conceptos del marco teórico, así como las partidas de diseño, y persona design el cual está dirigido mi producto.

El objetivo de la etapa de ideación es proponer un producto que difunda la cultura de los grupos étnicos amazónicos, utilizando la estética art toy, a manera de causar una emoción en el público objetivo, creando un objeto de coleccionismo.

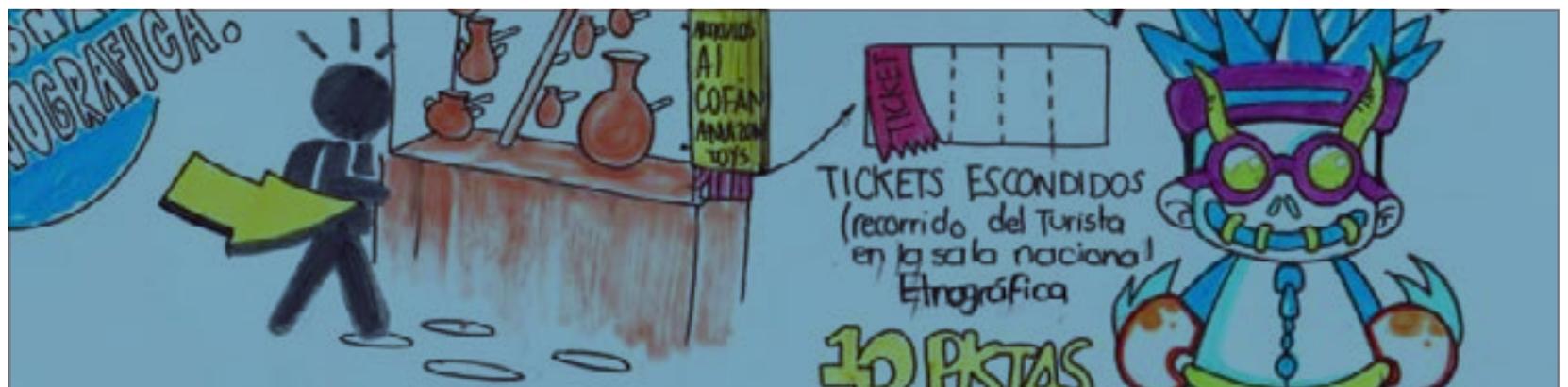
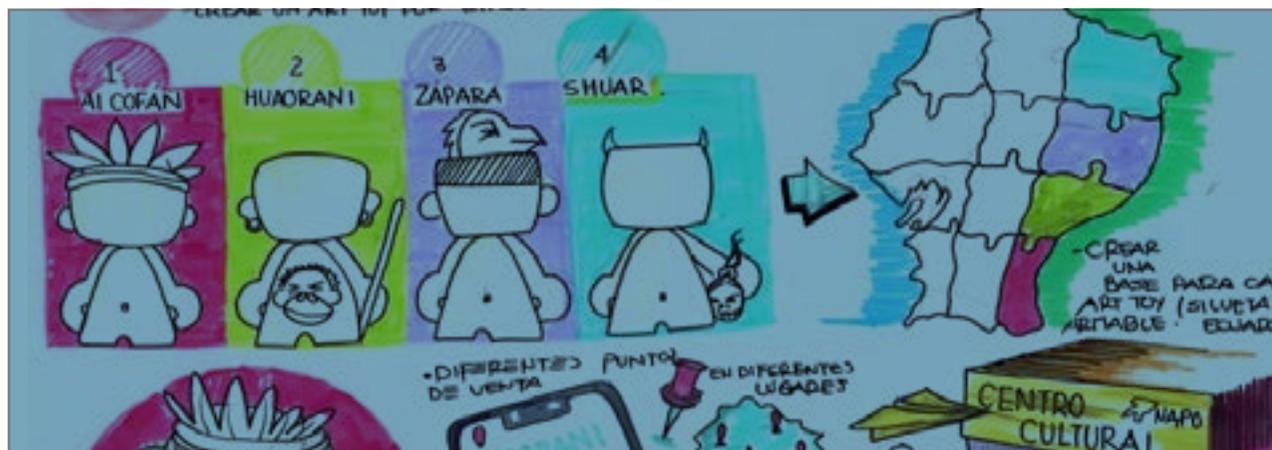


Ilustración 55 | Ideación condicionantes

Por lo tanto, partiendo de mis condicionantes principales, se realizó un análisis de diez ideas que se explican a continuación:

IDEA 1

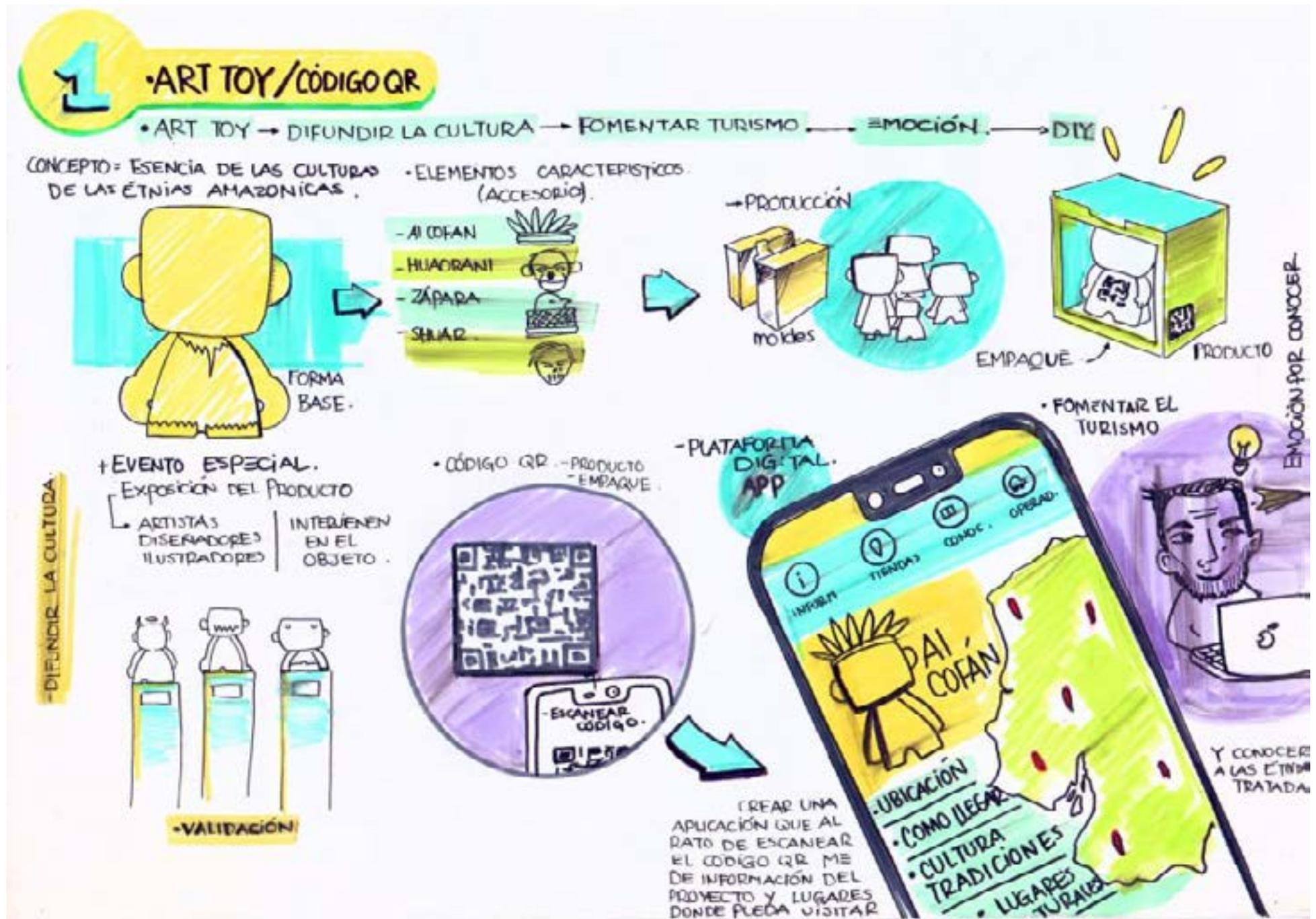


Ilustración 56 Ideación 1

IDEA 2

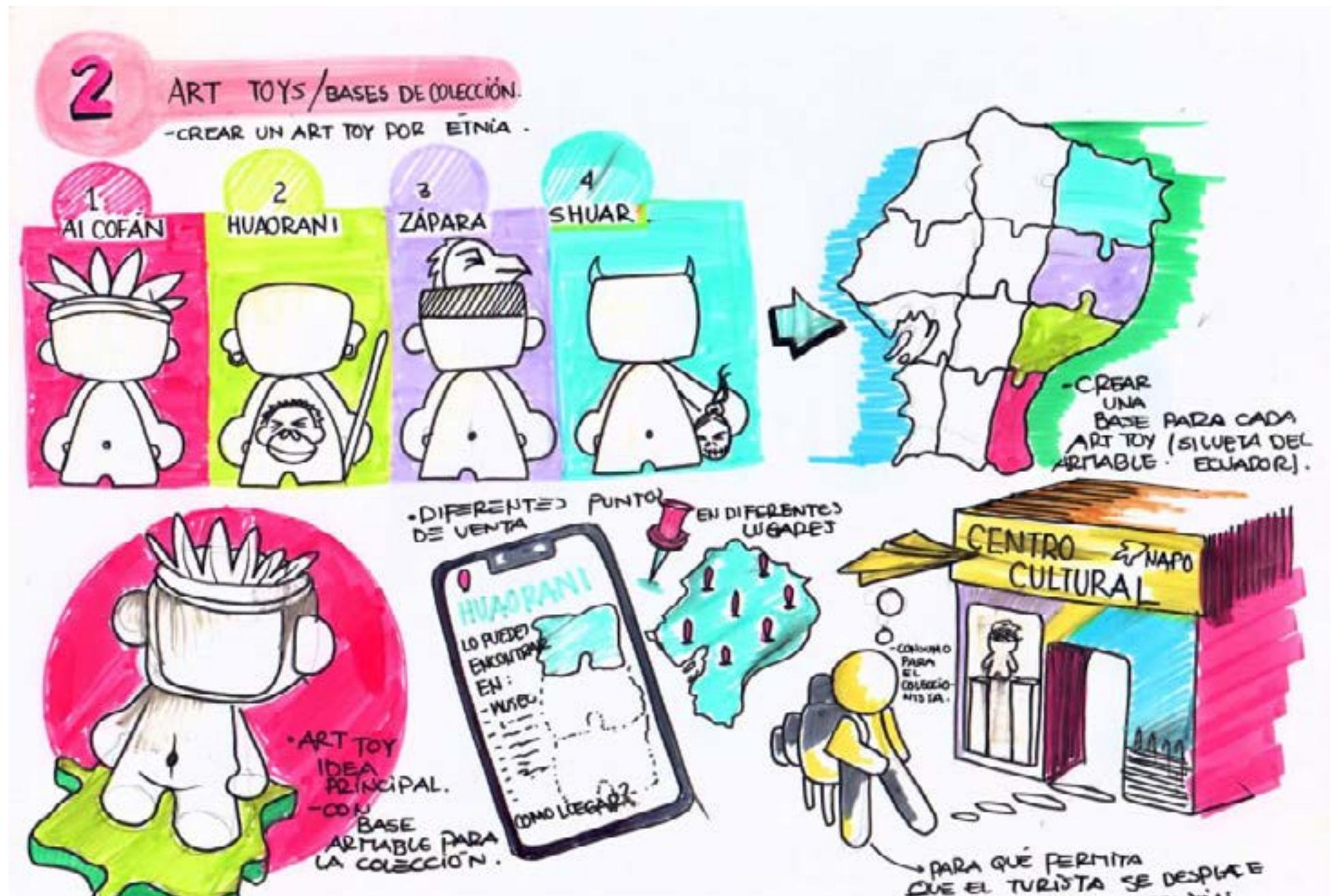


Ilustración 57 Ideación 2

IDEA 3

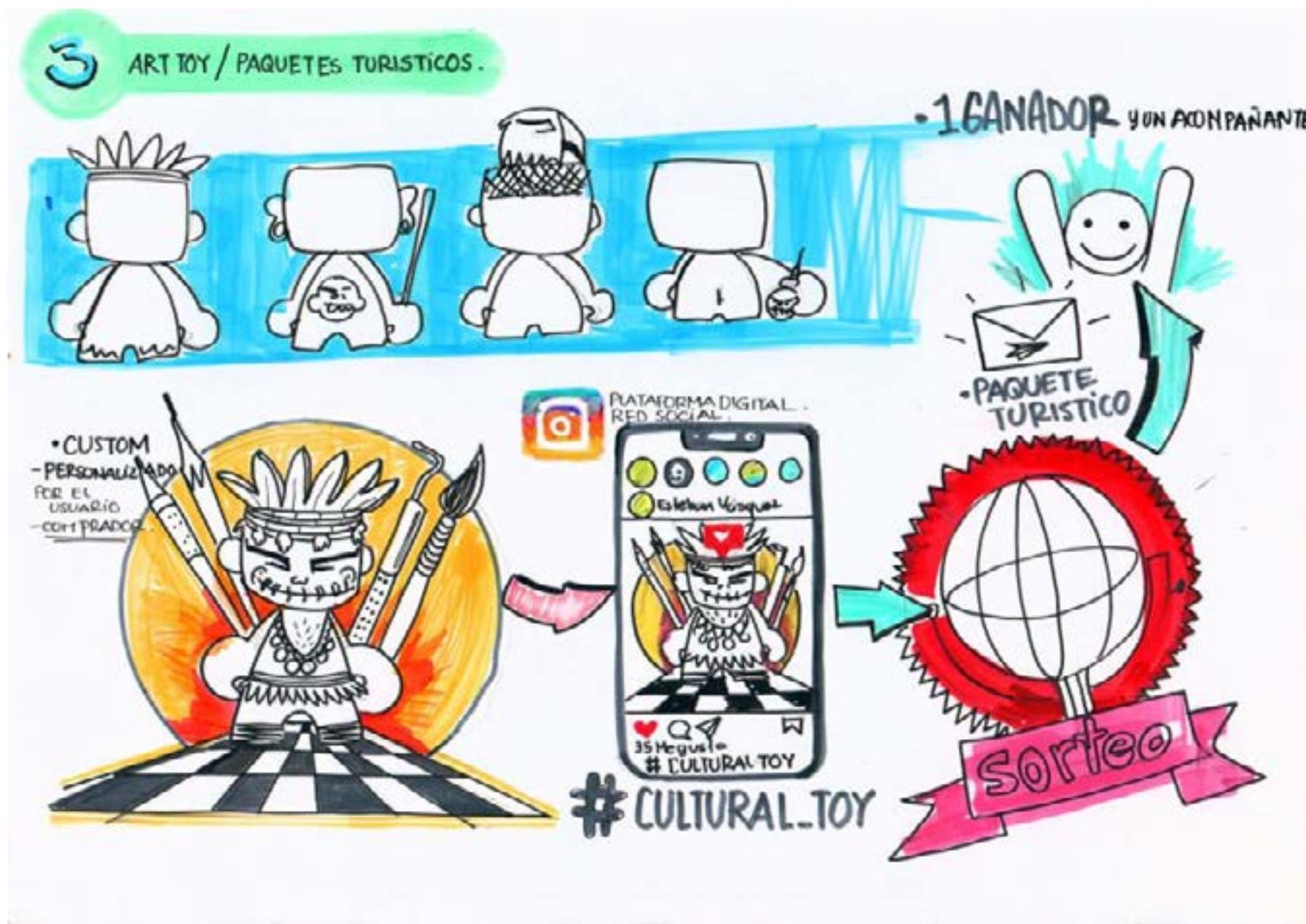


Ilustración 58 Ideación 3

IDEA 4

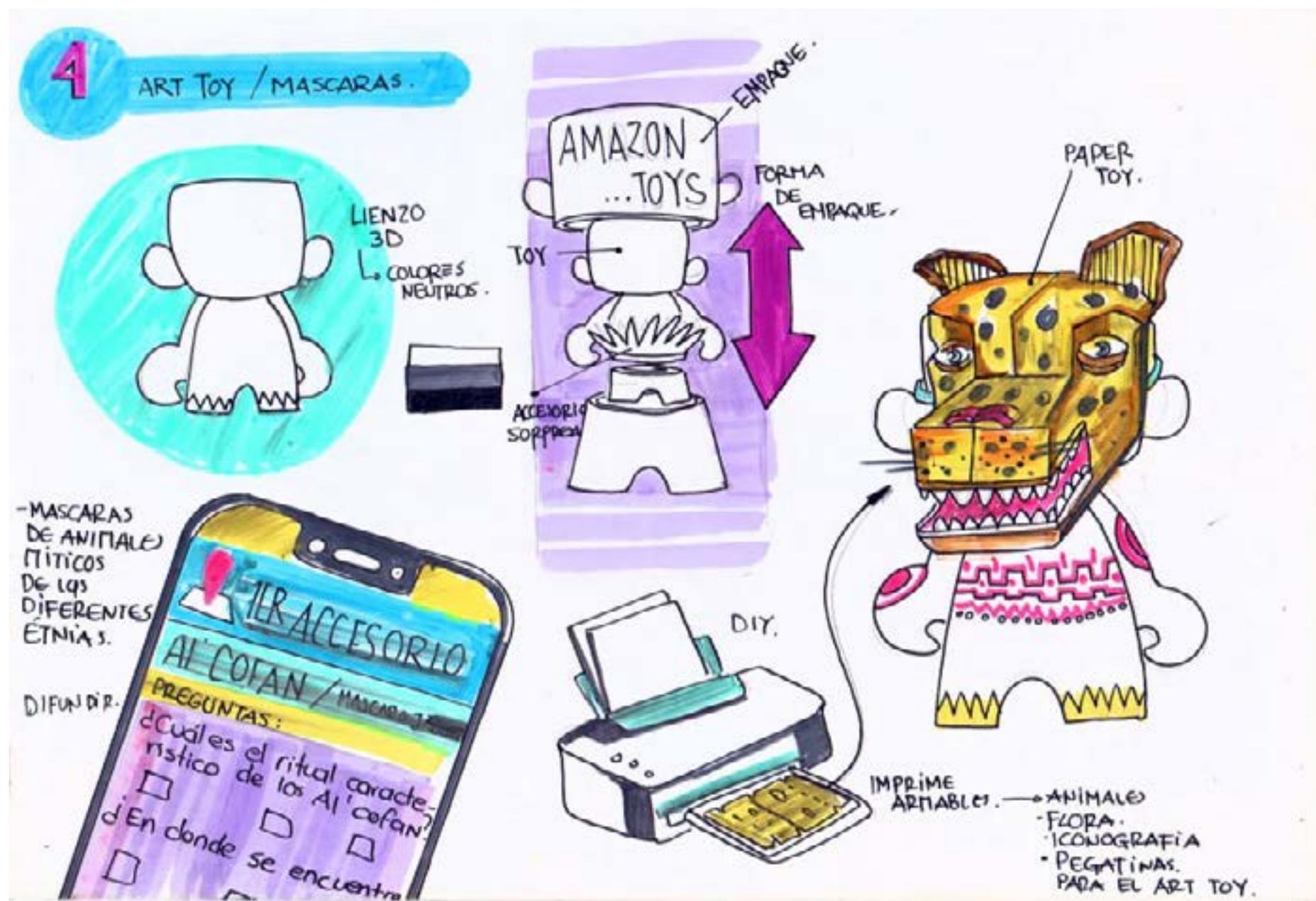


Ilustración 59 Ideación 4

IDEA 5

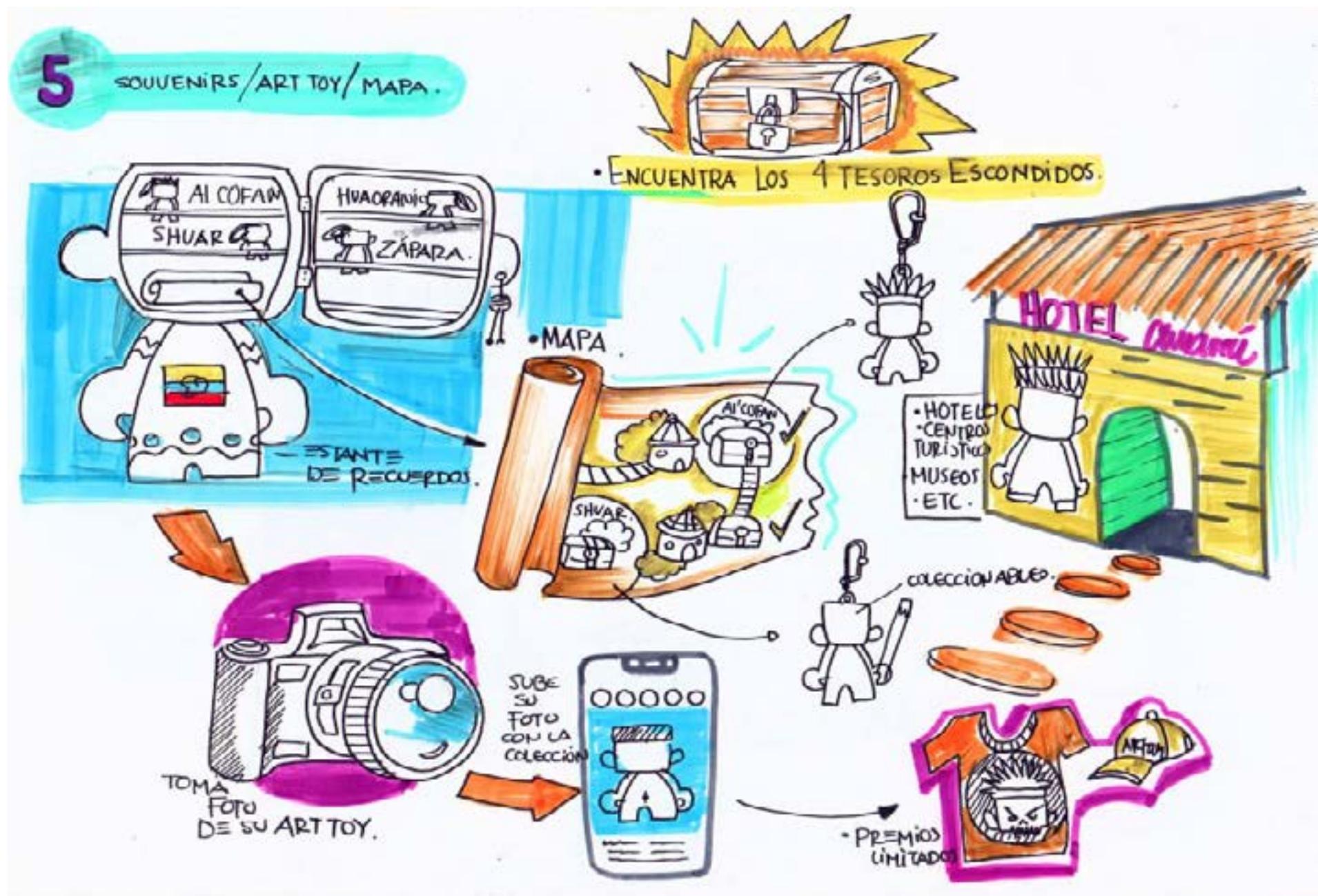


Ilustración 60 Ideación 5

IDEA 6

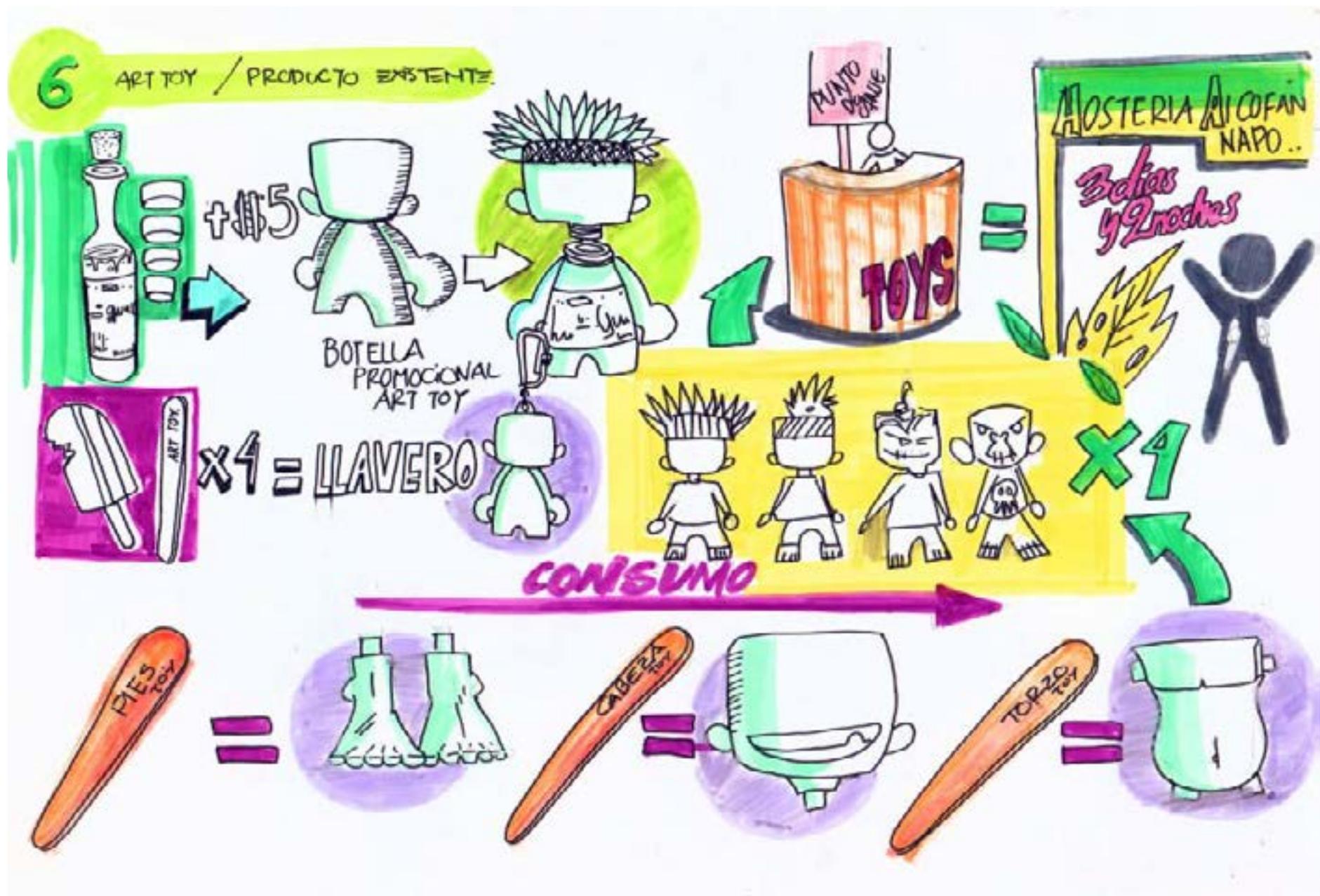


Ilustración 61 Ideación 6

IDEA 7

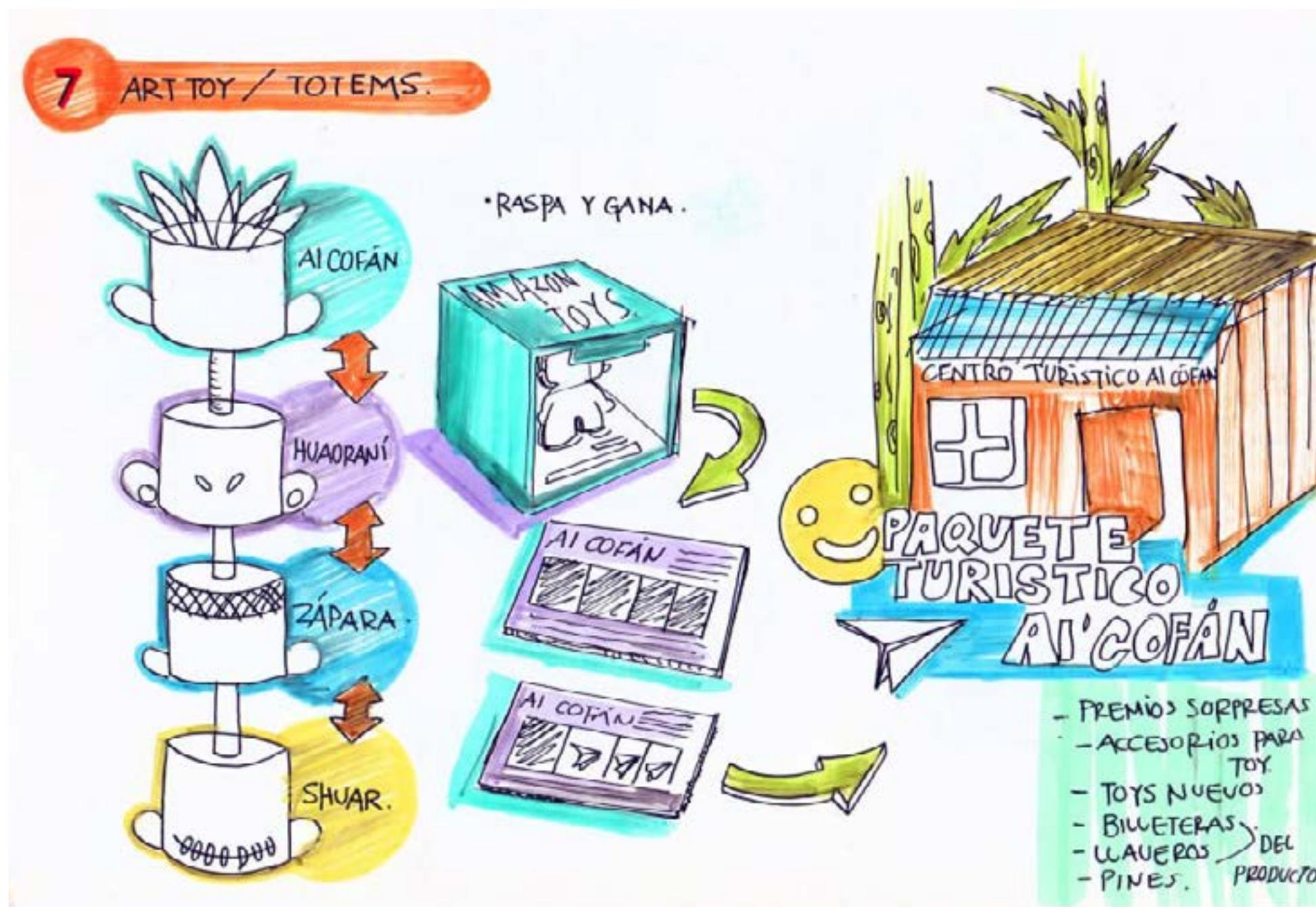


Ilustración 62 Ideación 7

IDEA 8

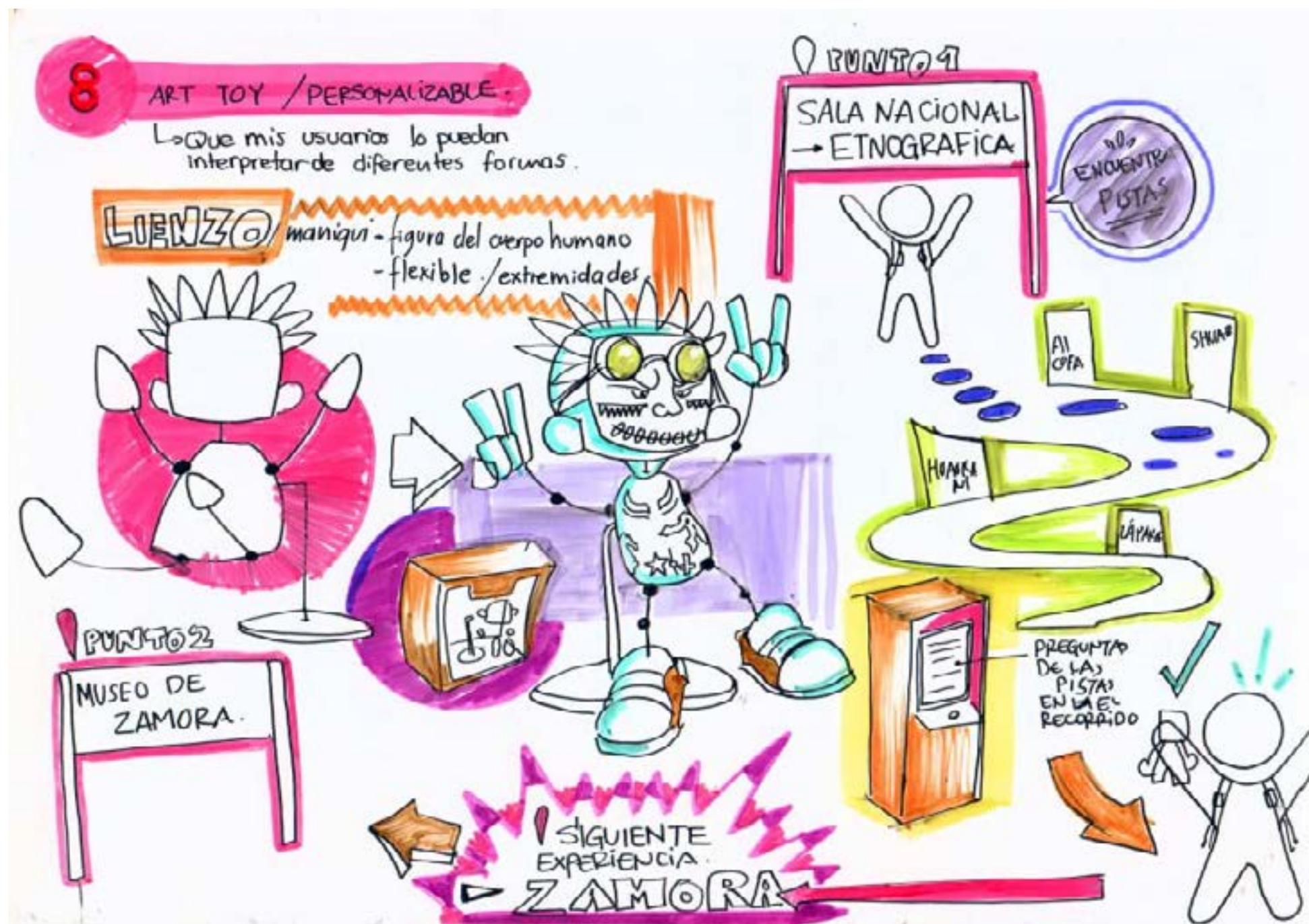


Ilustración 63 Ideación 8

IDEA 9



Ilustración 64 Ideación 9

IDEA 10



Ilustración 65 Ideación 10

Al obtener diez ideas principales del proyecto se busca la manera de simplificar, a tres ideas concretas que nos permite encontrar características de producto que se desarrolla en una idea final presentados a continuación:

CONCRECIÓN 1



Ilustración 66 Concreción 1

CONCRECIÓN 2

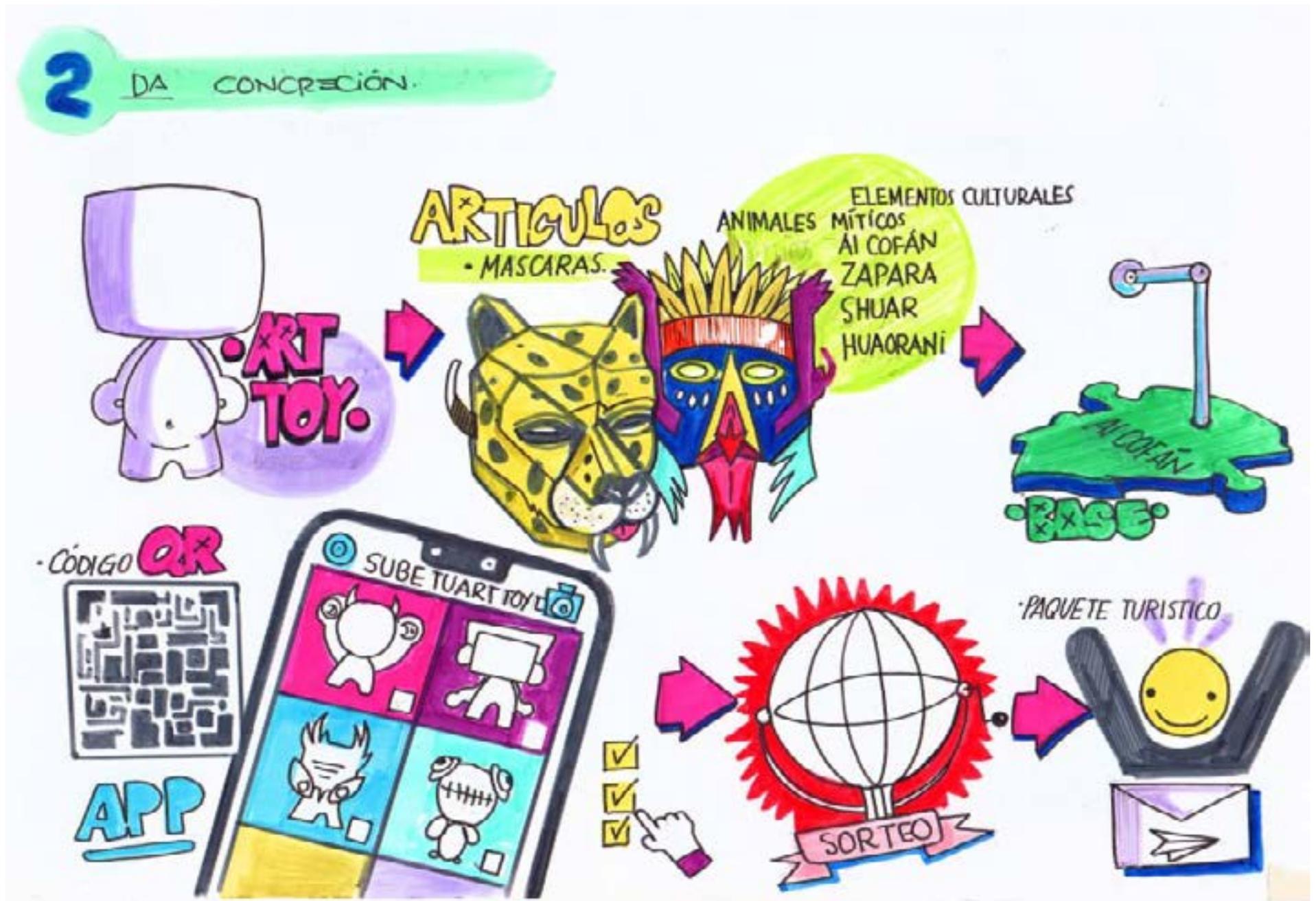


Ilustración 67 Concreción 2

CONCRECIÓN 3

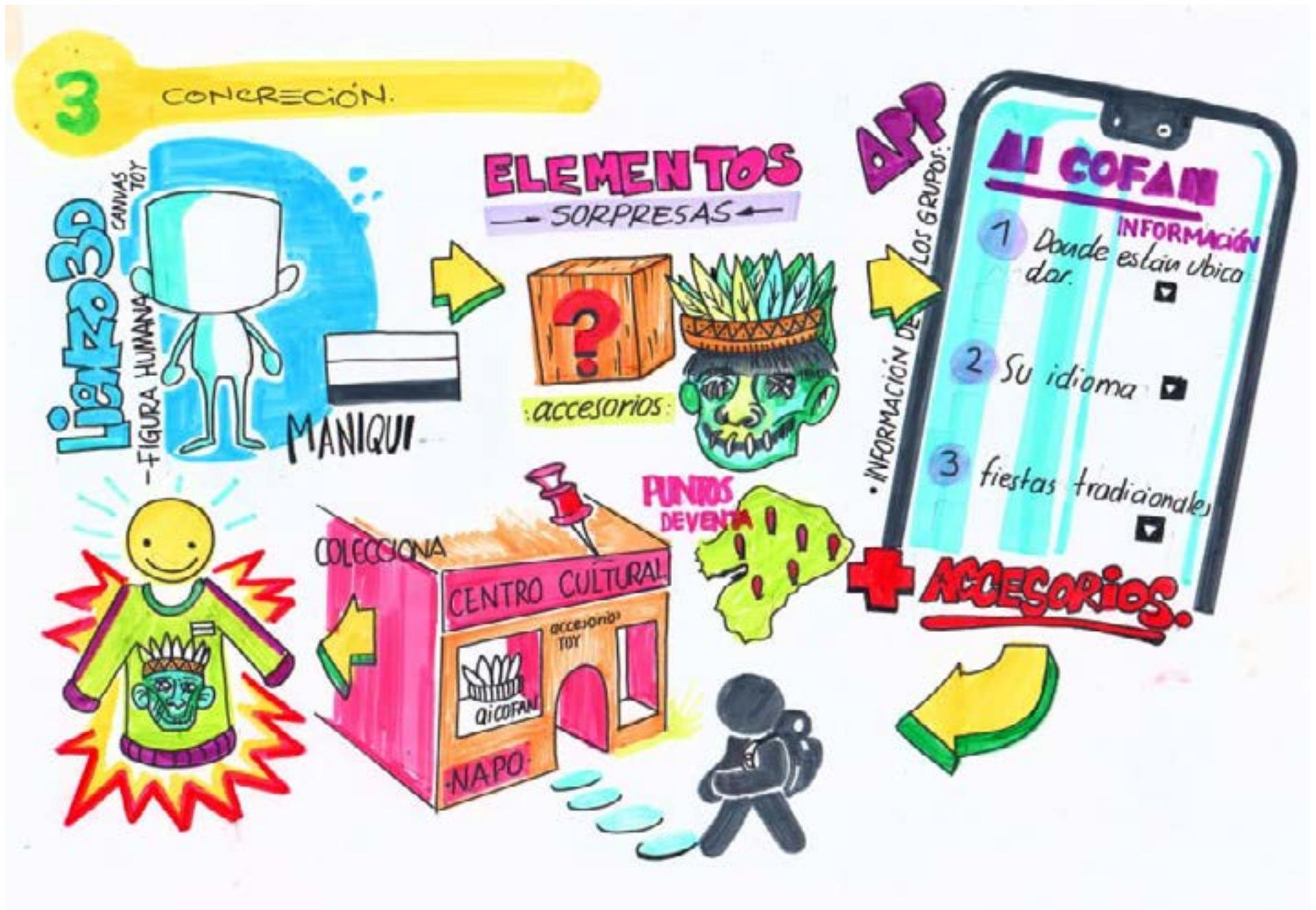


Ilustración 68 Concreción 3

IDEA FINAL

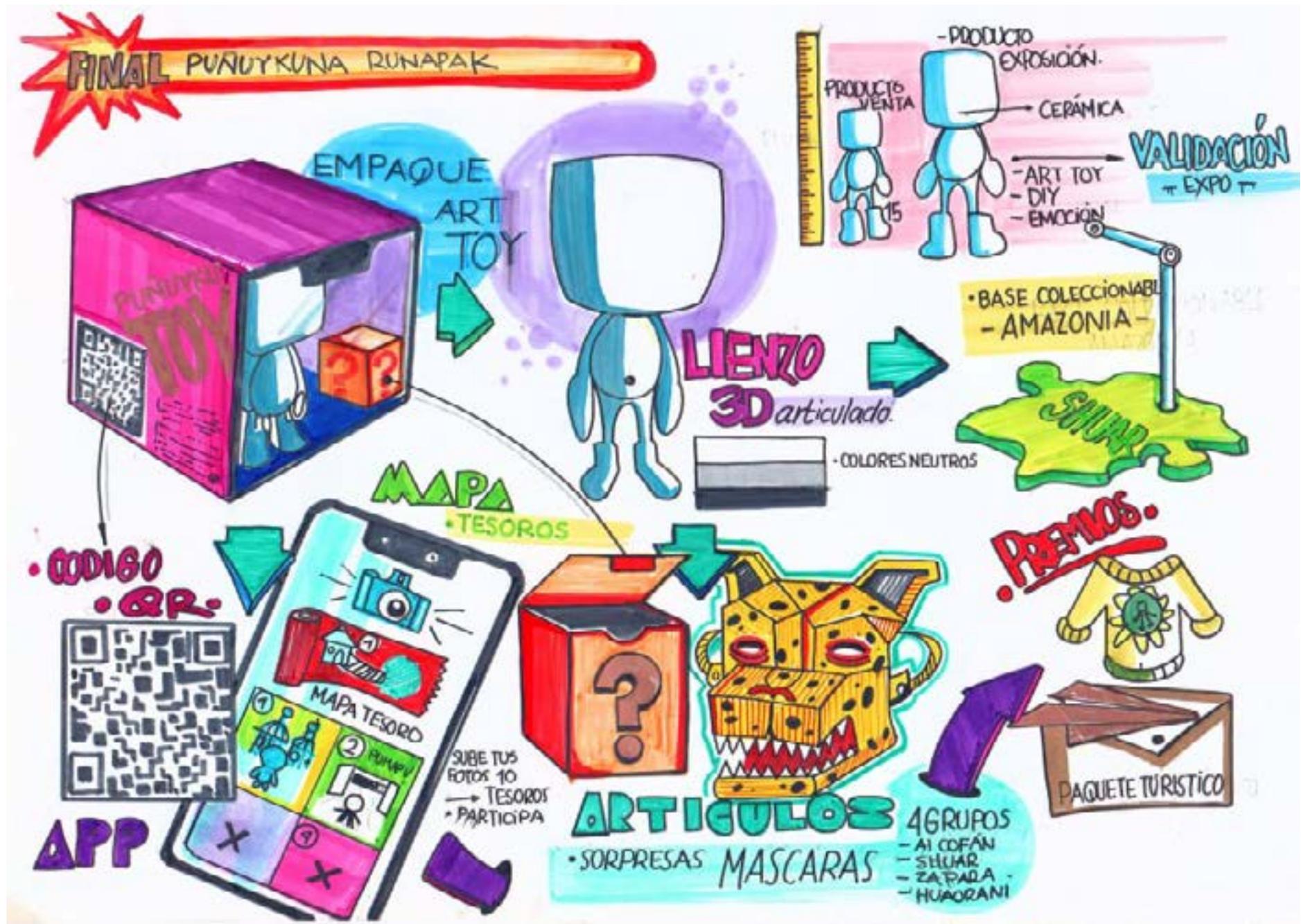


Ilustración 69 Idea Final

La idea final se concretó de la siguiente manera:

El producto se caracteriza por su funcionalidad, partiendo desde el empaque en donde encontramos un lienzo base para su personalización (DIY), además contara con artículos sorpresas de los cuatro grupos étnicos mencionados anteriormente, en este caso una máscara característica de cada grupo y una base coleccionable creando una silueta de la geografía del Ecuador, conjuntamente al empaque encontramos un código QR que nos llevará a una app en la cual nos explicará el objetivo del proyecto, fotografía de los art toys personalizados, y puntos de venta a nivel nacional, generando concursos en los cuales se incentivará a nuestro público objetivo hacia coleccionismo del producto.

4.2 PARTIDAS DE DISEÑO

El objetivo de las partidas de diseño es encontrar al producto su parte formal, funcional y tecnológica, se realizó un cuadro conceptual de las características principales de cada grupo para encontrar sus rasgos físicos estéticos, en los cuales se realizará un estudio morfológico.

Además de toda la información recolectada se llegó a conceptualizar la forma base y las características principales que tendrá el producto en sus accesorios y al momento de ser construido, lo cual se presenta a continuación, en el proceso que se usó para cumplir con la parte formal, funcional y tecnológica.

