



Universidad del Azuay
Facultad de Diseño
Escuela de Diseño Gráfico

Trabajo de Graduación Previo a la Obtención del título de Diseño Gráfico

DISEÑO DE ELEMENTOS GRÁFICOS BASADOS EN LOS RECURSOS IDENTITARIOS DE ZAMORA CHINCHIPE

Autoría: Madhisont Fernanda León Aldaz
Directora: Toa Tripaldi

Cuenca- Ecuador, Junio 2016

Autoría
Madhisont Fernanda León
Directora
Dis. Toa Tripaldi
Fotografías
Realizadas por la autora, excepto aquellas que se encuentran con su cita respectiva.
Diseño Ilustración y diagramación
Autora
Impresión
Selfprint
Cuenca - Ecuador
2016

Dedicatoria

Dedicado a Dios y a mis padres



Mi agradecimiento va dirigido sin duda a mis padres, con su gran apoyo pude salir adelante en todas las circunstancias que se presentaron. A mi tutora Toa Tripaldi por ser mi guía en esta tesis, y a mis amigos que siempre han estado ahí para mí, Alex , Sofi, Franco gracias.

Uno de los grandes problemas que se presenta en el mundo actual es la pérdida de identidades culturales; sin ser la provincia de Zamora Chinchipe una excepción, ésta posee gran biodiversidad en flora, fauna y tradiciones culturales que no son reconocidas, por lo tanto, no es colocada dentro de los destinos turísticos del país.

El presente proyecto aportó a la difusión y conocimiento de la identidad de Zamora Chinchipe mediante la generación de elementos gráficos basados en la cultura de la provincia y aplicados en objetos; logrando como resultado final una línea de objetos, de uso cotidiano, con aplicación de elementos gráficos basados en los recursos identitarios de Zamora Chinchipe.

ABSTRACT

Graphic Design as an element to strengthen tourism

One of today's biggest problems is the loss of local cultural identifies; with the province of Zamora Chinchipe as no exception. This province, despite possessing great biodiversity in its flora, fauna and cultural traditions, is not recognized and therefore, does not form part of the tourist destinations of the country.

The present project seeks to help strengthen the dissemination and knowledge of the Zamora Chinchipe identity through the study of theories including cultural identity, morphology and semiotics, as well as the generation of graphical elements based on natural cultural resources of the province applied to everyday objects.

Keywords: identity, resources, Zamora Chinchipe, morphology, graphics, dissemination.



Translated by:

Melita Vega

May 25, 2016

Índice

Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Índice.....	8
Objetivos.....	10
Introducción.....	11
Capítulo 1 Contextualización.....	12
Marco Téorico.....	16
Zamora Chinchipe.....	16
Identidades culturales.....	23
La forma y su constante.....	27
Morfología.....	29
Semiótica.....	30
Investigación de Campo.....	32
Análisis de Homólogos.....	36
Conclusión.....	40
Capítulo 2 Planificación.....	41
Target.....	42
Persona Design.....	44
Partidos de Diseño.....	46
Plan de Negocios.....	48
Capítulo 3 Diseño.....	49
10 ideas creativas.....	50
3 ideas seleccionadas.....	52
Idea final.....	52
Sistema creativo.....	54
Marca.....	57
Colecciones.....	58
Gráfica shuar.....	62
Gráfica afroecuatoriana.....	77
Gráfica saraguro.....	92
Gráfica puruhá.....	107
Validación.....	126
Conclusiones.....	128
Recomendaciones.....	129
Bibliografía	130



- 1 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 2 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 3 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 4 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 5 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 6 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 7 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 8 <http://67.media.tumblr.com>
- 9 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 10 <http://3.bp.blogspot.com>
- 11 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 12 <http://4.bp.blogspot.com>
- 13 <http://3.bp.blogspot.com>
- 14 <https://unpaisysumarcablog.files.wordpress.com>
- 15 <http://static.globered.com>
- 16 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 17 <http://iccom.wildapricot.org>
- 18 <https://www.enfoque.global>
- 19 <http://galemaestudio.com>
- 20 <http://7-themes.com>
- 21 Jaime Cristobal Lopez
- 22 <https://mir-s3-cdn-cf.behance.net>
- 23 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 24 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 25 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 26 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 27 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 28 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 29 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 30 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 31 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 32 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 33 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 34 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe
- 35 Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe

Índice Imágenes

OBJETIVOS

Objetivo General

Aportar a la difusión y conocimiento de la identidad de Zamora Chinchipe mediante la generación de elementos gráficos basados en la cultura de la Provincia y aplicados en objetos.

Objetivo Específico

- Diseñar elementos gráficos basados en los recursos identitarios de Zamora Chinchipe.
- Aplicar los elementos gráficos en objetos.

Alcances

El resultado que se pretende, es una línea de objetos de uso cotidiano, con aplicación de elementos gráficos basados en los recursos identitarios de Zamora Chinchipe.

INTRODUCCIÓN

Uno de los grandes problemas que se presentan en el mundo actual es la pérdida de las identidades culturales; este fenómeno también ocurre y en gran nivel en la Provincia de Zamora Chinchipe.

Zamora Chinchipe conocida también, como “tierra de aves y cascadas” está ubicada al sur oriente de la Amazonía Ecuatoriana; posee una gran variedad de biodiversidad, la flora y fauna tropicales de la zona ejercen una gran atracción en sus valles, ésta provincia cuenta con varias áreas protegidas y una gran variedad de especies. Es rica también en elementos y tradiciones culturales. Pero a nivel nacional como local, solo se la conoce por ser una provincia más del oriente ecuatoriano, perdiendo de esta manera recursos que podrían colocar a la Provincia dentro de los destinos turísticos del país y además generando una desvalorización por parte de sus habitantes de ser parte de esta Provincia.

Esta provincia guarda una parte importante de la historia del Ecuador, pero también un clima cálido, recursos hídricos, bosques, tradiciones y varias culturas en un solo lugar.

Pues bien, tomando en cuenta los recursos identitarios que tiene la provincia, debemos hacer que estos sean valorados por propios y extraños. El desconocimiento de la ciudadanía sobre la provincia de Zamora Chinchipe es cada vez más grande por esta razón se ha planteado aportar a la difusión y conocimiento de los recursos identitarios de la misma.

“Una tierra intercultural ya que en esta provincia conviven en armonía los pueblos de nacionalidades shuar, afroecuatorianos, saraguros, puruháes, y mestizos. Ellos se relacionan y comparten sus costumbres y tradiciones ancestrales” (Zamora Chinchipe, 2014: 9).

Es por eso que se considero trabajar directamente con estos grupos étnicos como son los shuar, afroecuatorianos, saraguros, puruháes tanto por la importancia que tiene y porque en el estudio de la revista Zamora Chinchipe es una de las cosas que más atrae al turismo.



CAPÍTULO 1

Contextualización

PROBLEMÁTICA

Uno de los grandes problemas que se presentan en el mundo actual es la pérdida de las identidades culturales; este fenómeno también ocurre y en gran nivel en la Provincia de Zamora Chinchipe.

Zamora Chinchipe conocida también, como “tierra de aves y cascadas” está ubicada al sur oriente de la Amazonía Ecuatoriana; posee una gran variedad de biodiversidad , la flora y fauna tropicales de la zona ejercen una gran atracción en sus valles, ésta provincia cuenta con varias áreas protegidas y una gran variedad de especies. Es rica también en elementos y tradiciones culturales. Pero a nivel nacional como local, solo se la conoce por ser una provincia más del oriente ecuatoriano, perdiendo de esta manera recursos que podrían colocar a la Provincia dentro de los destinos turísticos del país y además generando una desvalorización por parte de sus habitantes de ser parte de esta Provincia.



MARCO TEÓRICO

Zamora Chinchipe

¿Qué es?

Zamora Chinchipe es una de las seis provincias que integran la Amazonía y está ubicada al Sur del Ecuador, en el límite con Perú; la capital de la provincia es, Zamora. Se tienen datos de presencia humana desde hace 4500 años AC, basados en el complejo cultural Mayo-Chinchipe.

Esta provincia es conocida como una tierra de paisajes, culturas y tesoros naturales que la hacen luminosa, cálida y vibrante. Zamora Chinchipe guarda una parte importante de la historia del Ecuador, pero también un clima cálido, recursos hídricos, y bosques.

¿Qué tiene?

La provincia de Zamora Chinchipe, cuenta con varios ríos que bañan varios cantones, aparte de su riqueza hídrica se suma su tesoro forestal. Esta provincia se caracteriza por su selva espesa de árboles gigantes que albergan una exótica flora y fauna. Al adentrarse en éstos, se vive un espectáculo maravilloso entre el aroma de flores multicolores y una sinfonía indescriptible de especies endémicas; por ejemplo, el Parque Nacional Podocarpus que tiene una extensión de 144.993 ha.

De acuerdo a investigaciones realizadas hay más de 70 especies de árboles. Otras reservas importantes son el Zarza, de 3.693 ha., la Reserva Biológica Cerro El Plateado de 26.114 ha., y el Parque Nacional Yasuni de 43.090 ha.

Estos espacios atesoran una riqueza natural incuantificable. Pero, además, en varios cantones existen los más grandes yacimientos de oro y cobre del Ecuador. Así mismo, sus suelos son tan ricos en nutrientes que los campesinos siembran de todo desde frutales hasta granos y hortalizas. La ganadería es otra fuente importante de ingresos de las familias que promueven la economía de la provincia.

¿Qué pasa?

Debido a la llegada de empresas extranjeras, la población dejó de lado sus costumbres y tradiciones para trabajar en éstas, de esta manera, olvidando lo que los identifica.

Diversidad Cultural

Como seres humanos siempre buscamos algo que nos identifique nuestra procedencia para sentirnos mas orgullosos, esto es lo que llamamos identidad cultural, el identificarnos fomentando un sentimiento de pertenencia.

Solo en la provincia de Zamora Chinchipe, podemos encontrar en un mismo cantón, la presencia de diferentes etnias como los Saraguros, Puruháes, Shuar, Afroecuatorianos y Mestizos; cada pueblo ha ido migrando a esta provincia en busca de mejores recursos económicos hasta posicionarse y formar parte de un solo lugar, actualmente viven en armonía, intercambiando sus costumbres, tradiciones ancestrales y cultura, principalmente en fiestas importantes como el Pachamama Raymi.



Los Shuar

"En esta provincia la nacionalidad Shuar, está distribuida en 56 centros organizados entre los cantones Yacuambi, Zamora, Yantzaza, Nangaritza, Paquisha, Centinela del Cóndor y el Panguí. Son binacionales, pues viven entre Ecuador y Perú. Las familias se aglutinan en comunidades y practican la poligamia, aunque actualmente ese privilegio lo tienen únicamente los shamanes y ancianos." (Zamora Chinchipe, 2015: 67)

"Habitualmente no llevan el rostro pintado, sino, únicamente para los rituales ancestrales y eventos especiales. Mantienen organizaciones donde promueven actividades culturales y turismo comunitario." (Zamora Chinchipe, 2015: 67)

Para fiestas importantes mantienen la vestimenta tradicional: el *Karachi* (vestido) de la mujer y la *ltip* (falda) del hombre; y como complementos la corona de plumas, pinturas faciales y bisuterías, viven de la agricultura, ganadería y artesanías a base de semillas de plantas, plumas de aves, huesos de animales y fibras vegetales.

En las diferentes comunidades shuar hombres y mujeres se reparten las tareas. Las mujeres se dedican al cultivo de los huertos tradicionales, atención a sus hijos y a la elaboración de artesanías; mientras, que los hombres realizan trabajos que requieren de mayor fuerza física.



3

Los Afrodescendientes

En los cantones Zamora, Zumbi y Yanzatza existe una notable organización de la población afrodescendiente, en este territorio acogedor de incalculable riqueza natural y muy productivo, viven estos. A más de su piel negra, se caracterizan por ser gente alegre, entusiasta y trabajadora.

Generalmente viven de la gastronomía y del arte, ofrecen con carisma la comida típica esmeraldeña. "Los primeros afros que se asentaron en Zamora trabajaron en las minas, la fuerza y dedicación en su trabajo les ha permitido posicionarse en actividades duras como la minería, algunos laboran en los yacimientos de oro, de la provincia" (Zamora Chinchipe, 2015: 64).



4

Los Puruhá

"Esta etnia indígena es parte de la diversidad y riqueza intercultural que tiene la provincia de Zamora Chinchipe, cabe recalcar que, esta nacionalidad siempre ocupó territorios de las provincias de la Sierra Centro, además se dice que llegaron las primeras familias en la década de los 80's, provenientes de la provincia de Tungurahua, para comercializar ropa" (Zamora Chinchipe, 2015: 65).

Desde ese entonces, algunos se quedaron y se mantuvieron dedicados al comercio y elaboración de tejidos. Las familias también se abrieron paso en la agricultura para su auto sustento; vendiendo sus productos en los mercados locales .

"En la actualidad ocupan territorios de las parroquias Namírez y Cumbaratza, en los cantones Zamora y Yantzaza. Conservan su idioma *Kichwa* y la transmisión de conocimientos orales de generación en generación como la medicina ancestral, rituales, música, costumbres, mitos, gastronomía" (Zamora Chinchipe, 2015: 65).

Participan activamente en eventos organizados por el Gobierno Provincial como el Pachamama Raymi, Carnaval Semana Santa, Corpus Christi, encuentros culturales, etc. En las fiestas es posible distinguirlos por la vestimenta típica: los hombres usan ponchos con diversos diseños, generalmente de colores fuertes como el rojo y azul; camisa blanca y alpargatas. En cambio, las mujeres visten el característico anaco de diversos colores, blusas bordadas en las mangas y cuello; ambos llevan sombrero de paño.



Los Saraguros

Sombreros amplios, collares de mullos y ropa entre blanco y negro caracteriza a la etnia Saraguro que habita en Zamora Chinchipe. Este pueblo es descendiente de la gran nacionalidad *Kichwa* y algunos adultos mayores conservan la lengua ancestral.

"Según la historia, entre 1890 y 1900 llegaron los primeros saraguros al cantón Yacuambi. Actualmente se los encuentra en comunidades de los cantones de El Pangui, Yantzaza, Centinela del Cóndor, Nangaritza, Zamora, Yacuambi y Paquisha" (Zamora Chinchipe, 2015: 66)

"Conservan tradiciones como: la elaboración de artesanías utilizando telares, casas con jardines de flores y su alimentación a base de maíz y granos, pero también han incluido en su alimentación productos propios de la región Amazónica y conservan las celebraciones ancestrales en honor a la naturaleza y la Pachamama." (Zamora Chinchipe, 2015: 66)

Podemos distinguir a los saraguros del resto de indígenas por su elegante vestimenta y sombreros negros de paño que utilizan todo el tiempo, no los reemplazan pese a las condiciones cálidas propias de la región Amazónica, además de ser gente muy trabajadora.



Los Mestizos

"Esta es la etnia más numerosa en la provincia por la cantidad de habitantes que posee. Según datos del INEC del censo realizado en el 2010, la población de Zamora Chinchipe es de 91.376 habitantes y el 80,32 % son mestizos, mayoritariamente hombres" (Zamora Chinchipe, 2015: 68).

"En América el mestizaje es una mezcla genética india-negra-blanca-amarilla, en la provincia de Zamora Chinchipe existe una muestra de la inmensa diversidad cultural." (Zamora Chinchipe, 2015: 68).

La convivencia armoniosa resulta de la aceptación entre sus pobladores, viajar por los campos de esta provincia resulta una agradable experiencia, pues uno se encuentra con personas que han emigrado de sus ciudades natales, han formado sus familias y han creado su fuente de ingreso económico.

El trabajo diario en la agricultura y el comercio son parte de la economía de esta población.



Identidades Culturales

Cultura

"La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo" (Verhelst, 1994: 42).

Por consiguiente, debemos decir que la cultura es lo que le da vida al ser humano, también, es la base y el fundamento de lo que somos en nuestro diario vivir. La cultura, existe desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual que hemos heredado de nuestros ancestros en un inicio y que nos ayudará a formarnos en nuestro entorno. La cultura es todo lo artificial por ejemplo, las fiestas, los alimentos, la manera de pensar, la vestimenta, las creencias, las costumbres y todos los hábitos y aptitudes que se adquieren en una sociedad.

Identidad Cultural

“El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.” (Molano, 73)

Cuando hablamos de identidad hablamos de un sentimiento de pertenencia hacia un pueblo con el que nos sentimos identificados y caracterizados.

“La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.” (Molano, 74)



Pérdida de Identidad

Como todos sabemos la cultura es una parte fundamental de la sociedad humana.

Día a día somos testigos de los procesos de aculturación en diferentes niveles y diferentes espacios. Durante este proceso existe un intercambio de elementos culturales entre distintos grupos sociales, que genera la pérdida de la identidad cultural, de los pueblos indígenas del Ecuador (aculturación), es una realidad que se vive en los últimos años.

Para los pueblos la cultura debe trascender como una herencia de generación en generación, con sus costumbres, tradiciones, ritos e idioma y sobre todo la vestimenta, que es característica de cada pueblo. La pérdida de identidad también se genera por la falta de conciencia y amor al pueblo de origen, las personas que carecen de esto son presa fácil de los cambios culturales. El no aceptar nuestro origen o avergonzarnos del mismo, es uno de los principales motivos de la pérdida de identidad; de esta manera solo se oculta nuestra verdadera identidad.

Diseño y Cultura

“La cultura de las cosas: los objetos, espacios y edificios comunican tanto como los diseños llamados de comunicación. Cada cultura construye sistemas de formas que simbolizan y expresan sus valores, promoviendo actitudes y creando entornos que invitan a comportarse dentro de ciertas normas establecidas.”(Frasacara,2000; 44).

Por lo mismo los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí, que son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño. El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos.

"Otra de las mayores responsabilidades culturales del diseñador es, la de producir artes que realmente comuniquen; sin comunicación no hay cultura, pero la cantidad de comunicaciones sin información que llenan el espacio de hoy, crea en la gente la sensación de pertenecer a la edad de la información, mientras que en general, lo que nos rodea son signos sin información" (Frasacara,2000; 49).



“El diseño se expresa visual y materialmente sobre todo, aunque no de forma exclusiva en el contexto de consumo, y se gestiona mediante la intervención del “gusto” que sustenta la elección del consumidor. No obstante, se trata de un lenguaje complejo que puede funcionar simultáneamente como representación y materialidad.” (Sparke, 2010) Dicho de otra manera la cultura tiene siempre rasgos que la caracterizan y pueden ser aplicados al diseño convirtiéndolos de cierta manera a objetos de valor comercial en un mundo capitalista, lo cual en ciertas ocasiones funcionan como recurso publicitario para dicha cultura.

La Forma y su constante

“La forma está compuesta por su contorno y su materia, y aún en ausencia de materia la forma se define por su contorno, por tanto, la forma es igual al conjunto de la materia y su contorno de materia, siendo el contorno el factor limitante y constante a la vez. Es limitante porque establece un límite a la materia y es la constante porque le da la forma y define a la materia. Cualquier objeto que existe siempre tendrá como constante su contorno, no importa su peso, tamaño, volumen, color, textura y estado. El contorno por su naturaleza es la constante de la forma.” (Torres.

E. N, 2012) Es relevante esta teoría debido a que al estructurar las distintas formas que pueden contener a una materia son claves esenciales para establecer sistemas gráficos definidos que son el punto de partida para la estructuración de ideas con respecto al diseño.

"El origen de la forma se creo y se genero con la separación de la luz ya que no se visualizo las formas si no también las sombras de esas formas." (Torres. E. N, 2012)

Origen de las formas

“En la creación hay algo bien interesante: la oscuridad estaba antes de que el mundo fuese creado y se generó una separación cuando la luz apareció. No solo se visualizaron las formas sino también las sombras de esas formas porque toda luz cuando encuentra un obstáculo genera una zona oscura que básicamente trata de recuperar la oscuridad que está presente pero que no se ve.” (Torres. E. N, 2012). Entonces se puede ver la forma como un todo estructurado, encontrando sus inicios en la naturaleza misma, ya que la comunicación es el medio que nos ayuda a comprender el entorno, permitiendo tanto a los objetos naturales como artificiales ser interpretados en un contexto específico.

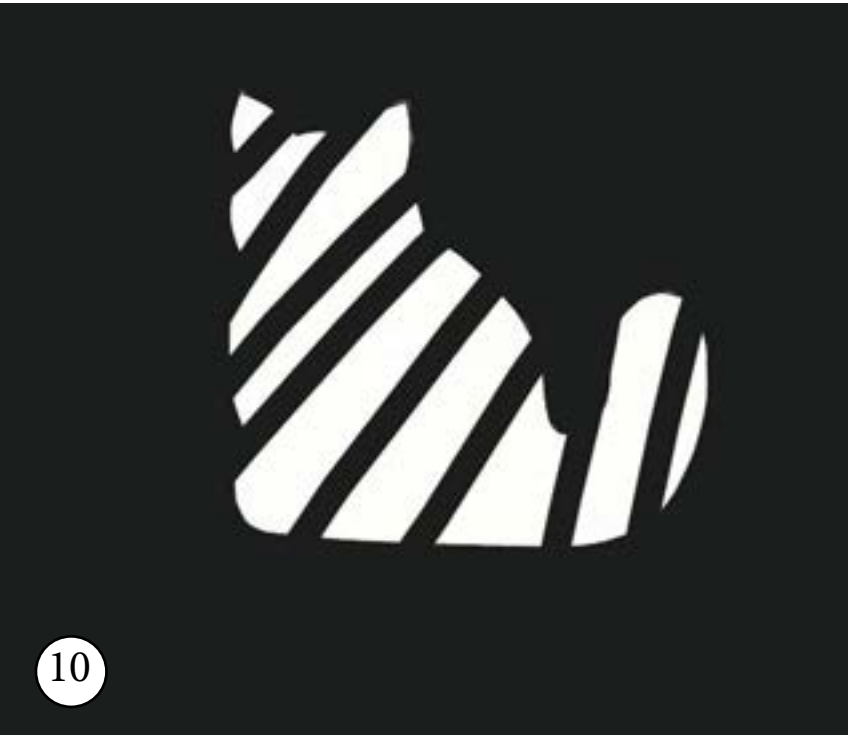
Concepto de la forma

Es todo lo que se puede ver, todo lo que tiene contorno, tamaño, color y textura.
“La forma también es la representación gráfica de un objeto. Sin embargo el concepto de forma no se puede limitar a un objeto porque hay formas que no se pueden tocar, ejemplo de ello son: el humo o las nubes pero si se pueden ver y dibujar. Tampoco podemos limitarlo a un objeto porque el sonido también se puede representar gráficamente y crear millones de formas simples y complejas.” (Noriega. E, 2010, 10).

Forma y Figura

“La Forma y la figura como entes de este mundo merecen ser definidos con precisión a fin de evitar la dispersión de muchos conceptos que finalmente terminan confundiendo.” (Torres. E. N, 2012).

Hay que tener en cuenta que la mayoría de los autores distinguen entre figura y forma, o sea, tener claro el concepto de cada uno. La figura en sí, es concebida como el aspecto externo del objeto, es decir, su configuración; la forma, en cambio, es el aspecto interno de un objeto, su esencia, la suma de todos sus elementos esenciales: figura, color, textura, opacidad, etc.



Morfología

Según Edgar Noriega en su obra la Teoría y Ciencia del Diseño dice: que la morfología es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma, por ende esta es una de las disciplinas más importantes en las ramas del diseño, por lo tanto, hay que tener conocimiento claro sobre todos los elementos que lo conforman, como el punto, la línea, etc. para así conceptualizar mucho más un diseño.

“Por lógica es entendible que todo diseñador debe estudiar los principios que gobiernan las formas y debe ser uno de los primeros pasos en el conocimiento del maravilloso mundo del diseño. Sin un diseñador no tiene bien claro el concepto de punto,

¿Cómo podrá hablar de línea? Si un diseñador no conoce la ley de la forma entonces ¿Cómo conceptualizara profesionalmente un diseño?” (Noriega. E. 2012, 10).

Hay que tener en cuenta que la morfología ayuda a comprender los elementos conceptuales y operativos que la rigen, para así poner en practica estos conocimientos y solucionar problemas específicos de diseño.

Al hablar de morfología se podría decir que hablamos acerca de todo aquello que parte de una forma, es decir la estructura que compone a un objeto de diseño y lo existente detrás del mismo.

Semiótica

“La semiótica se define como la ciencia que estudia las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana” (Torres. E. N, 2012). Esta rama del conocimiento llega a tener relevancia debido a que ayuda a comprender los procesos significativos que siempre varían y pueden ser aplicados a distintas culturas y diferentes lugares del mundo, dando la apertura a una amplia gama de significación y al uso de dichos signos estructurados en diversas maneras.

En cuanto al diseño, la semiótica, es un eje fundamental para dar un trasfondo, para que estos diseños lleguen a ser considerados como tales y no simplemente como una obra de arte.

Por ejemplo: un diseño, es realizado en cuanto al concepto y contexto en la que va ser utilizado.
Y la obra de arte es realizada bajo los sentimientos de la persona que lo realiza (autor), es decir, la semiótica en muchos casos llega a ser un factor relevante para la estructuración de un diseño.

Conceptos fundamentales

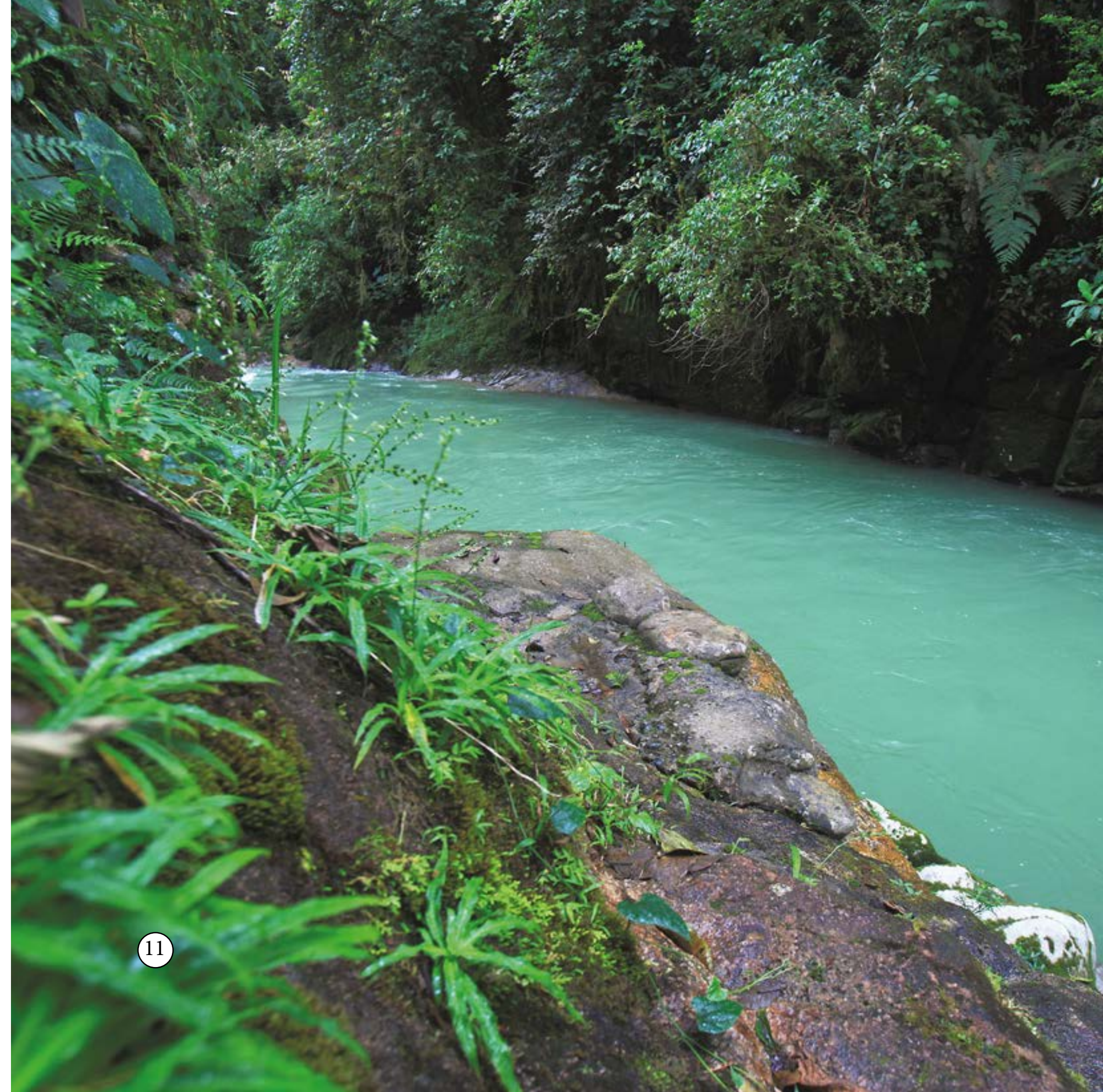
Signo

Según Edgar Torres el signo proviene del término latino *signum*, y significa que un objeto que por naturaleza sustituye a otro. (Torres. E. N, 2012)

Además un signo es un elemento representativo, que busca demostrar con algo pequeño, el estado completo de lo que realidad se quiere describir, por ejemplo, un sonido, una palabra, una imagen, una señal, un saludo, un gesto.

Símbolo

“Es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.” (Torres. E. N, 2012)



INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Las entrevistas se realizaron a las principales autoridades de la provincia de Zamora Chinchipe, y gracias a la ayuda de ellos obtener un claro panorama de los recursos más importantes que tiene la provincia, lo que más se destaca y prima en la misma y sobre todo tener presente lo que más les gusta e interesa a los turistas y las razones de porqué nose la conoce a esta provincia amazónica.

