



FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

TÍTULO:

**INCLUSIÓN DE ELEMENTOS DE LA CULTURA ECUATORIANA EN
EL DISEÑO DE COVERS DE TABLAS SKATE PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA DE ESTUDIO: CHICKENHEAD**

AUTOR: CARLOS ANDRÉS GUANO CABEZAS

DIRECTOR: MSC TATIANA CABRERA

QUITO-ECUADOR 2016

AUTORÍA

Yo, Sr. Carlos Andrés Guano Cabezas, residente en la Ciudad de Quito, declaro que los datos presentados en el presente proyecto profesional de culminación de carrera, son producto de la investigación realizada a través de varios procesos.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

AUTOR DEL PROYECTO INTEGRADOR

Sr. Carlos Andrés Guano Cabezas

C.I. 1720530458

CERTIFICADO DE DIRECTOR DE PROYECTO

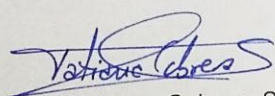
CERTIFICADO

Yo, MSc. Tatiana Cabrera, a través de la presente y en mi calidad de Directora del Proyecto de titulación, previo a la obtención del grado académico de Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario de la Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE).

CERTIFICO: Que el señor CARLOS ANDRES GUANO CABEZAS, ha desarrollado bajo mi tutoría el presente trabajo investigativo, cuyo tema es: "Inclusión de elementos de la cultura ecuatoriana en el diseño de covers para tablas skate para el posicionamiento de la marca de estudio: CHICKENHEAD.", el mismo que cumple con la reglamentación pertinente, así como lo programado en el plan correspondiente y reúne validez científica metodológica.

Además certifico que ha cumplido con todas las observaciones realizadas para el correcto desarrollo de este proyecto integrador.

Dando así paso para que continúe con el proceso de aptitud legal, debidamente establecido por la institución.



Msc. Tatiana Cabrera Silva

DIRECTOR DEL PROYECTO

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mis padres Elizabeth y Carlos, a mi abuela Manuela que con su paciencia lograron que cumpliera una meta más en mi vida.

A mi hermano, gracias a él he podido sobrellevar esta etapa de mi vida con felicidad, ya que ha sido un gran apoyo.

A mis profesores de carrera que fueron un gran apoyo para que ahora logrará ser un excelente profesional.

AGRADECIMIENTO

A mis padres que han sido un apoyo fundamental en mi vida, gracias por todas aquellas veces que supieron reprenderme, ahora los frutos son reflejados en esta etapa culminada de mi vida, gracias a mi abuelita por ser mi segunda madre enseñándome a ser una persona de bien con carácter dispuesto a lo que se le presente en la vida, a mi hermano menor gracias por compartir todas las buenas y malas etapas de mi vida gracias por ser mi gran amigo, a mis profesores y amigos que fueron la fortaleza para seguir adelante, por último a mi enamorada Daniela gracias por estar presente en esta etapa de mi vida gracias por guiarme y ayuda incondicional.

A mi querida Universidad Tecnológica Equinoccial, a mi Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades, ya que en sus aulas aprendí todo lo necesario para mi vida profesional.

FORMULARIO DE REGISTRO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1720530458
APELLIDO Y NOMBRES:	Guano Cabezas Carlos Andres
DIRECCIÓN:	Urb. 14 de diciembre y principal 1
EMAIL:	carlosandres.sbjob@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	2322094
TELÉFONO MOVIL:	0992917357

DATOS DE LA OBRA	
TITULO:	Inclusión de elementos de la cultura ecuatoriana en el diseño de covers de tablas skate para el posicionamiento de la marca de estudio: CHICKENHEAD
AUTOR O AUTORES:	Carlos Andres
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	14 de julio del 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MSc. Tatiana Cabrera
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>Este proceso de investigación está dirigido para el posicionamiento de marca de estudio Chicken Head por medio de diseños en tablas skate con elementos gráficos de la Cultura Valdivia, estos diseños son una gran herramienta para futuras aplicaciones de elementos gráficos con la cultura Ecuatoriana, por ello el motivo de desarrollar diseños innovadores y concisos.</p> <p>Se ha tomado referencia a diferentes autores en el campo de historia de las culturas y procesos gráficos aplicativos, ya que es</p>



	<p>fundamental el conocimiento teórico para así determinar una línea grafica acorde con elementos de la cultura elegida para el proceso.</p> <p>La investigación de campo se realizó tomando en cuenta como muestra a los skaters de la zona de la Carolina, mientras los instrumentos de investigación aplicados fueron la encuesta y la entrevista, esto con la finalidad de obtener información precisa del grupo objetivo, la misma que fue de suma importancia para la realización de la estructura gráfica, de esta forma se podrá aplicar diseños innovadores con elementos de la Cultura Valdivia.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>This research process is intended to brand positioning study Chicken Head by designs in tables skate with graphic elements of the Valdivia culture, these designs are a great tool for future applications of graphic elements with the Ecuadorian culture, so the reason for developing innovative designs and concise. Reference has been made to different authors in the field of history of cultures and graphics processing applications, since it is fundamental theoretical knowledge to determine a graph line with elements of culture chosen for the process line. Field research was carried out taking into account as shown skateboarders in the area of Carolina, while instruments applied research were the survey and interview, this in order to obtain accurate information of the target group, the same as it was important for the realization of the graphic structure, in this way you can apply innovative designs with elements of the Valdivia culture.</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



f. 

GUANO CABEZAS CARLOS ANDRES

C.I: 1720530458

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **GUANO CABEZAS CARLOS ANDRES**, CI: 1720530458 autor del proyecto titulado: previo **Inclusión de elementos de la cultura ecuatoriana en el diseño de covers de tablas skate para el posicionamiento de la marca de estudio: Chickenhead** a la obtención del título de **INGENIERO EN DISEÑO GRAFICO PUBLICITARIO** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 14 de Julio del 2016

f. _____

GUANO CABEZAS CARLOS ANDRES

1720530458

RESÚMEN

Este proceso de investigación está dirigido para el posicionamiento de marca de estudio Chicken Head por medio de diseños en tablas skate con elementos gráficos de la Cultura Valdivia, estos diseños son una gran herramienta para futuras aplicaciones de elementos gráficos con la cultura Ecuatoriana, por ello el motivo de desarrollar diseños innovadores y concisos.