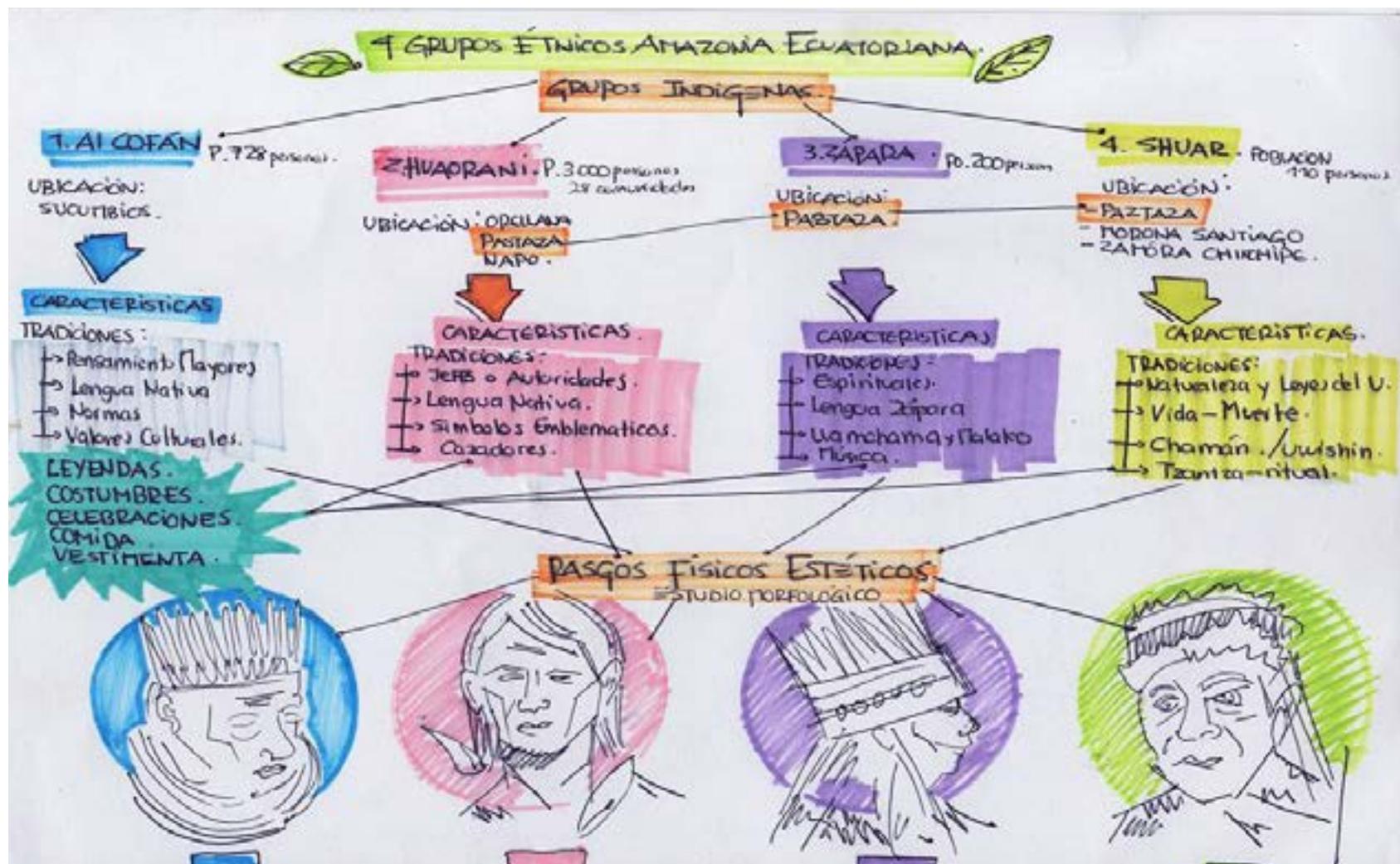


Ilustración 70 Ideación condicionantes

4.2.1 PARTIDA FORMAL

Según (Wong, 2015) Las formas y trazos se pueden producir espontáneamente cuando estamos experimentando la forma con la cual vamos a trabajar obteniendo efectos gráficos, en donde se puede incorporar sentimientos y emociones durante el proceso, dando por resultado un tipo de expresión artística que refleja nuestra personalidad en forma de nuestros gustos e inclinaciones. Este es el enfoque intuitivo de la creación visual.

Por lo contrario, podemos tener un conocimiento previo a partir de la problemática con la que tenemos que enfrentar. Cuando definimos los objetivos y los límites, analizamos las situaciones, en donde consideramos todas las opciones disponibles, escogemos los elementos para sintetizarlos y tratamos de llegar a las soluciones más apropiadas. (Wong, 2015)

Además, se realiza un estudio de figura en donde se parte de ideas lineales las cuales se concretan en la silueta a trabajar



Ilustración 71 Collage de ideación y maqueta a escala

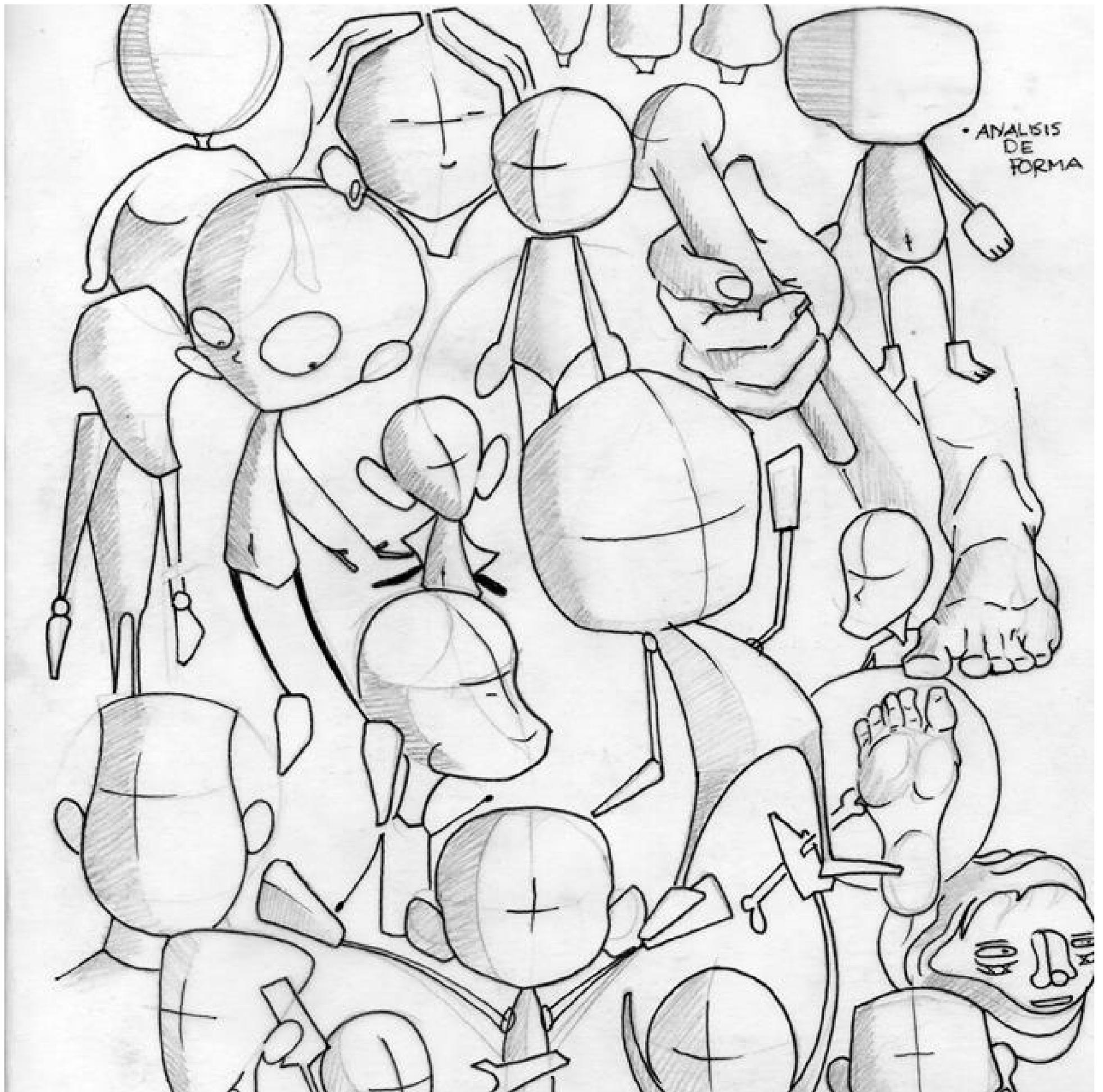


Ilustración 72 Proceso morfológico en trazos lineales.



Por lo tanto, el proceso morfológico empieza desde el estudio de la figura humana, teniendo en cuenta la esencia característica de los niños de los cuatro grupos étnicos de nuestro proyecto.

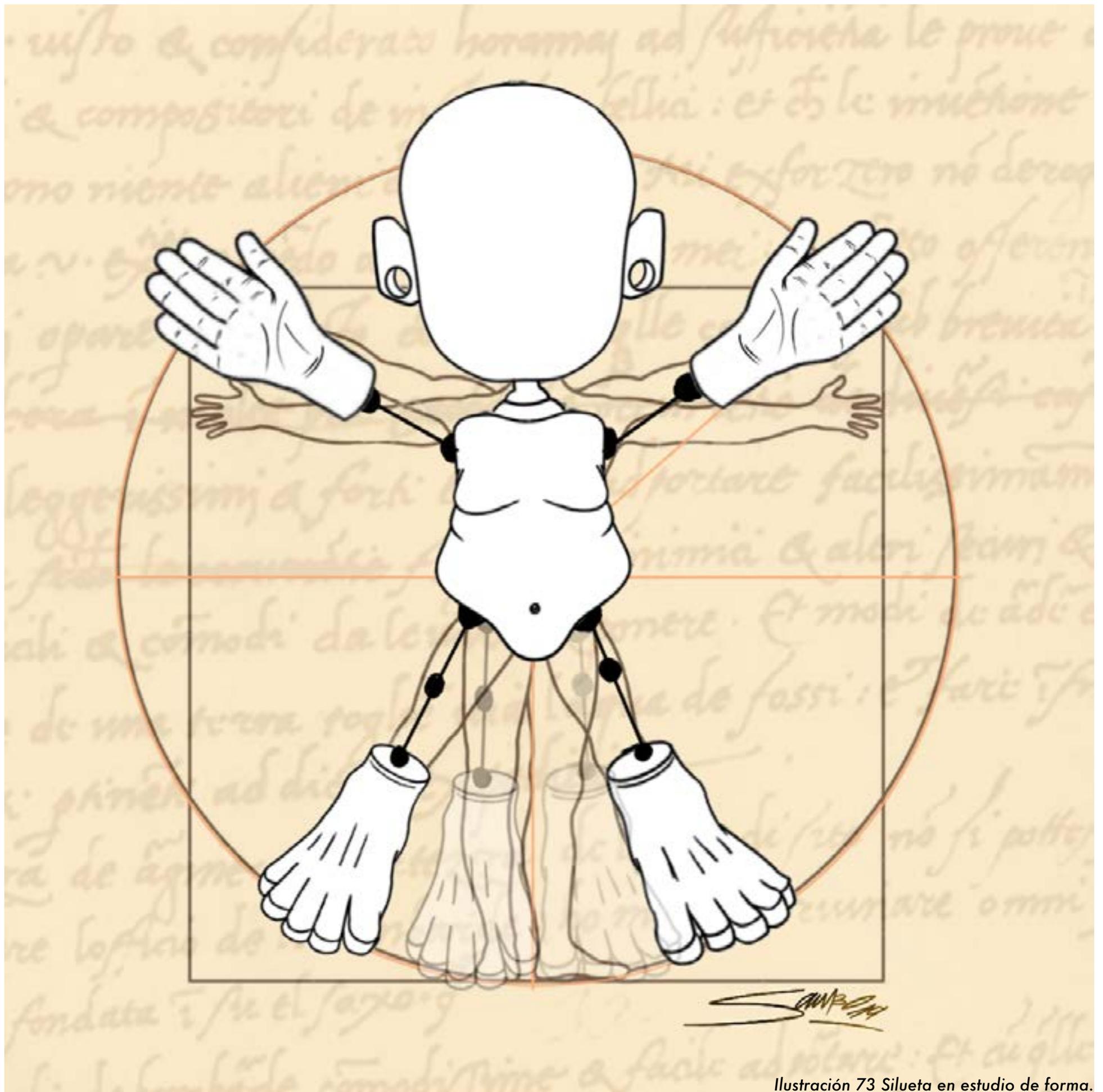


Ilustración 73 Silueta en estudio de forma.

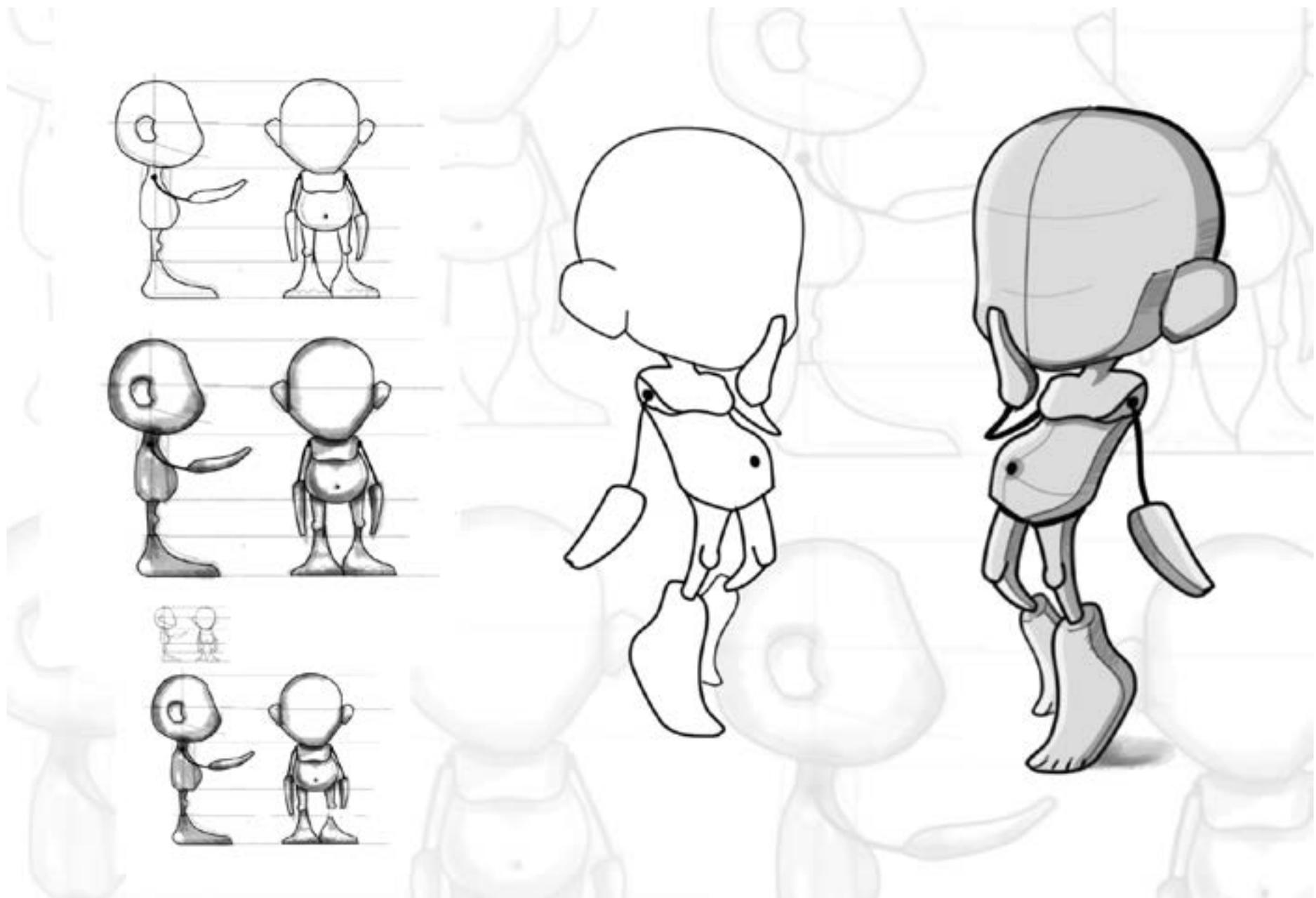


Ilustración 74 Concreción morfológica.

Jugar con las escalas normales nos lleva a encontrar un lenguaje visual propio del art toy, por lo tanto, los puntos más visibles en este caso sus extremidades manos, pies, torso y cabeza serán trabajados a una escala mayor a manera de crear varios focos de atención en la figura, dando un impacto emocional fuerte de interacción con el producto.

Al momento de crear una figura extravagante nos hace cumplir con el diseño emocional, ya que, al encontrar muchos detalles en su estructura, el producto lleva a ser admirado por el usuario, creando una figura para el disfrute visual de las personas.



Ilustración 75 Estudio morfológico.



Ilustración 76 Estudio de elementos característicos.

El análisis de los diferentes elementos representativos y propios de cada grupo también es importante ya que son detalles básicos como el manejo de expresión y movimiento en sus extremidades, dando una esencia característica hacia el personaje que se piensa llegar.

El manejo de la expresión y su postura es importante ya que son cualidades propias de un personaje, la expresividad de un elemento trasmite emoción creando una ilusión de movimiento.

Además, en el estudio de la forma se puede ir encontrando elementos propios que nos servirá para el desarrollo de los accesorios del producto.

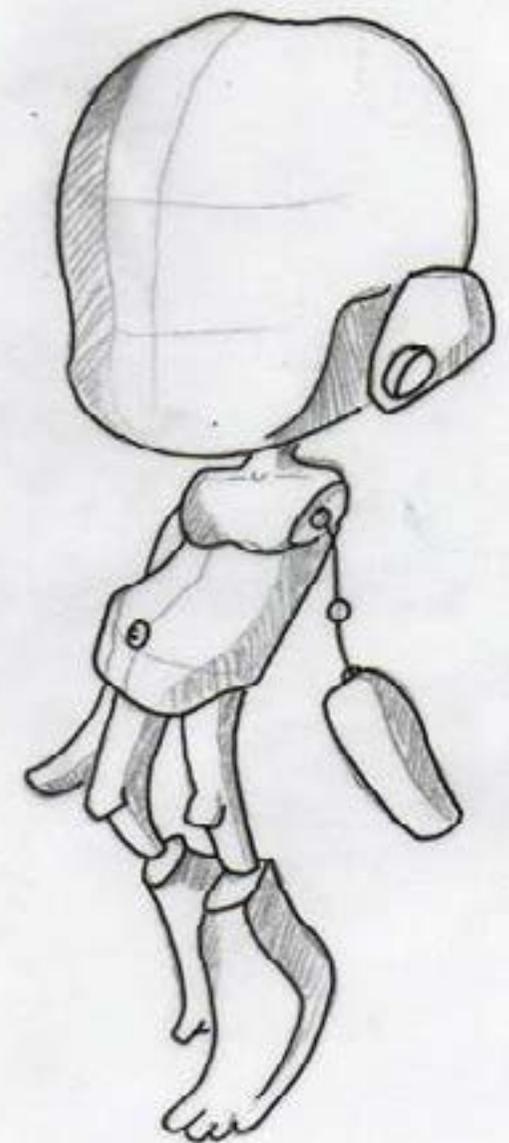


Ilustración 77 Estudio de forma y movimiento.



Ilustración 78 Estudio de posición

En nuestro proyecto simplificar la forma es importante, ya que debe cumplir con el concepto DIY (hazlo tu mismo) mencionado en el marco teórico por lo tanto se trabajará en una gama de colores neutros, a manera de dejar abierta la imaginación de nuestro usuario al momento de su personalización.

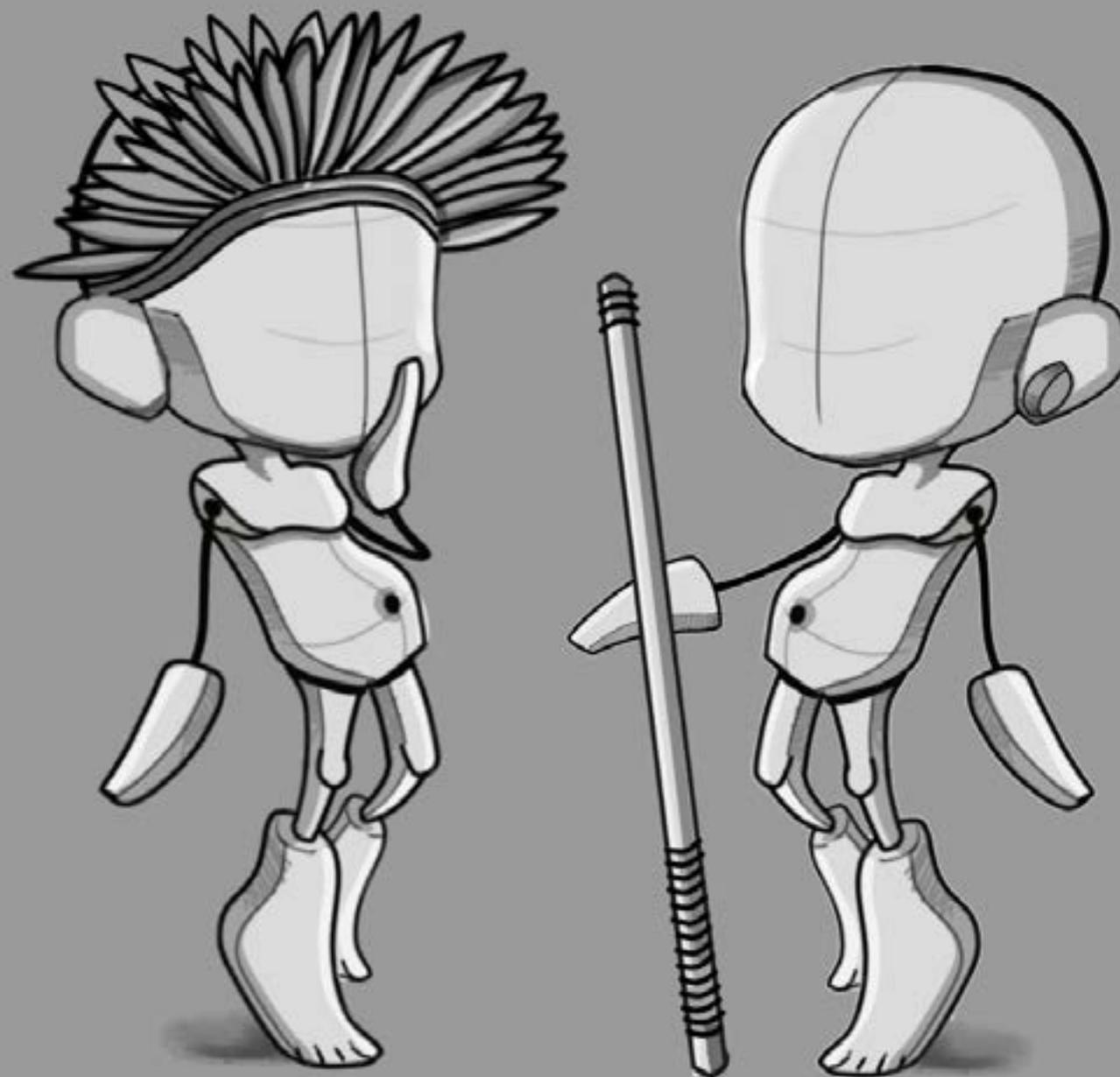


Ilustración 79 idea formal de art toy base.

FORMA



El art toy base se caracteriza por ser un lienzo tridimensional el cual se lo podrá personalizar e ir adaptándole con diferentes formas y figuras, los cuatro grupos étnicos del proyecto serán representados por esta forma base, creando diferencias en sus accesorios propios de cada grupo étnico.

El análisis morfológico de nuestro proyecto se concreta en detalles constructivos que tendrá el mismo, tomando como puntos de atención la cabeza, el torso, los pies y las manos tratando de generar una estructura propia de un niño indígena amazónico, y sus rasgos característicos simplicados en elementos de colección.

Por lo tanto, su forma se llegó a concretar de la siguiente manera.