Las autoridades entrevistadas son:

Karla Reategui Viceprefecta
Hilario Zhiniñ Presidente del Nucleo Provincial Casa de la Cultura
Diego Aucay Ingeniero Ambiental



Karla Reategui
VICEPREFECTA
DE ZAMORA CHINCHIPE

Recordemos que Zamora tiene varios pueblos con los que se convive, como son los shuar, los saraguro, los puruháes, los afrodescendientes y los mestizos. La cosmovisión que cada pueblo tiene, es su manera de llevar sus costumbre, saberes y culturas dentro del marco identitario, no olvidando su música, danza, gastronomía y vestimenta que es lo que los identifica.



Hilario Zhinín Quezada PRESIDENTE DEL NUCLEO PROVINCIAL CASA DE LA CULTURA

Lo que identifica a la provincia de Zamora Chinchipe es la cultura shuar, ya que están en toda la amazonía dentro de la provincia y fueron los que siempre defendieron los territorios y gracias a ellos Zamora tiene una gama especial de etnias que se cobijan bajo el nombre de Zamora Chinchipe.



Ing. Diego Aucay Mendieta INGENIERO AMBIENTAL

Los elementos que priman en nuestra provincia es la cultura e identidad ya que tenemos 5 nacionalidades que están presentes y vinculadas a los procesos sociales y ambientales; como son los shuar, los saraguro, los puruháes, los afrodescendientes, los mestizos, todas estas etnias se las consideran como elementos más importantes de la provincia ya que son los gestores del desarrollo social y económico.

ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

TAME

Forma:

Tipografía: sans serif
Cromática: colores saturados
Utilización de fotomontaje

Función:

Tipografía: informativa, legible, comunicativa
Cromática: cada color representa un lugar.

Tecnología:

Soporte impreso, revista

Una campaña publicitaria donde se mezclan sorprendentes detalles visuales, con una impresionante creatividad. La campaña mezcla en cada una de sus piezas, una parte específica de Ecuador y sus características turísticas. Utilizan diferentes personajes, los cuales al abrir sus brazos simulan las alas de una avión y sobre estas, son colocados fotos de acuerdo a la región o provincia del que está representando la gráfica.



ECUADOR AMA LA VIDA

Forma:

Tipografía: sans serif bold
Cromática: colores planos saturados
Estética: la gráfica esta manejada de una forma correcta, dedido a que, tiene una buena jeraquización de todos sus elementos en el espacio total.

Función:

Emisor: Ecuador, un lugar mega diverso donde disfrutas y amas la vida.
Color: denota variedad y alegría.

Tecnología:

Medio: televisión, impresos, redes sociales.

La nueva marca país, está basada en la imagen del sol, y el lema "Ecuador ama la vida", que se usa para la promoción turística. El logotipo está basado en, el sol, la vida, la tierra, la mega diversidad, los diseños precolombinos, los tejidos, las flores, la fauna, entre otros.

Debido a que Ecuador es un país lleno de colores, por lo que, en el logotipo se manejó todos los colores que el ojo humano puede percibir. La idea es que Ecuador se presente ante el mundo como el país que ama la vida y de esta manera, pidamos a todos los visitantes que vengan a Ecuador a aprender, a amar la vida.



NADIA SPARHAM

Forma:

Sus productos no requieren tipografía.

Cromática: la cromática que maneja son tonos grises, pasteles y marrones.

Técnica: Fusiona distintos elementos, lo que hacen estos diseños diferentes.

Función:

Los colores en la composición logran armonía, cada color representa un elemento, la técnica escogida resulta muy llamativa.

Tecnología:

Son diseños aplicados en textiles, ya sea digitalmente o con serigrafía a mano, tienen apliques como por ejemplo botones decorativos y bordados en sedas, lanas y algodones.

Quien hizo estos productos es una diseñadora Británica, sus diseños son hechos a manos contribuyendo a la preservación de las artesanías, además de ser productos lujosos, originales e inusuales, a precios accesibles.



Conclusiones

Existe un problema de gran importancia del cual los ecuatorianos no nos hemos percatado, y es la falta de identidad. En la actualidad, vivimos bombardeados por una serie de elementos que, a través de internet, la televisión, y demás medios, nos promocionan una identidad diferente a la nuestra, y que muchas veces tratamos de imitar olvidando quienes somos en realidad y el porque debemos estar orgullosos de ser ecuatorianos.

Nuestro país es un lugar muy rico, pluricultural y megadiverso que nos distingue de los demás, motivo por el cual debemos sentirnos orgullosos de tanta riqueza.

CAPÍTULO 2

Planificación

TARGET

Segmentación Geográfica

Ecuatorianos

Segmentación Demográfica

Hombres- Mujeres
Entre 25 a 35 años

Segmentación Psicográfica

Clase social media y media alta
Poseen un poder adquisitivo medio, medio alto

Personalidad

Espontáneos, sociables, confiados, seguros de si mismos, curiosos, imaginativos, creativos, auténticos, muy alegres, divertidos, les gusta mucho hacer amigos.

Estilo de Vida

Activo, cuando de entretenerse se trata le gusta mucho leer, y navegar en el internet en busca de cosas innovadoras y creativas. Experimentadores (vitales, entusiastas; gastan una proporción relativamente alta de sus ingresos en ropa, conciertos, amigos, viajes).

Segmentación Conductual

Personas que gusten de la biodiversidad y que deseen adquirir productos que les llame la atención por ser llamativos por su diseño y contenido.

También les interesa la cultura y la tecnología. Lo que los motiva es viajar, conocer nuevos territorios, interesados por la biodiversidad y la naturaleza; personas que están abiertos a aprender nuevas cosas, sus hábitos son el consumismo y los viajes. Gustan de los teléfonos de ultima tecnología, también buscan bienes que les permita la movilidad.



PERSONA DESIGN

Mi nombre es Pablo Astudillo, tengo 30 años. Nací en la ciudad de Quito el 21 de abril del 1986 y soy Administrador de empresas. Estudié en la Universidad Central de Quito, vivo con mi esposa e hija, mi familia es lo más importante para mí.

Mi familia está conformada por mi esposa María Belén y mi hermosa hija Ana Paula de 5 añitos, nuestros trabajos son muy agotadores por lo que mi esposa y yo disfrutamos del montañismo en nuestros días libres, como: caminatas, excursionismo, ciclismo y actividades de alta montaña. El montañismo es uno de nuestros pasatiempos favoritos además somos voluntarios de reservas ecológicas, porque realmente nos encanta proteger a los animales y preservar las especies.

Mi carácter es alegre, solidario, paciente, me gusta compartir con las personas que más necesitan de pueblos aledaños, en especial los niños ellos me encantan, su inocencia y sinceridad me cautiva, también me gusta mucho culturizarme, viajar por varios lugares, a mi esposa le gusta mucho la tecnología, ella disfruta de los productos nuevos e innovadores y sobre todo creativos.



PARTIDOS DE DISEÑO

Forma y Función

Cromática

La cultura es un conjunto de sentimientos y emociones, se jugará con la cromática para poder crear en el espectador diferentes tipos de emociones en cada uno de los objetos por lo tanto este será representado con los colores de los recursos identitarios de la provincia.

Tipografía

La tipografía juega un papel muy importante en cada uno de nuestros proyectos, ya que nos encontramos en un gran dilema, entre estética y funcionalidad. Debido a nuestro target, se usará la tipografía palo seco para procurar la mayor legibilidad posible en los textos que llevará el producto final, además nuestro target es un público joven adulto y esta tipografía es de su preferencia, por su sencillez y estética. Nuestra principal función que el lector pueda leer, por lo que los textos serán legibles.

Estilo

Se realizará un estilo diferente en cada colección de los productos, para segmentar de mejor manera los tipos de objetos los cuales se definirán posteriormente.

Elementos Gráficos

Los elementos que se usarán son elementos básicos como: punto, línea, plano, contorno, textura con el único objetivo de no limitar la creatividad.

Función del Producto

La función de este producto gráfico es la de ayudar a la difusión y conocimiento de la identidad de Zamora Chinchipe, con la generación de elementos gráficos, basados en la cultura de la provincia y ser aplicados a productos.



Tecnología

Producción

Se hará uso de las herramientas básicas como por ejemplo adobe Illustrator y Adobe Photoshop.

Materiales

Los materiales a usar será tela 100% poliéster para luego aplicar la técnica de sublimación, plotter de sublimación, acrílico con resina.

Acabados

Para el producto final que serán objetos, contaremos con tecnologías a experimentar como: sublimado, adhesivos laminados y cortados, impresión sobre adhesivo y corte laser en acrílico, impresión offset. Acabados de impresión que permitan llamar la atención de los clientes.

PLAN DE NEGOCIOS

Producto

Serán objetos de uso cotidiano inspirados en la identidad cultural de la provincia de Zamora Chinchipe con los cuales se pretende promocionar a la provincia y que se conozcan los recursos identitarios que esta posee. Además este producto contara con una marca que lo identifique una etiqueta en cada producto y finalmente un packaging.

Precio

El precio del producto será accesible y competitivo. Tomando en cuenta los materiales y acabados de impresión también se considerará el costo del diseño, producción, distribución y gestiones del proyecto, el precio será asequible para el target seleccionado.

Plaza

El canal de distribución que tendrá la comercialización de los productos será largo, ya que se trata de un tema de difusión de la Provincia de Zamora Chinchipe y esta debe ser promocionada a nivel nacional. Los lugares en donde se comercializarán los productos, serán lugares como tiendas de objetos turísticos, terminales terrestres, aeropuertos, además de stands en centros comerciales donde se frecuente el target previamente escogido. etc.

Promoción

Para captar la atención del público meta se pretende principalmente realizar la promoción vía redes sociales ya que el público a quién va dirigido son jóvenes, siendo este el medio más rápido para contactarlos.



1. Siluetas

Selecciona recursos de la Provincia y generar la gráfica en base a las siluetas.

2. Tipografía

Usar la tipografía como un elemento de información.

3. Morfología

Seleccionar los recursos mas relevantes de la Provincia, extraer motivos y crear una gráfica de los mismos.

4. Ilustración

Utilizar los paisajes de la provincia, exagerando todos sus recursos mas importantes.

5. Fotografía

Obtener imágenes duraderas, en las que se pueden expresar todas las emociones vividas en la Provincia.

6. Iconos

Representar los recursos mediante iconos dándole un significado de valoración y caracterización del referente.

7. Collage

Ensamblar diversos elementos o recursos identitarios en un todo.

8. Fondo – Figura

Utilizar la técnica de fondo y figura, para luego unir la gráfica junto a información que comunique sobre el recurso escogido.

9. Símbolos

Representar una idea perceptible sobre los recursos de la Provincia.

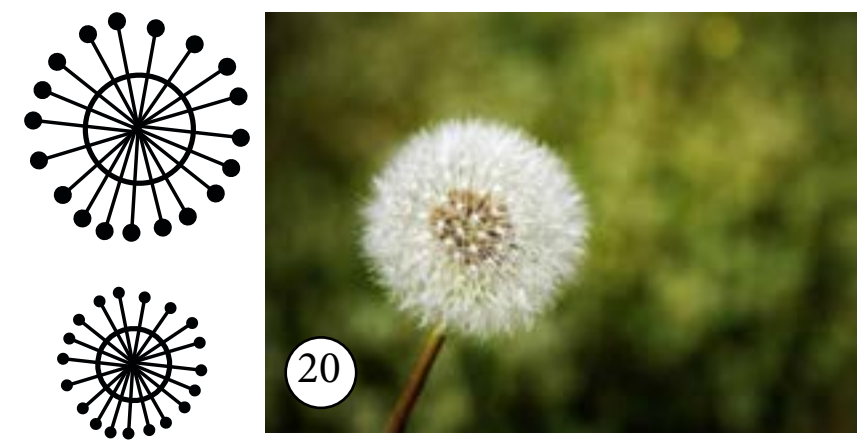
10. Lettering

Realizar una composición tipográfica hecha a mano, tomando en cuenta los recursos identitarios.

3 IDEAS CREATIVAS

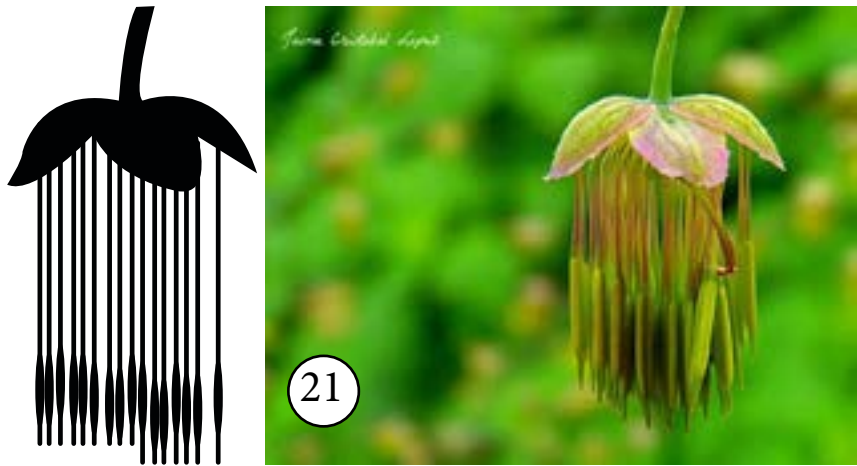
1. Morfología

Una de sus principales ventajas es su amplio uso y combinación de forma, cromática, etc. Una de las desventajas es formas repetitivas.



2. Siluetas

Una de la ventajas combinaciones cromáticas mas serias, figuras y formas complejas, con trasfondo simbólico. Desventaja costo de producción alto.



3. Tipografía

Combinación tipográfica elegante, legible. Desventaja la cromática simple para la connotación simbólica de la forma.

A B C
D E F
G H I
J K L
M N
O....



IDEA PRINCIPAL

Morfología

SISTEMA CREATIVO

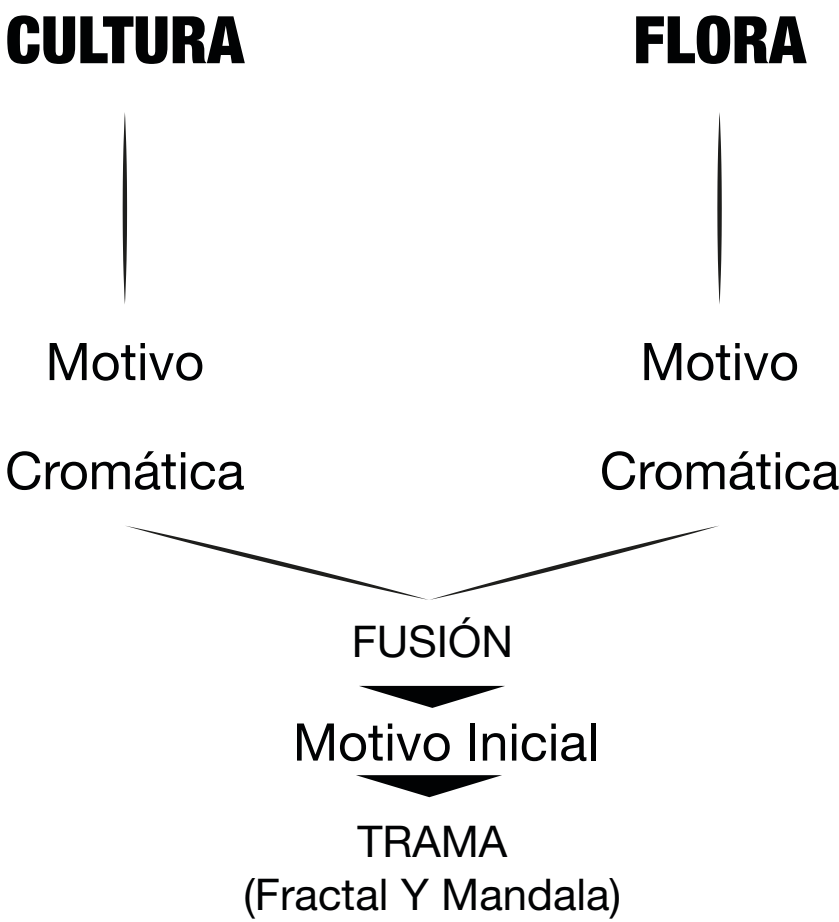
Constantes

- Toda la gráfica generada será vectorial
- Tipografía Helvetica Neue
- La cromática será basada en cada elemento.
- La grafica siempre estará basada en la abstracción de la morfología tomada de cada elemento, siendo el punto de partida para la creación de la gráfica.
- Todas las aplicaciones llevaran la marca correspondiente

Variables

- Se realizara tramas o se usara la gráfica sola
- La composición, podrá ser fractal o mándala.
- La ubicación del texto dependerá del soporte, puede o no seguir el patrón de la gráfica.

Estrategia Gráfica



Mi estrategia gráfica consta de la fusión de dos partes de cultura y flora, esta unión se da para cumplir con el objetivo de este proyecto, que es demostrar que los grupos étnicos Shuar, Afroecuatorianos, Saraguros, Puruháes están asentados en una sola provincia y es Zamora Chinchipe.

Se extraerá un motivo de cultura y de flora, de igual manera de la cromática esto se fusiona dando como resultado un motivo inicial.

En el motivo inicial se aplicaran operatorias básicas del diseño como rotación, escala, etc para como resultado final entregar diseños en trama o mándala.

Flores representativas de la Provincia



Se ha escogido una flor para cada cultura.

La cultura Shuar se fusiona con las bromelias debido a que esta flor es muy común en esa comunidad, la cultura Afroecuatorianos se fusiona con las Heliconias, la cultura Saraguro con la flor masdevallia manchinazae y por ultimo la cultura Puruháes con la flor Ericácea.



MARCA

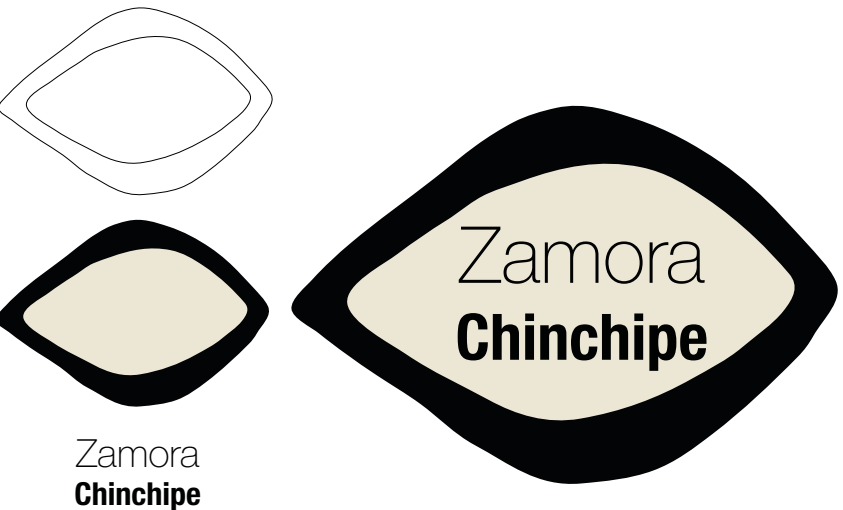
La Marca Gráfica es la representación visual de la imagen corporativa de Zamora Chinchipe, por lo que es de mayor importancia respetar todas las normas de utilización, como en colores y tipografía.

La morfología de la marca se compone de dos partes:

Parte Gráfica (Símbolo):
Consiste en formas que fueron obtenidas para representar morfológicamente una hoja, y así tomar en cuenta una parte de la amazonía ecuatoriana.
Sus formas son orgánicas para estilizarla, nada geométricas debido a que sigue una sistematización de toda la gráfica realizada, tomando en cuenta que la misma debe ser muy simple para que no sea confundida como parte de la demás gráfica.

Parte Tipográfica (Logotipo):
Esta parte es la propia denominación de la marca, en este caso Zamora Chinchipe.

Tipografía Corporativa



Para configurar el logotipo se ha elegido la tipografía Helvética Neue que es una fuente palo seco de corte moderno. Se trata de una familia que impone con su presencia imagen de dinamismo, modernidad y sofisticación ya tiene un uso muy extendido y es de fácil lectura en cualquiera de sus versiones (regular, italic, bold, etc...)

Las especificaciones técnicas del tipo que se han realizado se detallan a continuación.
Estas especificaciones han de ser respetadas en todo momento cuando forme parte de la marca.

Helvética Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvética Condensed Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

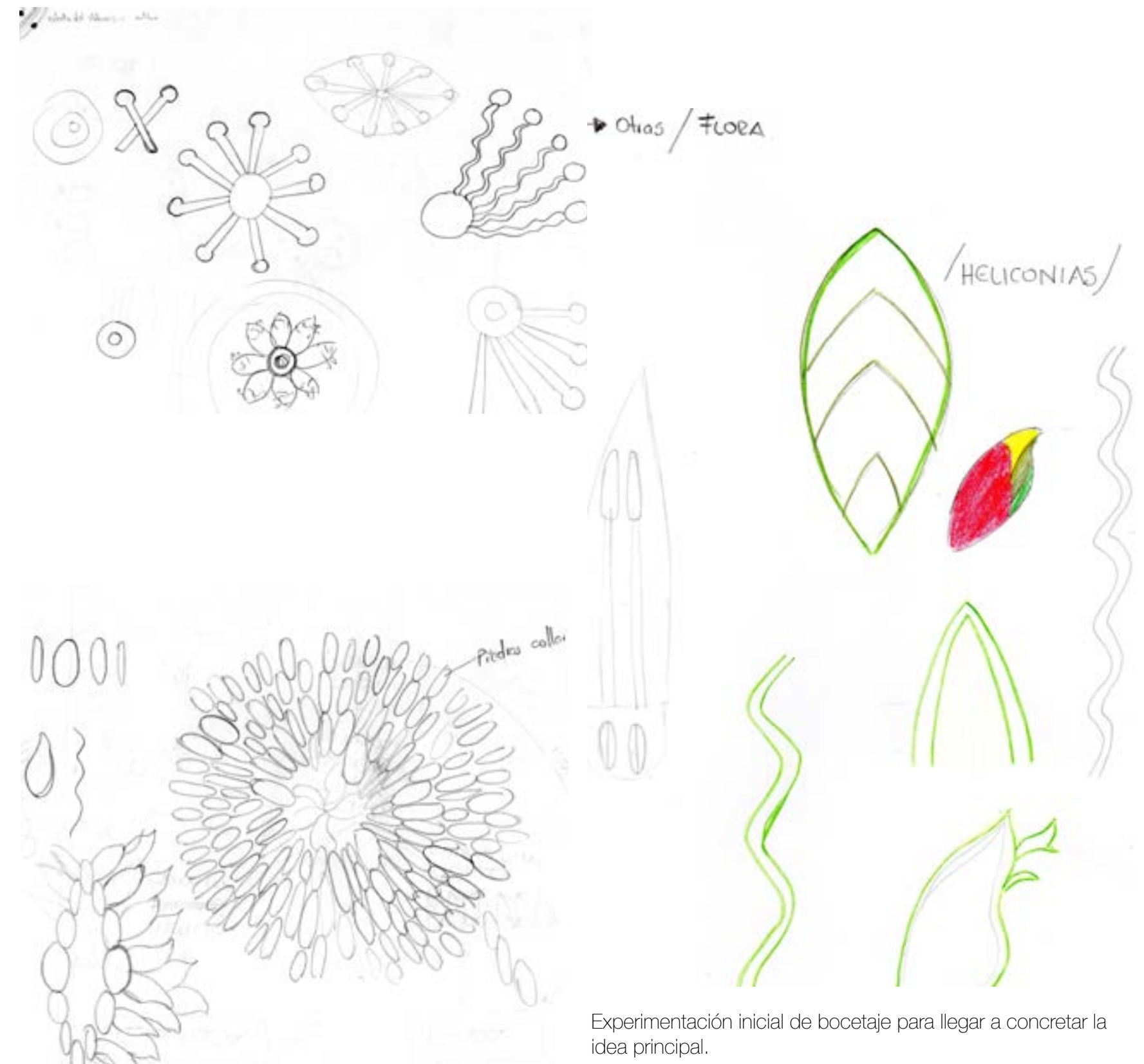
Colores Corporativos

La marca Zamora Chinchipe está compuesta por 2 colores corporativos diferentes. Los colores corporativos se reproducirán en la marca gráfica tal y como se muestra. Los 2 colores pueden ser reproducidos.