Se ha tomado referencia a diferentes autores en el campo de historia de las culturas y procesos gráficos aplicativos, ya que es fundamental el conocimiento teórico para así determinar una línea grafica acorde con elementos de la cultura elegida para el proceso.

La investigación de campo se realizó tomando en cuenta como muestra a los skaters de la zona de la Carolina, mientras los instrumentos de investigación aplicados fueron la encuesta y la entrevista, esto con la finalidad de obtener información precisa del grupo objetivo, la misma que fue de suma importancia para la realización de la estructura gráfica, de esta forma se podrá aplicar diseños innovadores con elementos de la Cultura Valdivia.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador es una investigación que tiene por objetivo el diseño de tablas de skate con elementos gráficos de la Cultura Valdivia, con un uso adecuado de cromática y tipografía para posteriormente posicionar a la marca de estudio “CHICKEN HEAD”, esto ayudará a futuras aplicaciones a incluir elementos de diferentes culturas ecuatorianas, y de ésta manera orientar y concientizar a los jóvenes skaters a que conozcan y valoren su cultura.

El proyecto se desarrolla en tres fases, la primera fase se muestra la investigación de las culturas en el Ecuador dando así mas énfasis en la cultura representativa de la provincia del Guayas “Valdivia”, debido a que es una cultura que refleja un sin número de símbolos, figuras, creencias y prácticas religiosas.

En la segunda fase después de realizar la interpretación de la información se muestra la inclusión de diseños innovadores para jóvenes skaters que contengan gráficos de la cultura Ecuatoriana y así dar inicio al diseño sobre tablas skate utilizando la simbología de la cultura Valdivia.

Al finalizar se demuestra que la propuesta establecida posee un gran nivel de aceptación en la cultura urbana skate.

ÍNDICE

AUTORÍA	i
CERTIFICADO DE DIRECTOR DE PROYECTO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
FORMULARIO DE REGISTRO	v
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	viii
RESÚMEN	ix
INTRODUCCIÓN	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	1
II. SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN	1
III. TÍTULO:.....	1
IV. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN:.....	1
V. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:	1
VI. DELIMITACION ESPACIAL	2
VII. DETERMINACION DE OBJETIVOS	2
VIII. IDEA A DEFENDER	2
CAPÍTULO I	
1. MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 CULTURA.....	3
1.1.1 ¿QUE ES LA CULTURA?	3

1.2	DIFERENTES ASPECTOS DE LA CULTURA.....	3
1.2.1	ORGANIZACIÓN ECONÓMICA.....	3
1.2.2	ORGANIZACIÓN SOCIAL.....	3
1.2.3	LA RELIGIÓN.....	3
1.3	CULTURA ECUATORIANA.....	4
1.3.1	LA ARQUEOLOGÍA	4
1.3.2	PUEBLOS Y NACIONALIDADES DEL ECUADOR	5
1.3.3	CULTURA DE ECUADOR Y RELIGIÓN	6
1.4	DISEÑO.....	6
1.4.1	¿QUÉ ES EL DISEÑO?.....	6
1.4.2	SÍMBOLO.....	6
1.4.3	FORMA.....	6
1.4.3.1	ORIGEN NATURAL DE LAS FORMAS.....	6
1.4.4	COMPOSICIÓN GRÁFICA.....	7
1.4.5	FORMAS DE COMPOSICIÓN	7
1.4.6	ILUSTRACIÓN	7
1.4.7	TIPOGRAFÍA.....	7
1.5	MERCADOTECNIA.....	8
1.6	PROMOCIÓN	8
1.7	DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD.....	8
 CAPÍTULO II		
2.	EL ORIGEN DEL SKATEBOARDING.....	9
2.1	LA CULTURA SKATE	9
2.1.1	LA TRIBU DE LOS SKATES DANZANTES.	9
2.1.1.1	LAS PRÁCTICAS AGRESIVAS	10
2.1.1.2	LOS CALLEJEROS (TREETEURS).....	10
2.1.1.3	LOS RAMPEROS	10
2.2	PARTES DE UN SKATEBOARD.....	11

2.3	PATROCINADORES DEL SKATEBOARDING.....	14
2.4	POSICIÓN SOBRE LA TABLA.	14
2.4.1	REGULAR.....	15
2.4.2	GOOFY.....	15
2.5	FUNCION DEL SKATEBOARDING.....	15
2.6	TECNICAS A APLICARSE A LA ELABORACIÓN DE COVERS EN TABLAS.....	16
2.6.1	ESTAMPADOS.....	16
2.6.1.1	ESTAMPADO POR TERMOTRASFERENCIA.....	16
2.6.1.2	SERIGRAFÍA O ESTAMPADO CON PANTALLA.....	16
2.6.1.3	SERIGRAFÍA.....	16
2.6.2	INTRODUCCIÓN A LA CULTURA VALDIVIA.....	18
2.6.2.1	ORIGEN.....	19
2.6.2.2	LOCALIZACIÓN.....	20
2.6.2.3	ARTE.....	20
2.6.2.4	LA CERÁMICA.....	22
2.6.2.5	LA TECNOLOGÍA DE VALDIVIA.....	24
2.6.2.6	VENUS DE VALDIVIA.....	25
 CAPÍTULO III		
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1	MÉTODO INDUCTIVO.....	32
3.2	MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO.....	33
3.3	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	33
3.4	CÁLCULO DE LA POBLACIÓN:.....	33
3.5	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	33
3.6	ENTREVISTA.....	34
3.7	ENCUESTA.....	35
3.8	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	35

3.8.1	TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	35
3.8.2	ANÁLISIS DEL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	45
CAPÍTULO IV		
4.	PROPUESTA DEL PRODUCTO.....	46
4.1	MANUAL DE MARCA.....	47
4.2	EL ARTE DE LA CULTURA VALDIVIA APLICADO EN LOS DISEÑOS DE TABLAS SKATE	52
4.3	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	58
4.3.1	OBJETIVOS COMUNICACIONALES	58
4.3.1.1	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	58
4.4	CÁLCULO DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO.	60
4.4.1	INVERSIÓN	60
4.4.2	COSTOS Y GASTOS	61
4.4.3	CALCULO DEL PRECIO.....	62
CAPÍTULO V		
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
5.1	CONCLUSIONES.....	64
5.2	RECOMENDACIONES.....	65
	BIBLIOGRAFÍA.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.1	Culturas Ecuatorianas.....	4
Tabla N.2	Etnias Ecuatorianas	5
Tabla N.3	Metodología de investigación	32
Tabla N. 4	Criterios de selección para la aplicación de la entrevista.....	34
Tabla N.5	Edad de los encuestados	35
Tabla N.6	Género de los encuestados	36