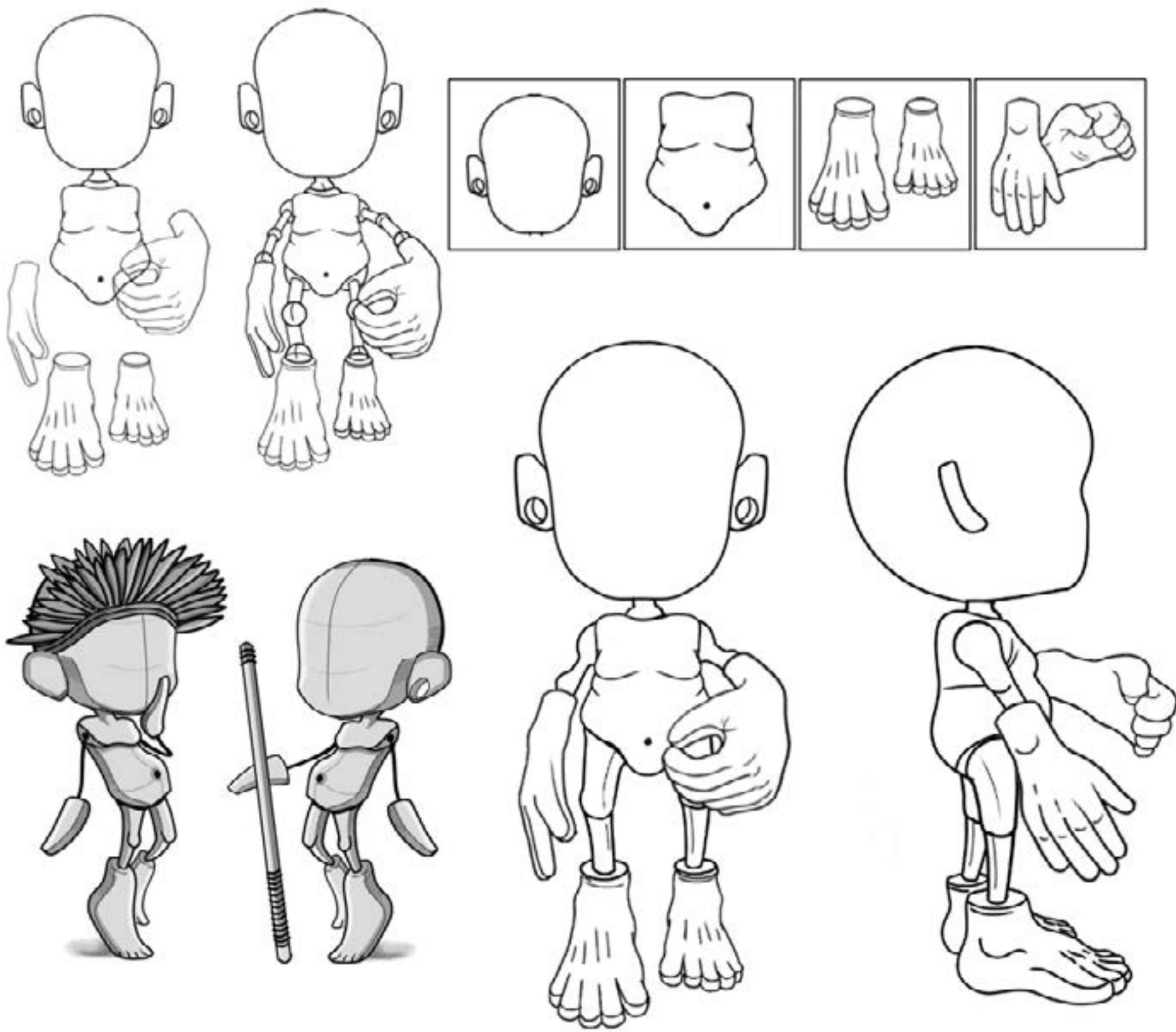
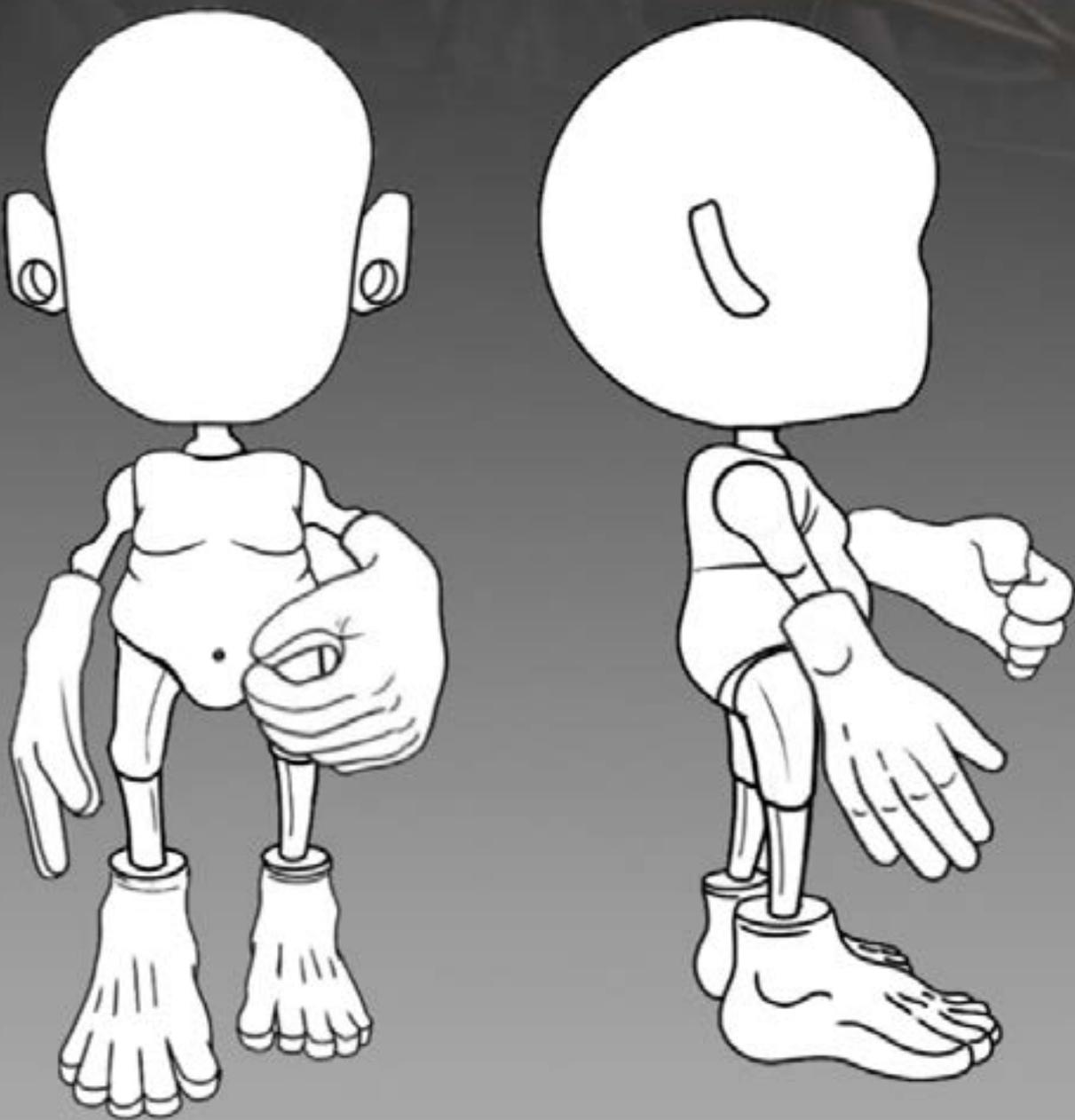


Ilustración 80 Idea formal de art toy y sus partes .

WAWA
INDI



Tomando en cuenta las necesidades del usuario, el objeto debe realmente cumplir una función, en donde la forma debe tener protagonismo y no mostrarse invisible frente a su usabilidad.

(NORMAN, 2004)

Ilustración 81 Idea concreta..

4.2.2 PARTIDA FUNCIONAL

El producto constará de diferentes estrategias, se manejará un lenguaje visual mediante el art toy y un lenguaje descriptivo, mediante una aplicación móvil. Lo cual nos lleva a cumplir con el objetivo de nuestro proyecto, difundir la pluriculturalidad de la región amazónica del Ecuador.

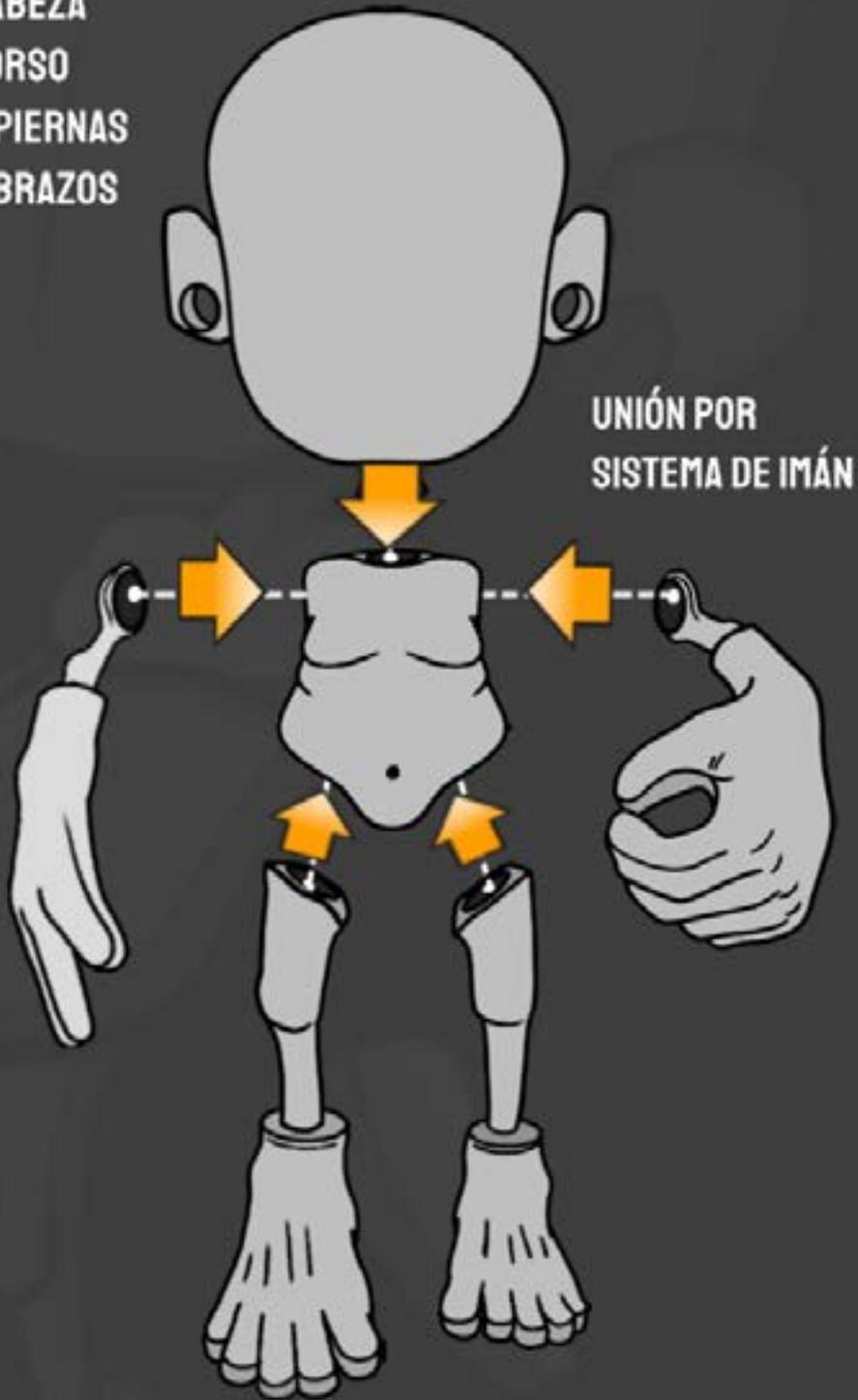
Al Art Toy base de nuestro proyecto se lo denomina como WAWA INDI que nace del quechua que significa (wa-wa) bebe (indi) Indígena, lo cual constara de seis elementos armables: Cabeza, Torso, sus piernas y brazos, los cuales se adaptaran por un sistema de imán, de tal manera que el usuario pueda jugar con la postura del producto y a la vez comodidad al momento de su personalización.

Los elementos sorpresas se generan a partir de rasgos culturales característicos de los cuatro grupos étnicos, llevándolo a un concepto propio del art toy, el cual se denomina blind box (Caja ciega) que no es más que al momento de la compra, el comprador no sabe que figura contiene el Packaging, generando coleccionismo y a la vez venta de accesorios individuales.

6 ELEMENTOS

ARMABLES:

- CABEZA
- TORSO
- 2 PIERNAS
- 2 BRAZOS



ELEMENTOS

SORPRESA:

- ACCESORIO CARACTERÍSTICO
- BASE REGIÓN AMAZÓNICA

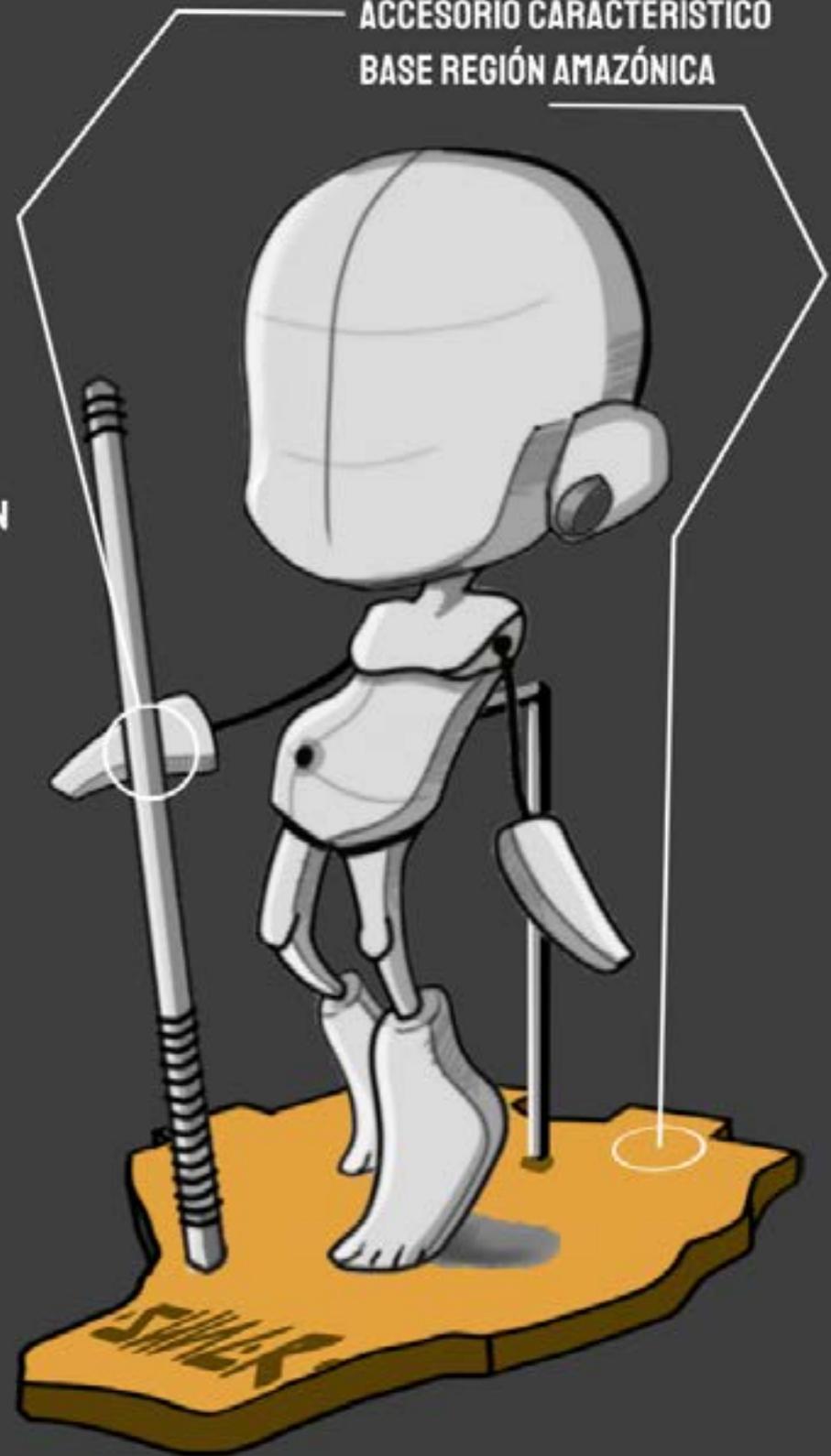


Ilustración 82 Elementos del producto.

El empaque también es parte de la función de nuestro producto ya que organiza los diferentes elementos armables, elementos sorpresas y maneja una línea grafica que genera conocimiento de algunas características propias de nuestro país, tales como: Ecuador latitud cero, en la mitad del mundo (0° 0' 0").

El empaque además cuenta con una estructura de orden de piezas, el cual estará cubierto con un material protector, a manera de proteger el producto durante el transporte o almacenamiento del mismo.

- Características del empaque:
- Protege al producto
- Amigable e innovador
- Resistente
- Fácil transporte
- Elementos de identidad visual.



0° 0' 0"

Ilustración 83 Idea de empaque.

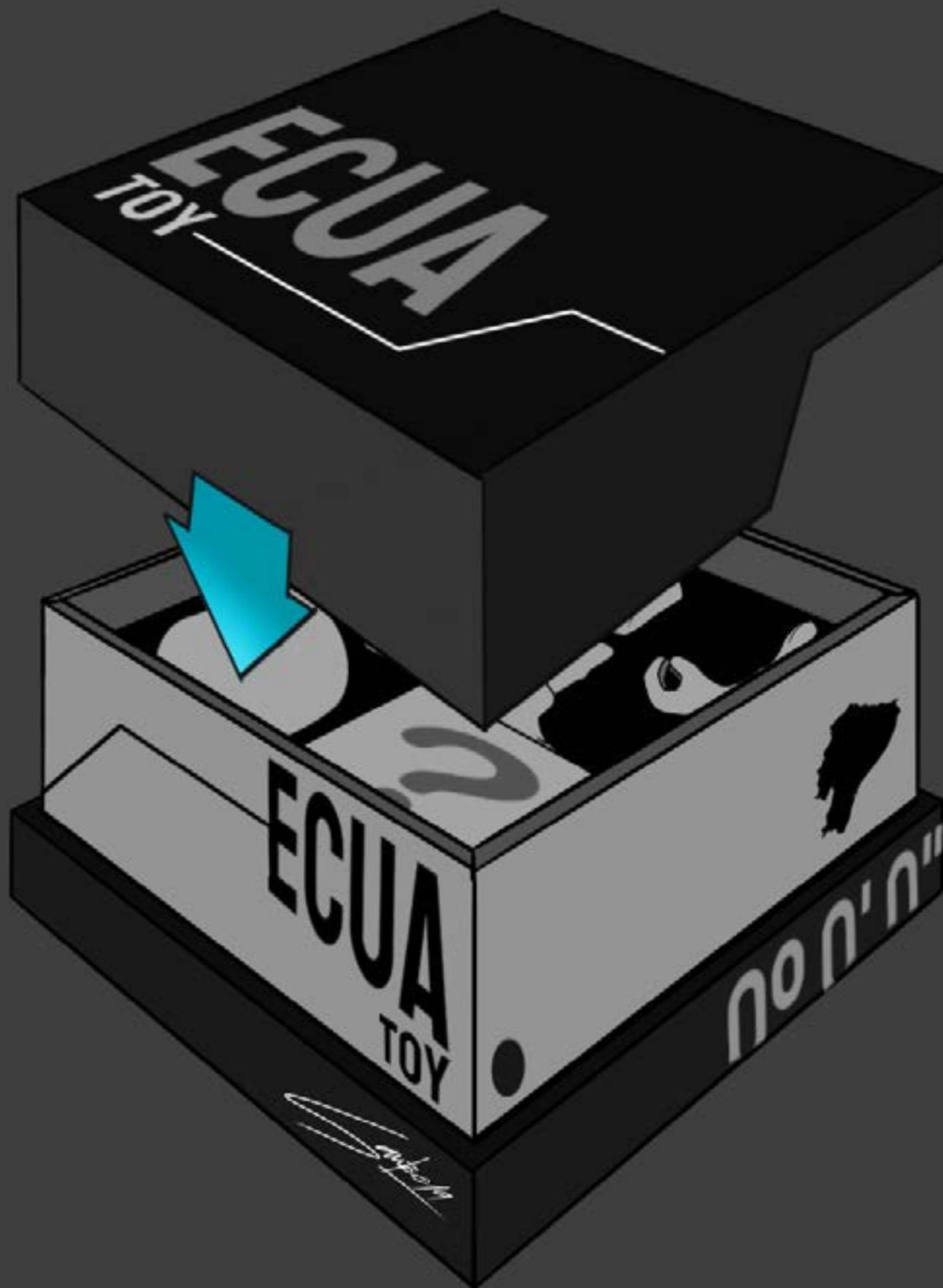


Ilustración 84 Función de empaque



A manera de difundir características de los cuatro grupos étnicos de la amazonia, se agregó un código QR en el empaque, el cual, al momento de ser escaneado, nos llevará a la descarga de la aplicación móvil que tendrá nuestro producto, agregando valor al Packaging, lo cual ofrece exclusividad e innovación en el empaque, a manera de comunicarse con el cliente de manera visual y brindar una mayor función al momento de su compra.



Ilustración 85 Función de empaque código QR.

APLICACIÓN MÓVIL

La aplicación desde un elemento idea como muestra la imagen, funcionara de la siguiente manera:

1. La aplicación será descargada desde una plataforma mediante un código QR escaneado desde el empaque. El cual te permitirá el acceso a la APP WAWA INDI.
2. Una vez descargada la aplicación, encontrarás un menú principal en donde se desplazan 4 botones principales que contienen: información del proyecto, fotografía de los diferentes art toys personalizados, accesorios en una tienda virtual, y puntos de venta del producto.
3. En el icono de información del proyecto, encontramos características principales de los cuatro grupos amazónicos, lo cual ayudará a difundir y dar a conocer la cosmovisión de los mismos, además explicara en un proceso breve, la estructura que tiene el proyecto.
4. En el icono de fotografía, encontramos diferentes art toys personalizados por artistas, ilustradores, graffiteros, diseñadores, etc. Lo cual ayudara de referencia para nuestro usuario al momento de la personalización del producto
5. En el icono de tienda virtual, encontramos una plataforma de accesorios que se irán complementando a la figura base de acuerdo a los gustos del usuario. Podrán ser comprados por línea o a su vez en las diferentes tiendas de distribución.
6. En el icono de puntos de venta, relacionamos a diferentes tiendas de distribución y mediante la aplicación nos dará la ubicación de estas distribuidoras de WAWA INDI.