Colecciones
• Shuar
• Afroecuatorianos
• Saraguros
• Puruháes

Colecciones



↑ FLORES ⇒ Aguiños Zamora

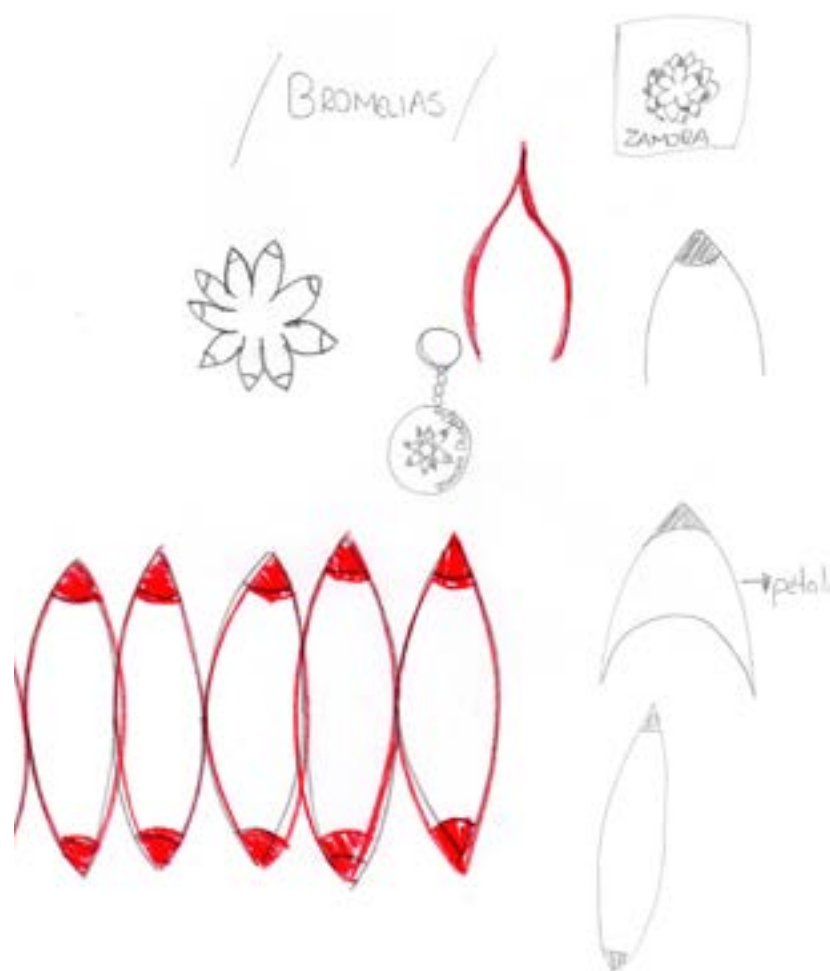
→ Otios / FLORA

• flor la heliconia

• Orquidea phalaenopsis



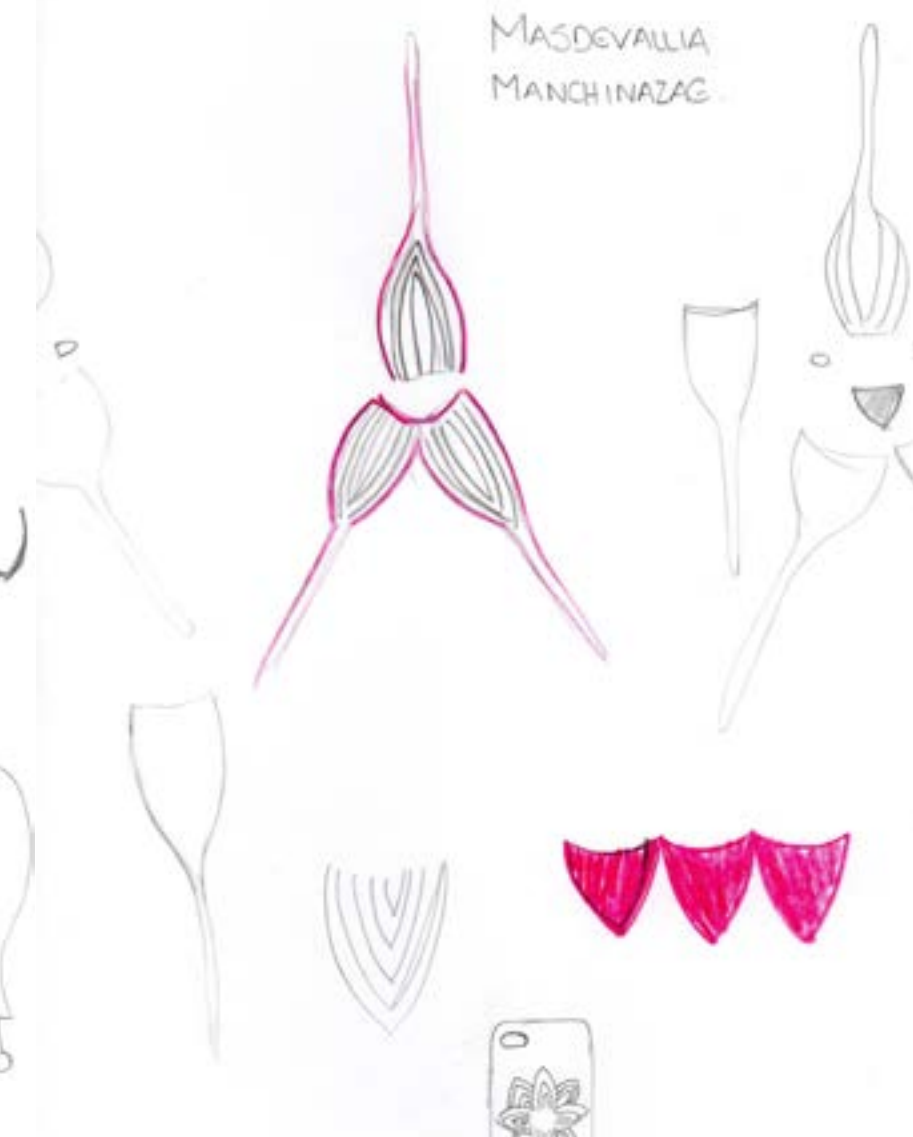
• Cypripedium



AE } → Otios / FLORA



HINAZAG } → Familia Aguiños / FLORA



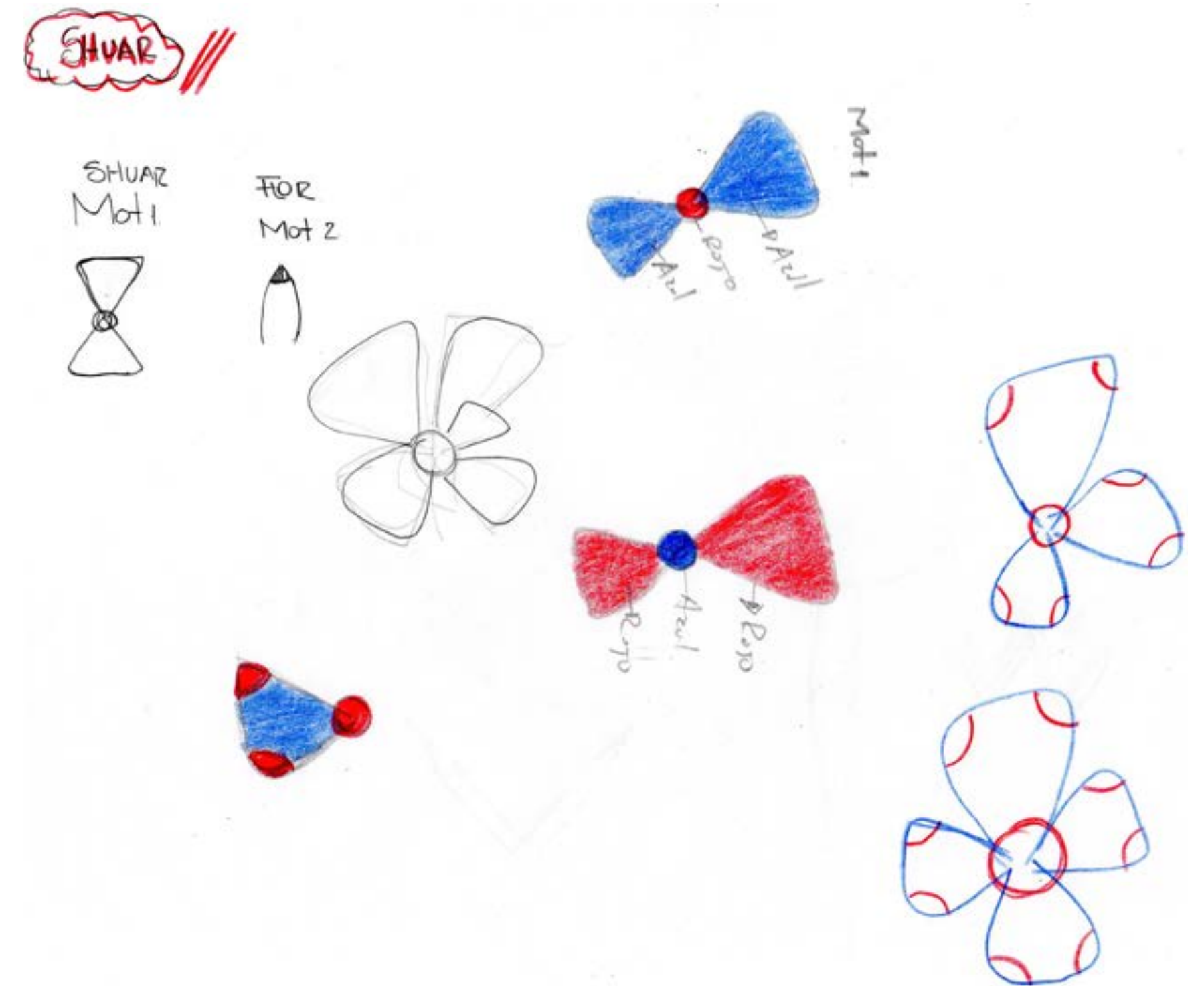
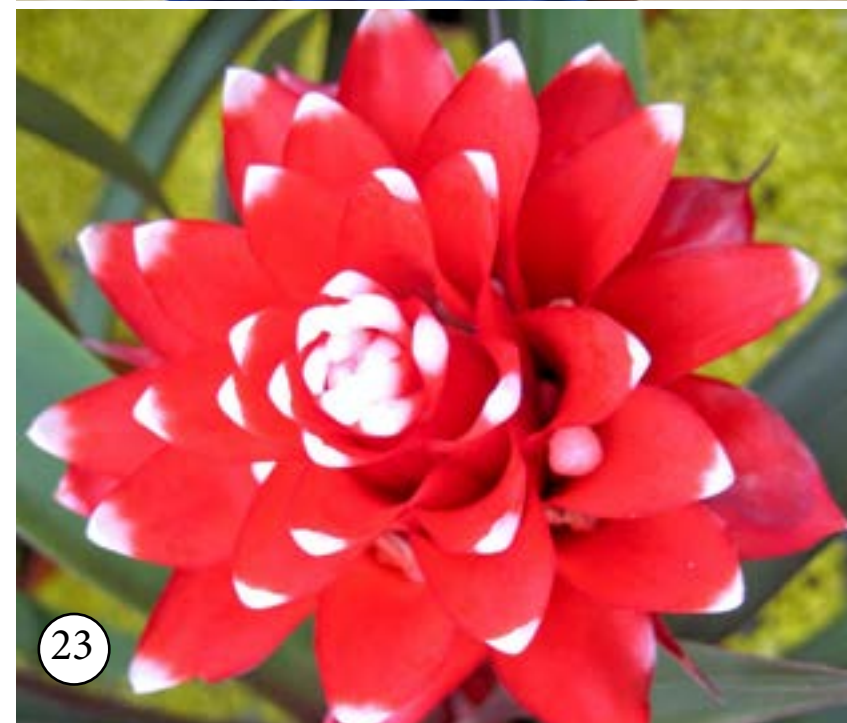
GRÁFICA SHUAR

Morfología

Los shuar conforman un pueblo muy grande donde aún mantienen sus costumbres en especial en las ceremonias especiales. Para extraer la gráfica de esta cultura nos hemos basado no solo en sus complementos de vestimenta, también en sus pinturas corporales y esta es fusionada con la flora. Las bromelias es la flor elegida para combinarse con la cultura shuar.

Cromática

En cuanto a la cromática se extrae de la cultura y de la flor.



Experimentación inicial de bocetaje de la cultura shuar.



FLOZ BROMELIA
Mot 2



SHUAR
Mot 1



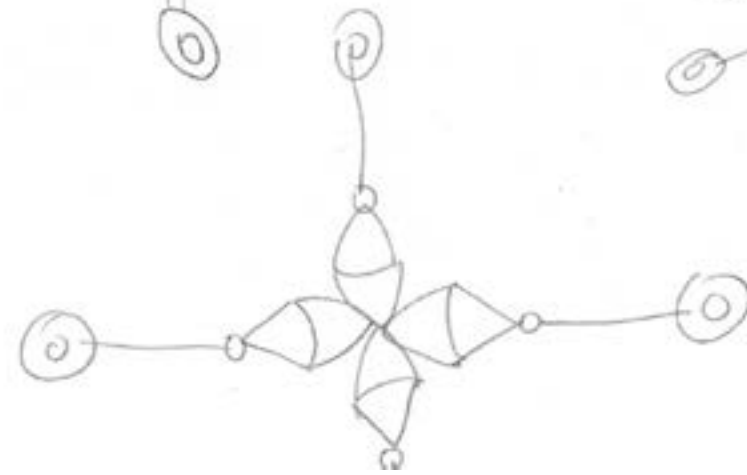
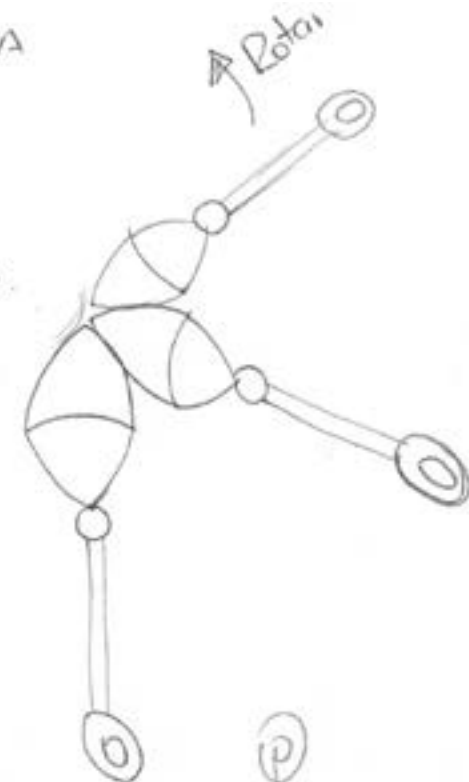
FLOZ BROMELIA
Mot 2



SHUAR
Mot 1

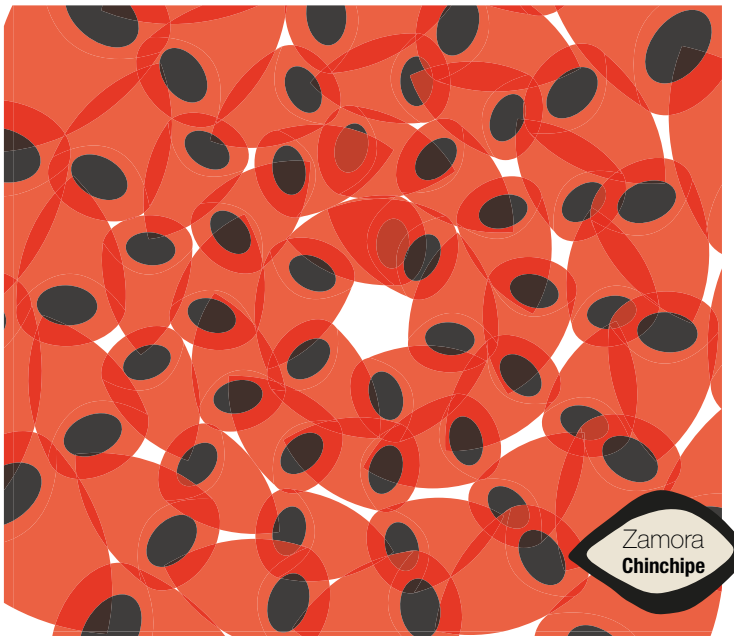
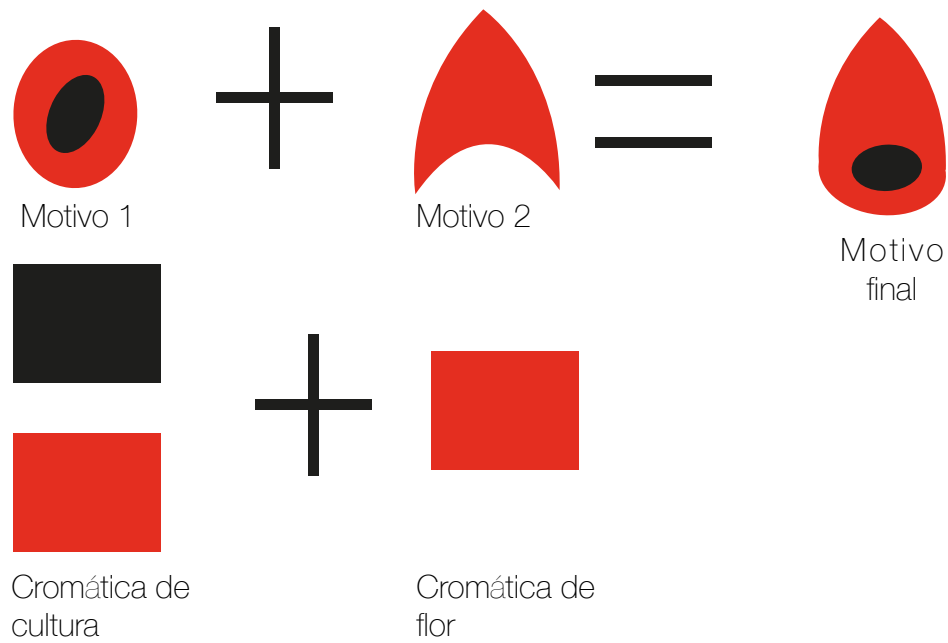


FLOZ BROMELIA
Mot 2



ESTRATEGIA DE LA GRÁFICA SHUAR

Cultura Shuar + Bromelias

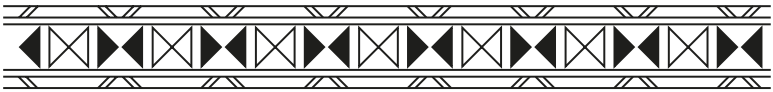
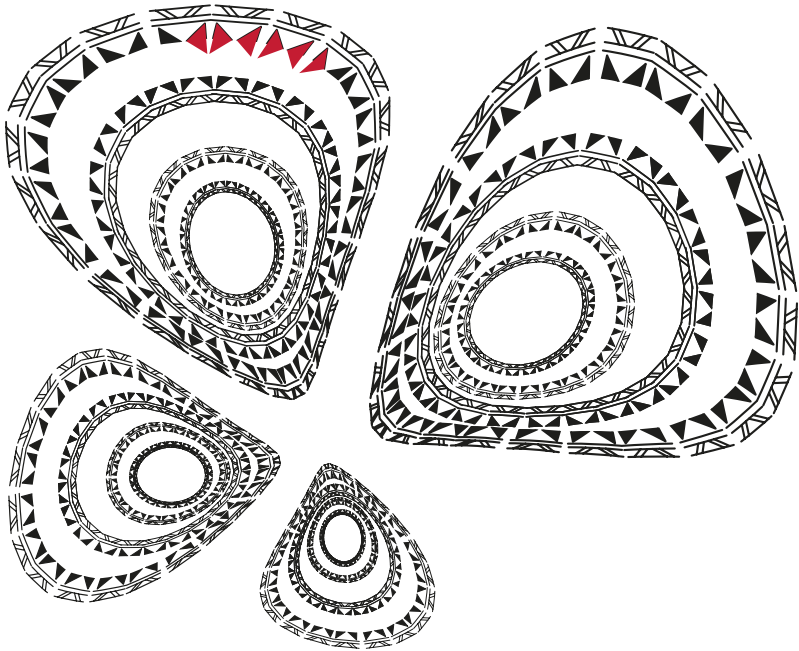


El primer motivo es extraído de la cultura Shuar, de una semilla que es fundamental para ellos llamada san pedro, el segundo motivo es extraído de la forma del pétalo de la flor como resultado nos da un motivo final, este motivo es trabajado con las operatorias básicas del diseño para poder tener como resultado final un fractal o un mándala. La cromática funciona de la misma manera.

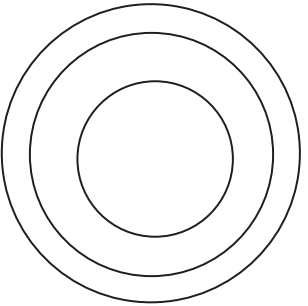
DISEÑO 1



Cromática Final

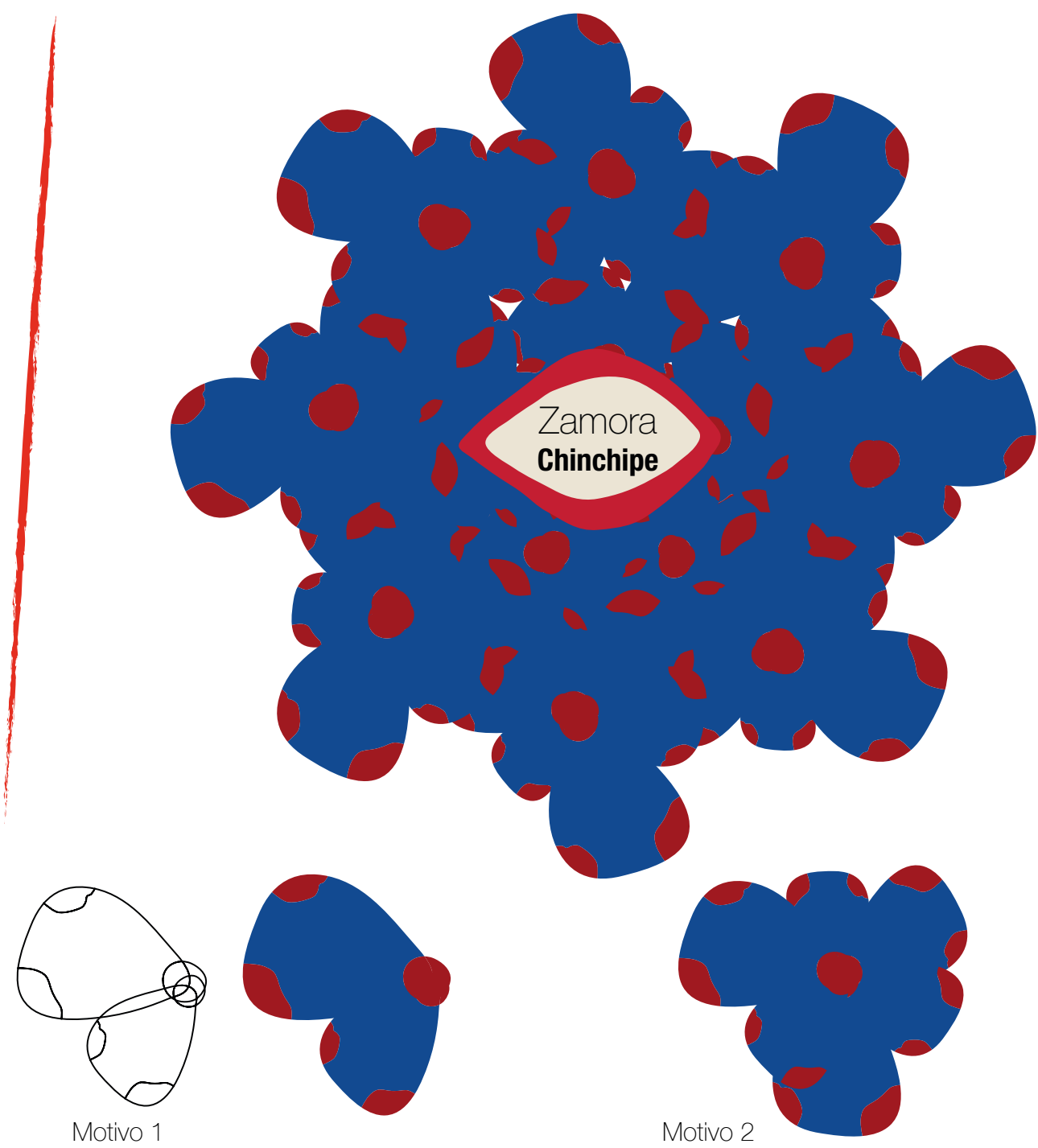


Motivo 1

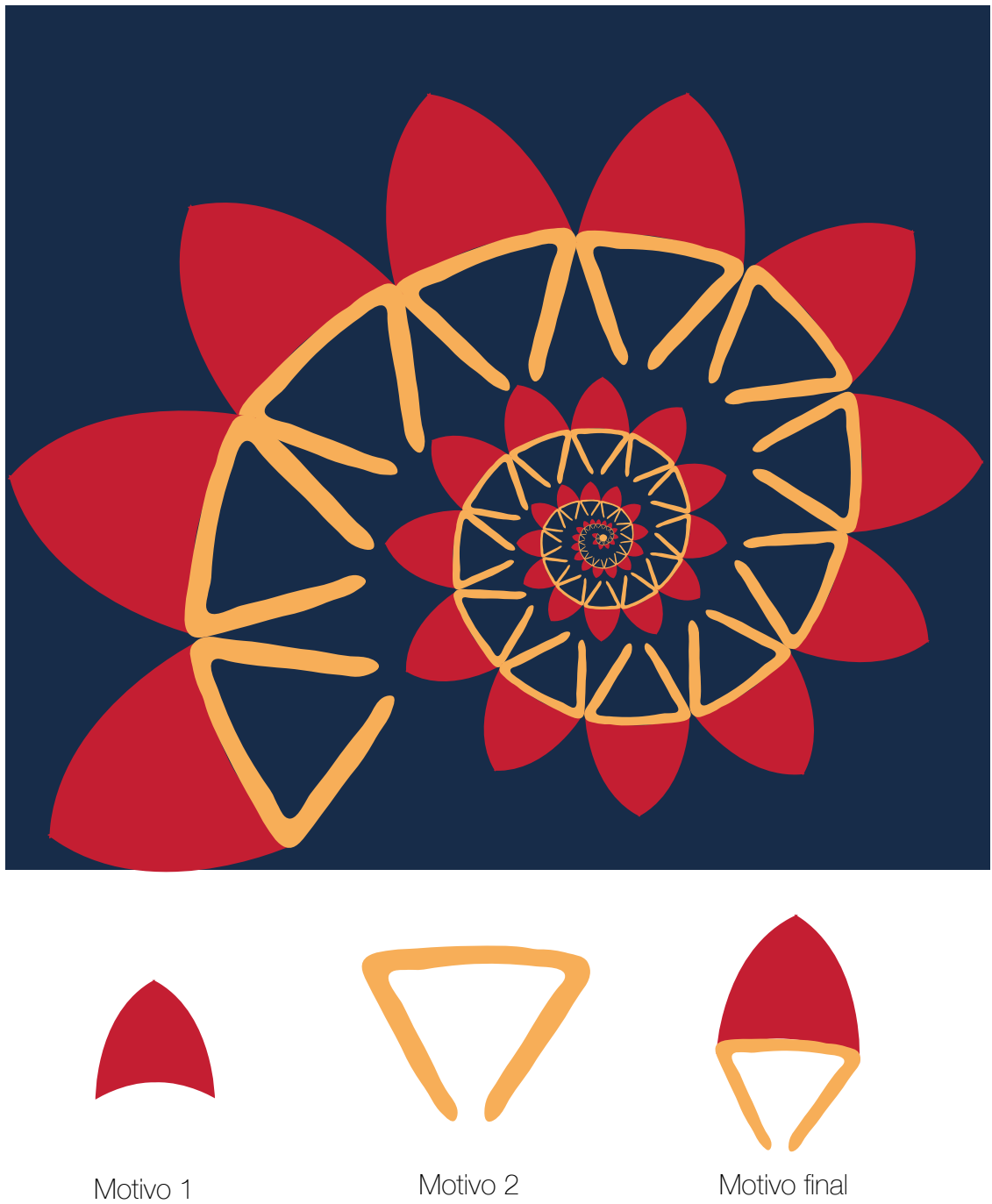


Motivo 2

DISEÑO 2



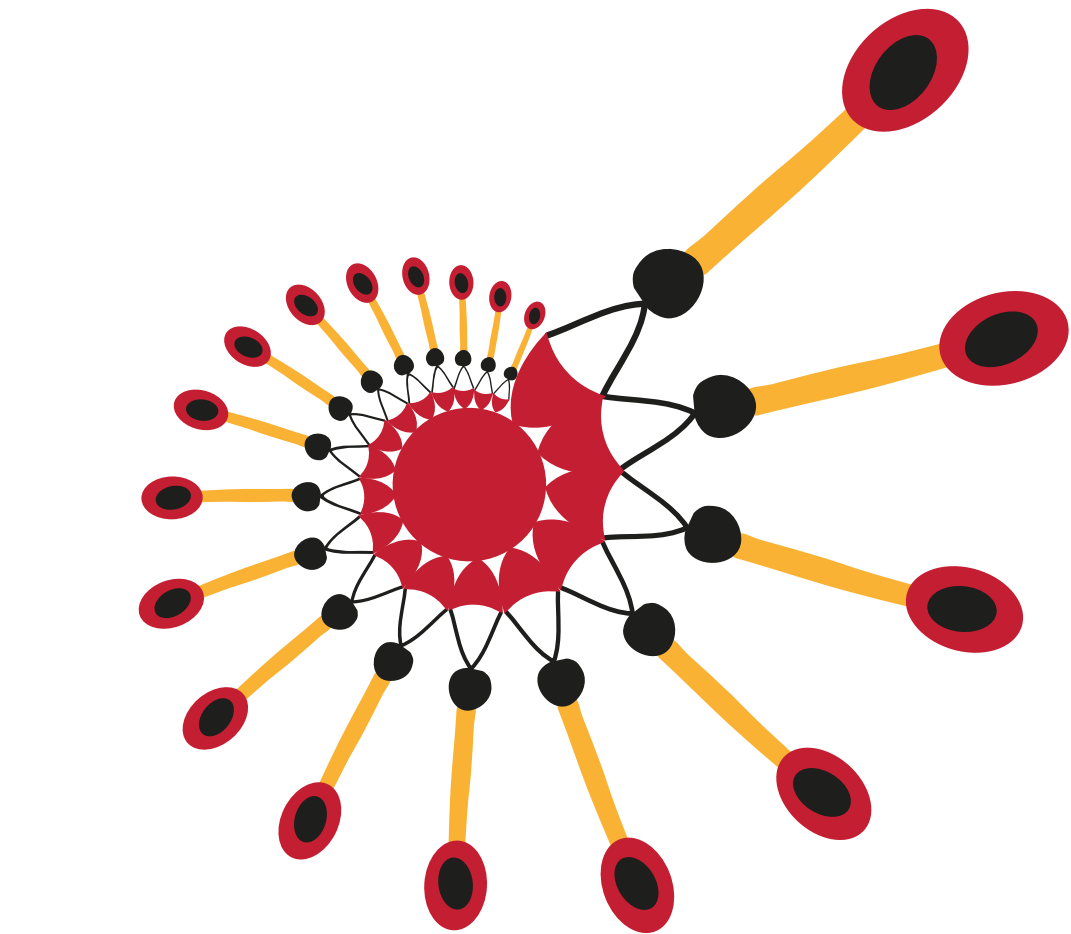
DISEÑO 3



DISEÑO 4



Cromática Final

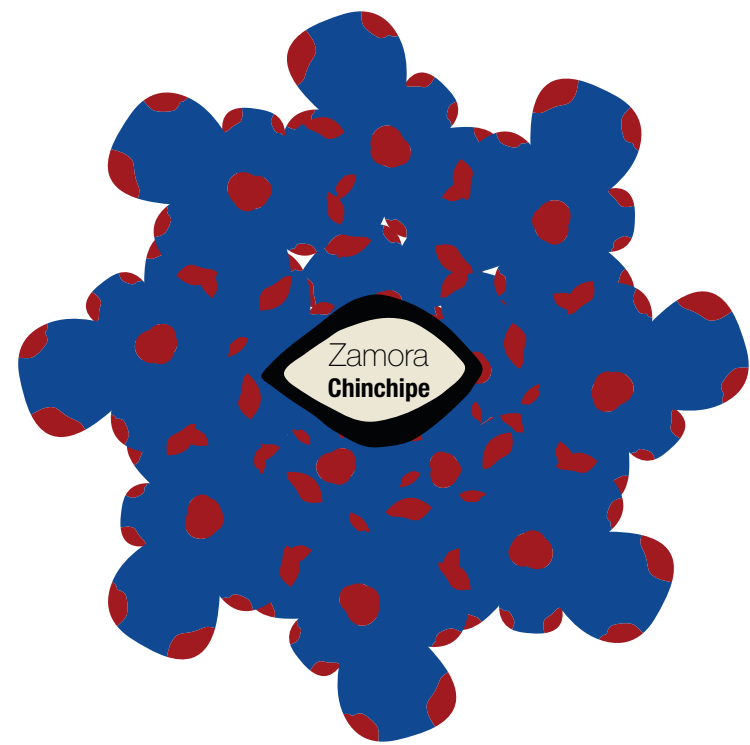
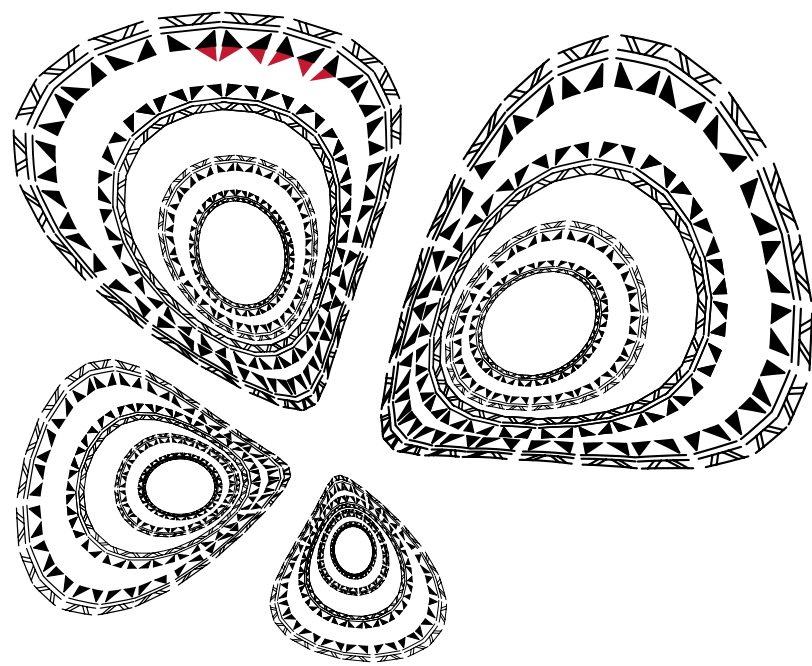