Tabla N.7	Pregunta 1 ¿Para ti es importante la durabilidad de la tabla?.....	36
Tabla N.8	Pregunta 2 ¿Para ti es indispensable el diseño en tu tabla?.....	37
Tabla N.9	Pregunta 3 ¿Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana?	38
Tabla N.10	Pregunta 4 ¿Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador?.....	39
Tabla N.11	Pregunta 5 ¿Cuál crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla?	40
Tabla N.12	Pregunta 6 En el último año, ¿Cuántas veces cambiaste de tabla? ..	40
Tabla N.13	Pregunta 7 ¿Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos Gráficos ecuatorianos?	41
Tabla N.14	Pregunta 8 ¿Qué tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla?	42
Tabla N.15	Pregunta 9 ¿Qué color preferirías al momento de elegir una tabla? .	43
Tabla N.16	Pregunta 10 ¿Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla?	44
Tabla N.17	Cuadro Inversiones.....	61
Tabla N.18	Costos de producción	62
Tabla N.19	Cálculo del precio final	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N.1	Conchas para la elaboración de herramientas Cultura Valdivia.	19
Figura N.2	Conchas spondylus, strombus Cultura Valdivia	21
Figura N.3	Cerámica de la Cultura Valdivia y Jomón	23
Figura N.4	Vasijas Cultura Valdivia	23
Figura N.5	Piedras para la fabricación de herramientas Cultura Valdivia	25
Figura N.6	Venus de Valdivia.....	25
Figura N.7	Venus embarazada de la Cultura Valdivia	27
FIGURA N.8	Venus Herática Cultura Valdivia.....	27
FIGURA N.9	Venus tapada la boca Cultura Valdivia	28

FIGURA N. 10 Venus bicéfala de la Cultura Valdivia.....	28
FIGURA N. 11 Venus lechuza – búho Cultura Valdivia.....	29
Figura N. 12 Figuras jaguar de la Cultura Valdivia	29
Figura N. 13 Bancos de shamanes Cultura Valdivia.....	30
FIGURA N. 14 Shamán Cultura Valdivia.....	30
FIGURA N. 15 Figurillas demoniacas Cultura Valdivia.....	31
Figura N. 16 Edad de los encuestados.....	35
Figura N.17 Género de los encuestados	36
Figura N.18 Pregunta 1 ¿Para ti es importante la durabilidad de la tabla?	37
Figura N.19 Pregunta 2 ¿Para ti es indispensable el diseño en tu tabla?	37
Figura N.20 Pregunta 3 ¿Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana?.....	38
Figura N.21 Pregunta 4 ¿Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador?.....	39
Figura N.22 Pregunta 5 ¿Cuál crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla?	40
Figura N.23 Pregunta 6 En el último año, ¿Cuántas veces cambiaste de tabla?	41
Figura N.24 Pregunta 7 ¿Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos Gráficos ecuatorianos?	42
Figura N.25 Pregunta 8 ¿Qué tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla?	43
Figura N.26 Pregunta 9 ¿Qué color preferirías al momento de elegir una tabla?	44
Figura N.27 Pregunta 10 ¿Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla?	45
Figura N. 28 Ilustración Venus de Valdivia.....	52
Figura N. 29 Ilustración Shaman, buhó, diablo cultura Valdivia.....	53
Figura N. 30 Ilustración Jaguar cultura Valdivia	54
Figura N. 31 Ilustración venus bicéfalas y jarrones cultura Valdivia	55
Figura N. 32 Ilustración figuras geométricas cultura Valdivia (colores terrosos)	56

Figura N. 33 Ilustración figuras geométricas cultura Valdivia (colores vivos)	57
Figura 34. Montaje estampado de camisetas	59
Figura 35. Montaje estampados en sudaderas	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. ENTREVISTA APLICADA N.1.....	67
Anexo 2. ENTREVISTA APLICADA N.2.....	69
Anexo 3. ENCUESTA APLICADA.	71
Anexo 4. GALERÍA FOTOGRÁFICA.....	77

PROTOCOLO DE PROYECTO

I. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Interrelación del diseño, arte, ciencia, tecnología, sociedad y medioambiente.

II. SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Arte y cultura.

III. TÍTULO:

Inclusión de elementos de la cultura ecuatoriana en el diseño de covers para tablas skate para el posicionamiento de la marca de estudio: CHICKEN HEAD

IV. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN:

Se hace indispensable el diseño innovador de la marca estudio considerando que en la actualidad no existe una adecuada promoción con estos elementos propios de la cultura ecuatoriana Valdivia con el propósito de posicionar a la marca de estudio con la finalidad de fortalecer el deporte y la cultura de los individuos, se desarrollará la propuesta de imagen a través del diseño publicitario para promoción de la marca de estudio aprovechando la versatilidad de los diversos recursos gráficos, de este modo se contribuirá a dar una identidad dentro del medio cultural, deportivo, rescatando las infinitas posibilidades del diseño gráfico publicitario, aplicado en el diseño de ilustraciones en base a una buena composición visual, cromática, semántica, aplicados en material de promoción, en impresos como tablas skate.

El fin es llegar al público con un mensaje, ordenado y preciso, impactante, que llame la atención de los usuarios que realizan esta actividad, con esto se diseñará una propuesta gráfica, dinámica, atractiva e impactante, que llegue al público, rompiendo los esquemas de tradicionalismo y cumpla su objetivo de brindarle a la marca de estudio un posicionamiento entre los usuarios.

V. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

No poseer una correcta aplicación innovadora de los elementos de la cultura ecuatoriana al momento de diseñar covers para tablas skate se hace necesario realizar una investigación sobre marcas que trabajen actualmente en la implementación de elementos de la cultura ecuatoriana en diseños para tablas de skate.