APP ART TOY

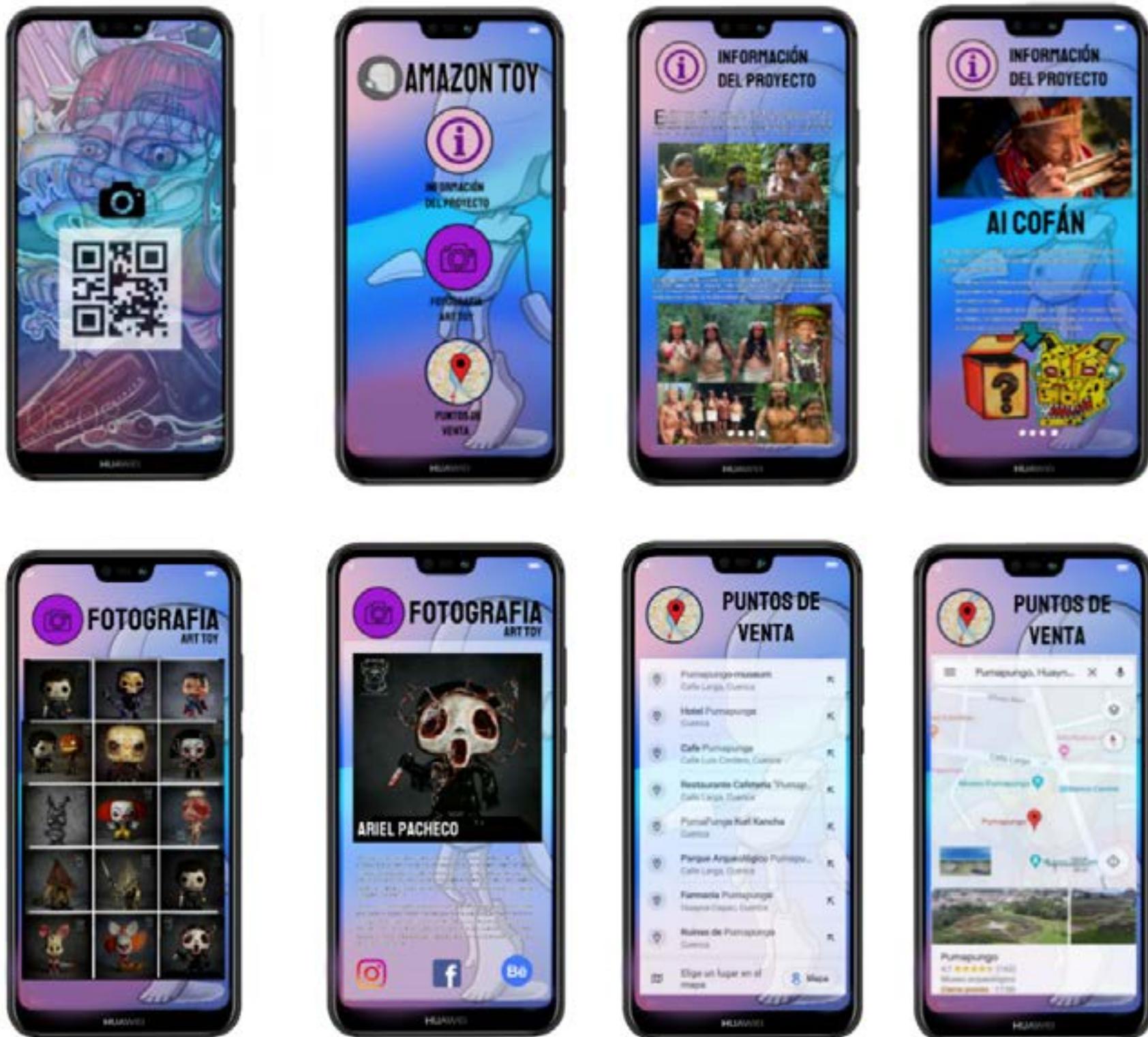


Ilustración 86 Idea de aplicación móvil.

La Base coleccionable de nuestro producto nos lleva a una relación directa con nuestro usuario, ya que al ser un elemento de colección generará motivación de compra por nuestro usuario. Por lo tanto, lo que se pretende es trabajar en una silueta de la geografía del Ecuador, creando una estructura hexagonal que den a conocer las diferentes regiones que tiene nuestro país.

BASE COLECCIONABLE DEL **ECUADOR**

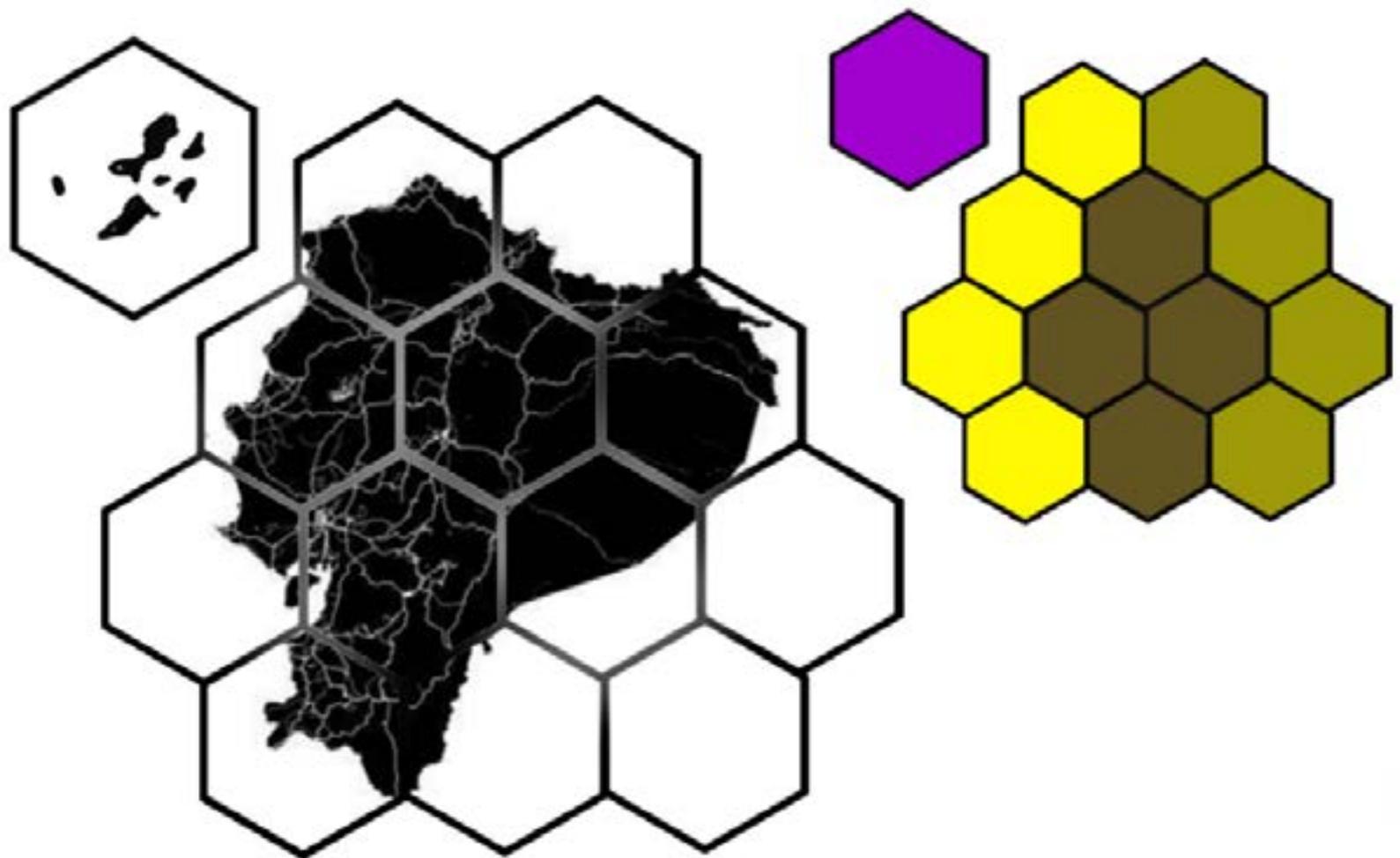


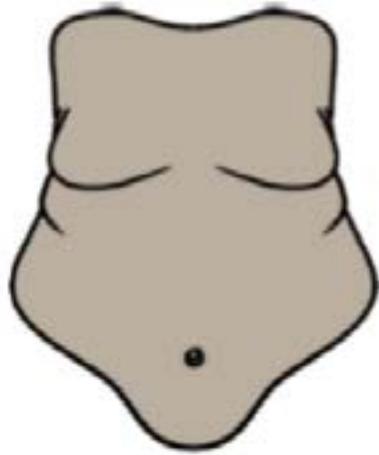
Ilustración 87 Idea de base coleccionable.

4.2.3 PARTIDA TECNOLÓGICA

Para la construcción de nuestro producto se utilizará tecnología de moldes, para llegar a una producción en serie de las diferentes piezas que contiene WAWA INDI, por lo tanto, es importante hacer un análisis breve de como funcionaria dichos moldes y la producción de cada elemento. El producto será construido en dos escalas, por lo tanto, para la escala pequeña se realizará moldes de caucho-silicón y su producción en resina, mientras que en la escala mayor se realizarán moldes de yeso y su producción en cerámica.

A continuación, se realiza un análisis previo para la construcción de moldes

PROCESO DE MOLDE EN CAUCHO



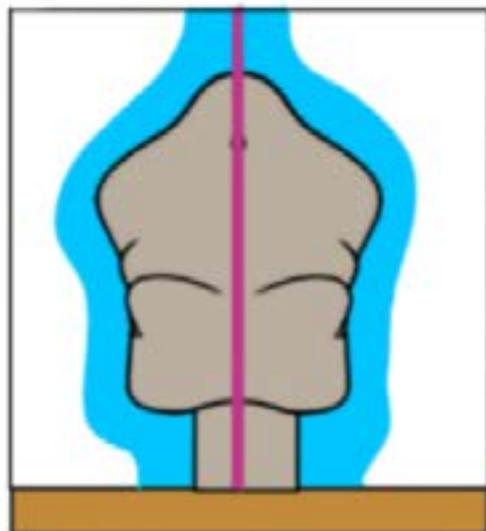
I. MODELADO EN PLASTICERA

Se elabora la matriz usando herramientas de modelado, ayudandonos de aceite industrial para texturas y suavizado.



2. CREAR CAPA PARA REGADO DE CAUCHO

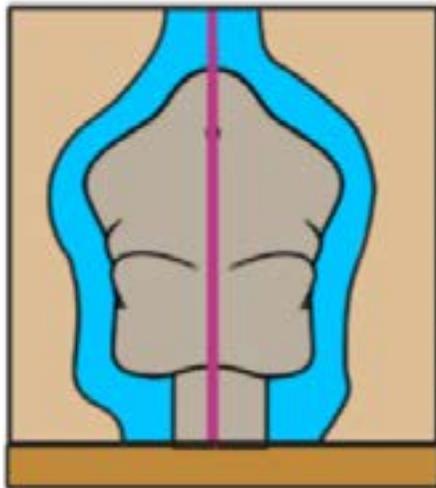
Cubrir la matriz con una capa de plastilina de 15mm a manera de crear espacio para el regado del caucho.



3. ARMAR CAJA DE CONTRAMOLDE

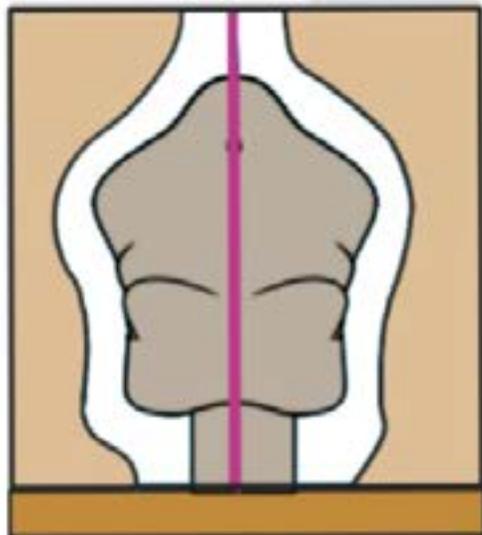
Cerrar el espacio con paredes fijas a manera de crear el espacio para el regado del yeso, además dividir en 2 partes con una lámina de acetato.

PROCESO DE MOLDE EN CAUCHO



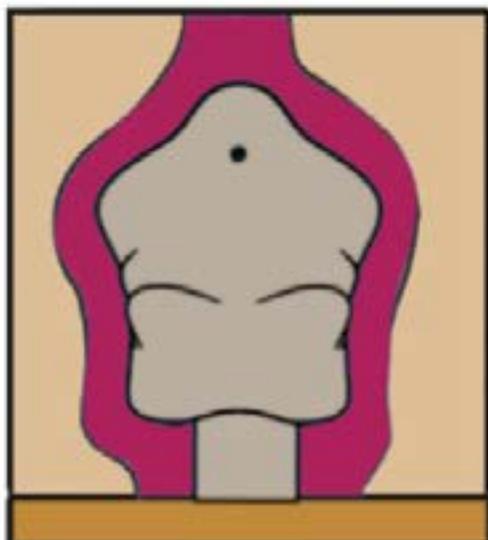
4. REGADO DE YESO PARA CONTRAMOLDE

Se prepara el yeso en un recipiente con agua y se lo vierte en el espacio como muestra el dibujo, a manera de generar un contramolde en cubo.



5. ESPACIO PARA CAUCHO

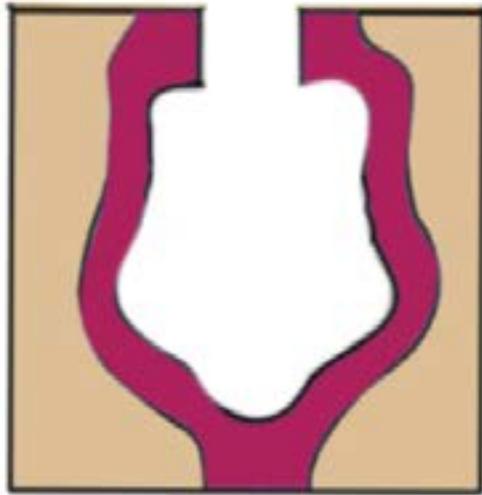
Abrimos el contramolde de yeso y se retira la plastilina a manera de crear un espacio virtual en donde será regado el caucho.



6. REGADO DE CAUCHO

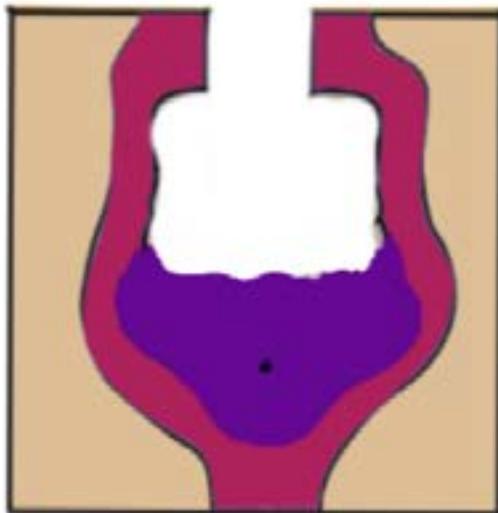
Se mezcla en proporciones similares el caucho con su secante y se vierte en un choro leve a manera de no generar burbuja, y dejamos secar 24hrs.

PROCESO DE MOLDE EN CAUCHO



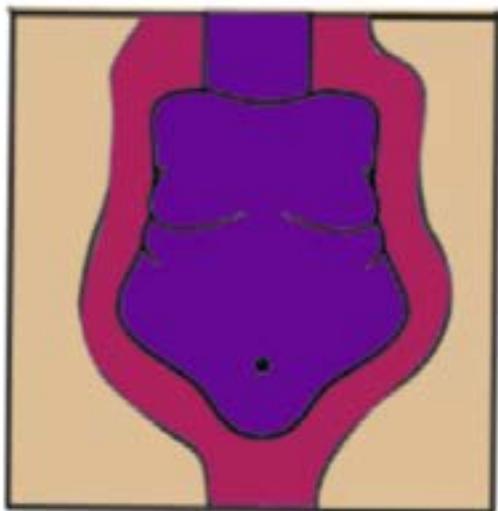
7. MOLDE Y CONTRAMOLDE

Una vez seco el caucho desprendemos las caras de la caja y nos quedamos con la parte de yeso y caucho.



8. PRODUCCIÓN EN RESINA

Se mezcla la resina poliéster con su catalizador y se vierte en el espacio de matriz.



9. SECADO DE PRODUCCIÓN

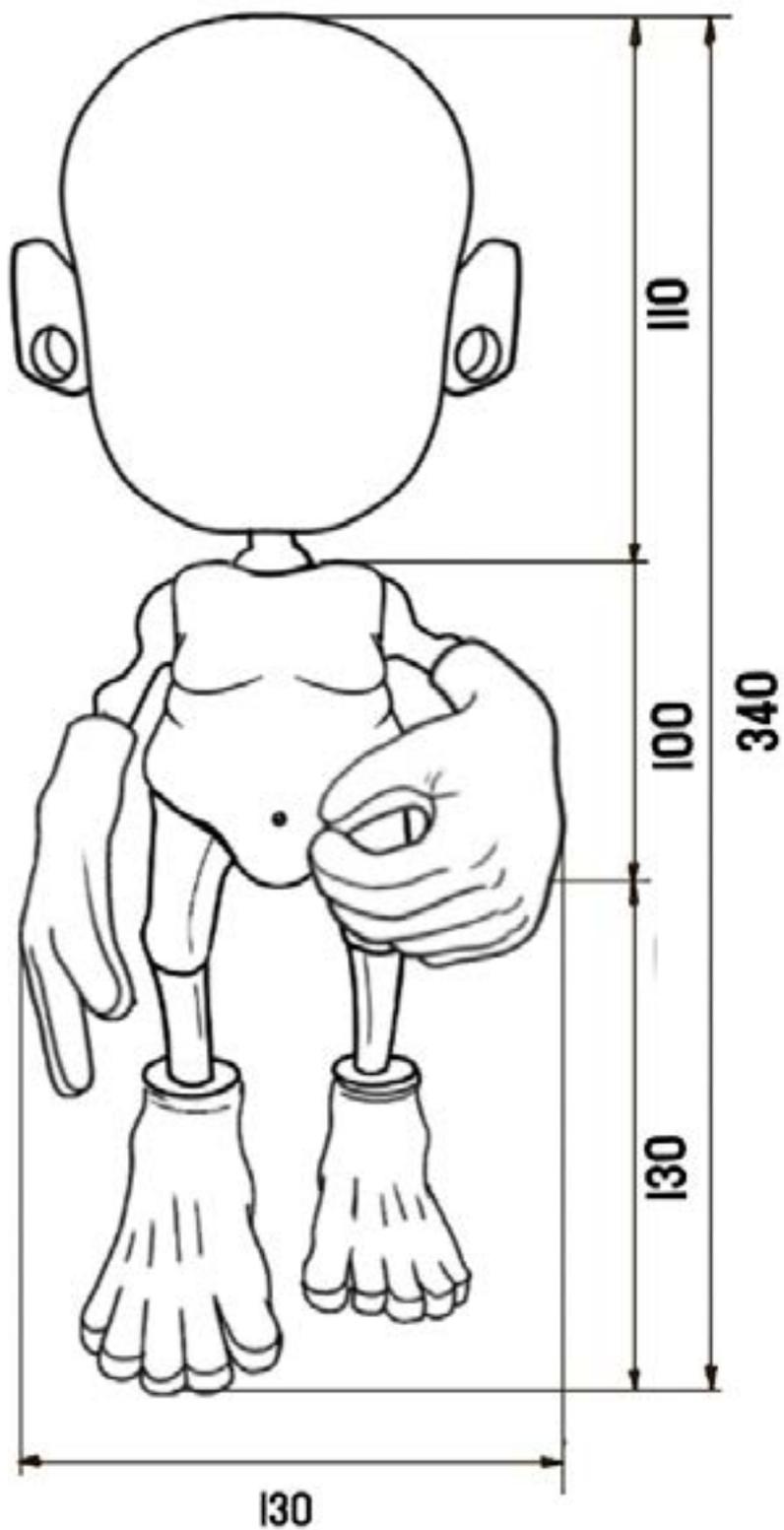
Por último dejamos secar la resina y abrimos el contramolde de yeso y el molde de caucho y empezamos la producción.



4.3 PLANOS CONSTRUCTIVOS

MEDIDAS

2X



X

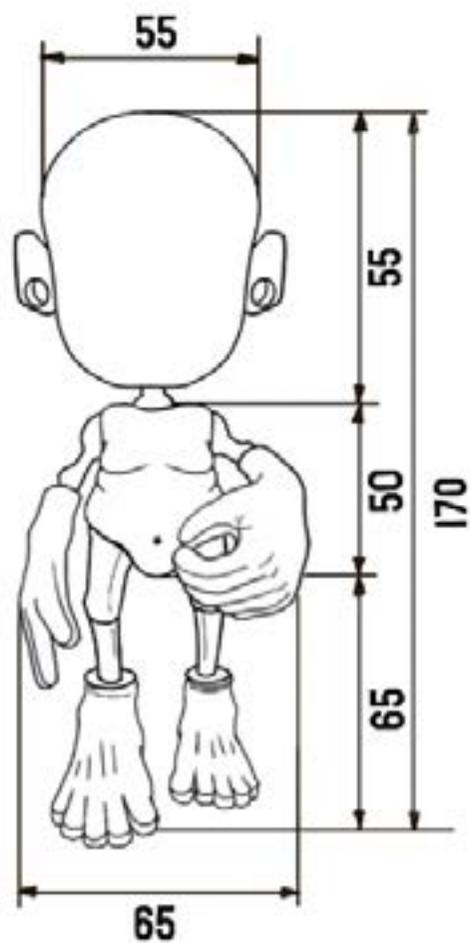


Ilustración 88 Planos constructivos

MEDIDAS CABEZA

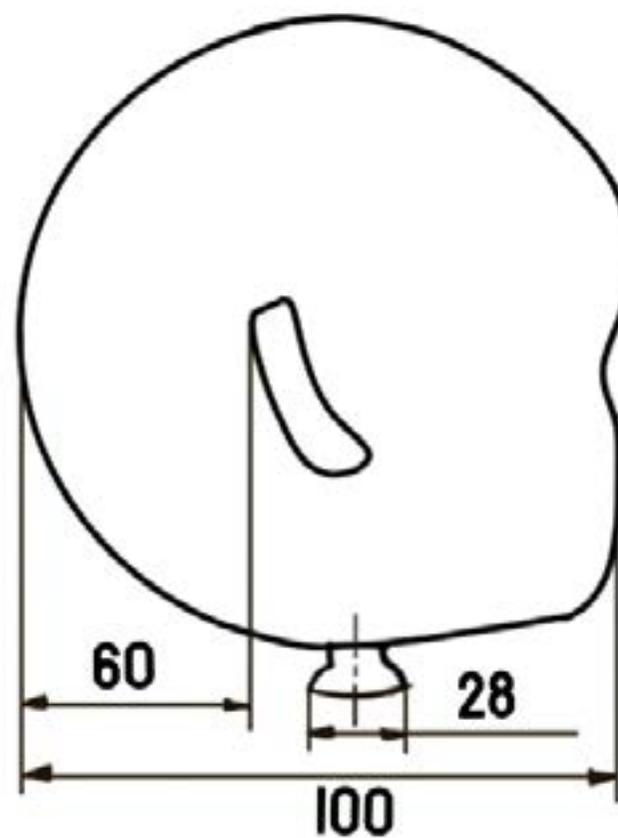
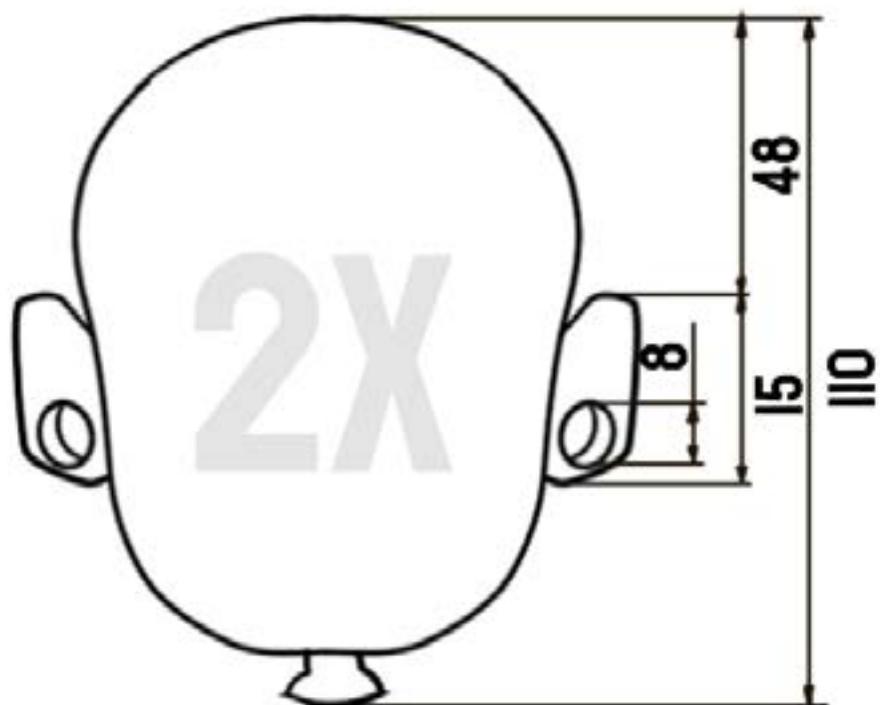
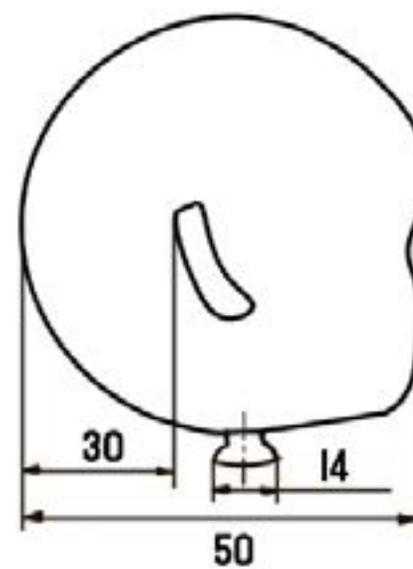
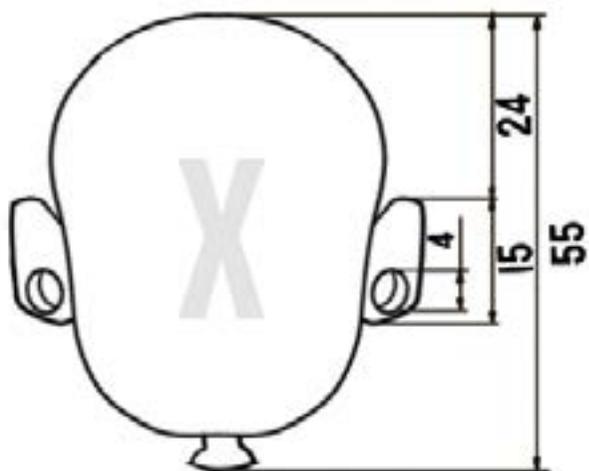