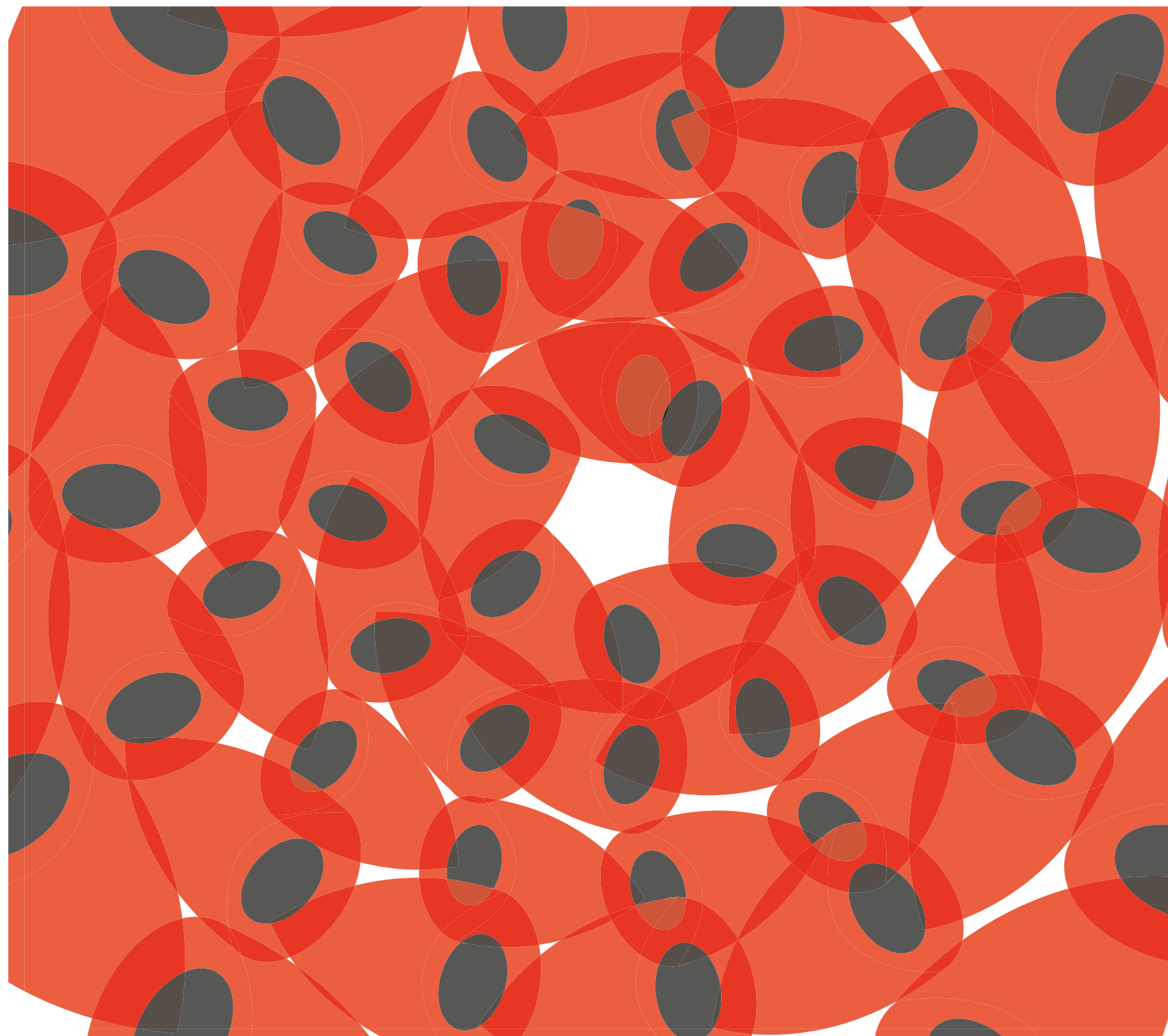
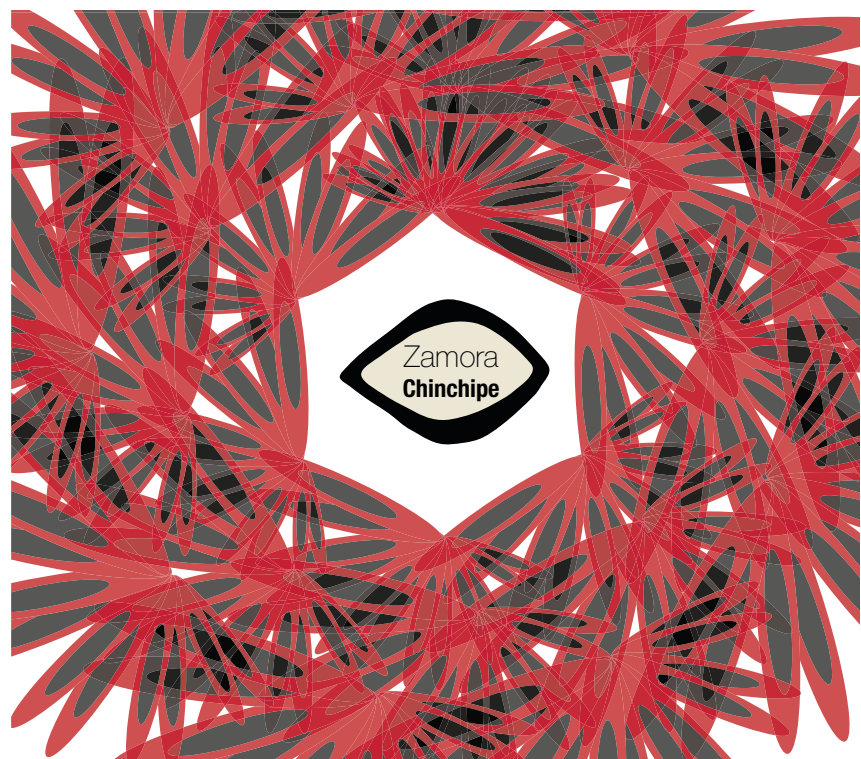
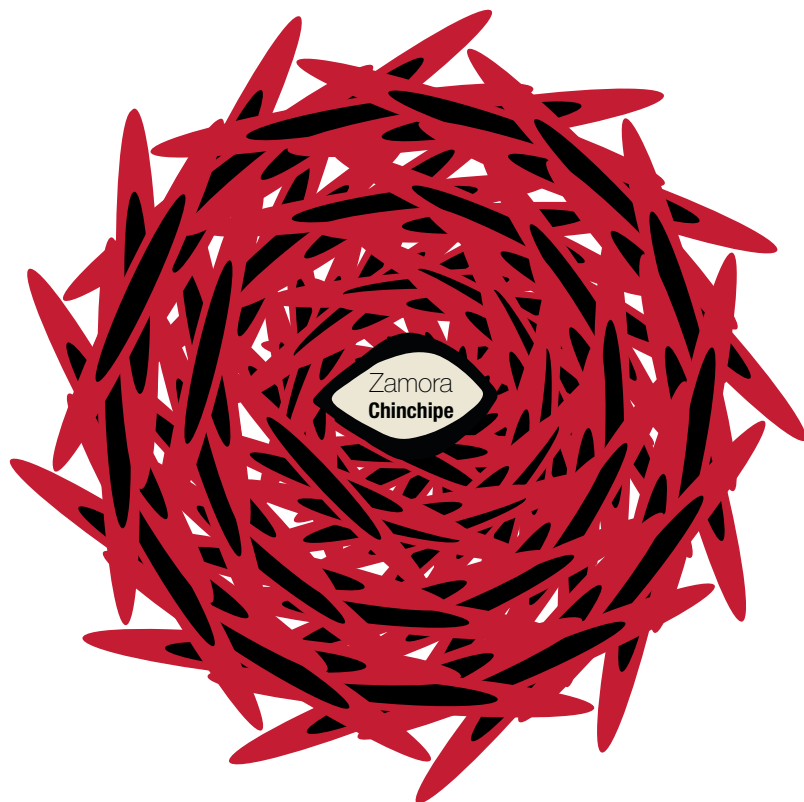
Motivo 1

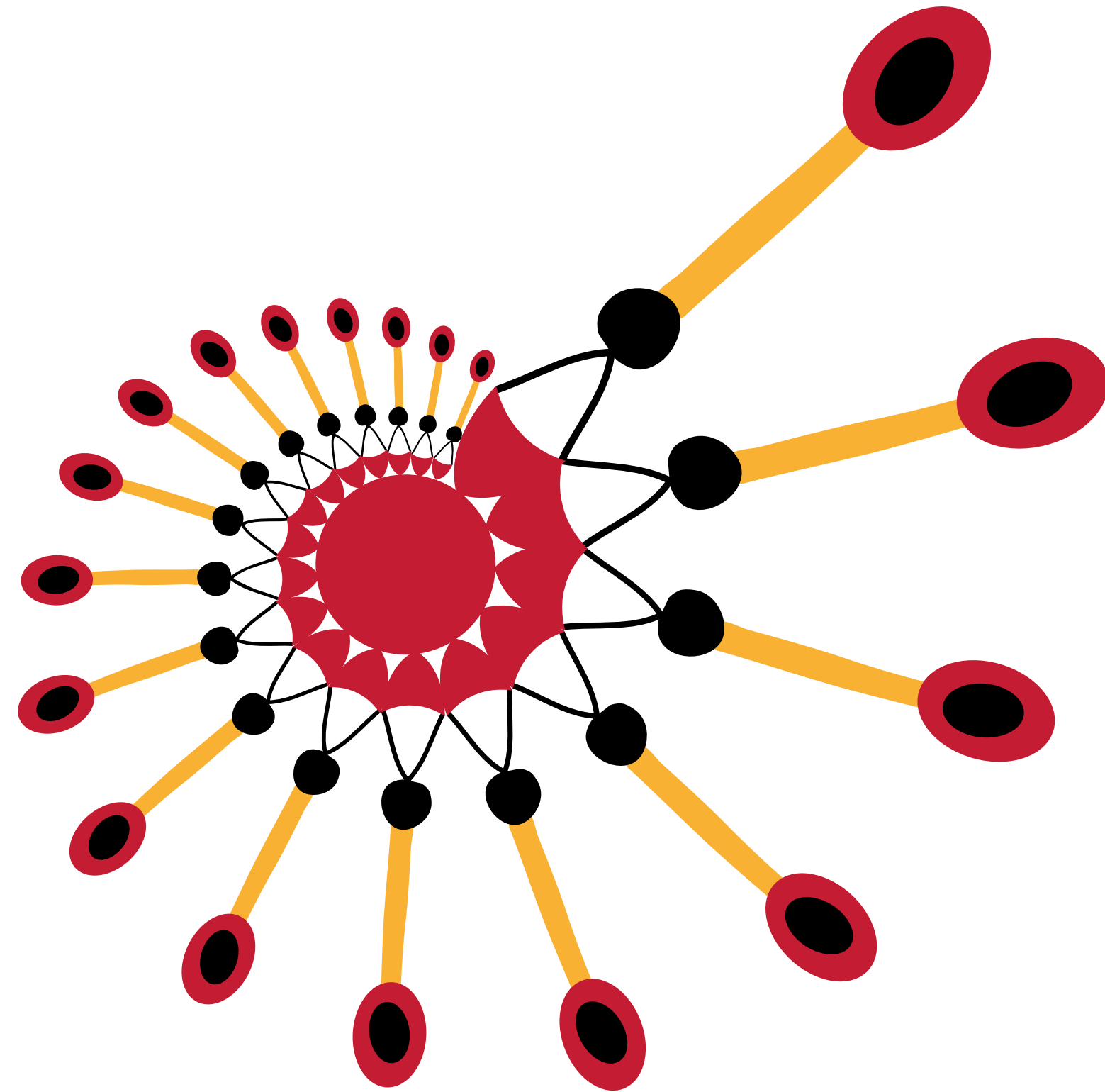


Motivo 2

GRÁFICA
FINAL







GRÁFICA AFROECUATORIANA

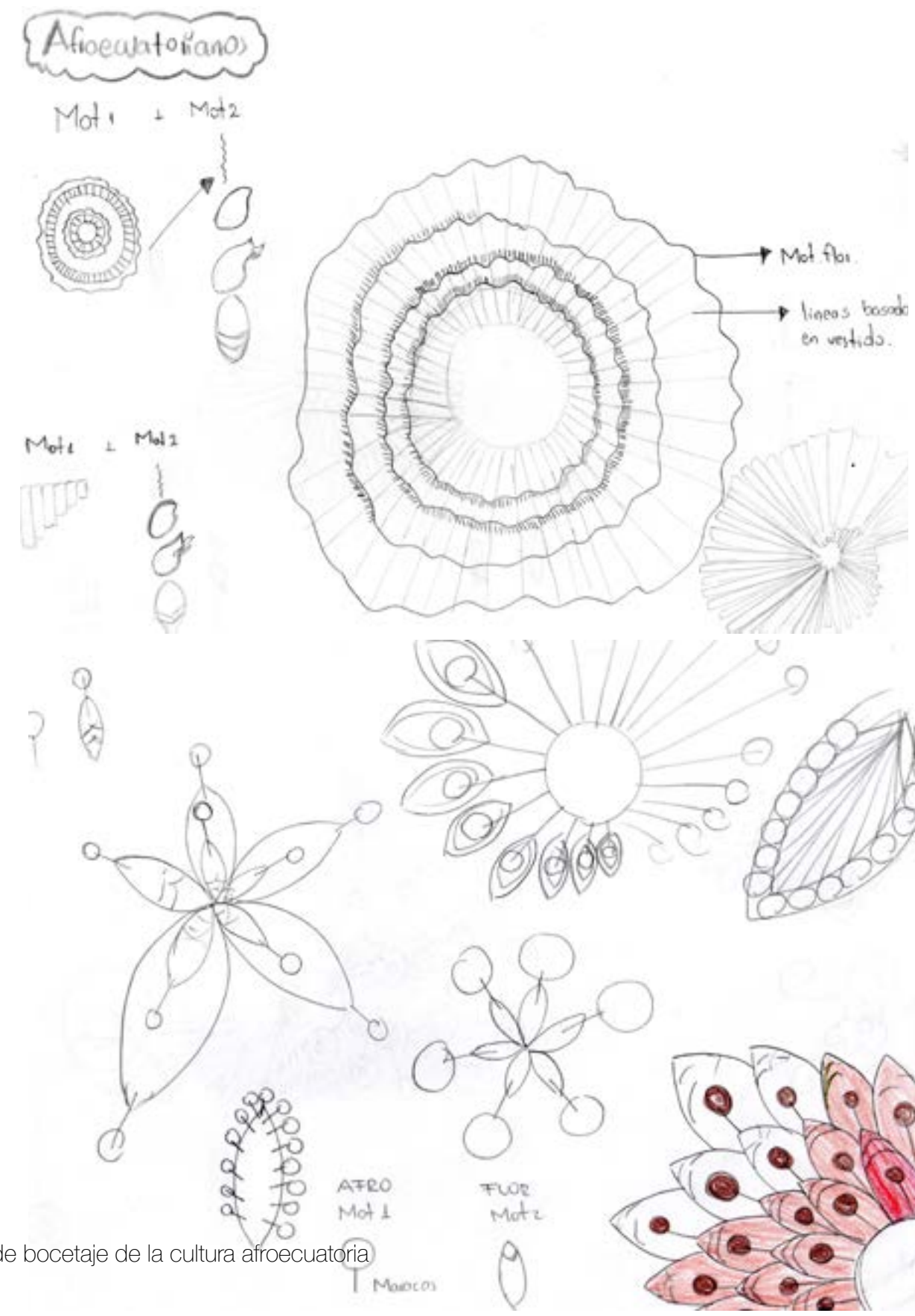
Morfología

Los afroecuatorianos un pueblo lleno de alegría y energía es agradable compartir un momento con ellos debido a que ofrecen siempre con carisma su comida típica. Para extraer la gráfica de este pueblo de igual manera nos hemos basado no solo en la vestimenta, también en collares, aretes y varios de sus accesorios, ésta es fusionada con la flora. Las Ericáceas es la flor elegida para combinarse con la cultura afroecuatoriana.

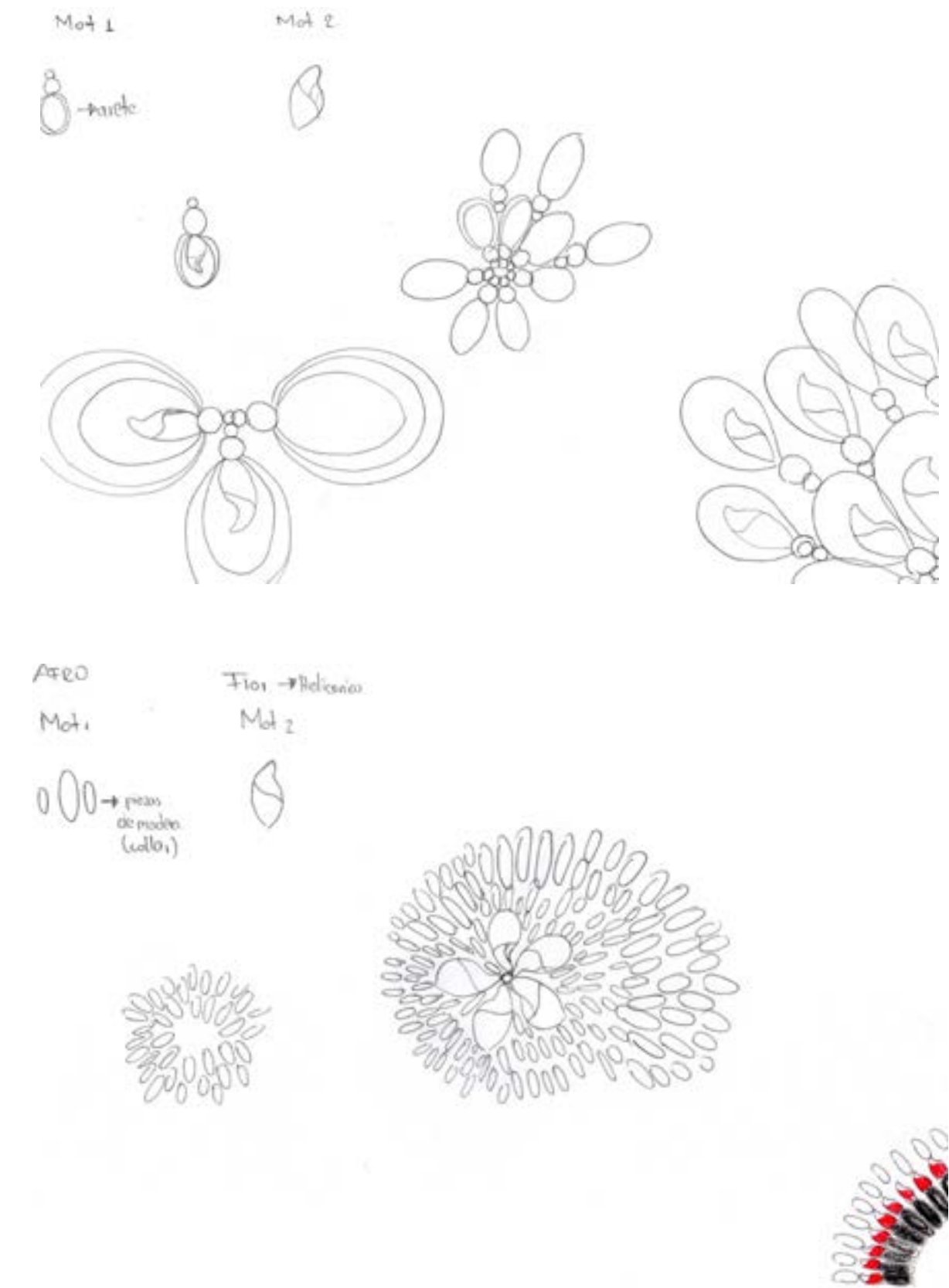
Cromática

En cuanto a la cromática se extrae de la cultura y de la flor, de cada motivo que se escoja.





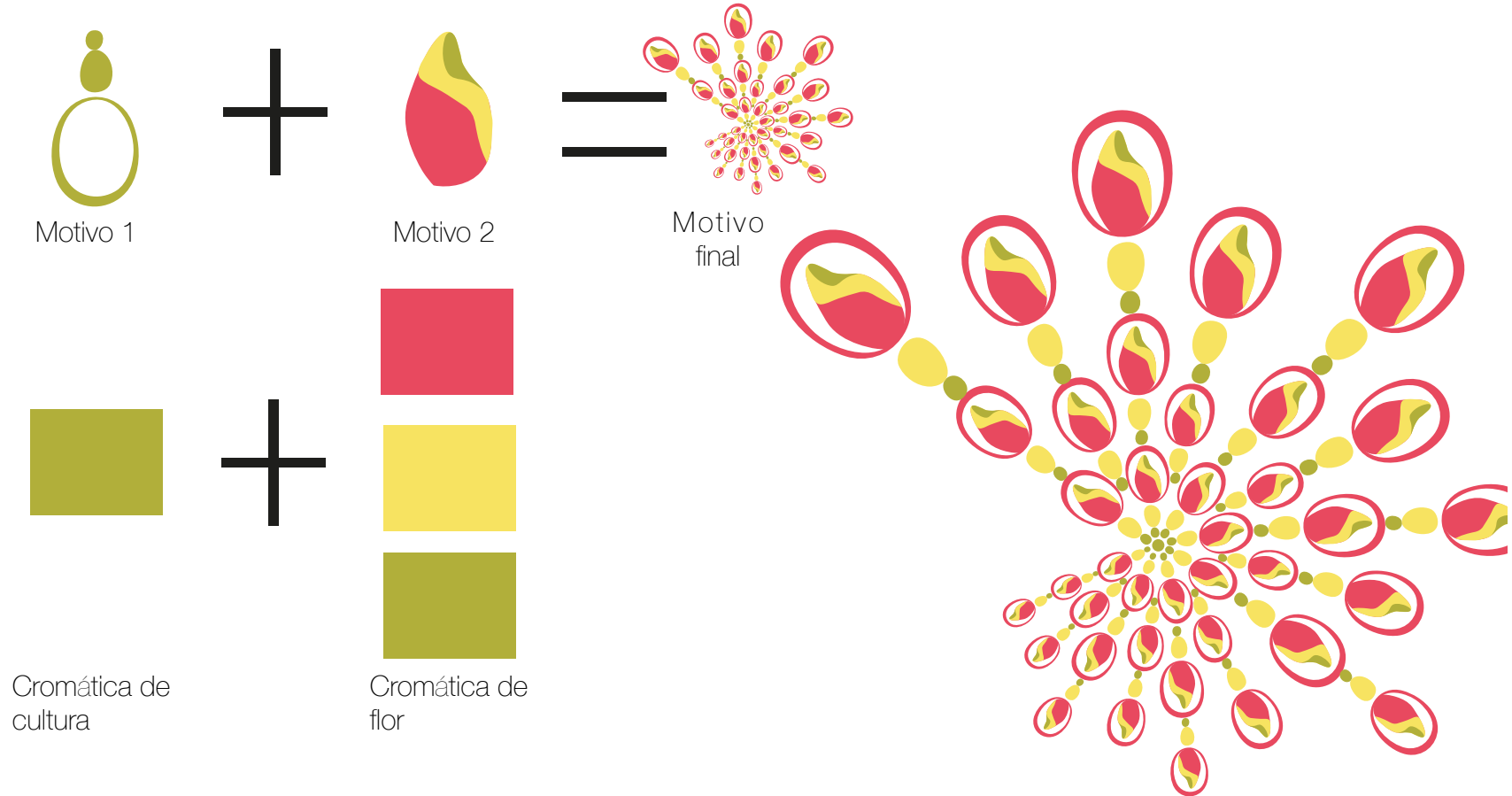
Experimentación inicial de bocetaje de la cultura afroecuatorial



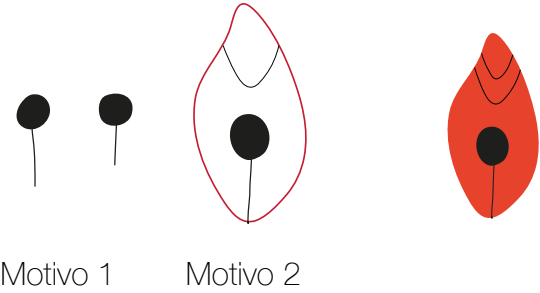
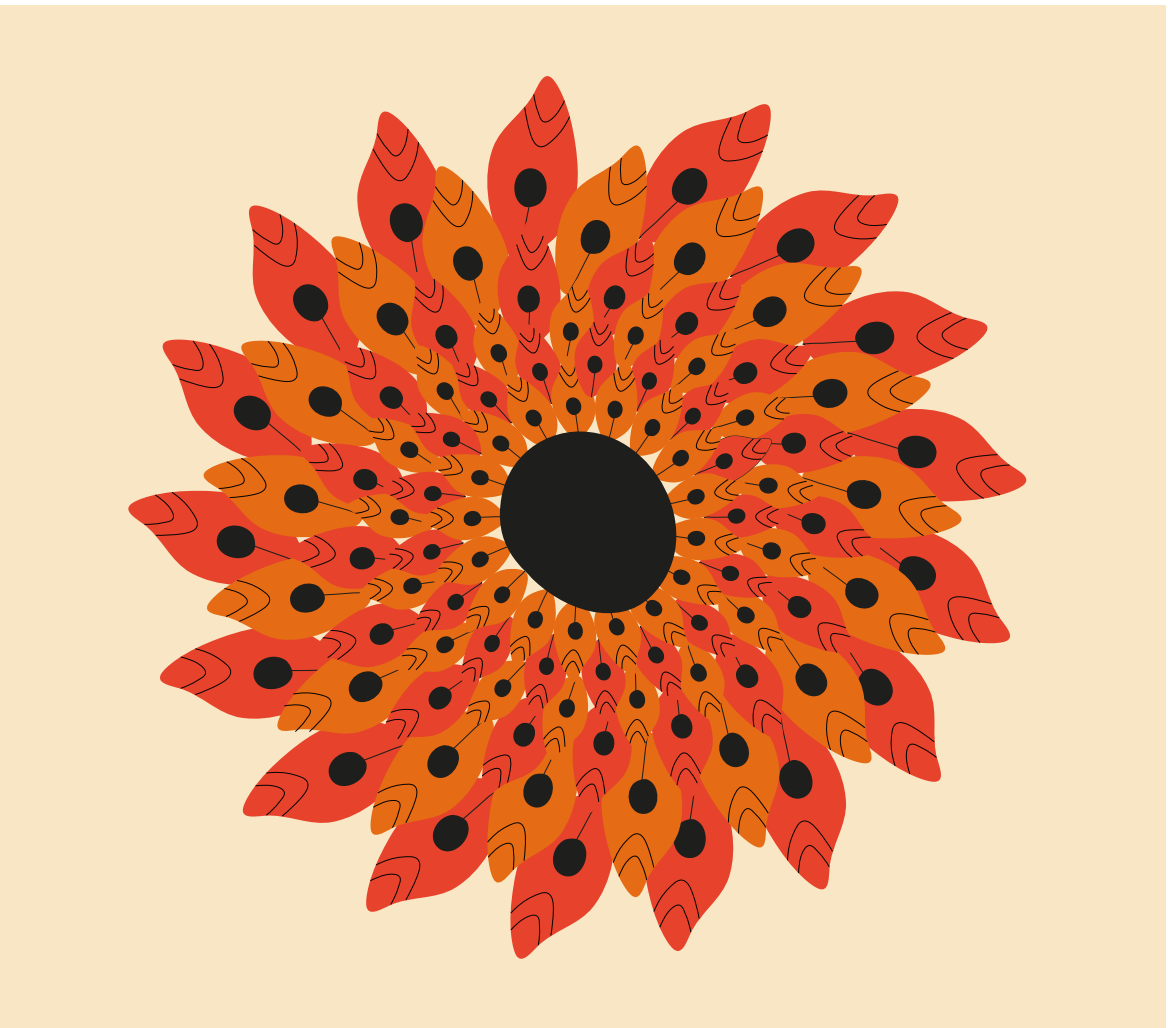
ESTRATEGIA DE LA GRÁFICA AFROECUATORIANOS



El primer motivo es extraído de la cultura Afroecuaroriana, del arete que usa la mujer afro, el segundo motivo es extraído de la forma del pétalo de la flor como resultado nos da un motivo final, este motivo es trabajado con las operatorias básicas del diseño para poder tener como resultado final un fractal o un mándala. La cromática funciona de la misma manera. Esto es aplicado para toda la gráfica.