VI. DELIMITACION ESPACIAL

La investigación se realizara en el cantón Quito administración zonal Eugenio Espejo en los barrios Atahualpa, Gonzales Suarez, Ñaquito, La Carolina, La República, Prados de la Carolina.

VII. DETERMINACION DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta gráfica comunicacional innovadora con elementos de la Cultura Ecuatoriana Valdivia.

OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Describir la base teórico-conceptual de los elementos de la Cultura Ecuatoriana Valdivia.
- Investigar la aplicación actual del diseño en tablas de skate en conceptos ecuatorianos.
- Describir al consumidor usuario de tablas de skate nacionales, en la ciudad de Quito.
- Diseñar una propuesta gráfica personalizada para tablas de skate de producción nacional, manejando la cultura Valdivia.

VIII. IDEA A DEFENDER

La implementación de una propuesta gráfica para la marca de estudio, permitirá poseer elementos identificativos, promoviendo el posicionamiento de la misma en la comunidad “skater” de la ciudad de Quito

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 CULTURA

1.1.1 ¿QUE ES LA CULTURA?

“Conjunto de ideas y conocimientos, conjunto de estructuras sociales religiosas, que caracteriza una sociedad” (García , 1983, pág. 139).

El hombre por su falta de especialización ha impulsado a crear la cultura, gracias a esta puede vivir en una variedad de medios ambientes con relativo éxito. “Por lo tanto se puede decir que la gran diferencia entre el hombre y el respecto de especies animales, estriba¹ en el hecho de que este es el único que es un ser cultural” (Benítez, 1997, pág. 40).

1.2 DIFERENTES ASPECTOS DE LA CULTURA

(Benítez, 1997) afirma. “Toda división didáctica de la cultura es arbitraria y da lugar a problemas ya que todos los elementos están interrelacionados”(p.42). Teniendo en cuenta esta dificultad, se distinguirá varios niveles en la cultura:

1.2.1 ORGANIZACIÓN ECONÓMICA

“La economía se refiere a la producción, distribución y consumo o uso de bienes y servicios, dentro de una sociedad determinada” (Benítez, 1997, pág. 43).

1.2.2 ORGANIZACIÓN SOCIAL

Tiene un carácter predominante social, da lugar a la formación de grupos con determinadas relaciones. “Al formar parte de un grupo en tono a los principios el individuo entabla relaciones tanto al interior del grupo como afuera de este. La pertenencia a un grupo implica la regulación de actitudes, comportamientos, derechos y obligaciones que varían de una sociedad a otra” (Benítez, 1997, pág. 44).

1.2.3 LA RELIGIÓN

El ámbito de lo sagrado está en todas las sociedades, ante la presencia de lo inesperado y de las fuerzas naturales que no se pueden controlar, los hombres entablan relaciones con seres sobrenaturales para pedir su ayuda y protección.

¹ Estribar: Fundamentarse o tener su origen una cosa en otra.

Todos los pueblos tienen alguna forma de manifestación religiosa. Pueden ser politeístas o monoteístas. “Hay dioses, espirituales, almas, fuerzas del bien y del mal. Para comunicarse con ellos, en busca de ayuda o para apaciguarlos, se recurre a los sacerdotes, shamanes o brujos, y las ceremonias y rituales” (Salvat & Crespo, 1985, pág. 97).

1.3 CULTURA ECUATORIANA

La cultura ecuatoriana se ha ido conformando en un proceso histórico a lo largo de miles de años durante los cuales se han incorporado elementos culturales de diversos grupos. La más antigua de las culturas agroalfareras que ha sido detectada es la denominada Valdivia, que floreció desde tres mil quinientos años antes de Cristo en la Costa sur (actual provincia del Guayas), y se extendió muy ampliamente en el litoral ecuatoriano. Valdivia se ha hecho famosa por la calidad de su cerámica, especialmente por las figurinas, las “Venus”, muy características. (Ayala Mora, 2008, pág. 9)

A continuación se mencionan las más importantes culturas que vivieron en el territorio Ecuatoriano:

Tabla N.1 Culturas Ecuatorianas

Cultura Machalilla	Cultura La Tolita-Tumaco
Cultura Mayo-Chinchi	Cultura Guangala
Cultura Chorrera	Cultura Milagro-Quevedo
Cultura Cosanga	Cultura Manteño-Guancavilca
Cultura Jama - Coaque	Cultura Cañari
Cultura Bahía	Cultura Napo
Cultura Inca	Cultura Puruhá

Fuente: (Benítez, 1997, pág. 47) Cultura Ecuatoriana.

Elaborado por: Carlos Guano, 2015.

1.3.1 LA ARQUEOLOGÍA

La arqueología es una ciencia que intenta reconstruir los sistemas socio-culturales del pasado de los cuales no se tiene testimonio escrito. La arqueología en el Ecuador consta de cuatro periodos importantes para la cultura ecuatoriana. (Salvat & Crespo, 1985, pág. 123)

- El periodo pionero (1878-1899)
- El periodo del desarrollo (1900-1934)
- El periodo de transición (1935-1982)
- El periodo floreciente (1953 hasta la actualidad)

1.3.2 PUEBLOS Y NACIONALIDADES DEL ECUADOR

La sociedad ecuatoriana se caracteriza por su diversidad cultural y étnica, se reconoce a nuestro país como intercultural y plurinacional. El Consejo Nacional de Desarrollo de las Nacionalidades Indígenas y Pueblos del Ecuador reconoce a estos grupos minoritarios bajo el amparo de 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas. A ello, nos permitimos añadir al componente social del Ecuador a los pueblos afro-descendientes y a los pueblos montubios. (CODENPE, 2013, pág. 15)

Tabla N.2 Pueblos y Nacionalidades del Ecuador

PUEBLOS Y NACIONALIDADES DEL ECUADOR		
COSTA	SIERRA	AMAZONÍA
Awa	Karanki	Cofán
Chachi	Natabuela	Siona
Epera	Otavalo	Secoya
Tsa'chila	Kayambi	Huaorani
Manta	Kitu Kara	Shiwiar
Huancavilca		
	Panzaleo	Zamora
	Chibuleo	Achuar
	Salasaka	Shuar
	Kisapincha	Kichuwa Amazonas
	Kichuwa Tungurahua	
	Waranka	
	Puruhá	
	Cañari	
	Saraguro	

Fuente: (CODENPE, 2013, pág. 16) Pueblos y Nacionalidades del Ecuador.
Elaborado por: Carlos Guano, 2015.