Ilustración 89 Medidas Cabeza

MEDIDAS TORSO

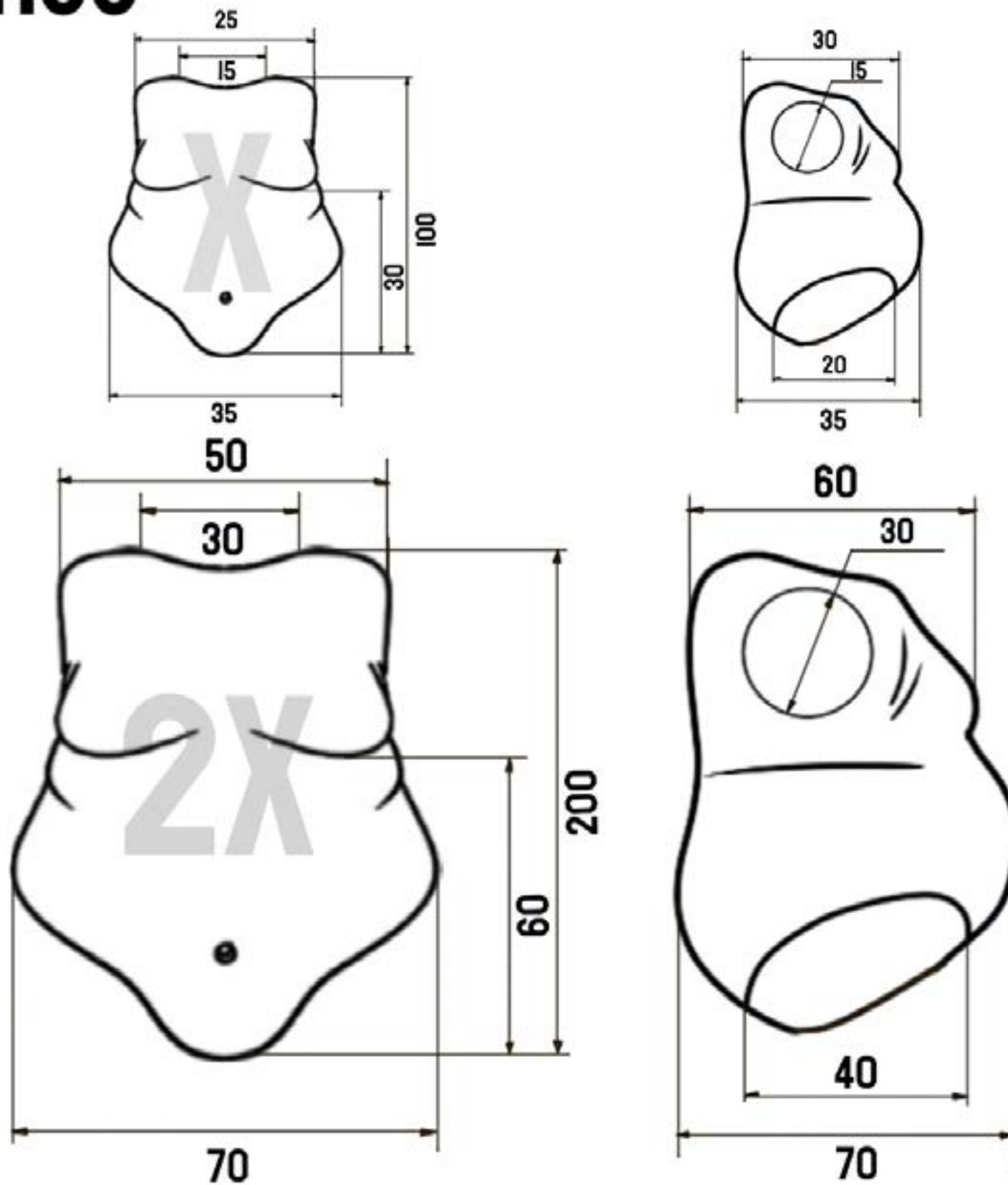


Ilustración 90 Medidas Torso.

MEDIDAS MANO DERECHA

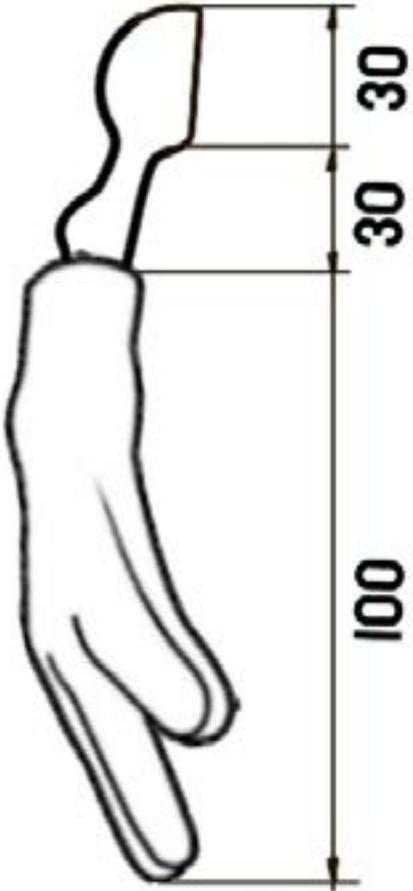
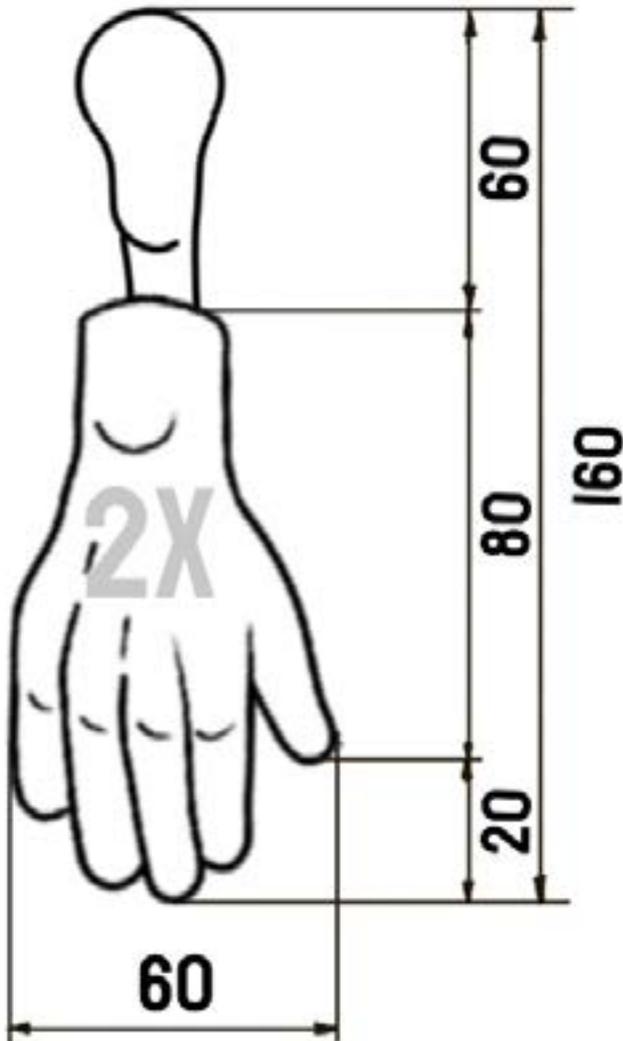
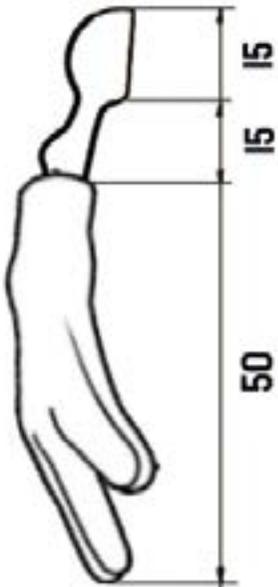
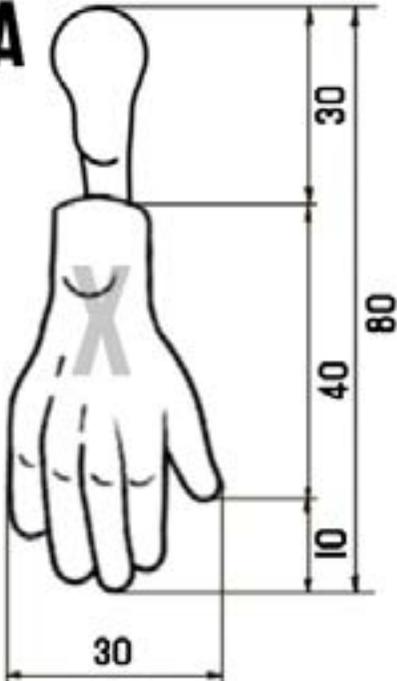


Ilustración 91 Medidas Mano Derecha

MEDIDAS MANO IZQUIERDA

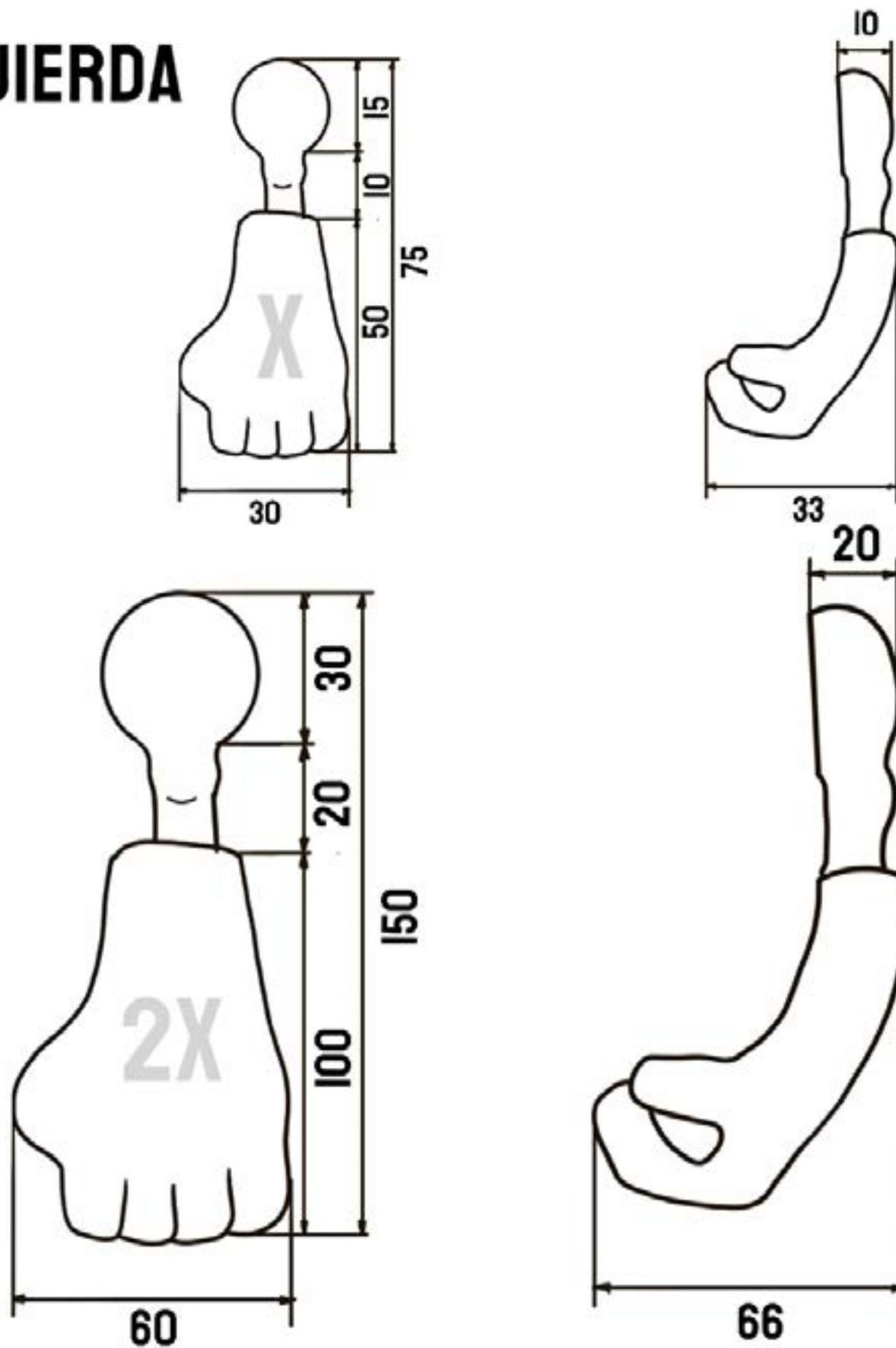


Ilustración 92 Medidas Mano Izaqueirda

MEDIDAS PIE DERECHO

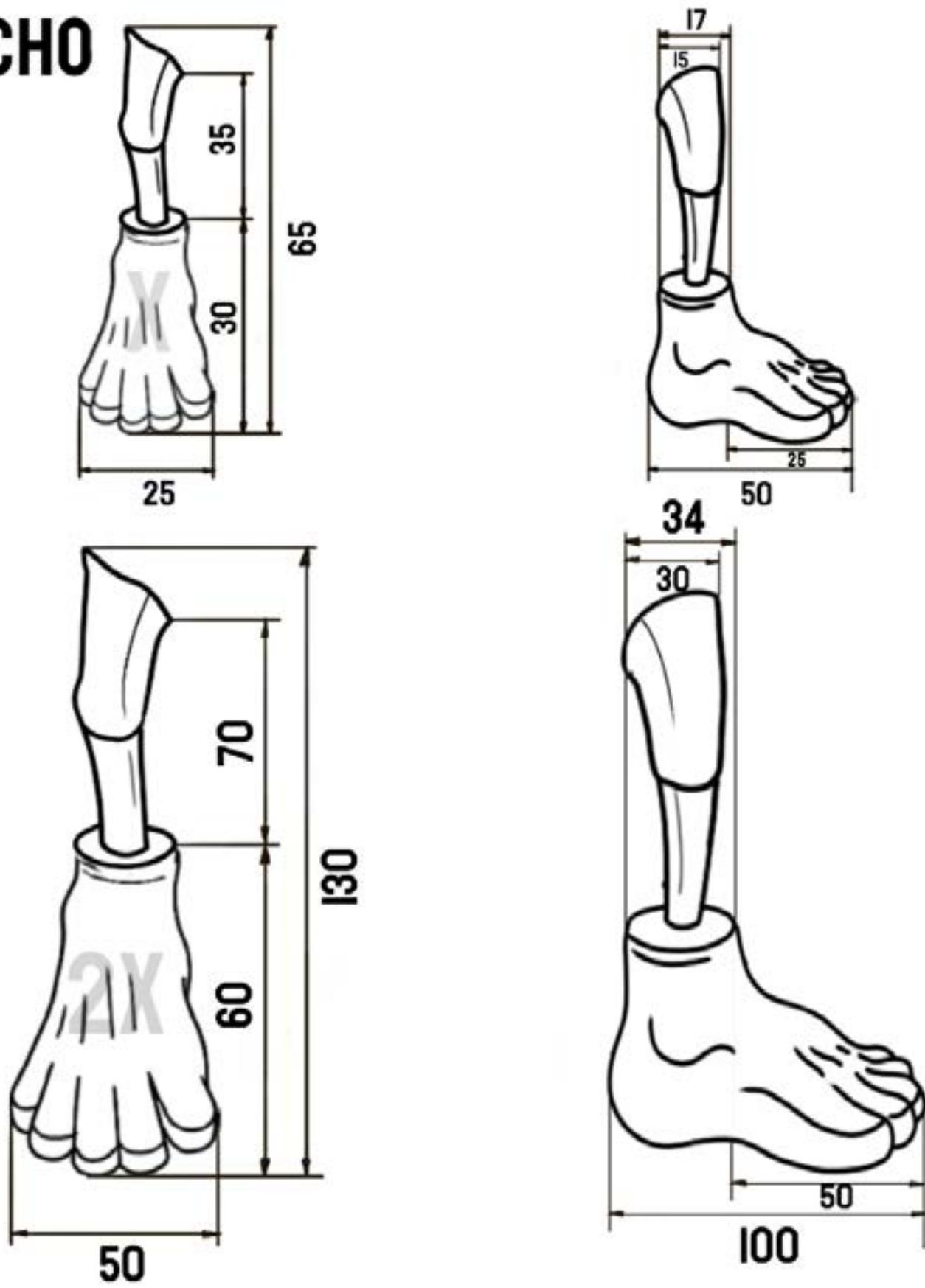


Ilustración 93 Medidas Pie Derecho

MEDIDAS PIE IZQUIERDO

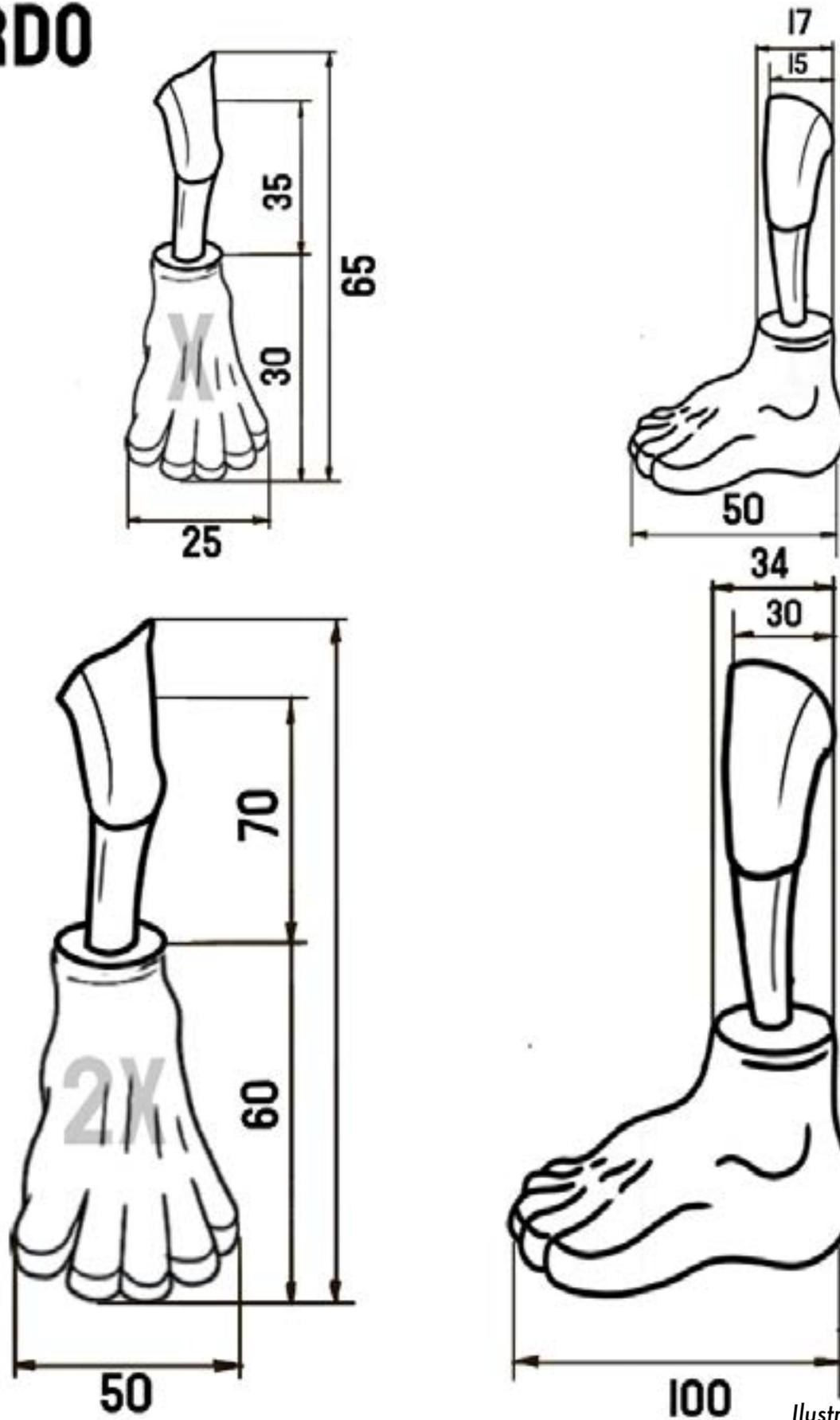


Ilustración 94 Medidas Pie Izquierdo

BASE COLECCIONABLE DEL **ECUADOR**

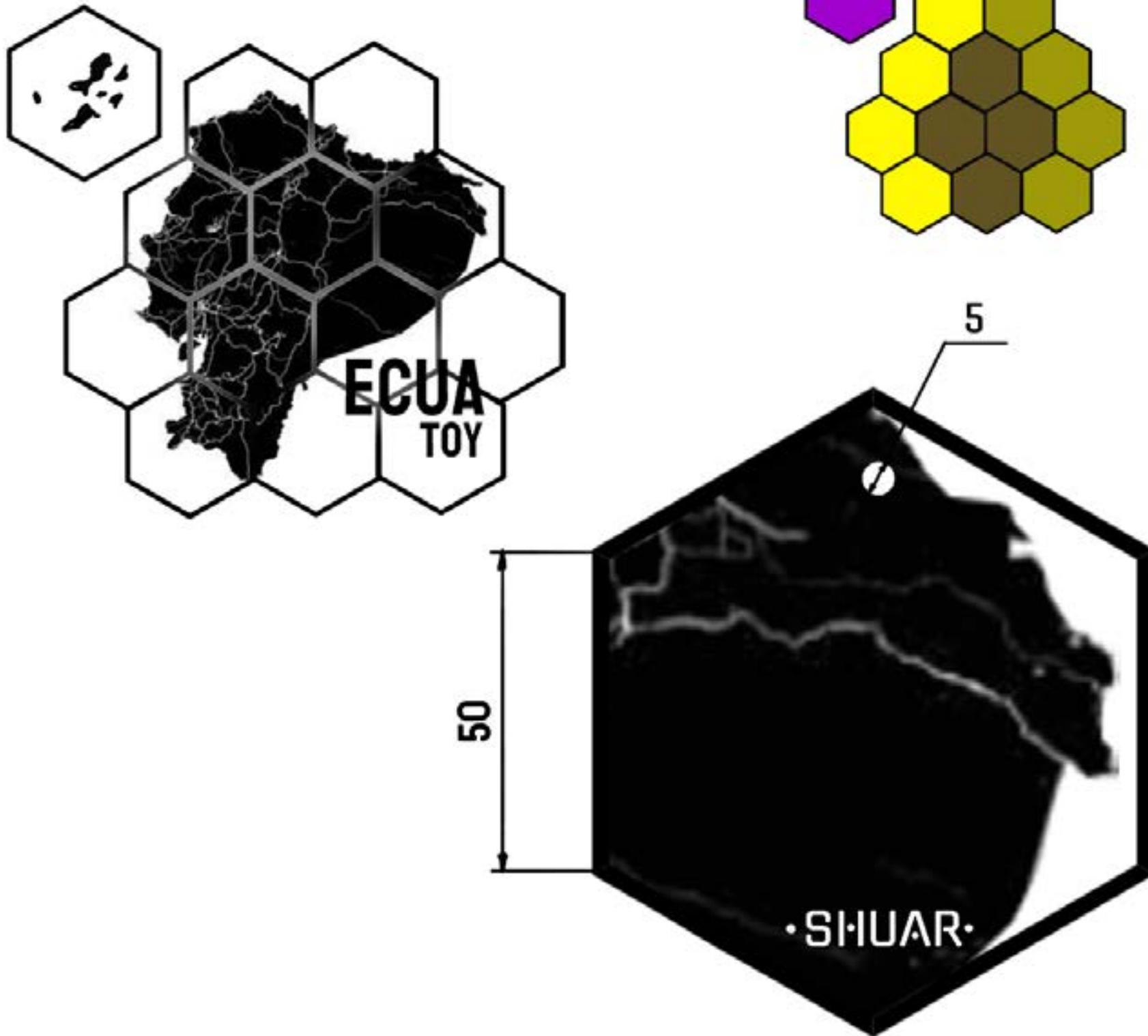


Ilustración 95 Medidas Base coleccionable

4.4 DESARROLLO DEL PRODUCTO

PRODUCTO

El objetivo del producto es difundir la pluriculturalidad de la región amazónica del Ecuador, mediante el Art toy como estética contemporánea, y varios accesorios representativos de los cuatro grupos hablados en el proyecto, de tal manera que estos representen las vivencias actuales que tiene nuestro país, generando conocimiento en el usuario, a manera de crear una iniciativa para el recorrido turístico hacia la ubicación de estos diferentes grupos.