DISEÑO 1



DISEÑO 2



Cromática Final



Motivo 1

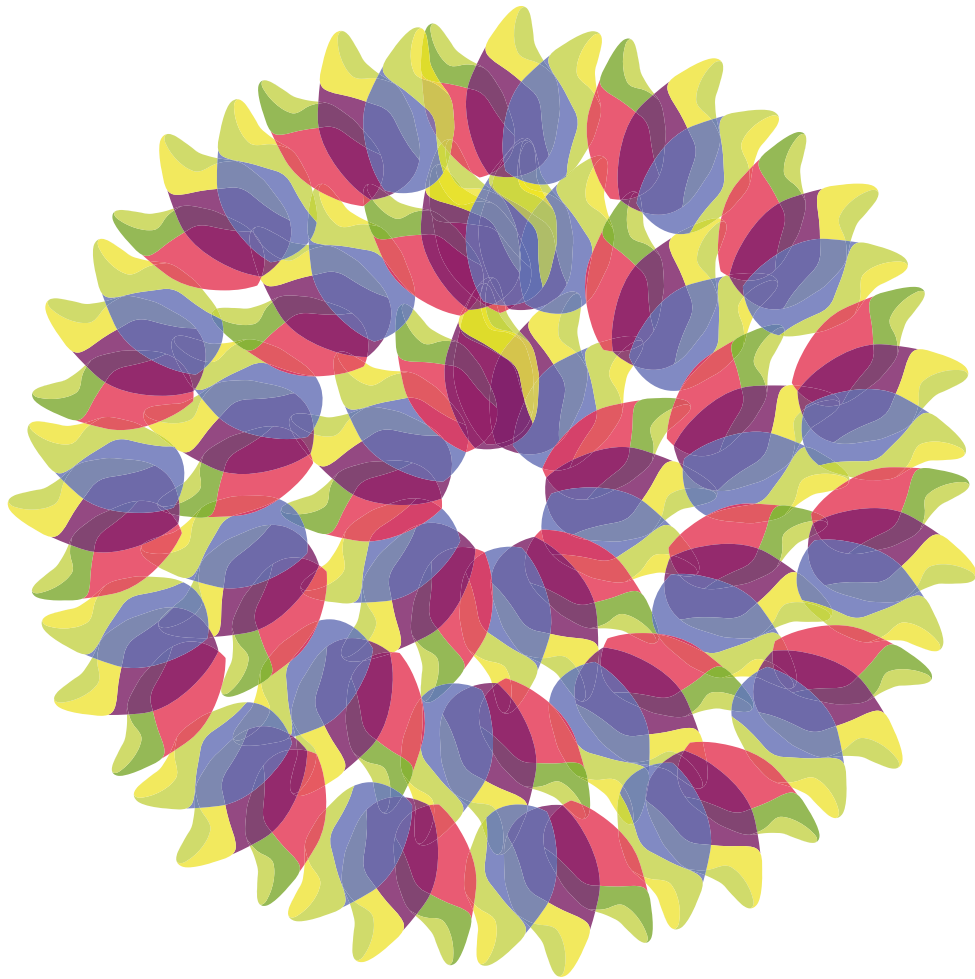


Motivo 2

DISEÑO 3



Cromática Final



Motivo 1



Motivo 2



Motivo 3

DISEÑO 4



Cromática Final

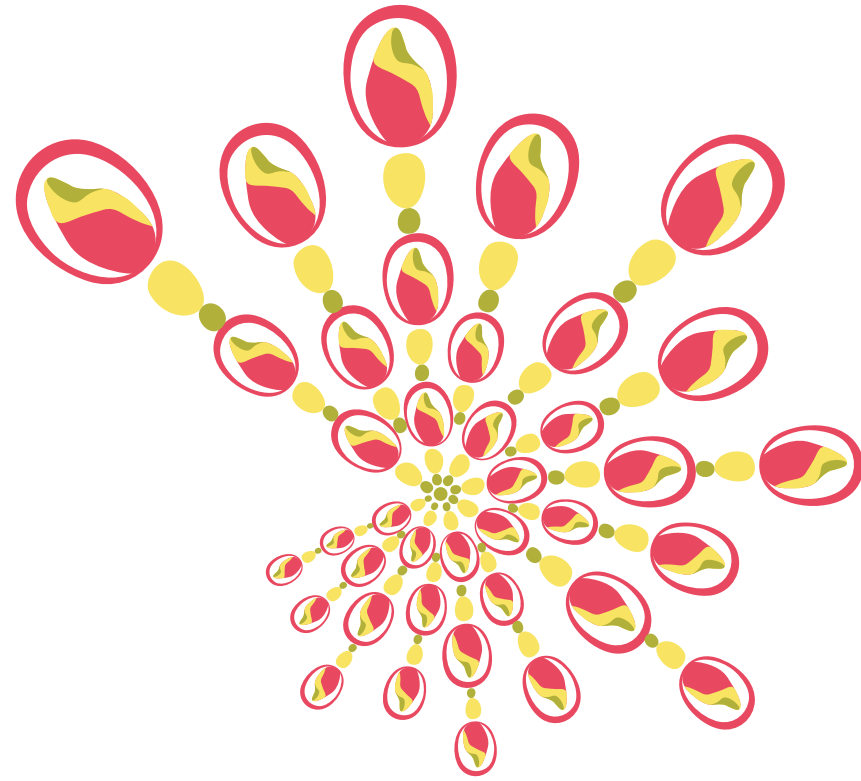


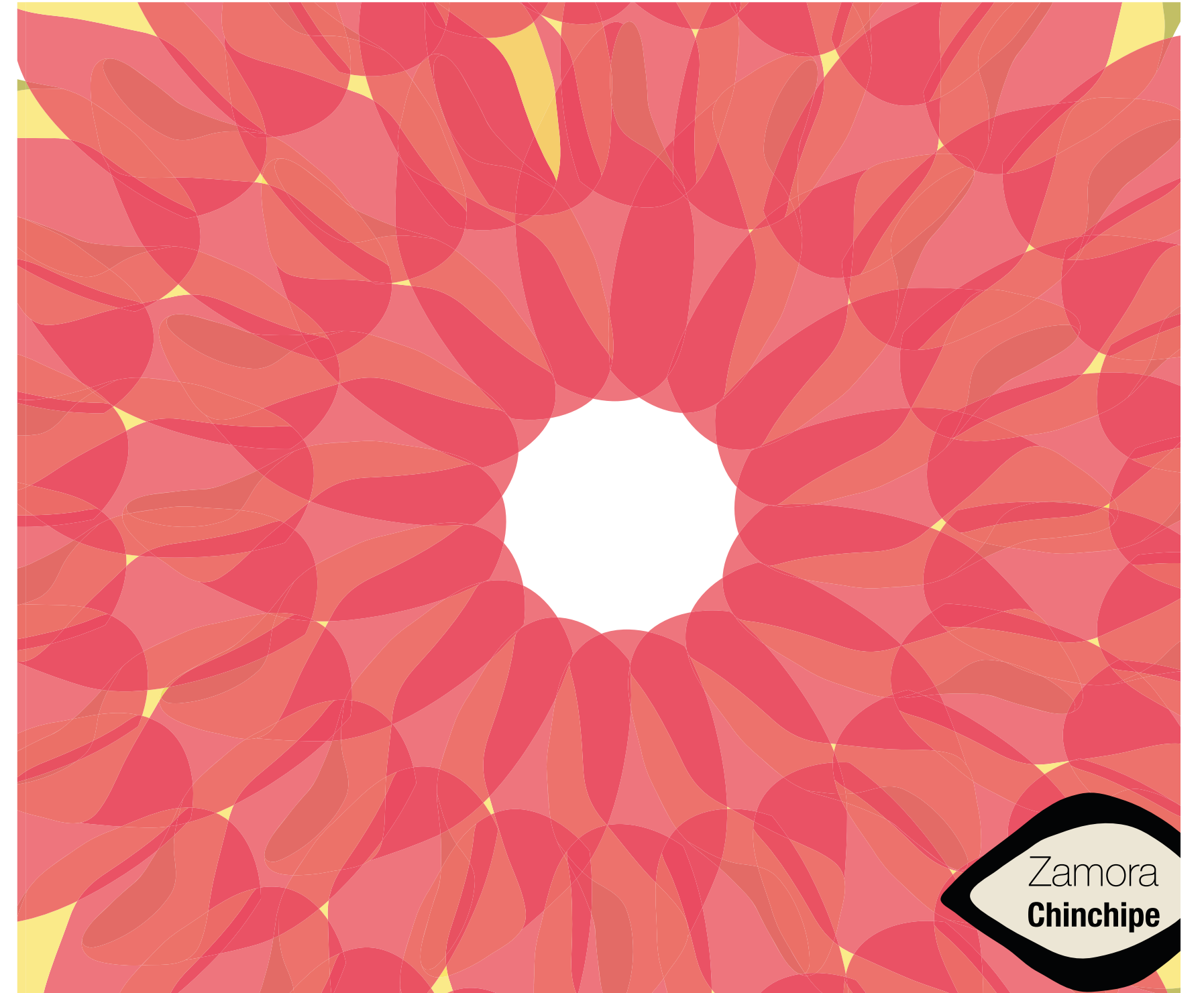
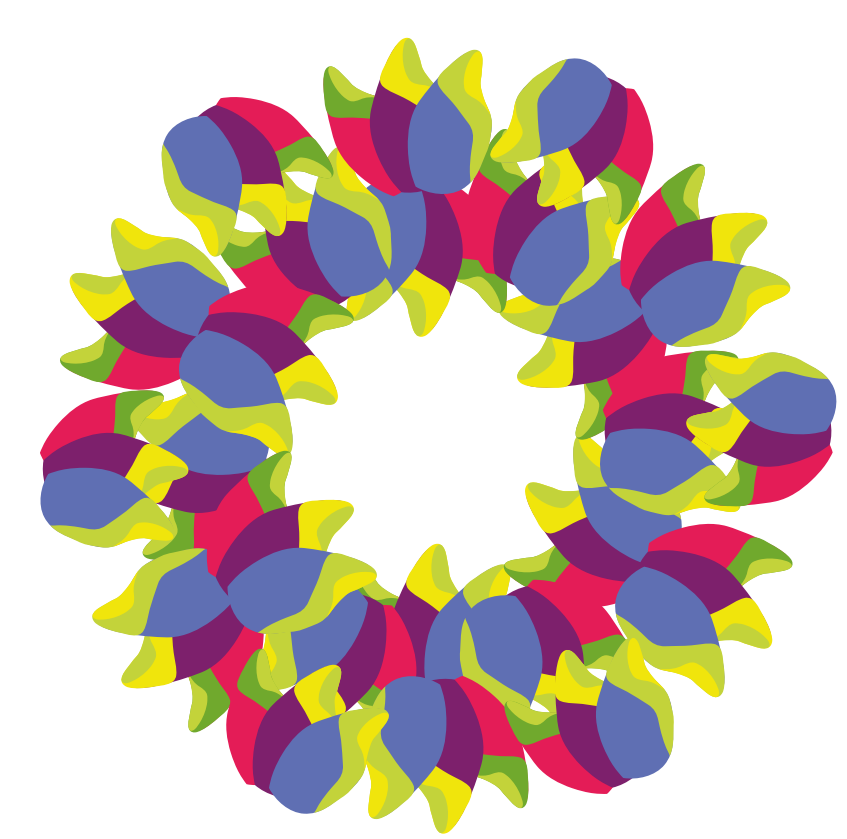
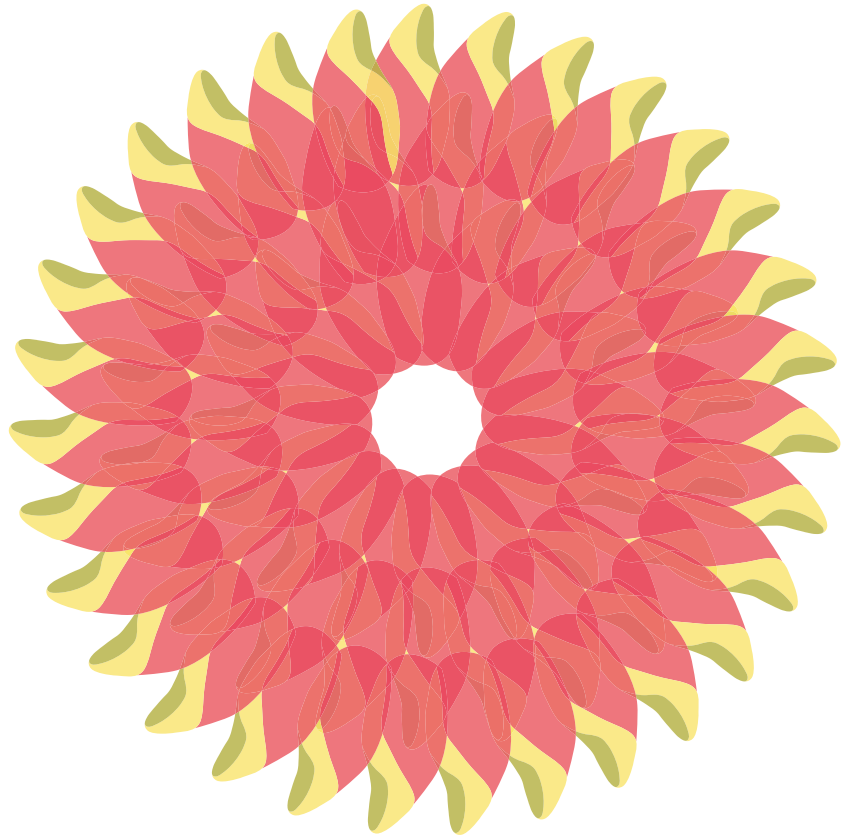
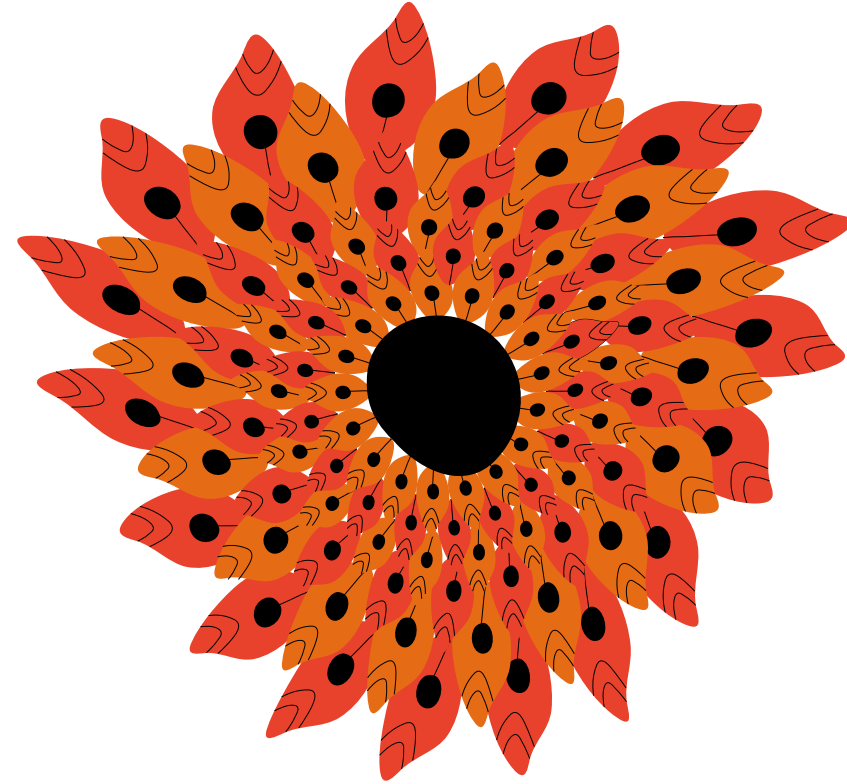
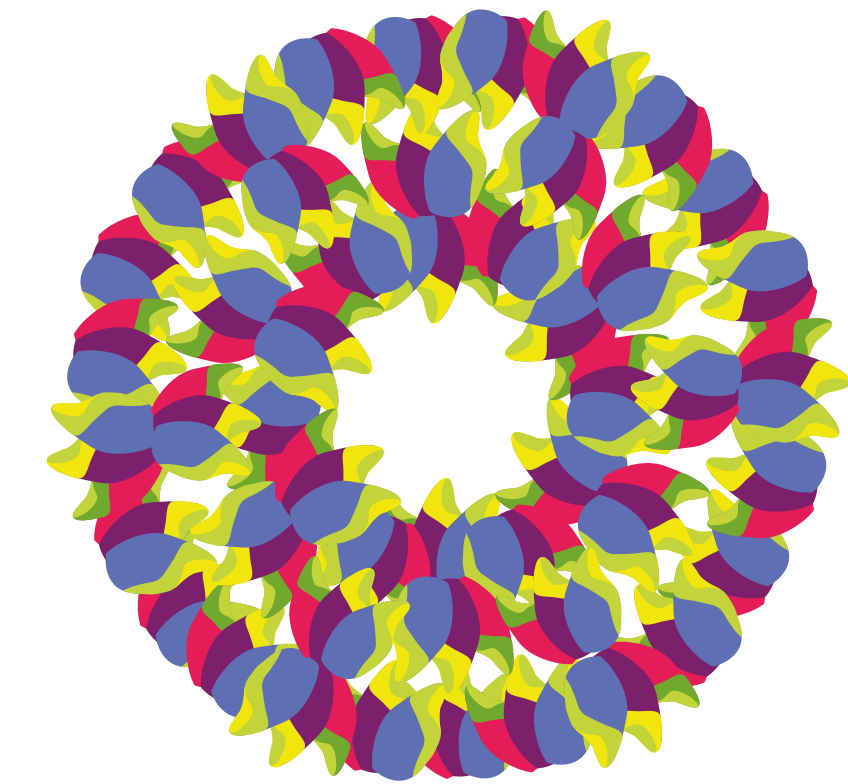
Motivo 1

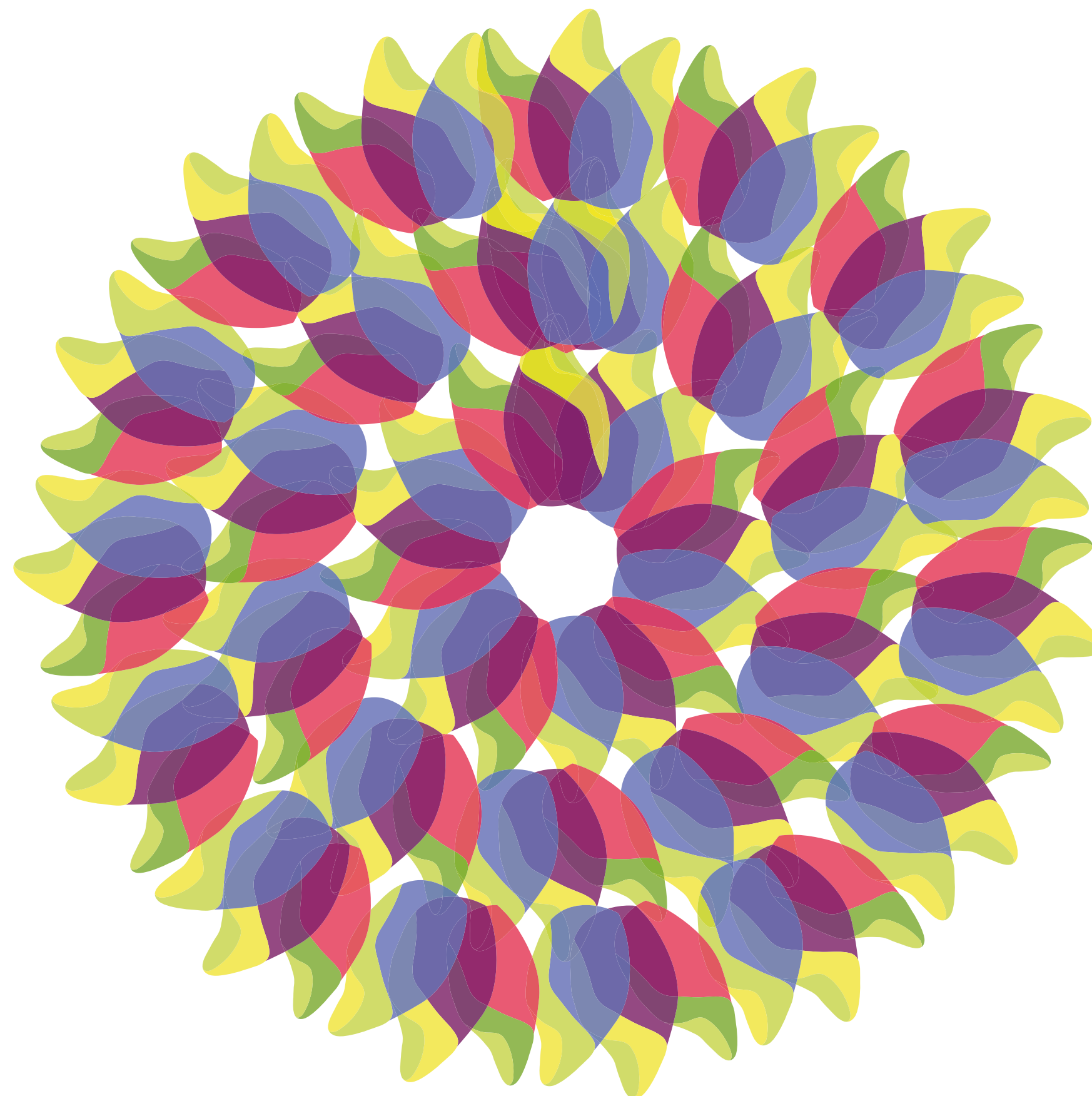
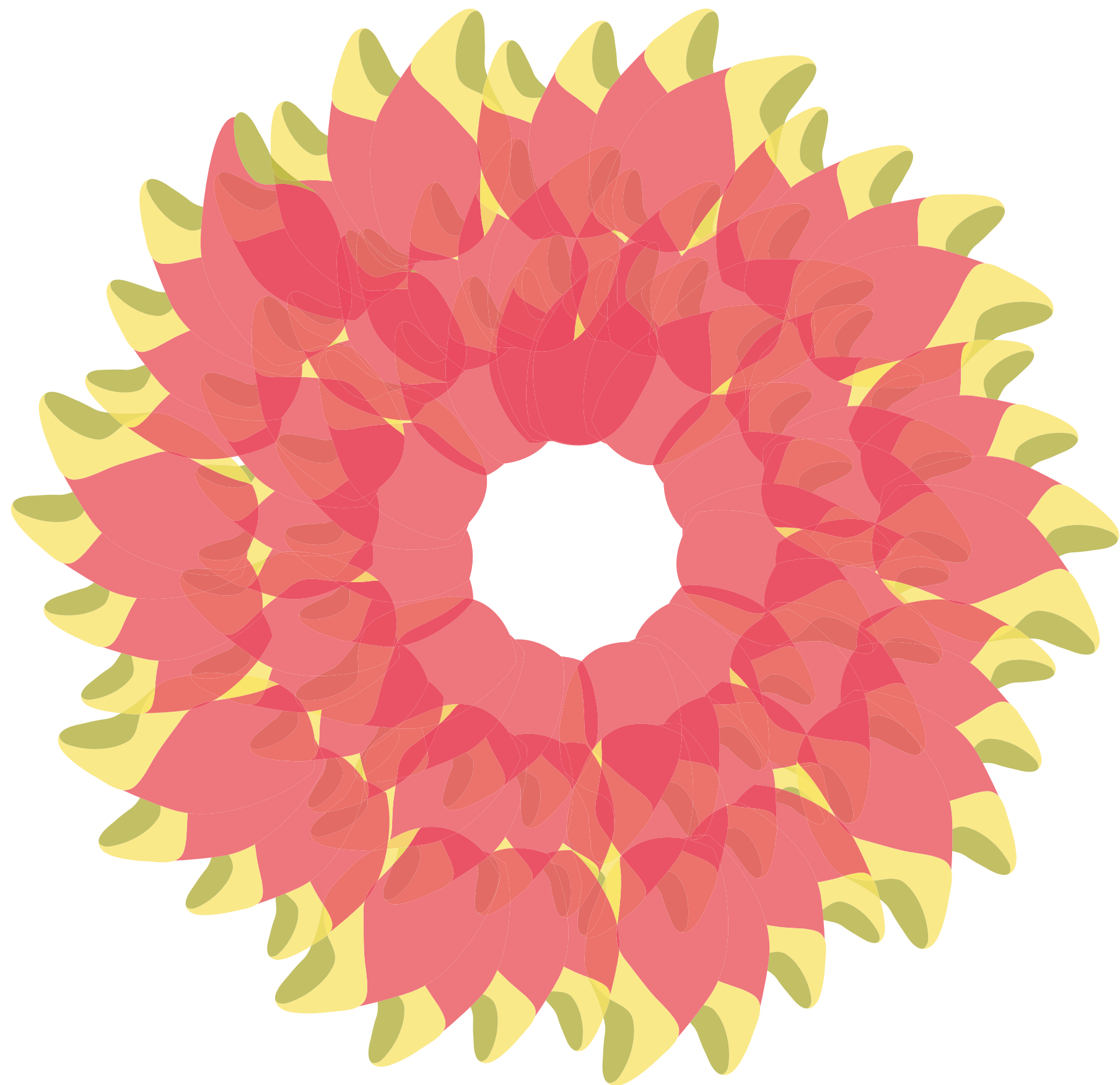


Motivo 2

GRÁFICA
FINAL







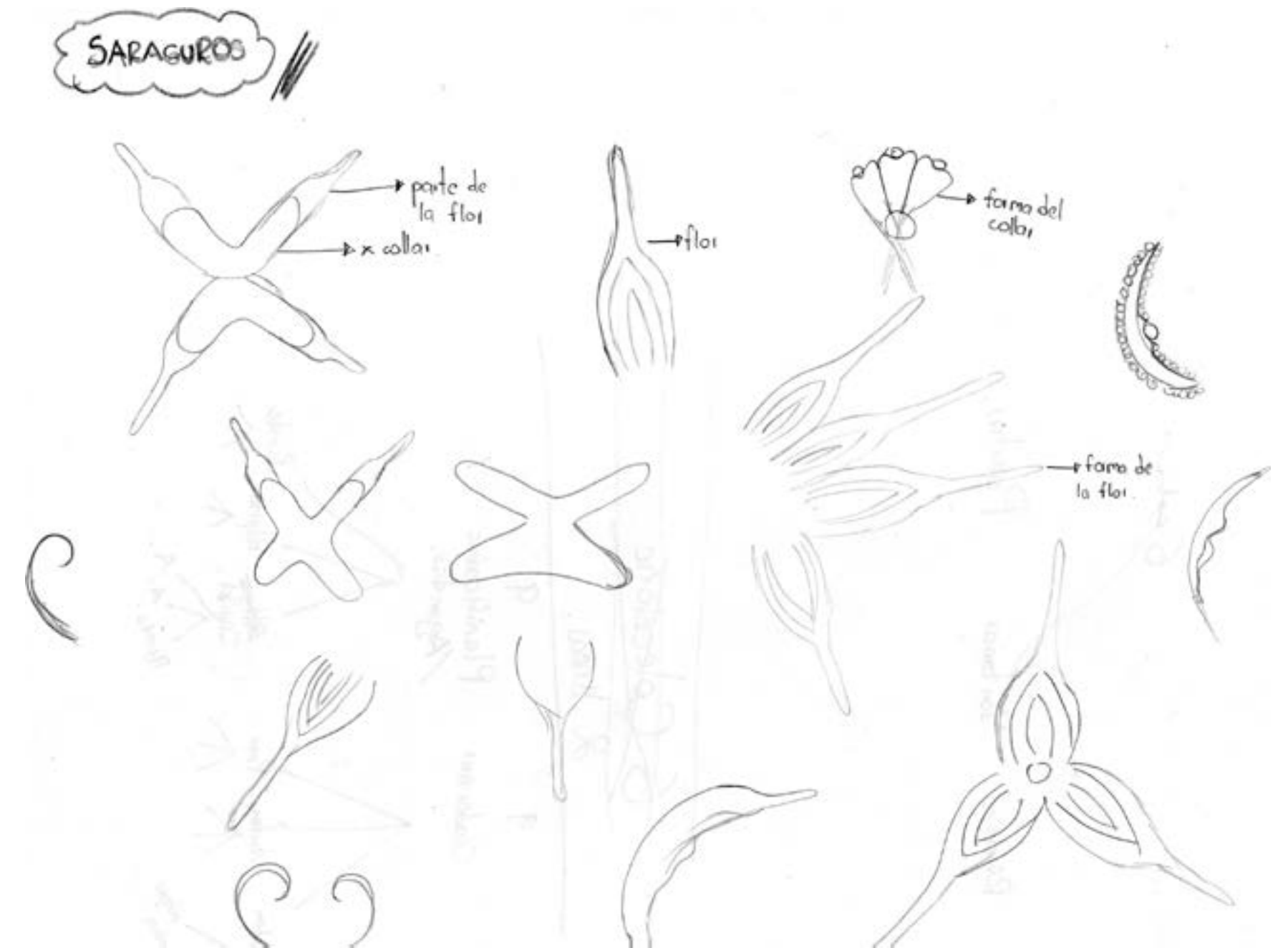
GRÁFICA SARAGUROS

Morfología

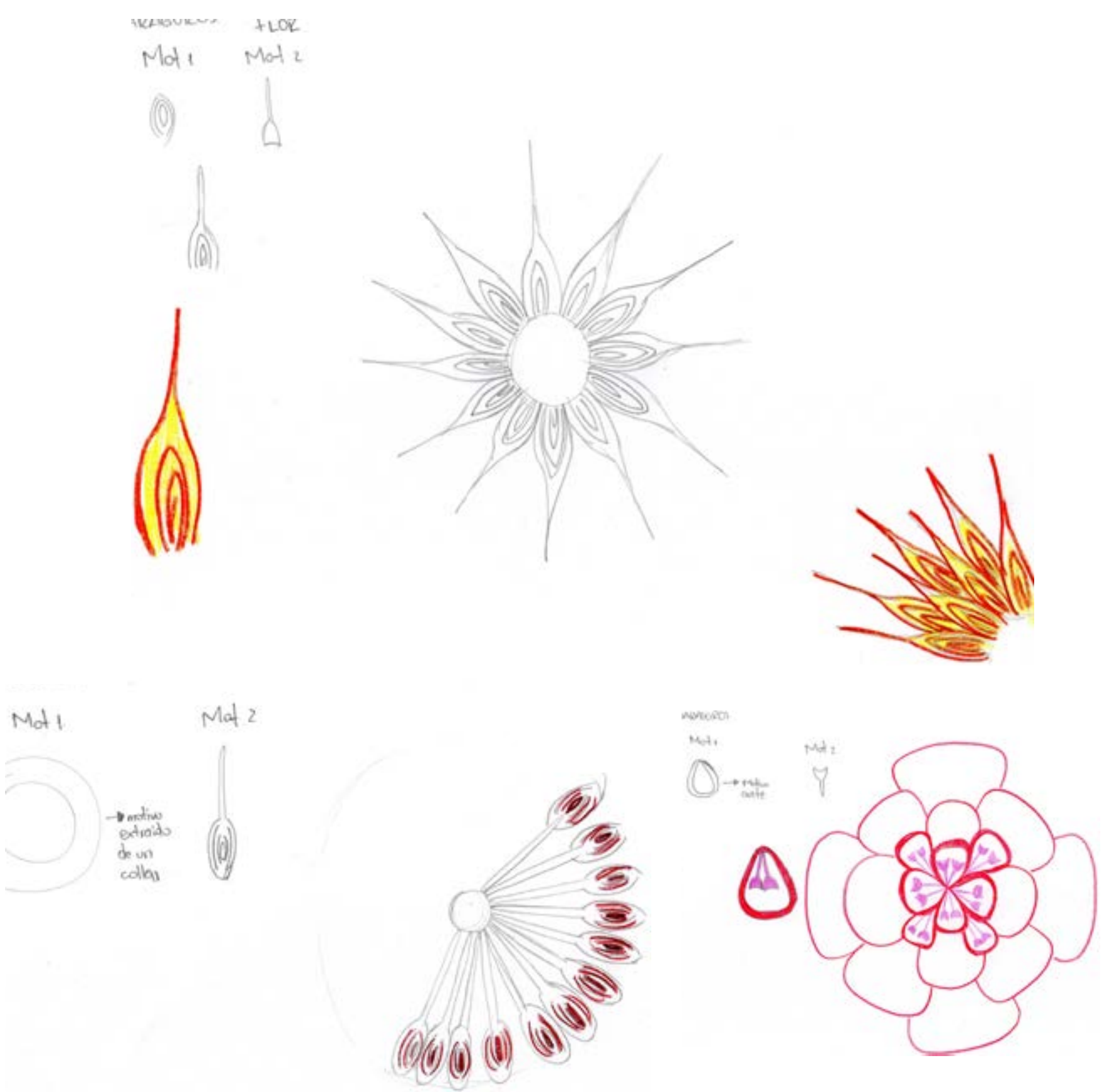
Los saraguro una cultura que mantiene sus tradiciones, su lengua ancestral que es el **Kichwa**. Este pueblo es muy fácil reconocerlos por su elegante vestimenta y sombreros negros de paño que utilizan todo el tiempo. Para extraer la gráfica de esta pueblo nos hemos basado no solo en su cultura, también en sus accesorios, vestimenta y esta es fusionada con la flora. La *Masdevallia Manchinazae* es la flor elegida para combinarse con la cultura saraguro.