1.3.3 CULTURA DE ECUADOR Y RELIGIÓN

La religión predominante es la católica romana, pero existen otras confesiones cristianas, mismas que últimamente han tenido una gran expansión. Los indígenas (indios) ecuatorianos suelen fusionar el catolicismo con sus creencias tradicionales, pero muchas comunidades todavía conservan sus creencias y practicas antiguas de adoración a la tierra, montañas, y el sol. (Salvat & Crespo, 1985, pág. 147)

1.4 DISEÑO

1.4.1 ¿QUÉ ES EL DISEÑO?

El conjunto de actos y formalización de reflexión material que interviene en el proceso creativo de una obra original (gráfica arquitectónica, objetal y ambiental) en forma y proyección y desarrollo creativo para ser destinado a su reproducción producción y difusión por medios industriales. (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 14)

1.4.2 SÍMBOLO

El símbolo es por definición un elemento material que está en el lugar de otra cosa ausente con la que no existe relación causal y a la cual representa por convención. Si bien es cierto de representar cosas que no son directa ni físicamente perceptibles. Tampoco lo son por medio de analogías, puesto que las cosas y objetos materiales se representan a través de sus imágenes, y las cosas complejas y abstractas se representan a través de sus símbolos.

Generalmente estas cosas complejas o abstractas son conceptos, ideas. La paz, la libertad, el amor, la muerte, la ley, estos sujetos no pueden ser fotografiados, sino simbolizados, este es el símbolo. (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 48)

1.4.3 FORMA

La forma es la apariencia externa y visible de las cosas y objetos, apariencia que las define, configura y distingue de otras. Hemos hablado de formas naturales y artificiales, pero por su aspecto distinguimos entre formas puntiagudas, alargadas, redondeadas, cónicas, rectangulares. Las formas puras geométricas son las más referenciales en el campo del diseño. (Cortéz, 2008, pág. 38)

1.4.3.1 ORIGEN NATURAL DE LAS FORMAS

En general, se parte de formas conocidas. Durante siglos, la referencia fue la propia naturaleza: hojas, ramas, flores, estructuras de las rocas y minerales, cristalizaciones, curvas y espirales de las conchas, frutas en formas redondas, ovaladas, alargadas. El huevo es un claro ejemplo de forma natural de su forma se derivan las formas ovoides, que se aplican en lámparas, muebles, tinajas, etc. La adaptación de las aeronaves y de los barcos a la forma aerodinámica de las aves y los peces, respectivamente, son ejemplos de imitación o similitud de formas naturales por analogía (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 103)

1.4.4 COMPOSICIÓN GRÁFICA

En el campo gráfico, a la palabra composición suele atribuirse habitualmente un significado meramente técnico manual. Se ha reservado este término para designar el trabajo de quien compone, es decir, reúne el material necesario para construir el modelo o matriz de imprimir. Pero también en las artes gráficas el término composición debe conquistar un sentido mucho más amplio y real; para ello, el vocablo deberá designar una lectura fácil y agradable al resultado estético.

Resumiendo la composición significa organizar, diseñar, es decir, disponer en el espacio formato distintos signos, los elementos gráficos son objetivos, poseen una tensión propia, una energía intrínseca, un lenguaje particular. (Dawson, 1982, pág. 116)

1.4.5 FORMAS DE COMPOSICIÓN

“La disposición de los signos y elementos gráficos en un espacio delimitado por un formato con su respectiva justificación cognoscitiva genera una expresión formal o cualitativa de una composición determinando su forma. Llamada también clase o estilo de la composición” (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 68).

Composición formal

Esta forma de composición se aprovecha el equilibrio, el ritmo y la simetría obteniendo así riqueza expresiva y acusada preferencia por la tranquilidad de la visión.

Composición informal

No se inspira en reglas constantes, sino más bien su tendencia es a expresar la sensación del momento con todos las técnicas y medios de que dispone.

1.4.6 ILUSTRACIÓN

La Ilustración se basa en las técnicas artísticas tradicionales. Generalmente se considera que la ilustración es arte en un contexto comercial y por lo tanto, las demandas sociales y económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración.

Los principales campos de la ilustración han sido siempre el dibujo analítico y descriptivo especialmente en los campos de la ciencia, la topografía, la medicina la arquitectura. (Dalley, 1992, pág. 82)

1.4.7 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, posters, anuncios, y cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras, comunicar mediante imágenes, es decir, dibujos o símbolos en oposición a palabras (McClean, 1988).

La tipografía debe ser clara y bella en aras de la comunicación pero nada más, si me interesa la tipografía es porque ayuda a la gente a comunicar con claridad que una idea merece y, si he perdido todo el interés en la tipografía de vanguardia es porque la encuentro demasiado introspectiva, demasiado obsesionada por convertir la página en un cuadro en lugar de preocuparse porque las ideas lleguen a la mente del lector a través del transparente ventanal de la tipografía Beatriz Warden citado por (McClean, 1988, pág. 50)

1.5 MERCADOTECNIA

Actividad dentro del marketing que tiene como fin lograr que el producto aparezca en el mercado en las mejores condiciones posibles y, así, impulsar un mayor nivel de ventas en el menor tiempo posible. Se ocupa del diseño del producto, empaquetado, publicidad, distribución, promoción de ventas, servicio al cliente, fijación de precios, asesoría al comerciante y al consumidor. (Etzels, Walker , & Stanton, 2001)

1.6 PROMOCIÓN

Son las actividades encaminadas a cambiar el comportamiento del consumidor de una manera inmediata, dándole algo a por ese cambio de comportamiento. Los tipos de promociones de ventas utilizados hoy en día son: descuento, bonificación, asociación de productos, muestra gratis, programas continuos, concursos y sorteos. (Etzels, Walker , & Stanton, 2001).

1.7 DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD

"La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir" (O`Guinn & Allen, 2004, pág. 251).

"Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado" (Kotler & Amstrong, 1998, pág. 198).

(Kotler & Amstrong, 1998) afirma. "La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas)"(p. 199).