Elementos que contiene el producto:

1. Empaque interactivo y de información visual.
2. Figura base (DIY).
3. Accesorios.
4. Base coleccionable.
5. APP WAWA INDI.
6. Manual instructivo.

PLAZA

Las plazas pensadas para el producto son museos, tiendas de diseño, o directamente con la sala nacional etnográfica del Ecuador, utilizando como sitios de distribución de WAWA INDI, ya que son puntos estratégicos y de visita al momento de conocer una ciudad o un país, lo cual le permite mayor accesibilidad de compra a nuestro usuario.

PROMOCIÓN

El medio en el cual será promocionado nuestro producto, será mediante la aplicación WAWA INDI. Además, se utilizará marketing BTL a manera de dar a conocer nuestro producto en diferentes redes sociales, debido a que nuestros usuarios al ser un público nacional y extranjero es la forma de llegar a vincular el proyecto en diferentes países, y generar un conocimiento de los grupos étnicos amazónicos del Ecuador.

4.5 CONSTRUCCIÓN





WAWA[®]
INDI

MODELADO



MODELADO



Ilustración 98 Modelado.

MOLDES



MOLDES



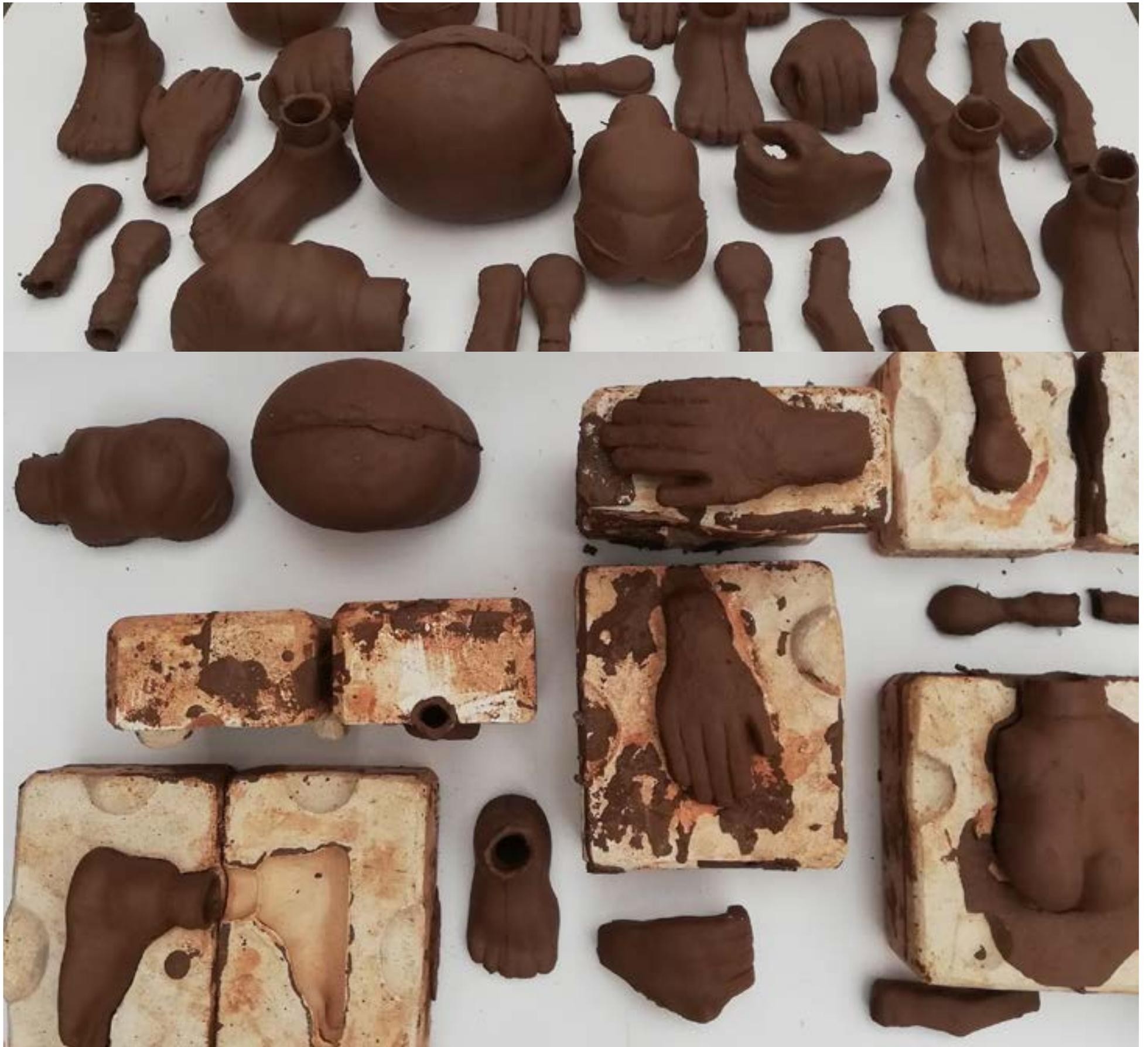
Ilustración 99 Moldes Yeso.

MOLDES



Ilustración 100 Moldes Caucho.

PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN



PRODUCCIÓN



Ilustración 101 Producción Cerámica.

PRODUCCIÓN



Ilustración 102 Producción Resina.

ACABADOS



Ilustración 103 Acabados de producto en cerámica

ACABADOS



ACABADOS



ACABADOS



PRODUCTO FINAL (WAWA INDI) X



Ilustración 104 Producto final (WAWA INDI) X

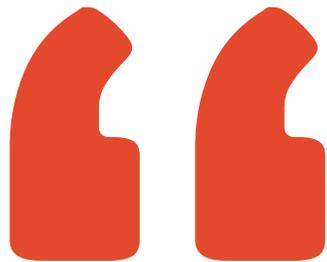
PRODUCTO FINAL (WAWA INDI) 2X



Ilustración 105 Producto final (WAWA INDI) 2X



**CON
CLU
SIONES**



ECUADOR es un país muy rico en cultura, aprovechar de nuestras raíces de una manera consiente nos lleva a generar proyectos de gran impacto tal como Wawa Indi, investigar toda la cosmovisión de los grupos étnicos de una manera responsable nos lleva a conservar la pluriculturalidad que tiene el país, a manera de difundir mediante el art toy como estética contemporánea hace que se de a conocer la cultura del Ecuador en todos los rincones del mundo, generando así conocimiento y turismo para nuestro país.

WAWA INDI es un proyecto que habla de cuatro étnias amazónicas, pero a larga se piensa seguir trabajando con los demás grupos o nacionalidades del Ecuador, los prototipos finales aportan hacia la problemática de mi proyecto generando resultados positivos y cumpliendo con los objetivos planteados.







A close-up photograph of a young child with dark hair, wearing a headband with white feathers and a woven band. The child has red circular markings on their cheeks and is holding a bright red lizard against their chest. The background is a blurred green and white bokeh.

ANEXOS

(ENCUESTAS - MODELO Y RESULTADOS)



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DISEÑO DE PRODUCTOS

Mi nombre es Esteban Vásquez estudiante de la Universidad del Azuay el objetivo de esta encuesta es recolectar características principales del usuario a quien va dirigido mi proyecto de tesis.

“DISEÑO DE UN SISTEMA DE SOURVENIRS BASADOS EN LA IDENTIDAD CULTURAL DEL ECUADOR.”

Estamos interesados en conocer su opinión. La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración del producto en el mercado. Gracias.

Nombre: _____	Sexo: M___ F___
Pais de origen: _____	Ciudad: _____
Objetivo de visita: _____	Edad: _____

1. Conoce usted sobre los grupos étnicos de la región amazónica del Ecuador SI___ NO___

2. En escala del 1 al 5, dónde 1 es "poco" y 5 es "bastante"; cuanto conocimiento posee sobre los siguientes grupos étnicos:

	1	2	3	4	5
AI COFÁN					
HUAORANI					
ZÁPARA					
SHUAR					

3. ¿Cuál de los diferentes Gráficos representativos de las culturas amazónicas son más característicos para usted?

Seleccione una opción por fila.

1



2



3



4



5



4. ¿Cree usted que sería una buena forma difundir la identidad cultural del Ecuador mediante los grupos hablados anteriormente?

SI__ NO__

Por qué: _____

5. ¿Cuándo viajas recorriendo el mundo compras recuerdos o souvenirs?

SI__ NO__ Por qué: _____

6. Que tipos de souvenir adquieres:

7. ¿Cuánto estas dispuesto(a) a pagar por un souvenir?

8. ¿Buscas que los souvenirs tengan identidad del lugar en donde te encuentras?

SI__ NO__

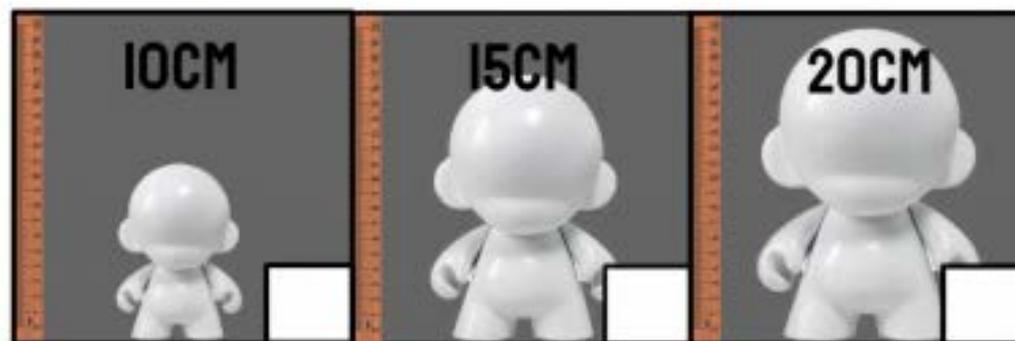
9. ¿Te gusta coleccionar souvenirs de diferentes partes del mundo?

SI__ NO__

10. ¿Has adquirido algún souvenir o recuerdo de nuestro país?

SI__ NO__Cuál: _____

11. ¿Qué medida en cuanto a souvenir, es apropiado para tu equipaje al momento de transportarlo?



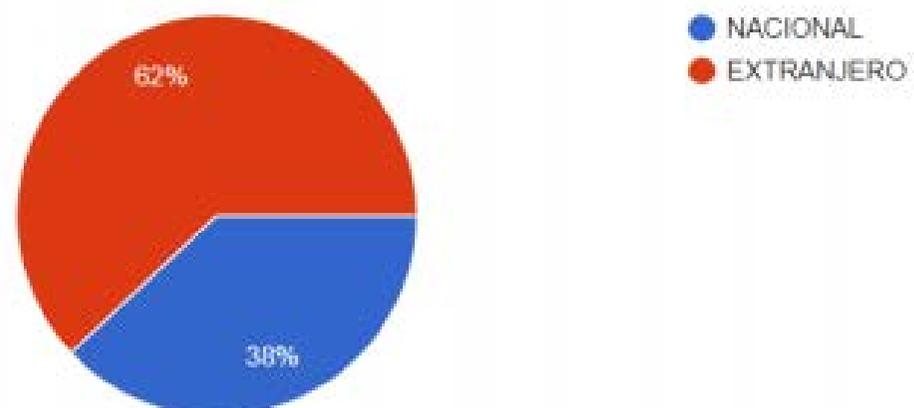
12. ¿Conoces del fascinante mundo del Art Toy? SI__ NO__

13. ¿Ha personalizado un Art Toy? SI__ NO__

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS:

PAÍS DE ORIGEN

50 respuestas



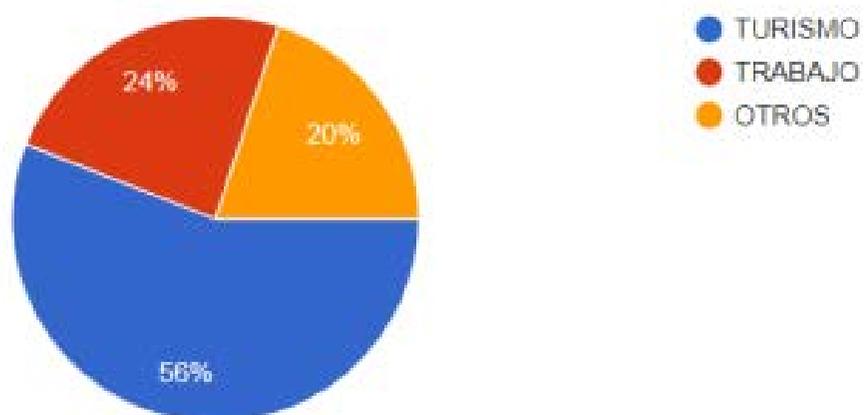
SEXO

50 respuestas



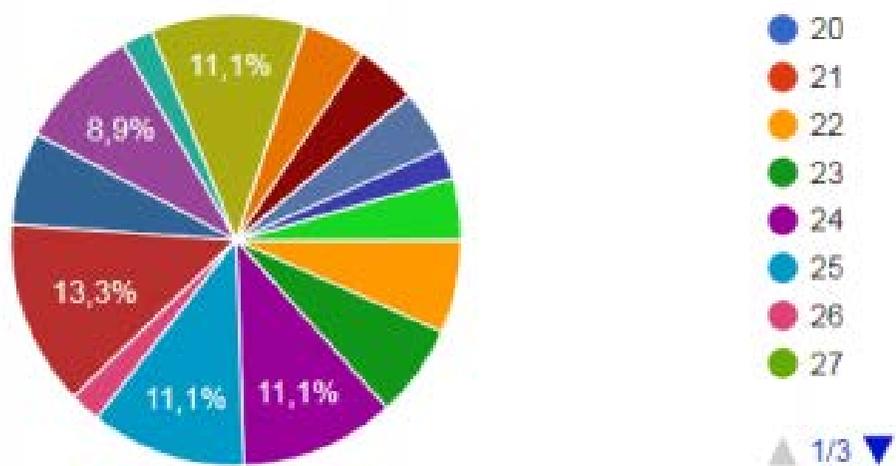
OBJETIVO DE VISITA

50 respuestas



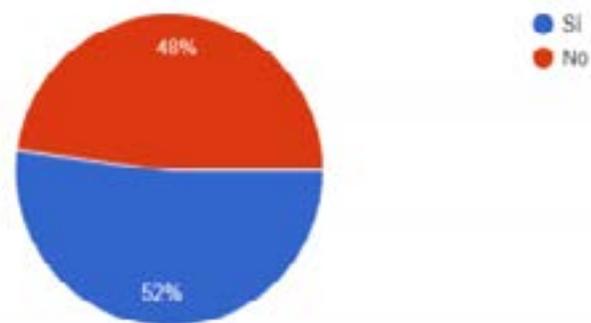
EDAD

45 respuestas



1. Conoce usted sobre los grupos étnicos de la región amazónica del Ecuador

50 respuestas



2. En escala del 1 al 5, dónde 1 es "poco" y 5 es "bastante"; cuanto conocimiento posee sobre los siguientes grupos étnicos:

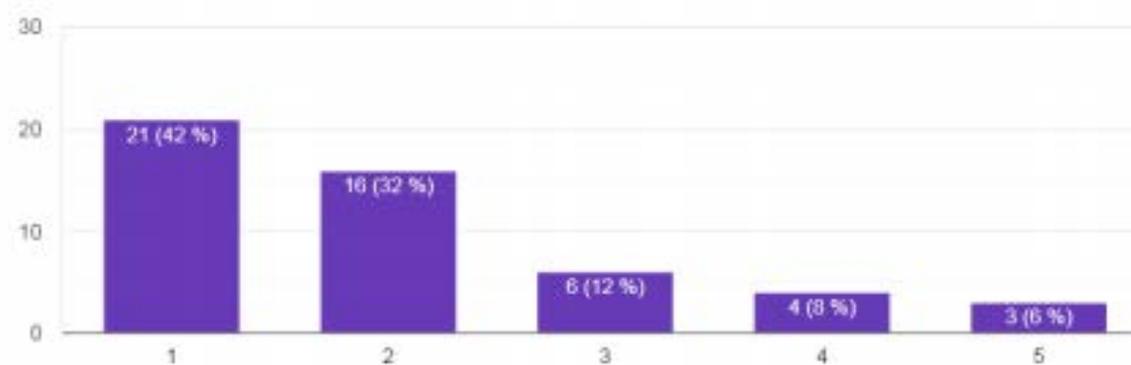
AI COFÁN

50 respuestas



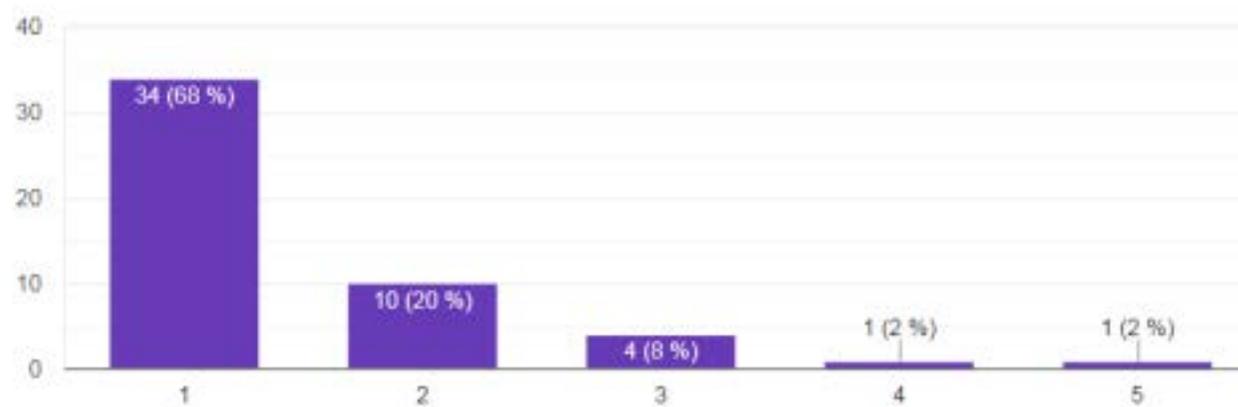
HUAORANI

50 respuestas



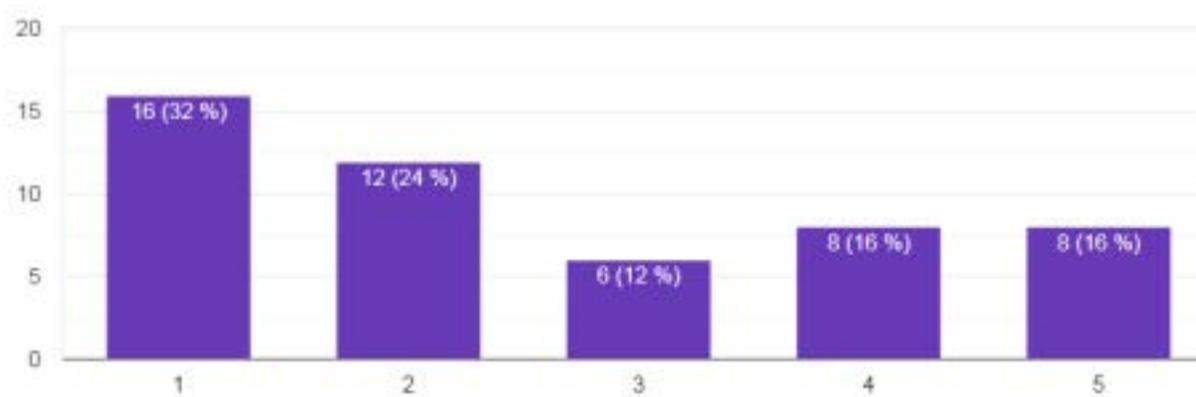
ZÁPARA

50 respuestas



SHUAR

50 respuestas

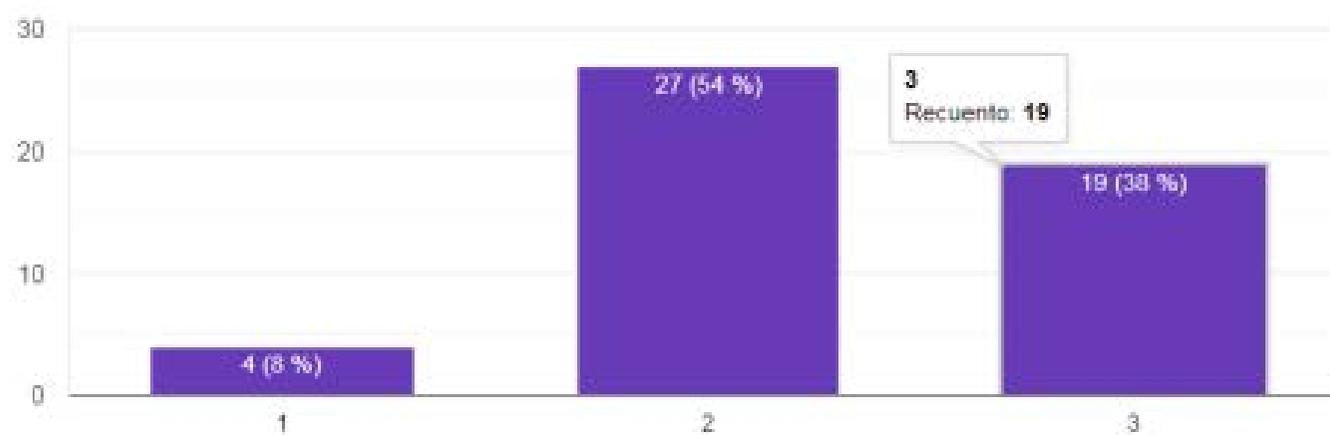


3. ¿Cuál de los diferentes Gráficos representativos de las culturas amazónicas son más característicos para usted?