Cromática

En cuanto a la cromática se extrae de la cultura y de la flor.



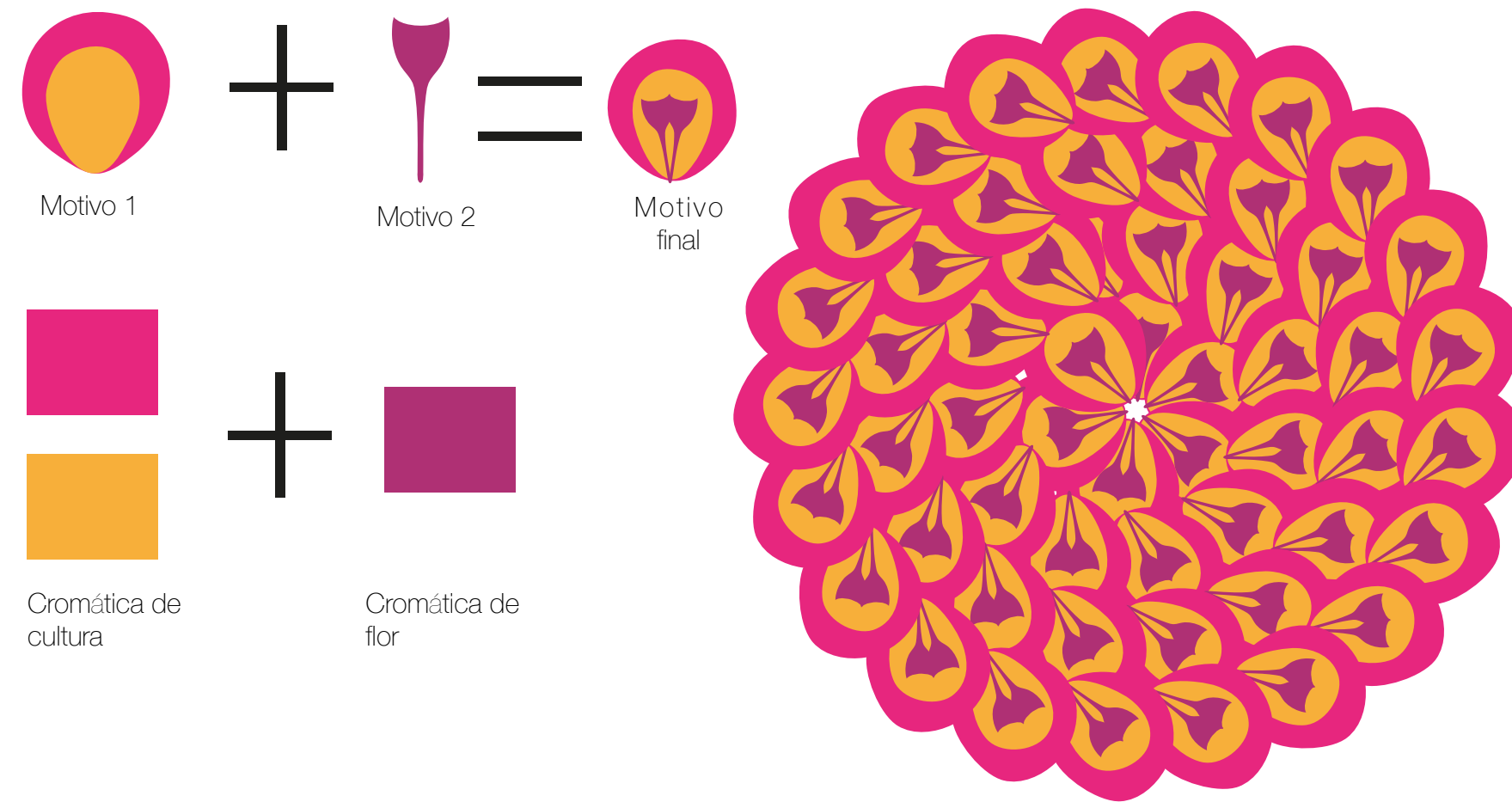
Experimentación inicial de bocetaje de la cultura saraguro.



ESTRATEGIA DE LA GRÁFICA SARAGUROS



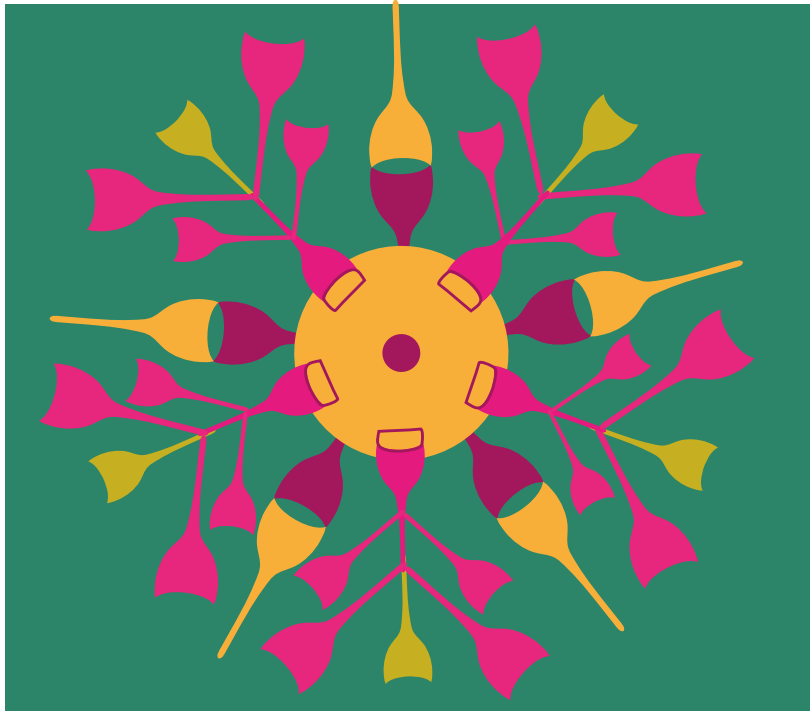
El primer motivo es extraído de la cultura Saraguro, del arete que usa la señora, el segundo motivo es extraído de la forma del pétalo de la flor, como resultado nos da un motivo final, este motivo es trabajado con las operatorias básicas del diseño para poder tener como resultado final un fractal o un mándala.



DISEÑO 1



Cromática Final



Motivo 1

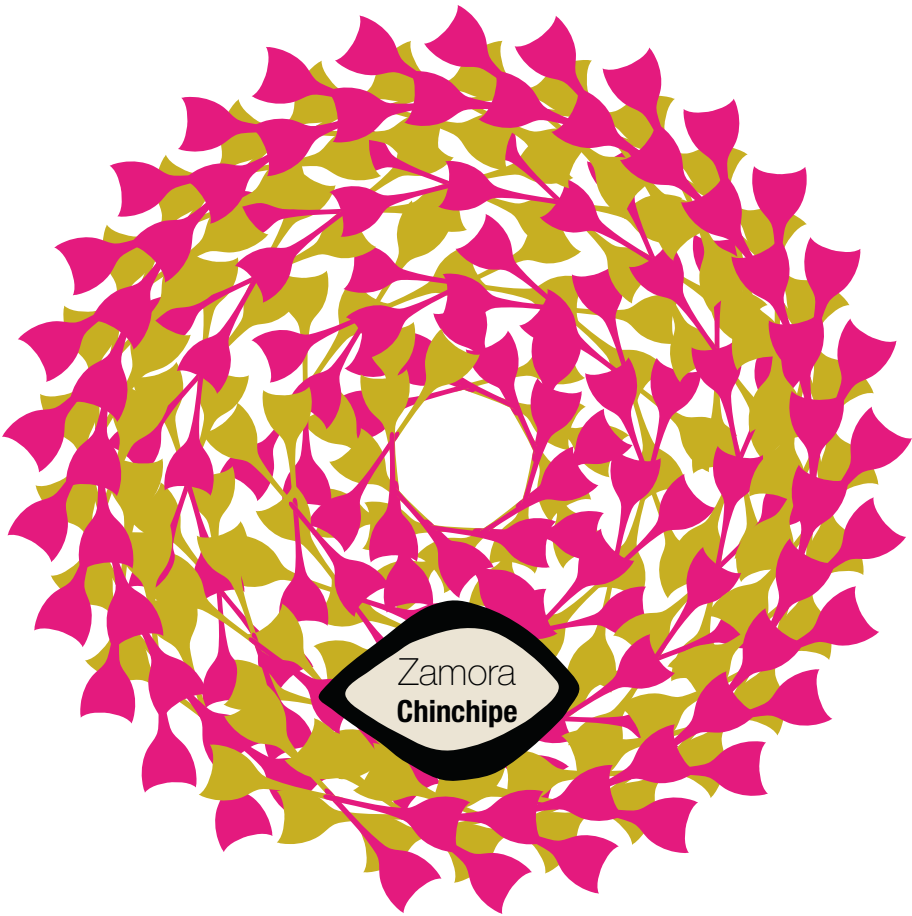


Motivo 2

DISEÑO 2

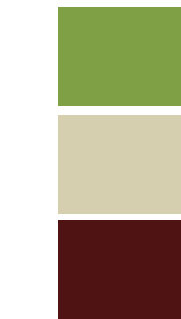


Cromática Final

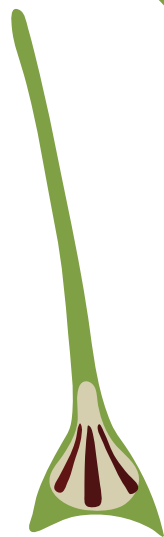
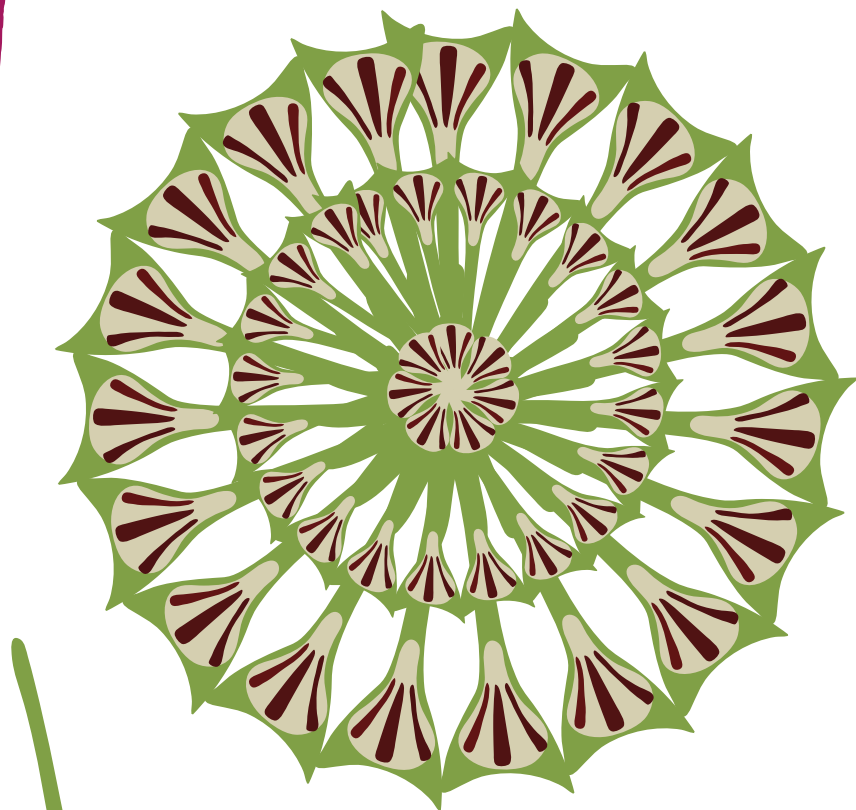


Motivo 1

DISEÑO 3

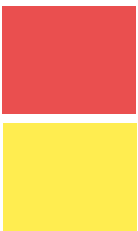


Cromática Final

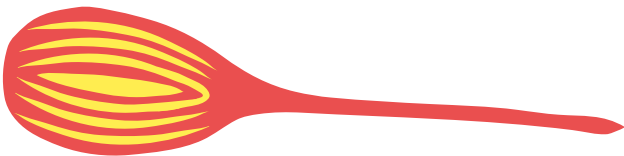
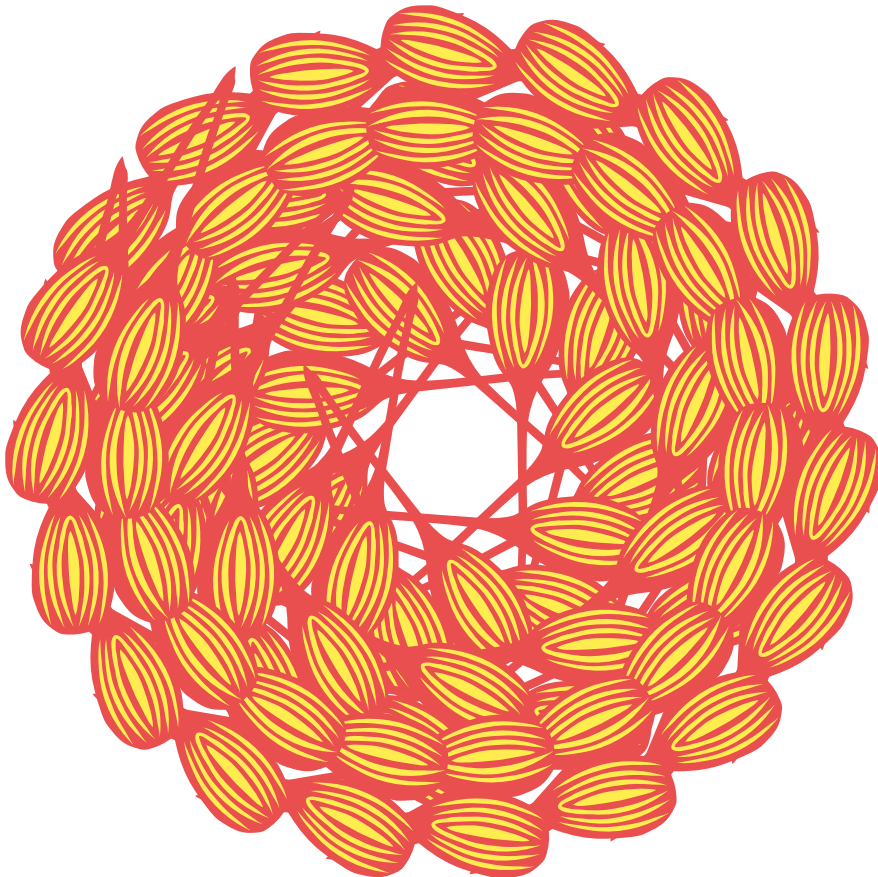


Motivo 1

DISEÑO 4

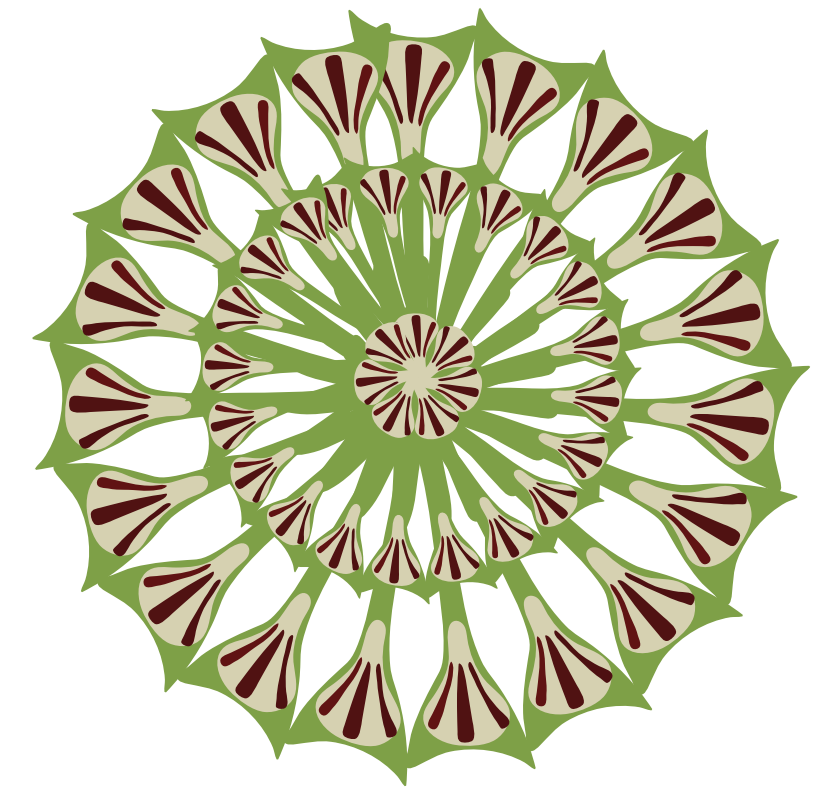
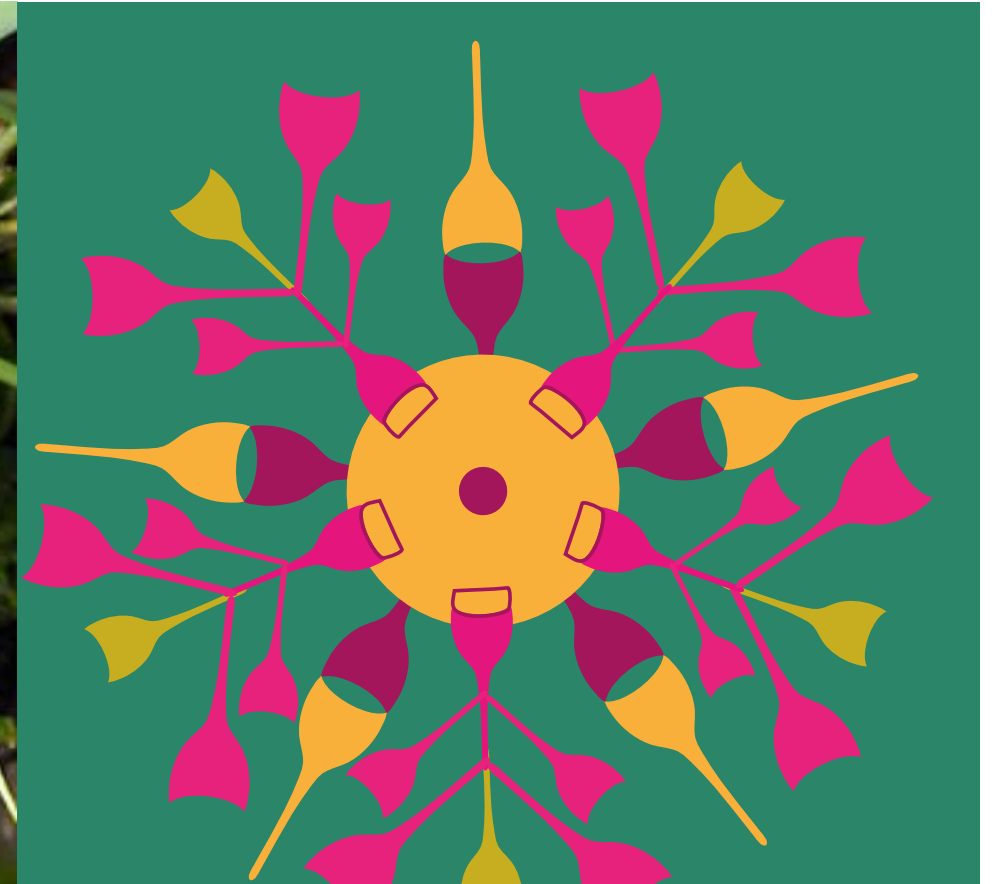


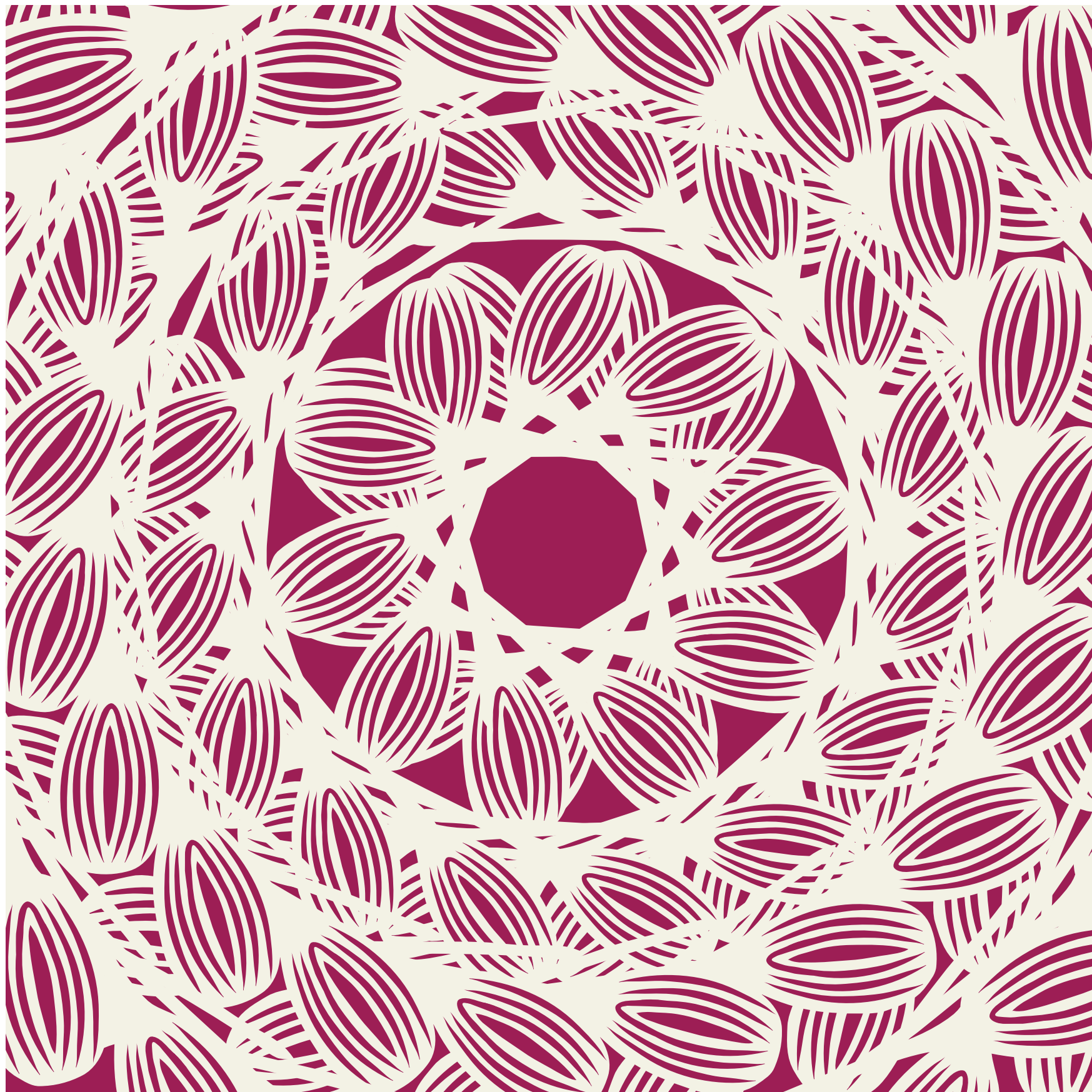
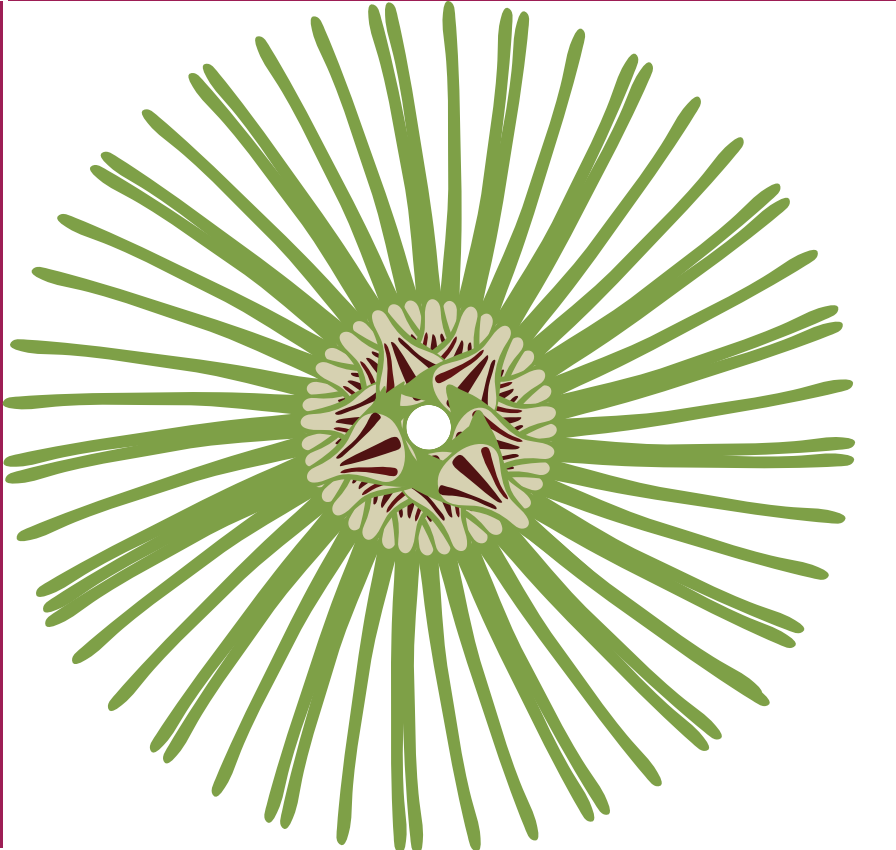
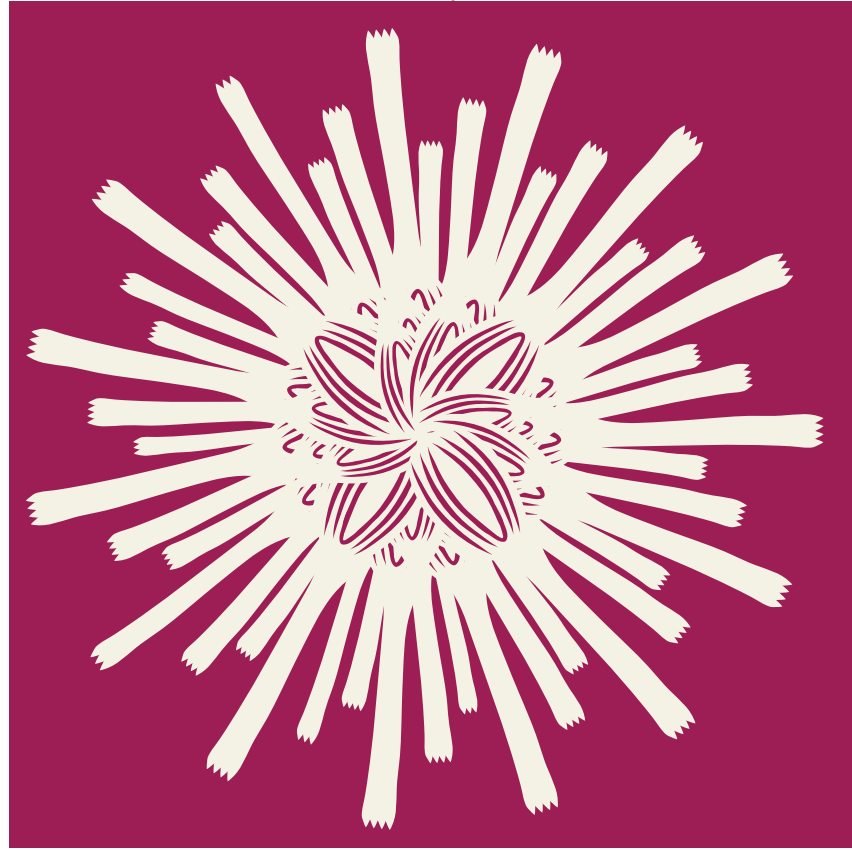
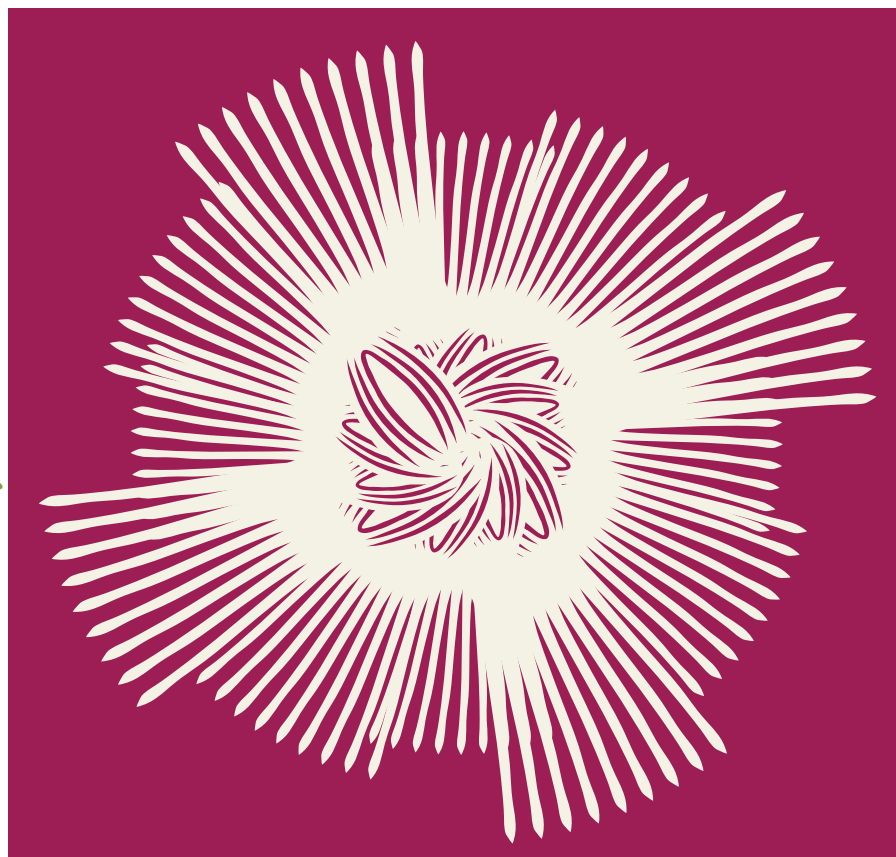
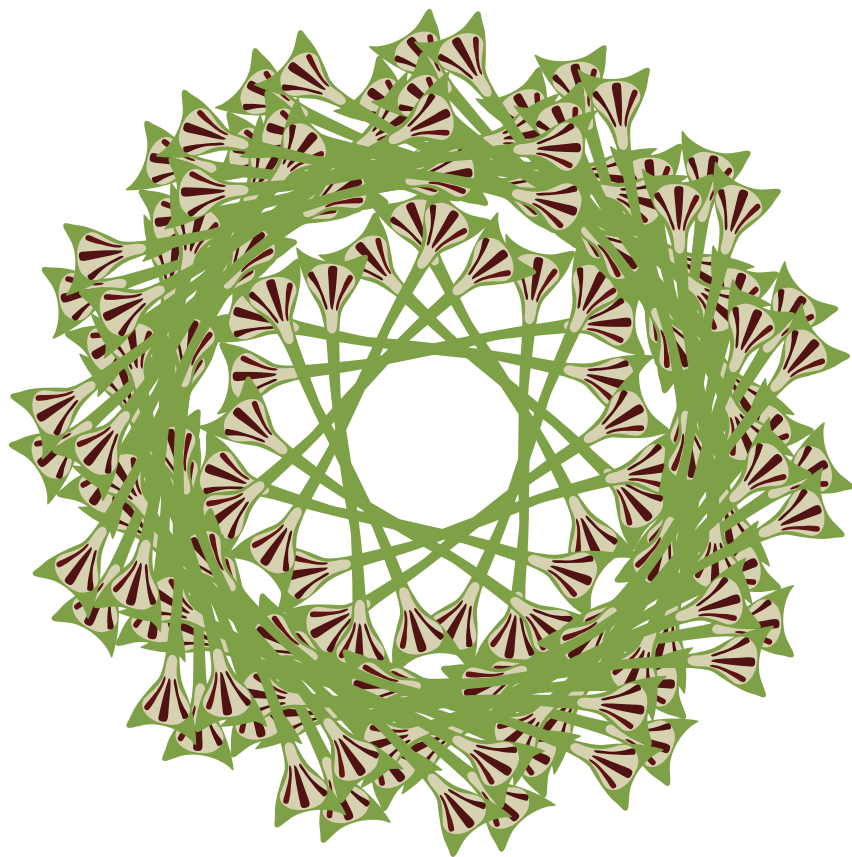
Cromática Final