"La colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas" (Etzels, Walker , & Stanton, 2001, pág. 24).

CAPITULO II

2. EL ORIGEN DEL SKATEBOARDING

La práctica de estas formas de expresión corporal y deportiva no son esencialmente nuevas, pues ya se practicaban en la época de los inicios del siglo XX, en que los niños de esa época jugaban con el conocido monopatín, de igual forma la evolución de estas prácticas que se proyectan hacia otras formas como lo es el surf en el mar, prácticas de riesgo que exige un alto dominio técnico y corporal. La evolución de esta práctica se proyecta hacia la calle, y es en California donde aparecen simpatizantes que, provistos de una tabla con ruedas, se comienzan a desplazar por la ciudad.

De esta forma, este tipo de práctica se comienza a retirar de la escena deportiva recreativa, pero esta comienza a cambiar lentamente su orientación, se transforma en una práctica de calle “urbana” en que aparecen jóvenes dispuestos a demostrar sus acrobacias y piruetas montados en estos aparatos móviles. Si bien estas prácticas como lo es el skate se mantiene como práctica de montaña, esta se democratiza en la medida que se proyecta hacia la ciudad y es asequible a todos quienes premunidos de una tabla se pueden desplazar. (Piocello, 2006, pág. 45).

2.1 LA CULTURA SKATE

El skate desde algunos años se han transformado en una verdadera cultura urbana y que permite la participación de diferentes grupos de edades, especialmente de los jóvenes de 8 a 20 años. Para algunos periodistas, estos grupos se denominan simplemente tribus ya que estos se mantienen unidos y casi cerrados en ellos mismos, desde esta óptica podemos decir que algunos grupos si se conservan cerrados de tal manera de no permitir que su mundo se deteriore frente al resto, ellos poseen sus propios códigos y redes de informaciones. Desde otra perspectiva, estas tribus se distinguen según dos lógicas: una es el aspecto técnico y el otro es el tecnológico. Igualmente se pueden distinguir desde una perspectiva cultural, técnica y otra tecnológica. (Piocello, 2006, pág. 20)

La presencia de algunas tendencias entre los grupos o tribus de skater marcan la diferencia como:

2.1.1 LA TRIBU DE LOS SKATES DANZANTES.

Son grupos que poseen mayor edad entre sus pares, son una tendencia exhibicionistas entre sus pares. Su técnica es la utilización de ciertos pasos de danza especialmente en el roller, todas estructuradas en ciertas coreografías de tipo break, hip-hop, funky, disco o raggamuffin.² Ellos están siempre acompañados de sus equipos de música, el cual tienen siempre el volumen al máximo, le gusta mostrarse en público. (Piocello, 2006, pág. 26)

² Raggamuffin: Expresión artística o estilo empleado a bailes actuales.

2.1.1.1 LAS PRÁCTICAS AGRESIVAS

Calificados de acróbatas por las organizaciones formales, estos se dividen en dos grupos: Las técnicas agresivas light o acrobáticas, son técnicas nacidas de la calle, esta es una técnica de exhibición y de expresión, que utilizan las barandas o instrumentos que ellos mismos fabrican. Estos grupos, los integran adolescentes y jóvenes, son reacios a utilizar protecciones, ellos les gusta el look Rusty James, utilizan collares, bluzones anchos, son rapados, hostiles a estructuras organizadas. (Piocello, 2006, pág. 28)

2.1.1.2 LOS CALLEJEROS (TREETEURS)

Se trata de un grupo de jóvenes adolescentes que no aceptan ningún tipo de reglas establecidas, estos son los verdaderos surfs urbanos. Esta tribu poseen dos palabras maestras: libertad y creatividad. Ellos representan a los grupos más bulliciosos y los que más problemas les pueden causar a los peatones con sus baladas y desplazamientos. Estos explotan el mobiliario urbano y de esta forma son expulsados de los lugares públicos, transformándose en grupos nómades.

Este movimiento permanente los conduce hacia las escaleras, bancos de las plazas, barreras inclinadas u otros aparatos que estos puedan inventar y construir. Estos grupos practican hasta lograr dominar el movimiento de una figura determinada, voluntad y perseverancia son palabras claves de esta tribu. Estos grupos no son delincuentes, sin embargo poseen una moda muy particular, que está compuesta por un pantalón tipo baggy paint o baggy shorts, por su anchura les permite realizar mayores evoluciones y destrezas.

2.1.1.3 LOS RAMPEROS

Su nombre proviene de las ramplas o lugares para realizar destrezas y acrobacias, las ramplas obligan a realizar técnicas particulares para alcanzar velocidades aceptables que les permitan realizar sus acrobacias. Para este grupo el entrenamiento tiene un valor fundamental, esto exige una capacidad física adecuada para este tipo de acciones. La expresión corporal es fundamental en las practicas, la búsqueda de la perfección, el gesto bien trabajado son aspectos importantes en este tipo de prácticas. La música representa un factor de estímulo necesario para este grupo de rollers y skates. Estos grupos de ramperos son generalmente auspiciados por algunas empresas que promocionan productos.

2.2 PARTES DE UN SKATEBOARD

Tabla:

Actualmente la mayoría están hechas de 7 láminas de madera, generalmente de arce canadiense. Las tablas tienen una forma especialmente diseñada para el skate. Un aspecto a tener en cuenta son las medidas, en especial el ancho de la tabla.

Con trucos o street la tabla adecuada puede ser de entre 7.5 a 7.87. Las tablas de 7.5 y por debajo son estrechas, recomendadas para los más pequeños. También cuanto más estrecha o pequeña sea una tabla más fácil será hacer trucos, pero más difícil caerlos. Las de 7.75 son las más comunes y la medida más popular. Una tabla de entre 7.87 a 8.25 debe ser adecuada. Estas tablas son tan anchas que no serían recomendables para una persona que mida un 1.50m y pese 40kg, los trucos serían difíciles de hacer. A pesar de lo comentado cada skater tiene sus preferencias en cuanto a las medidas.

Lija:

Va pegada justo encima de la tabla. La lija sirve para proporcionar el agarre que se requiere para realizar los trucos. Cuando se dice "agarre" se refiere a la tracción entre los zapatos y la tabla, para poder controlar el skateboard.