1 LA ESENCIA CARACTERÍSTICA

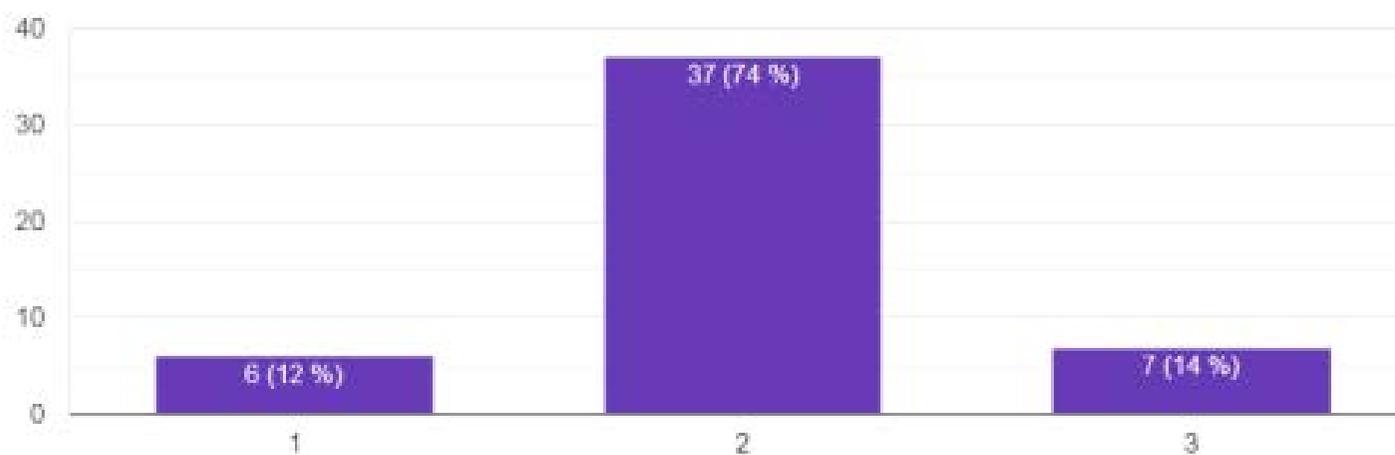


50 respuestas



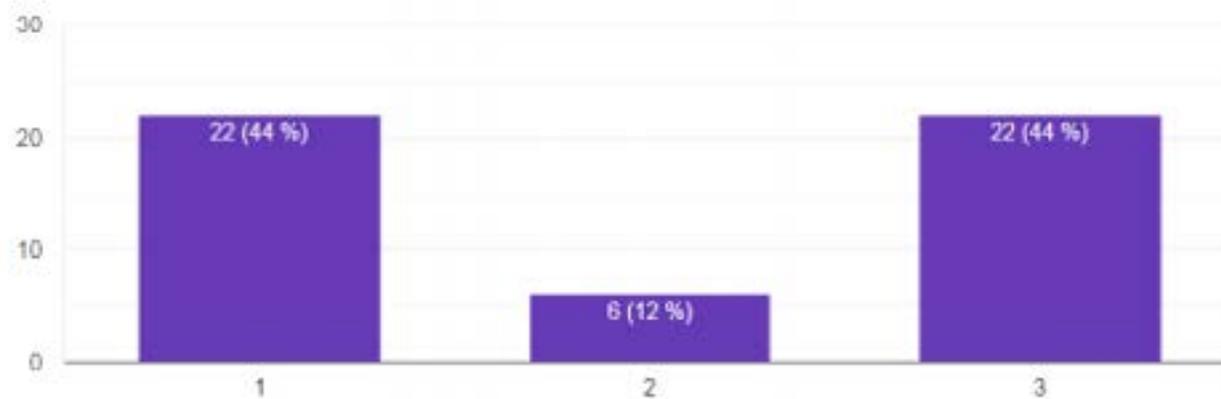
2 AI COFÁN

50 respuestas



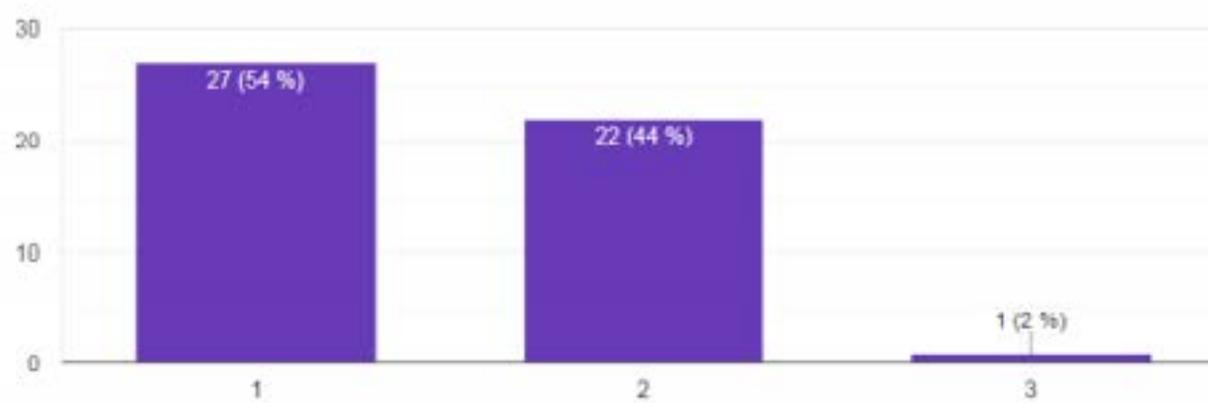
3 HUAORANI

50 respuestas



4 ZÁPARA

50 respuestas



5 SHUAR

50 respuestas



4. ¿Cree usted que sería una buena forma difundir la identidad cultural del Ecuador mediante los grupos hablados anteriormente?

50 respuestas



Por qué:

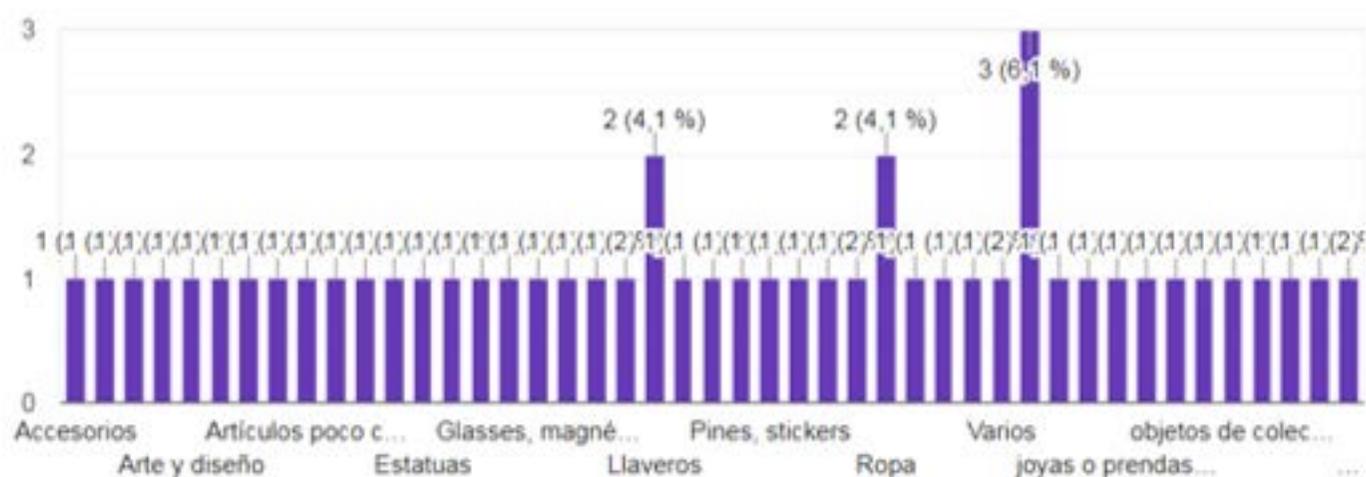
49 respuestas

- Ayudaría al comercio y Economía son de Ecuador
- porque es un medio de conocer e identificar a los grupos étnicos
- es parte fundamental de su país, representar toda la cultura que posee.
- por el hecho de que es parte de nuestra cultura nativa que no se debe perder
- Ecuador es multiétnico y pluricultural
- es cultura propia del Ecuador
- es cultura propia del Ecuador y parte fundamental de su identidad
- para tener conocimiento
- por ser la esencia de nuestro país, es por eso que se necesita saber lo que verdaderamente significamos y somos
- por qué es cultura del país
- es esencia cultural de dónde venimos
- por qué es identidad de su país
- Un pueblo tiene que representar cultura ancestral
- Es impresionante la cultura del Ecuador
- Soy relacionista pública y artista con capacidad de informar y difundir la cultura de los países y es fundamental
- Es el origen del pueblo ecuatoriano
- Crear proyectos que contengan identidad cultural fortalece la memoria colectiva del pueblo
- Es necesario conocer
- Son temas culturales
- Para dar a conocer la cultura ecuatoriana
- Es nuestra cultura y es importante conocerla, sobre todo
- Por qué son pueblos indígenas propios del Ecuador, nuestras raíces
- Es identidad propia de nosotros
- Es necesario culturizar a la gente
- Por qué es bueno reconocer nuestras etnias a nivel sudamericano
- Sería interesante que exploten el tema
- La cultura debería enseñar desde la educación primaria
- Se está perdiendo nuestra herencia ancestral
- Para salvaguardar su patrimonio
- Nada mejor que testimonios y escuchar a las personas que viven diferente

- Son raíces propias de un pueblo
- Necesitamos conocer el pasado y aprender de él.
- Conocimiento
- Para tener conocimiento
- Por el rescate de nuestras culturas
- Son parte fundamental del pueblo ecuatoriano
- Deberían difundir las culturas étnicas del país
- Es importante hablar de lo cultural
- Sería interesante saber sobre estos grupos étnicos.
- Por qué es interesante las culturas del Ecuador
- Esas etnias son las que caracterizan al Ecuador
- A muchos turistas les gustaría saber más sobre ellos.
- Todos estos grupos étnicos deberían de saber
- Sí, porque es una nueva forma de llamar la atención.
- Sí, es importante conocer tu país y tu cultura.
- Ecuador tiene mucha cultura
- El Ecuador es cultura
- Sin culturas existentes

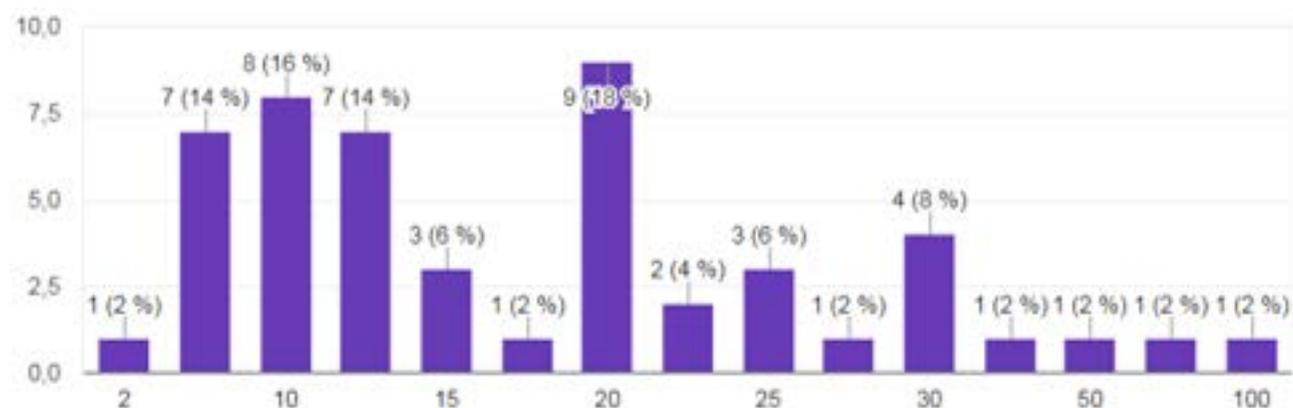
6. Que tipos de souvenir adquieres:

49 respuestas



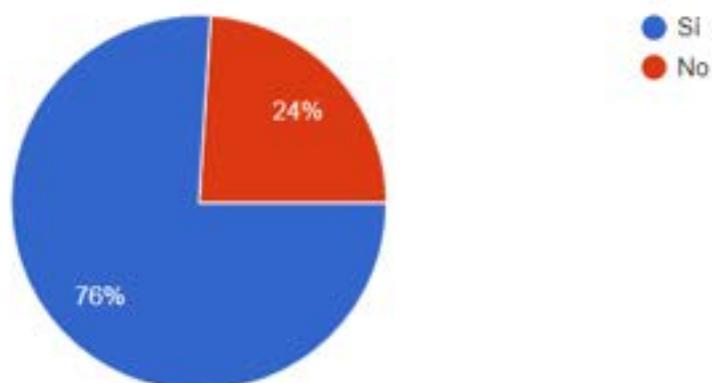
7. ¿Cuánto estas dispuesto(a) a pagar por un souvenir?

50 respuestas



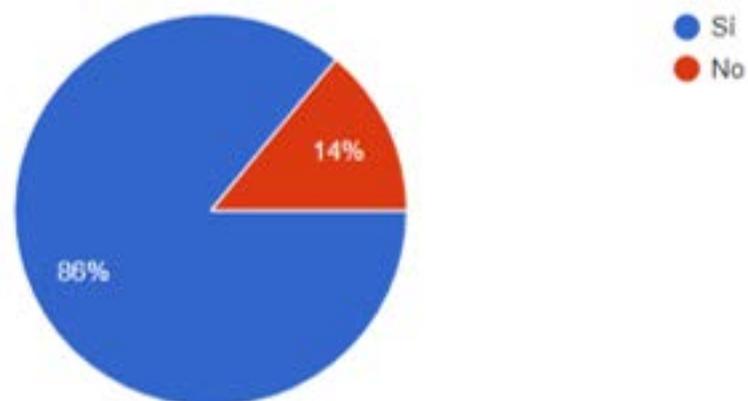
8. ¿Buscas que los souvenirs tengan identidad del lugar en donde te encuentras?

50 respuestas



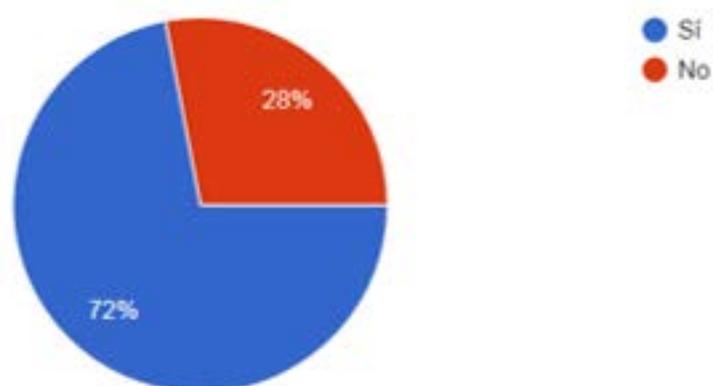
9. ¿Te gusta coleccionar souvenirs de diferentes partes del mundo?

50 respuestas



10. ¿Has adquirido algún souvenir o recuerdo de nuestro país?

50 respuestas



Cuál:

37 respuestas

- poncho
- ollas de barro a escala
- diablo huma
- artesanías
- máscaras
- sombrero
- piezas de Valdivia
- llavero de alpaca
- bandera
- camiseta del diablo huma
- Stikers de Quito
- Gorro del diablo huma
- Gorras, sellos
- Esculturas en conchas
- Jarros de basílica Quito
- Llaveros, ponchos
- Licor de cucurucho
- Camiseta
- Tortuga
- Taza diablo de pillaro
- Estatuillas de galápagos
- Llavero chola Cuencana
- Máscara diablo huma
- Sombreros
- Alpaca diablo huma
- Mitad del mundo
- Pipas, chales
- Ropa camisetas llaveros juguetes
- Artesanías Shuar

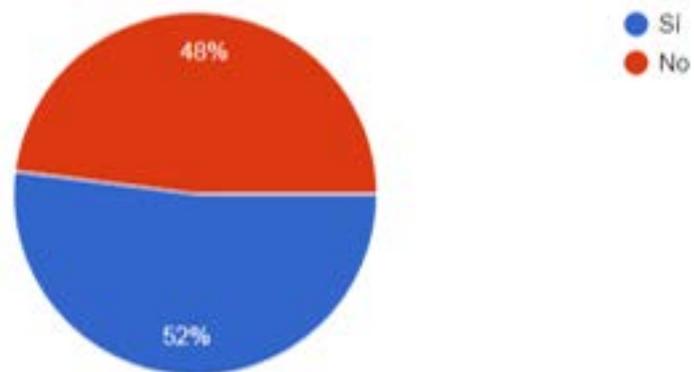
11. ¿Qué medida en cuanto a souvenir, es apropiado para tu equipaje al momento de transportarlo?

50 respuestas



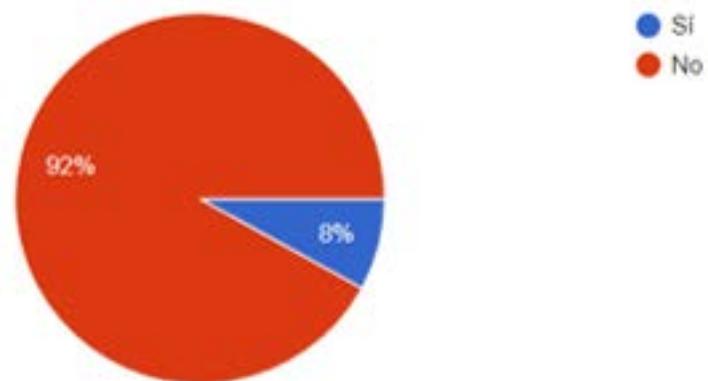
12. ¿Conoces del fascinante mundo del Art Toy

50 respuestas



13. ¿Ha personalizado un Art Toy?

50 respuestas



Diseño de un sistema de souvenirs basados en la identidad cultural del Ecuador.

Caso de estudio: Culturas de la Amazonia

Resumen

Ecuador un país multiétnico y pluricultural que gracias a su variedad y abundancia es un destino turístico elegido por gran cantidad de personas alrededor del mundo, sin embargo, es evidente la necesidad de conocimiento cultural de los grupos étnicos representativos del país, ya que estos grupos no han sido representados correctamente en nuestro contexto. Por esta razón se propone tomar como referencia el Art Toy y el diseño emocional para generar una línea de souvenirs que ayuden a difundir la riqueza cultural que tiene el Ecuador e innovar a manera de causar un impacto en el turismo nacional e internacional.

Palabras claves: Toy, arte, grupos étnicos, riqueza, estética, impacto, innovar, sociedad, turismo, emocional

Dis. Roberto Landívar

Esteban Vásquez

Design of System of Souvenirs Based on the Cultural Identity of Ecuador

Case Study: Amazon Cultures

Abstract

Ecuador is a multiethnic and pluricultural country that thanks to its variety and abundance has become a touristic destiny chosen by many people around the world. However, it is evident the need of cultural knowledge of representative ethnic groups in the country, since they have not been represented correctly within our context. For this reason, it was proposed to take as reference the Art Toy and the emotional design to generate a souvenirs line to help spread the cultural richness that Ecuador has, and innovate to cause an impact in local and international tourism.

Key words: toy, art, ethnic groups, richness, aesthetics, impact, innovation, society, tourism, emotional.

Esteban Vázquez Vinuesa
Student

Roberto Landívar, Des.
Thesis Supervisor

BIBLIOGRAFÍA

Bayron Villacis, D. C. (2012). País atrevido la nueva cara sociodemográfica del Ecuador. En B. Villacis, País atrevido la nueva cara sociodemográfica del Ecuador (pág. 89). Quito: Edición Especial.

Cofrep, F. P. (09 de 2011). Diversidad étnica cultural del Ecuador. Obtenido de <https://franzpc.files.wordpress.com/2011/09/diversidad-etnica-cultural-del-ecuador.pdf>

Ecuador, F. (11 de diciembre de 2018). Foros Ecuador. Obtenido de Foros Ecuador: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/171842-pueblos-y-nacionalidades-ind%C3%ADgenas-del-ecuador-idioma-ubicaci%C3%B3n-y-caracter%C3%ADsticas>

Ecuador, M. d. (2010). CANCELLERIA. Obtenido de CANCELLERIA: <https://www.cancilleria.gob.ec/bienvenidos-geografia-del-ecuador/>

Española, R. A. (2014). Real Academia Española. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=BetrEjX>

EUSTOM. (2018). MULTICULTURALIDAD. Obtenido de <https://www.euston96.com/multiculturalidad/>

Foundation, I. D. (2018). Personas – A Simple Introduction. Obtenido de <https://www.interaction-design.org/>

Guala, A. T. (2009). Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. En A. T. Guala, Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi (pág. 59). Quito: Marisol Rodríguez.

Guillem, J. F. (2012). Art Toys. Juguetes de autor. Obtenido de Creación y Producción en Diseño y Comunicación : https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9308&id_libro=458

Indígenas, U. C. (Marzo de 2011). Pueblos Indígenas en Ecuador. Obtenido de <https://www.giz.de/fachexpertise/downloads/giz2011-es-laenderpapier-ecuador.pdf>

Ludvik, E. (03 de 08 de 2016). Ilustracion, Comunicación, Diseño . Obtenido de <https://emiludvik.blogspot.com/2016/08/materiales-y-tecnicas-para-la.html?m=1&fbclid=IwAR10Bf9iOq-ViKNWXQlkChtCoi9Fx7tRi0Wb3YdOuaitPUpA-jXacaNcixs>

Mendoza, Z. A. (2013). Diversidad Etnica- Cultural del Ecuador. Revista estudios Universitarios , 28.

NORMAN, D. (2004). Diseño Emocional. En D. Norman, Diseño Emocional (págs. 63,64,65,66, 67,68,69). basic books.

Ramos, R. M. (2016). Instituto para el Desarrollo Social y de las Investigaciones Cientificos. Obtenido de Instituto para el Desarrollo Social y de las Investigaciones Cientificos: <http://indesic.org.ec/rescate-de-la-identidad-cultural-en-el-ecuador/>

Torreblanca, F. (21 de AGOSTO de 2016). FRANCISCO TORREBLANCA . Obtenido de FRANCISCO TORREBLANCA: <https://franciscotorreblanca.es/disenio-emocional-visceral-conductual-reflexivo/>

Toys, Z. (22 de 11 de 2016). ¿Qué son los Art Toys? Obtenido de ¿Qué son los Art Toys?: <http://www.zonatoys.com/que-son-los-art-toys/>

Valencia, M. S. (2005). MORFOGÉNESIS DEL OBJETO DE USO . En M. S. Valencia, MORFOGÉNESIS DEL OBJETO DE USO (pág. 85). Bogotá D.C. : Alfonso Velasco Rojas.

Vargas, V. R. (2012). Construyendo la interculturalidad. En V. R. Vargas, Construyendo la interculturalidad (pág. 150). Quito.

Wong, W. (2015). Fundamentos del Diseño. Barcelona, España: GG Diseño .

kidrobot. (2019). MUNNYWORLD. kidrobot.

Mendoza, Z. A. (2013). Diversidad Etnica- Cultural del Ecuador. Revista estudios Universitarios , 28.

Molina, Ó. (2019). Apitatán, a grandes trazos. mundo Diners.

Monroy, I. (2016). The Creativity Awakens: una exposición de cascos de Star Wars. MAKÍA.

Reyes Montesinos, E. G. (2012). Art toys y su concepción gráfica digital.

Ronquillo, S. C. (2014). La Difusión de la Campaña "ALL YOU NEED IS ECUADOR" y su Impacto en el Turismo Receptivo. revista Empresarial.

Tesconi, S. (2016). Movimiento Maker y educación. CENTROCP.

Molina, Ó. (2019). Apitatán, a grandes trazos. mundo Diners.

Toys, Z. (22 de 11 de 2016). ¿Qué son los Art Toys? Obtenido de ¿Qué son los Art Toys?: <http://www.zonatoys.com/que-son-los-art-toys/>



WAWA[®]
INDI



• *S* ANN 3019 •



@wawaindi_593 ©
Todos los derechos reservados del Autor
Cuenca, Ecuador 2019