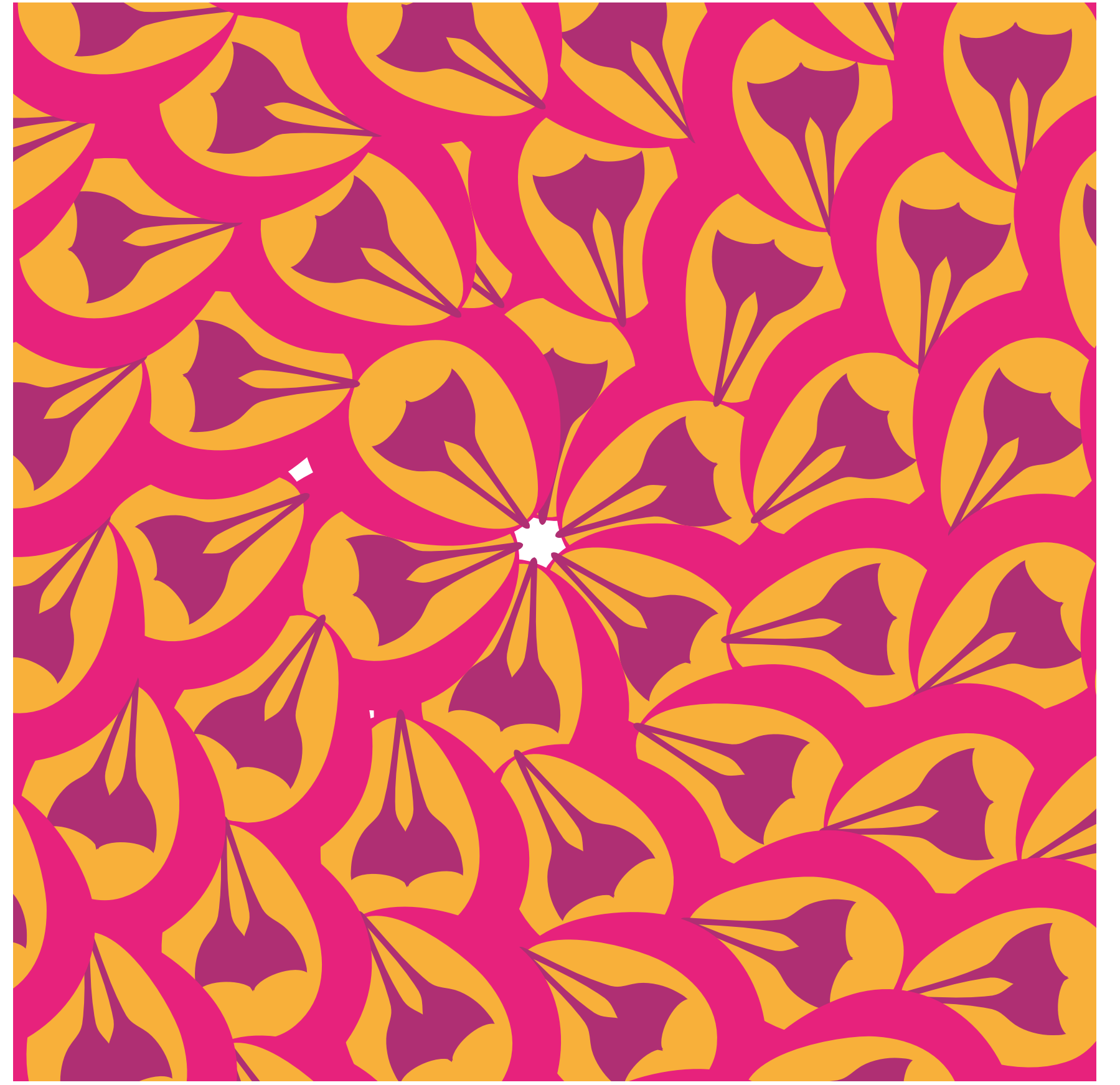
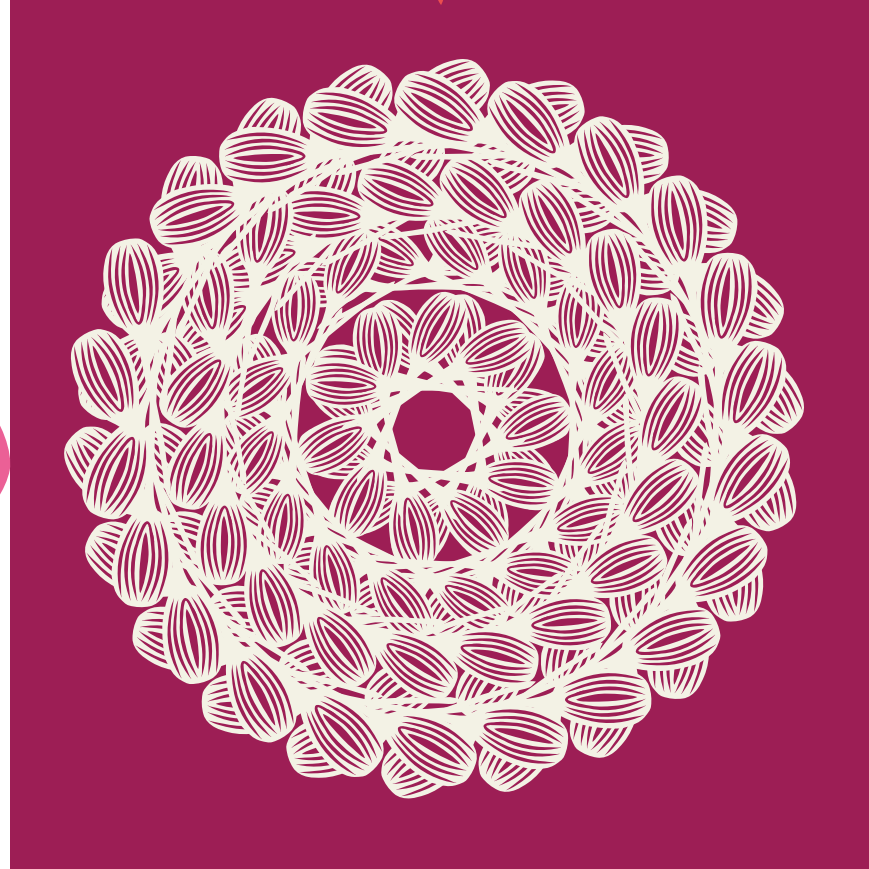
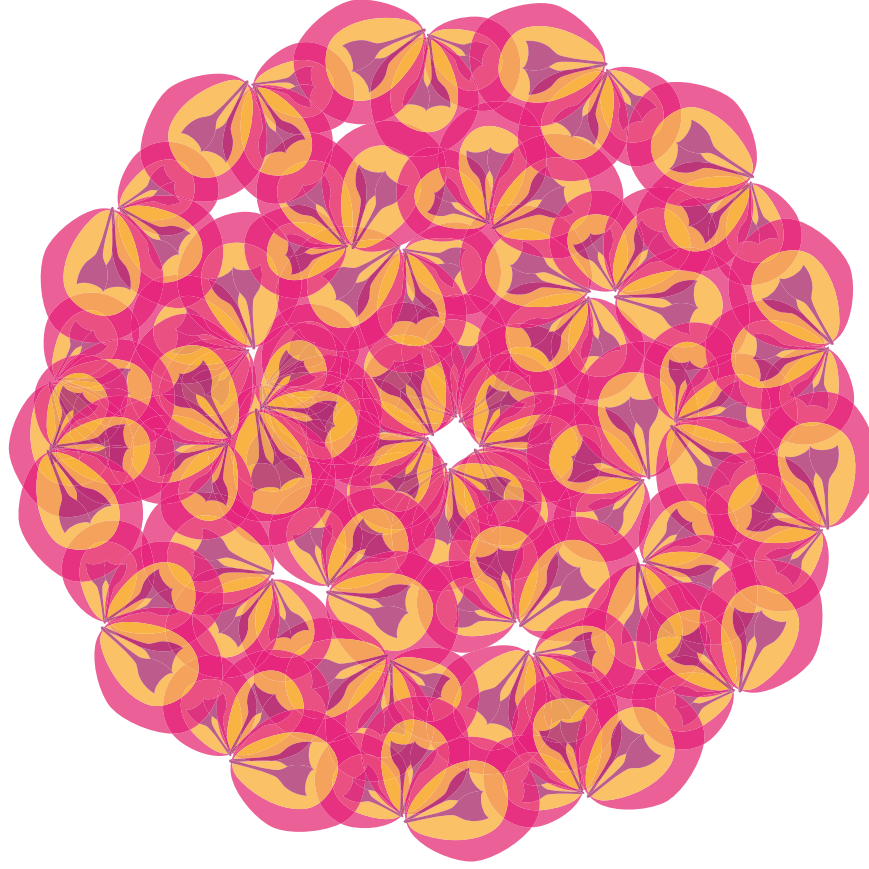
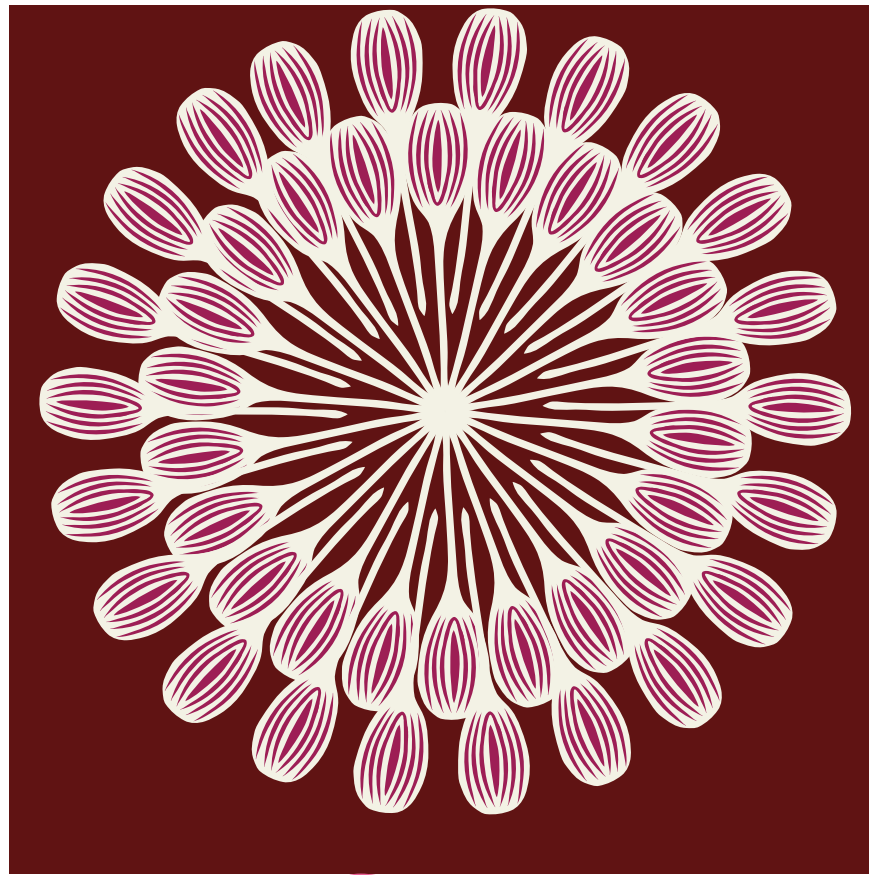


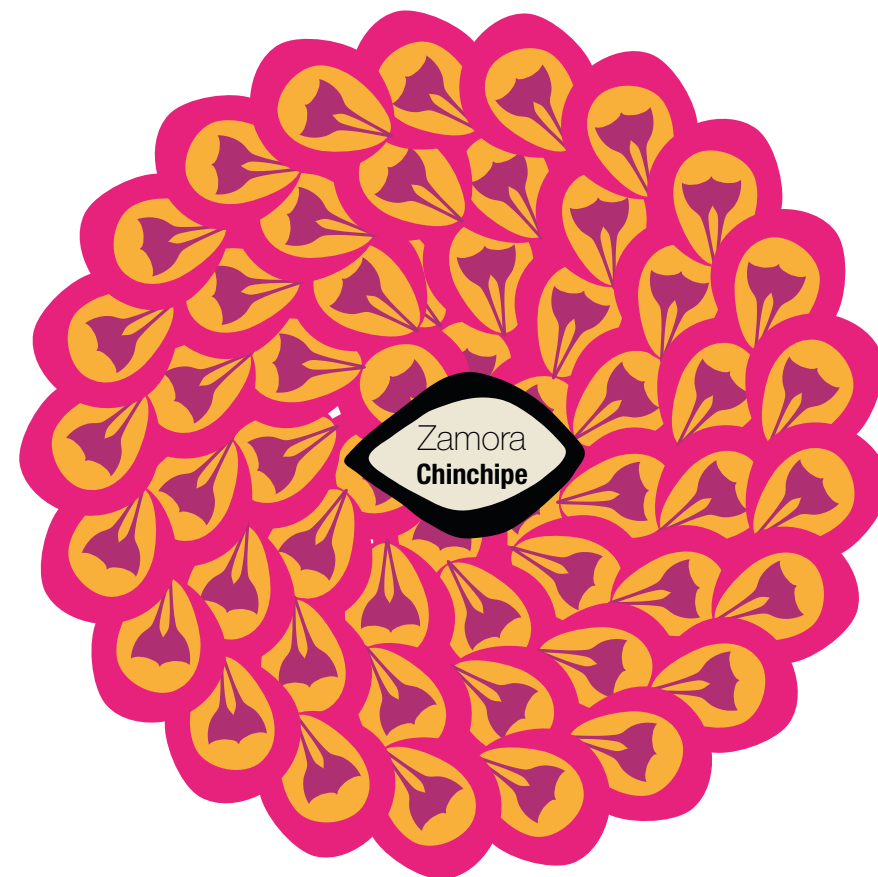
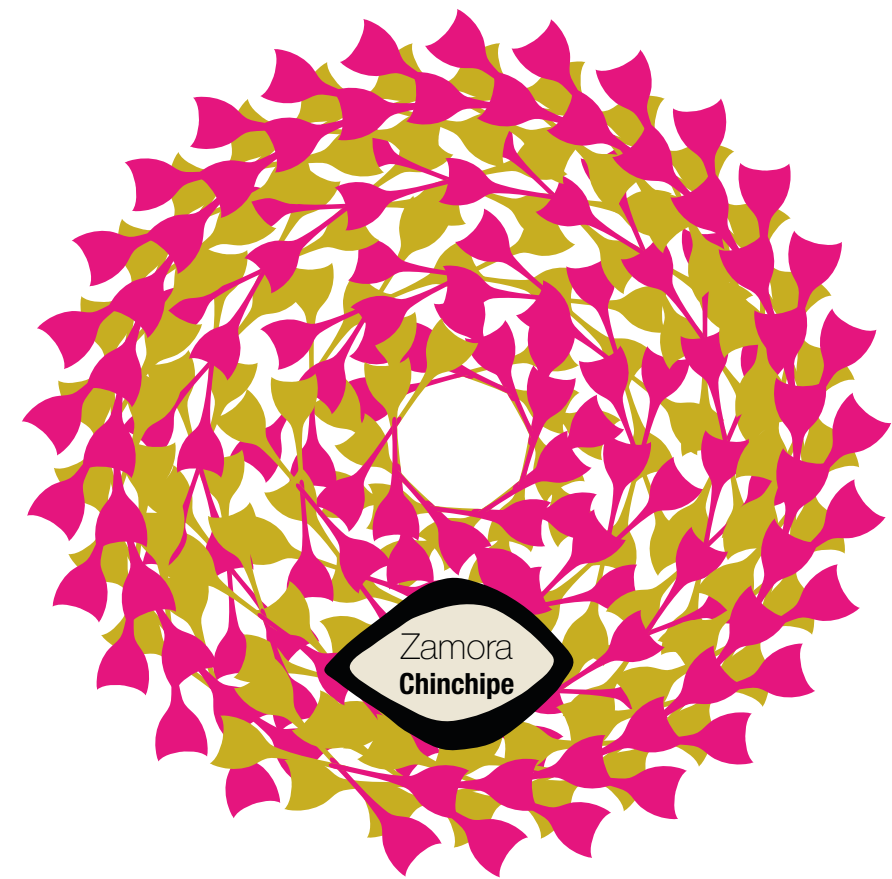
Motivo 1

GRÁFICA FINAL









GRÁFICA PURUHÁES

Morfología

Esta cultura al igual que las demás se destaca en sus artesanías, de esta cultura también se escogió lo mas característico, como es la vestimenta típica. Para extracción de la gráfica nos hemos basado no solo en la cultura, puesto que todas manejan el mismo sistema, esta es fusionada con la flora. La Ericacea es la flor elegida para combinarse con la cultura Puruháes.

Cromática

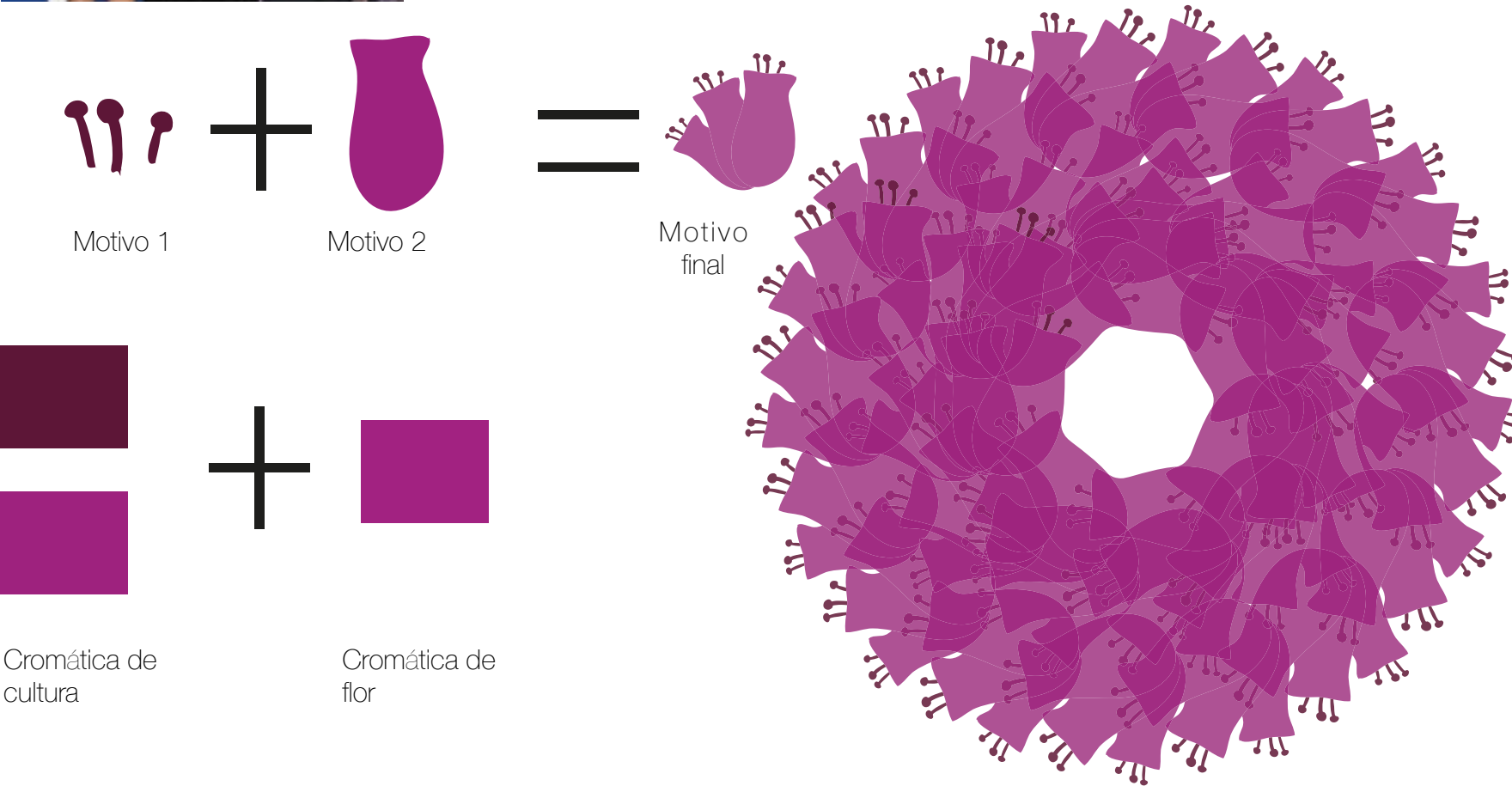
En cuanto a la cromática se extrae de la cultura y de la flor, al igual que la morfología.



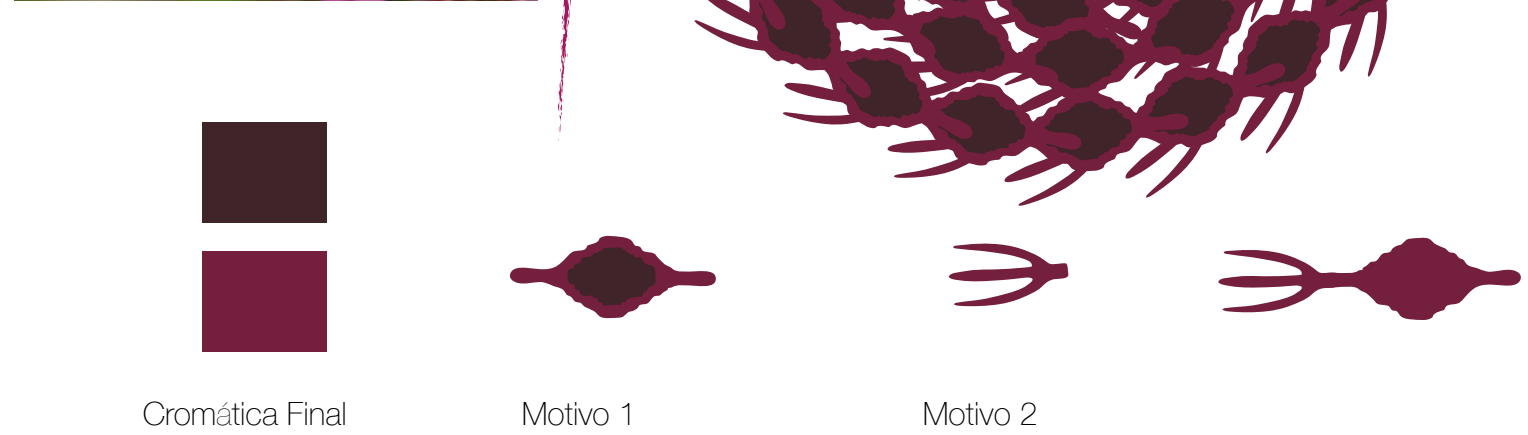
ESTRATEGIA DE LA GRÁFICA PURUHÁES



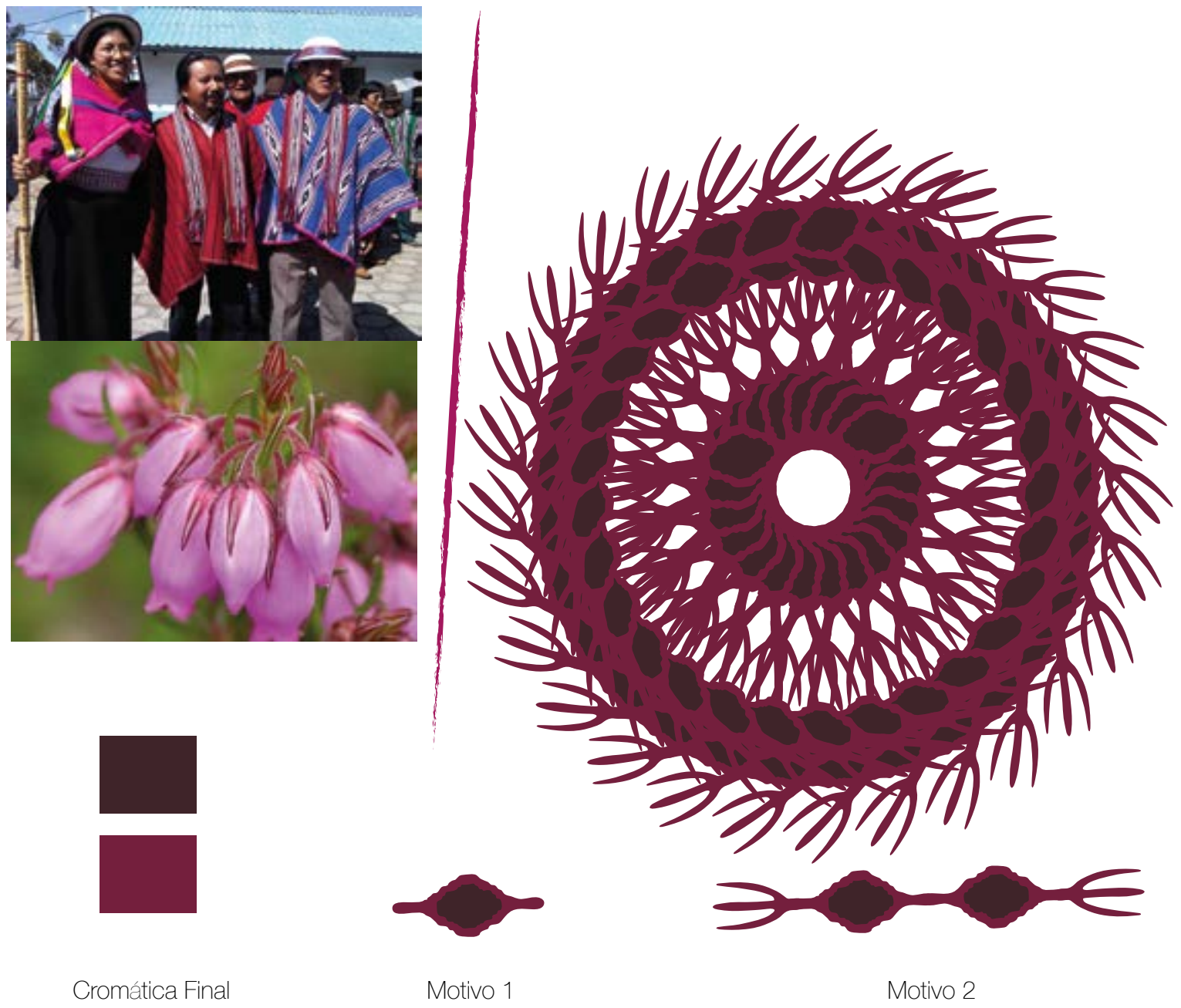
El primer motivo es extraído de la cultura Saraguro, del arete que usa la señora, el segundo motivo es extraído de la forma del pétalo de la flor, como resultado nos da un motivo final, este motivo es trabajado con las operatorias básicas del diseño para poder tener como resultado final un fractal o un mándala.