Ejes:

Son dos y van acoplados a los lados, sin llegar a los extremos. Generalmente están hechos de aluminio, pero pueden ser de diversos metales. Los ejes soportan las ruedas, y sirven para realizar los giros, dado que poseen una goma flexible, que hace esto posible. También está formado por diversos componentes, que se pueden cambiar y comprar por separado, tales como Kingpins.³

Ruedas:

Son 4 y van adosadas a ambos extremos de los ejes, y están hechas de un material llamado uretano. Son de diferente tamaño en función del estilo de skate que se practica. Las más normales rondan entorno a los 52 mm. Sin embargo si el estilo es callejero, se usan ruedas pequeñas, menores a 53 mm de diámetro. En rampa, se usan ruedas grandes, para la velocidad; mayores de 56 mm. Si el estilo es mixto lo aconsejable son 54 - 55 mm. Normalmente cuanto más grande sea la rueda mayor es su dureza, y a más pequeña suele ser más blanda. Las ruedas duras se utilizan en suelos lisos como los skateparks, y las ruedas blandas para la calle.

Rodamientos:

Son un par de anillos metálicos con 6, 7 u 8 bolas en su interior, protegidos por dos discos finos. Suelen ser de aluminio. Cada skate lleva 8 rodamientos, 2 por rueda. En

³ Kingpins: Tornillo principal.

función de su rapidez de giro se les compara en una clasificación, llamada ABEC. Lo máximo es Abec 9, siendo todos los grados de esta escala impares (1, 3, 5, 7, 9) Aparte de la clasificación ABEC⁴.

Tornillería:

Para el skate se necesitan 8 tornillos para mantener los ejes y la tabla unida y 4 tuercas para que no se desprendan las ruedas, estas tuercas son enroscadas en el mismo eje. A la parte delantera del monopatín se le llama nose ⁵, y a la trasera tail ⁶. El nose es más grande que el tail, es decir, más ancho y más largo midiendo desde los tornillos hasta la punta de la tabla. El pie de atrás va en el tail y el de adelante en el nose.

Material:

Actualmente la mayoría de las tablas están hechas de siete láminas de madera, generalmente de arce canadiense, aunque algunas están fabricadas de roble tratado especialmente para que resista y no pese en exceso.

Las tablas de madera de arce y en menor medida las de guatambú y de maple (arce duro), proveen la mejor respuesta, y a la vez la madera es el material más común para las tablas. Los skates de plástico tienen una gran durabilidad, pero no responden como los de madera. También hay tablas hechas de aluminio y fibra de vidrio. Las tablas más usadas actualmente son las de maple canadiense las de guatambú (madera más resistente) las cuales están compuestas por seis láminas, o las de roble, y otros distintos tipos de maderas.

Pueden encontrarse modelos de tablas de diferentes materiales como de madera de retrete de arce, fibra de vidrio e incluso fibra de carbono, todos materiales combinables, para reforzar sobre todo la zona en la que se apoyan los ejes; este sistema se llama Impact Support y se puede encontrar en tablas Almost. Actualmente las capas de la tabla, que suelen ser 7 u 8 se pegan entre sí con Resina epoxi, lo que posibilita usar menos pegamento dada su fortaleza, redundando en el menor peso de la tabla. Hay disponibles diferentes longitudes, anchos, así como con diferentes formas en la punta, la cola y los bordes.

Longitud:

Para el skate tradicional y estilo street, opta por tablas menores a 33 pulgadas (84 cm) de longitud. Para otros usos, como por ejemplo estilo cruising, elige tablas de skate de

⁴ ABEC: Significa rodamientos de las llantas.

⁵ Nose: Parte de la tabla localizada en la parte inicial.

⁶ Tail: Parte trasera de la tabla.

35 pulgadas de longitud (89 cm). Skaters más pequeños deberían elegir tablas más cortas para conseguir mejor control.

Hay tablas de mayor medida en longitud, llamadas longboard o "longskate". El tipo más popular de longboard es el que se utiliza para el skate de descenso o downhill. No es apto para los trucos de los otros estilos de patinaje, y está diseñado para el control a gran velocidad.

Ancho:

El ancho de la mayoría de los skates está entre 7.5 y 8.25 pulgadas (19-21 cm). Las tablas más anchas (más de 20 cm) proveen mayor estabilidad, balance y control para las superficies de transición en el andar, las cuales incluyen rampas como los halves, ollas y bowls.

Los skates más estrechos o angostos (menos 20 cm) ofrecen más maniobrabilidad para los trucos de skate y flips. Querrás una tabla más angosta para practicar estilo street o para un andar técnico, que incluye flips, trucos, deslizamientos, rails, hacer quiebres y bordes.

Una tabla destinada a trucos o street puede ser de entre 7.5 a 7.8 pulgadas. Las tablas de 7.5 y por debajo son estrechas, recomendadas para los más pequeños. También cuanto más estrecha o pequeña sea una tabla más fácil será hacer trucos, pero más difícil finalizarlos y caer en forma correcta. Las de 7.75 son las más comunes y la medida más popular.

Para skate en skateparks con grandes half-pipes, una tabla de entre 7.87 a 8.25 pulgadas debe ser adecuada. Estas tablas son tan anchas que no serían recomendables para personas de tamaño y peso más bien reducido, personas que midan, aproximadamente 1.50 m y pesen alrededor de 40 kg, pues los trucos serán difíciles de hacer.

Una tabla de 20 cm puede utilizarse como una mezcla de street y un skate más de transición, como un compromiso entre estabilidad y maniobrabilidad. A pesar de lo comentado cada skater tiene sus preferencias en cuanto a las medidas de su tabla o monopatín. "Lo único que te pertenece es saber que lo pudiste ó lo sabes hacer" (Koston, 2009)

Forma:

La mayoría de los skates son cóncavos, es decir, tienen la nariz (nose o punta), cola y bordes levantados. Cuanto más cóncavo sea un skate, más agresivos pueden ser los movimientos y los trucos que se hagan.

También existen monopatines diseñados para terrenos no asfaltados (mountain board), como vías pecuarias, prados, suelos rocosos, y otros terrenos naturales rodables. Son de

gran tamaño y estabilidad y las ruedas pueden superar el palmo de diámetro, incluso ser del tipo neumático con cámara de aire.