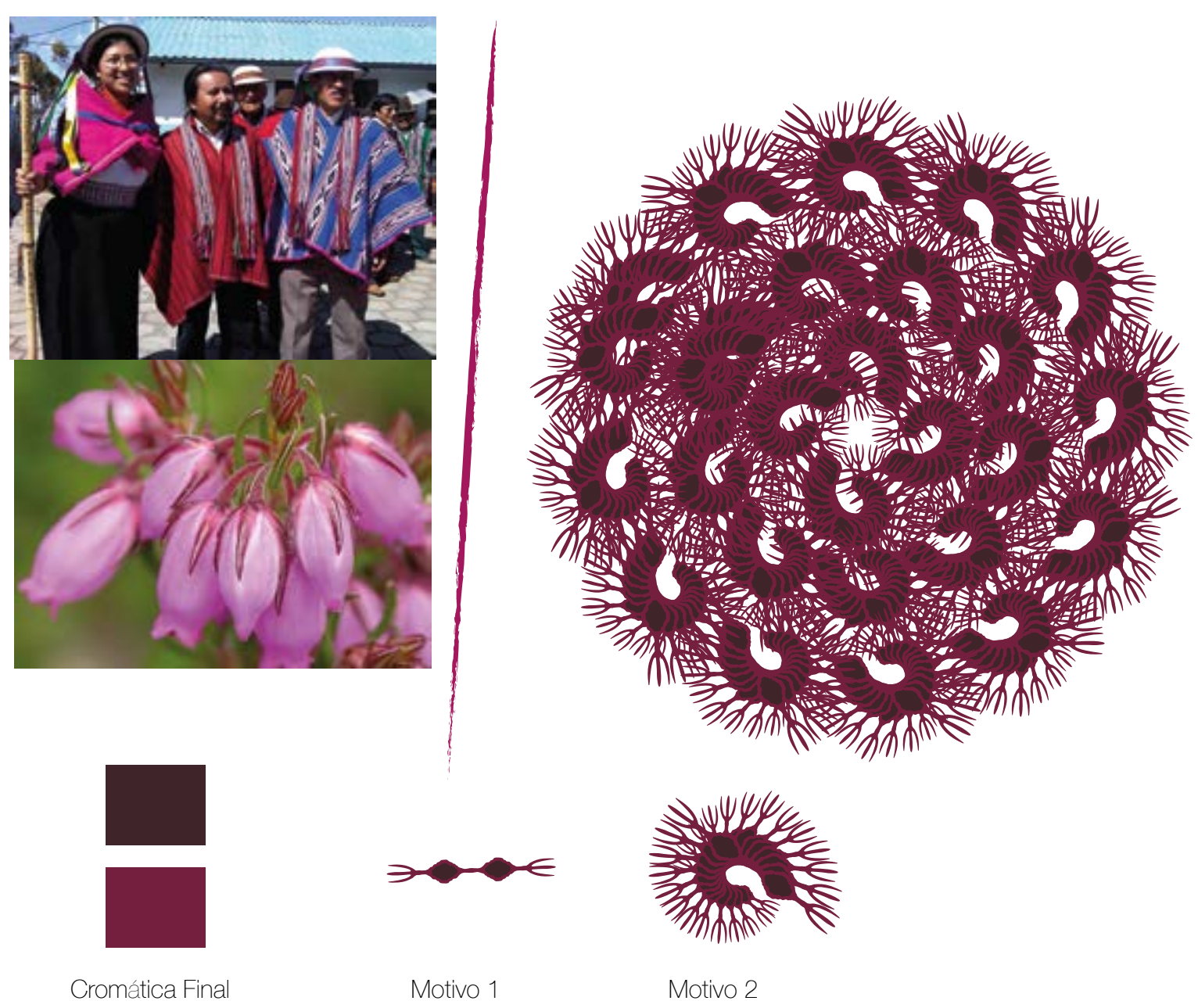
DISEÑO 1



DISEÑO 2



DISEÑO 3

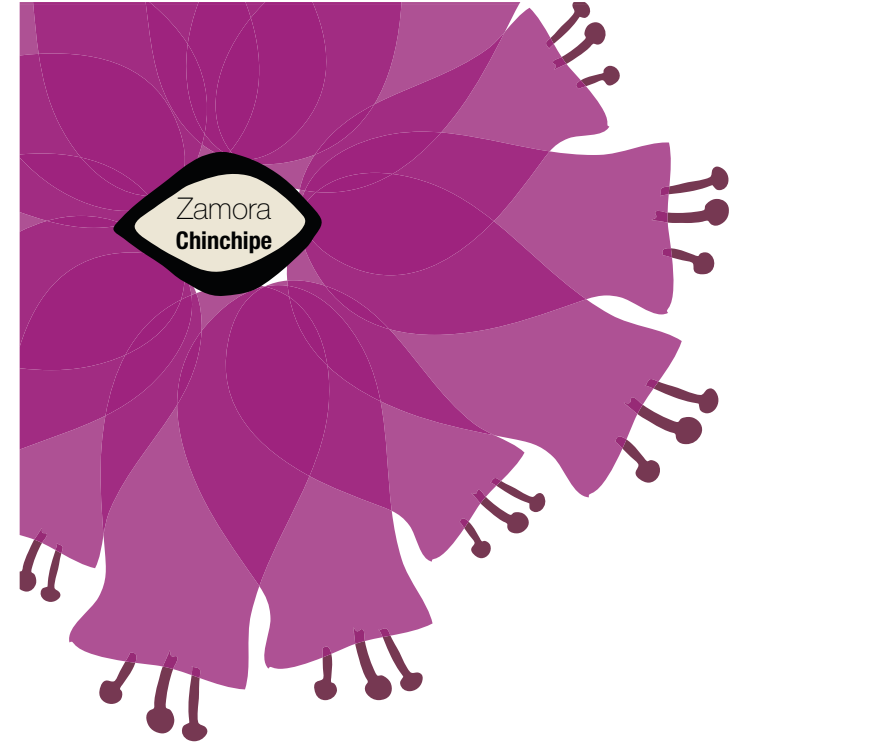
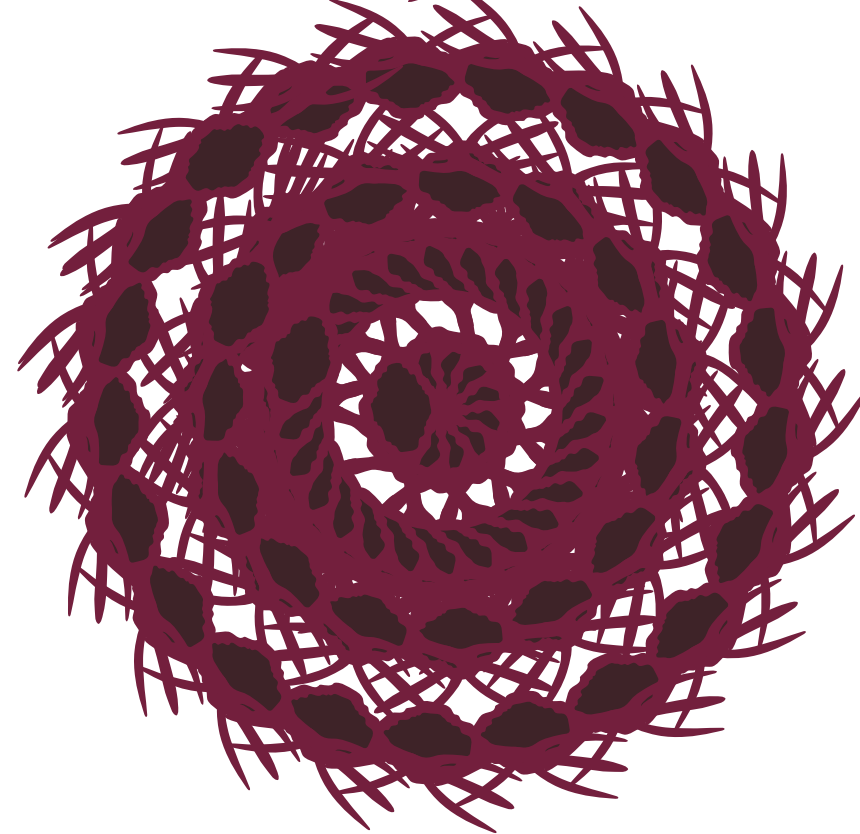
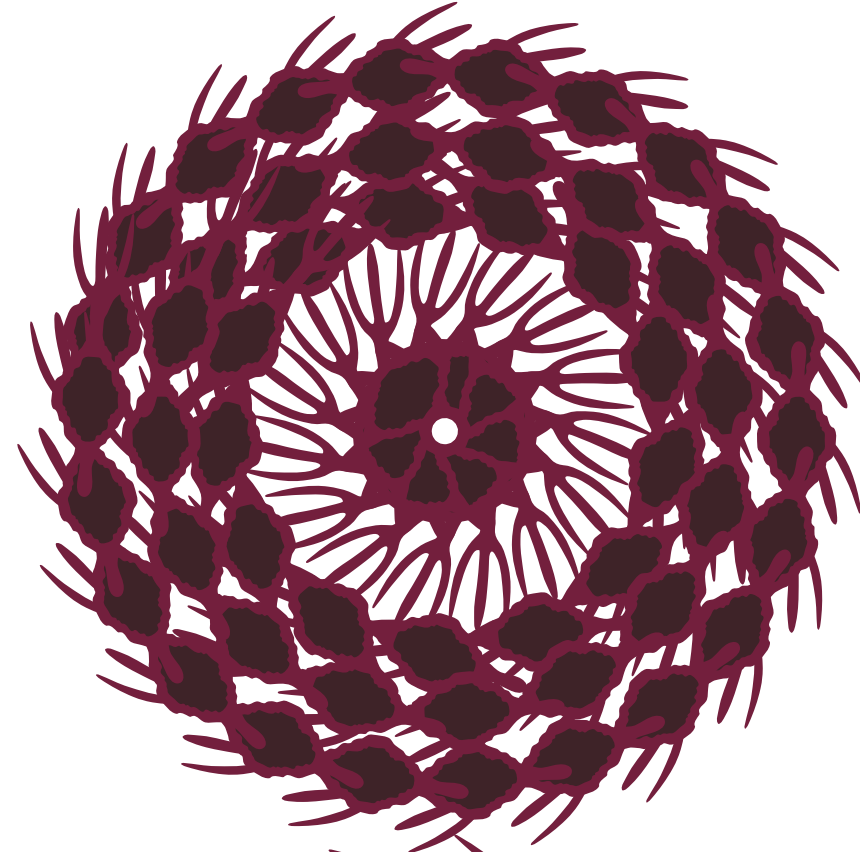
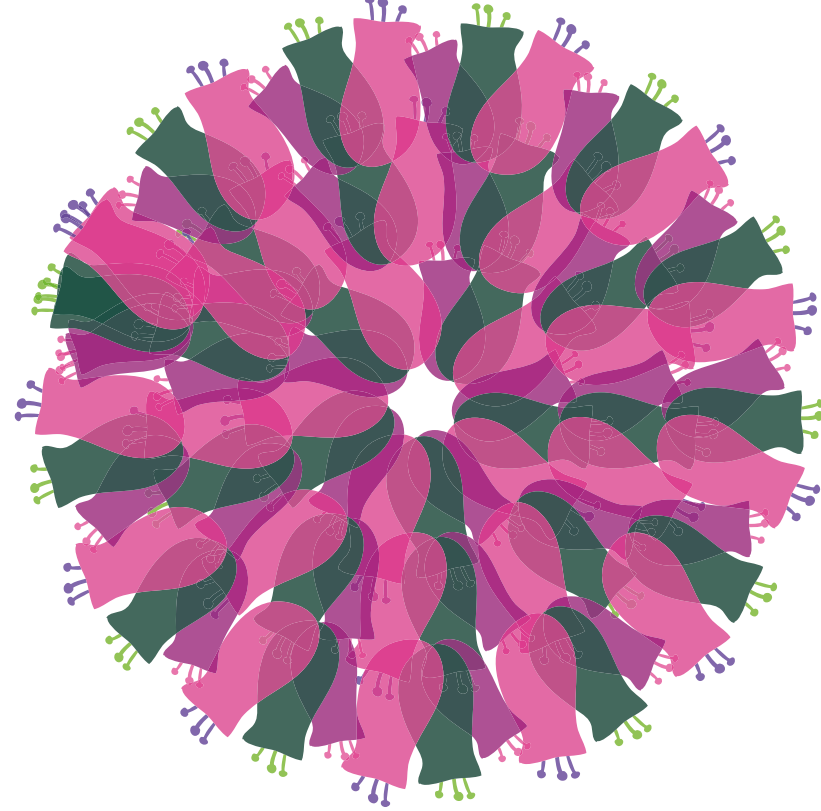
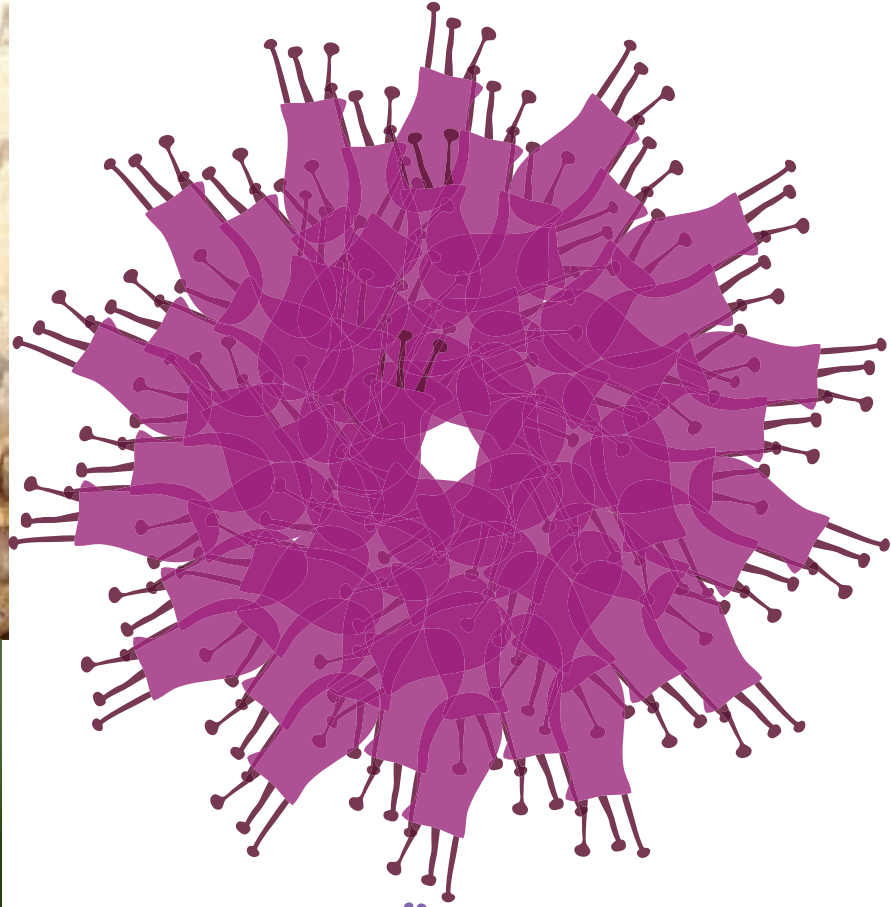


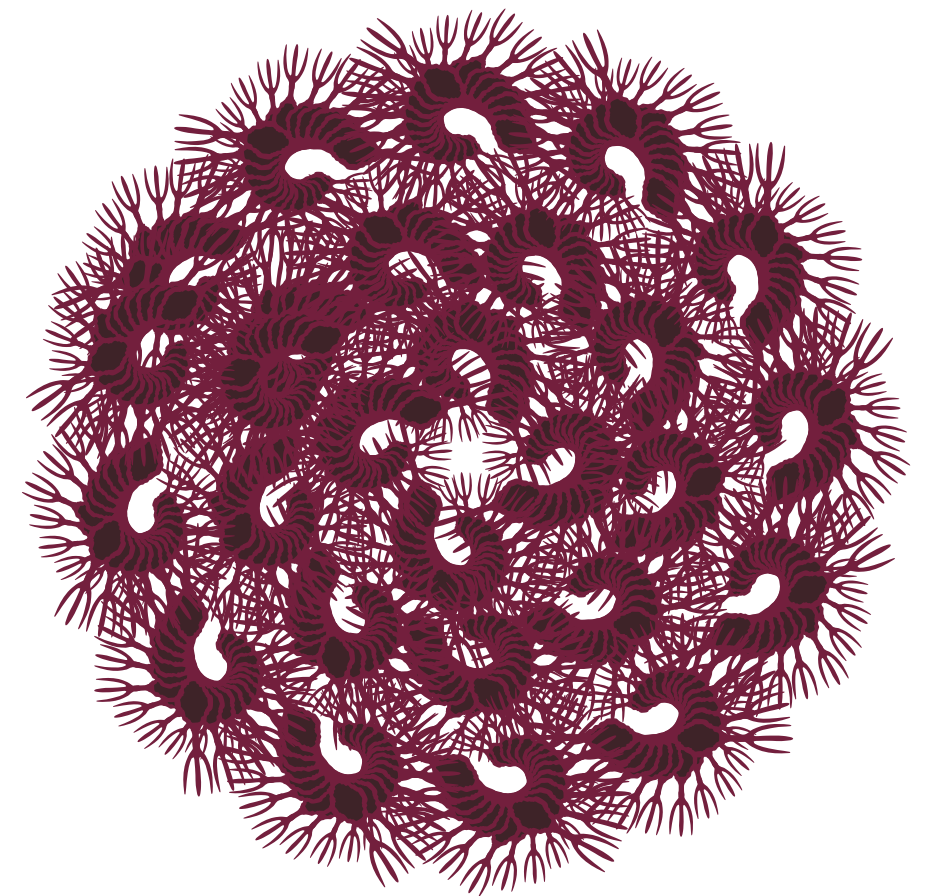
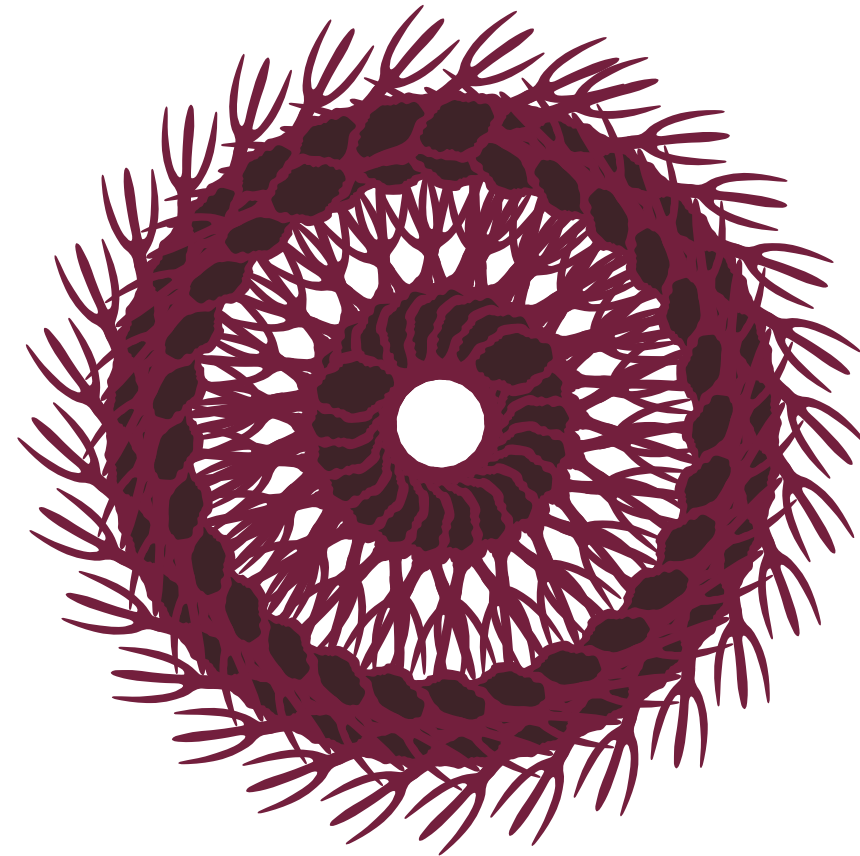
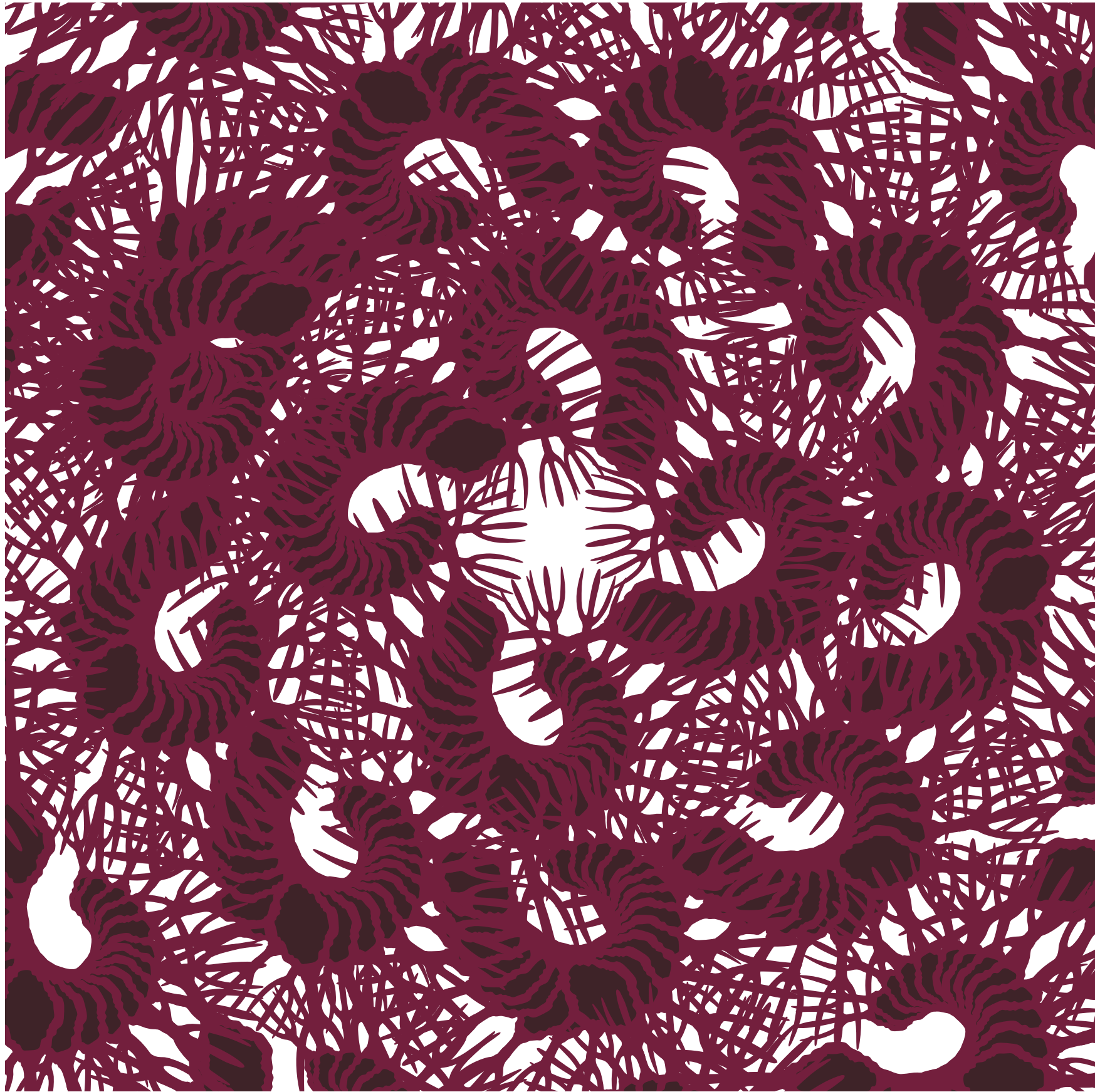
DISEÑO 4



Cromática Final

GRÁFICA
FINAL





PRODUCTOS



Jarros sublimados



Bufs Sublimados

Pins



Libretas impresas en
cartón





PACKAGING

El packaging es algo fundamental en el diseño debido a que llama la atención del cliente, a pesar de que también nos ayuda a transmitir información al consumidor, en este se deben detallar datos del fabricante y del producto, el packaging es la tarjeta de presentación del producto antes el potencial comprador. Por lo que el empaque debe ser llamativo y resultar vistoso esto permite que nuestro producto se destaque frente a otros.

El packaging es algo fundamental en el diseño debido a que llama la atención del cliente, a pesar de que también nos ayuda a transmitir información al consumidor, en este se deben detallar datos del fabricante y del producto, el packaging es la tarjeta de presentación del producto antes el potencial comprador. Por lo que el empaque debe ser llamativo y resultar vistoso esto permite que nuestro producto se destaque frente a otros.



ETIQUETAS



VALIDACIÓN

El día miércoles 29 de junio se realizó la validación del proyecto con expertos de la Provincia de Zamora Chinchipe, el Ing. Diego Orlando Olmedo Escobar jefe de unidad de turismo e interculturalidad y el señor Manuel Medina analista del proyecto GAD Provincial de Zamora Chinchipe a los cuales se les realizó 6 preguntas.

La primera pregunta se la formuló antes de mostrar el producto y decía lo siguiente:

1. ¿Qué es lo primero que te viene a la mente cuando escuchas Zamora Chinchipe?

La respuesta fue lo bastante cercana a lo esperado, las personas lo relacionaron con cultura, naturaleza y tradición.

Una vez respondida la pregunta se procedió a mostrar el producto, acto seguido se continuó con las 5 restantes preguntas.

2. ¿Se ve Zamora Chinchipe en la gráfica?

La respuesta fue sí, en los colores que identifican a cada pueblo y nacionalidad de Zamora Chinchipe y en las figuras de su indumentaria.

3. ¿Les parece que puede funcionar como imagen de la Provincia?

Claro que sí, funcionaría como promoción del turismo, la cultura e

identidad de la Provincia, a través de materia y artículos impresos.

4. ¿Estarían interesados en tener esa imagen?

Su respuesta fue sí, sería una temática diferente de ver y mostrar la cultura y naturaleza.

5. ¿Creen que la gente que conoce o los turistas comprarían el producto?

Con un buen plan de marketing de los productos estoy seguro que sí, ya que son muy llamativos e innovadores.

6. ¿Compraría alguno de estos productos, si su precio es razonable?

Claro que sí, son artículos muy novedosos y sobre todo tienen identidad cultural de la provincia, son propicios para la promoción turística.

Al finalizar mi validación me pude dar cuenta que el objetivo se cumple muy bien con la personas que se informaron del proyecto. En conclusión creo que la parte más interesante de mi proyecto fue la generación de gráfica a partir de las culturas fusionadas con las flores de la provincia misma. Esto me demuestra que he cumplido con mis objetivos y que a las personas sí les interesa los productos en los que se puedan informar.



Nombre y apellido: Diego Orlando
Ocupación: Jefe - Unidad de Turismo

¿Qué es lo primero que te viene a la mente Chinchipe?

Cultura, Naturaleza y tradición

¿Se ve Zamora Chinchipe en la gráfica?

Sí, en los colores que identifican a de Zamora Chinchipe y en las figuras

¿Les parece que puede funcionar como im

Funcionaría como promoción del turismo de la Provincia, a través de materia y

¿Estarían interesados en tener esa imagen?

Sí, sería una temática diferente de ver y

¿Creen que la gente que conoce o los turi

Con un buen plan de marketing de l
sí, son muy llamativos e innovadores

¿Compraría alguno de éstos productos, si

Claro que sí, son artículos muy noved
identidad cultural de la provincia, son



CONCLUSIONES

El objetivo de este proyecto fue aportar a la difusión y conocimiento de la identidad de Zamora Chinchipe mediante la generación de elementos gráficos basados en la cultura de la Provincia y aplicados en objetos.

Al momento de realizar la abstracción de la morfología se tomo en cuenta algo que sea muy representativo de la provincia y que demuestre que las culturas que se iban a utilizar no eran de todo el Ecuador si no que estaban asentadas en Zamora Chinchipe.

Se realizo pruebas de materiales para constatar en que material seria indicado imprimir.

RECOMENDACIONES

Este es un producto que pretende difundir la provincia de Zamora Chinchipe, intentar que esta llegue a ser conocida en todas las demás provincias del Ecuador, incluso las habitantes de la misma provincia que valoren los grandes recursos que se tiene.

Bibliografía

Molano, 2016, p. 6, Identidad cultural un concepto que evoluciona
(Rodríguez, 2006) "El diseño como una estrategia cultural, que comunique identidad".
Torres. E. N, 2012 Teoría y Ciencia del Diseño
Frascara, 2000 Diseño gráfico para la gente.
<http://collage-elizabeth.blogspot.com/>
<http://www.xatakafoto.com/opinion/la-fotografia-como-obra-de-arte>
<https://anedisenio.wordpress.com/2012/06/06/que-es-la-ilustracion/>
<http://es.slideshare.net/eljota66/morfologia-y-diseo-i-conceptos-20089509>
<http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>
<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>