2.3 PATROCINADORES DEL SKATEBOARDING

El patrocinio es el convenio entre una empresa u organización, denominada patrocinador, y otra organización, denominada patrocinado, a fin de que éste presente la marca o el producto que desea promover la empresa patrocinadora. El patrocinador suele buscar un mayor conocimiento de su marca o producto o bien un posicionamiento concreto de los mismos. Por su parte, el patrocinado recibe de la firma patrocinadora una contraprestación, normalmente monetaria o económica, si bien también puede ser una contraprestación en especie. Este tipo de patrocinio es notorio en deportes y televisión. Muchas compañías quieren a cambio que su logotipo aparezca en el uniforme del equipo. Como dijo un famoso skater Hardwicke “Todo el mundo puede hacer trucos, lo que cuenta es como lo haces”.

Recientemente, se ha generalizado el patrocinio como una técnica publicitaria más sutil que la mera emisión de un anuncio o la colocación de una valla. Por la misma, se relaciona la marca de una compañía o producto con un espacio radiofónico, televisivo, un acontecimiento deportivo o un evento cultural. La justificación es que los consumidores proyectan las cualidades positivas de los mismos en la marca o producto patrocinador. En el espacio se utiliza la fórmula "Patrocinado por:" para presentar al patrocinador lo que de hecho significa que la compañía ha desembolsado una cantidad de dinero a cambio de poder mostrar su marca o logotipo.

El patrocinio o sponsor no es una base fundamental del skateboarding es más como un trabajo, como lo dijo el skater Lennie “Que mejor que ganarse la vida con lo que a uno le hace feliz”.

2.4 POSICIÓN SOBRE LA TABLA.

En el skate hay dos posiciones para patinar básicas, las cuales son:

Regular: consiste en patinar con el pie izquierdo adelante y el derecho en el tail.

Goofy: consiste en patinar con el pie derecho adelante y el pie izquierdo atrás en el tail.

Switch: Consiste en manejar en el sentido contrario al que manejas. Ejemplo: si eres regular tu switch será en goofy. Nota: Los trucos en switch serán el doble de complicado a los que haces en tu posición normal, básicamente los profesionales aprenden trucos de switch.

Fakie: Consiste en ir marcha atrás con tu tabla en definitiva de espaldas (tail)

A su vez estas posiciones tienen sus divisiones para realizar los trucos. Estas son:

2.4.1 REGULAR

Ollie: realizarlo con el pie izquierdo entre los tornillos delanteros y el centro de la tabla y el pie derecho en el tail.

Nollie: realizarlo con el pie derecho entre los tornillos traseros y el centro de la tabla y el pie izquierdo en el nose.

Switch ollie: realizarlo con el pie derecho entre los tornillos delanteros y el centro de la tabla y el pie izquierdo en el tail.

Fakie ollie: (yendo en switch de espaldas): realizarlo con el pie izquierdo entre los tornillos delanteros y el centro de la tabla y el pie derecho en el tail.

2.4.2 GOOFY

Ollie: realizarlo con el pie derecho entre los tornillos delanteros y el centro de la tabla y el pie izquierdo en el tail.

Nollie: realizarlo con el pie izquierdo entre los tornillos traseros y el centro de la tabla y el pie derecho en el nose.

Switch ollie: realizarlo con el pie izquierdo entre los tornillos delanteros y el centro de la tabla y el pie derecho en el tail.

Fakie ollie (yendo en switch de espaldas): realizarlo con el pie derecho entre los tornillos de la tabla.

2.5 FUNCION DEL SKATEBOARDING

La principal función del skateboarding , dominar los trucos y en si es divertirse con las personas que igual comparten el sentimiento de querer realizar , conseguir algo. En si la función del skate no es lograr realizar los trucos la función verdadera del skateboarding es divertirse aprendiendo cada vez que se lo practica algo nuevo.

Haciendo buenos amigos en esta cultura urbana en esta parte esencial de la vida de un skater .Para usarlo se debe montar de pie encima de él. Cada par de ruedas tiene un eje (truck) que se sujeta con un vástago flexible ligeramente inclinado a la tabla, lo que permite hacer giros por inclinación de la tabla a un lado o a otro, y el movimiento de giro suave de los ejes que conlleva. La tabla o monopatín sirve para hacer saltos y distintos tipos de tricks (trucos), como por ejemplo: kickflips, ollies, 180°, y otros.

2.6 TECNICAS A APLICARSE A LA ELABORACIÓN DE COVERS EN TABLAS

2.6.1 ESTAMPADOS

En la actualidad existe varios métodos utilizados a grande escala en la producción de diseños sobre tablas skate en estos métodos tenemos:

2.6.1.1 ESTAMPADO POR TERMOTRASFERENCIA

Es un procedimiento por el que los diseños pasan a la tabla por calor y presión, a través de un papel especialmente impreso por retro grabado, offset o serigrafía. Este papel se coloca sobre la tabla con una capa de hule en medio, se someten las tres capas a presión y temperatura y en un tiempo calculado se transfiere íntegro el diseño a la tabla. Por éste procedimiento se consigue mejor penetración del colorante en la tabla, mayor fidelidad entre diseño y estampado, menores costes industriales y apenas contaminación. (Dawson, 1982, pág. 73)

2.6.1.2 SERIGRAFÍA O ESTAMPADO CON PANTALLA

En este método se aplica a la pantalla el diseño en cuestión, de forma que toda la pantalla, excepto el espacio ocupado por el diseño, quede recubierta de un material resistente. Es necesaria una pantalla por cada color que contiene el diseño. La serigrafía es un procedimiento de estampación de bajo coste y puede hacerse manualmente o mecanizada. Al ser el método más utilizado en la actualidad va a ser el método aplicado para la elaboración del proyecto, es por esto que a continuación se detallará más sobre este método de estampación. (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 182)

2.6.1.3 SERIGRAFÍA

La impresión serigráfica se hace con una plantilla que actúa como enmascaramiento, sujeta a una trama fina tensada en un bastidor. El color se hace pasar a través de esa trama, imprimiendo la imagen en una superficie colocada debajo. La serigrafía es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material. El sistema de impresión es repetitivo, esto quiere decir, que una vez que el primer modelo se ha logrado, la impresión puede ser repetida cientos y hasta miles de veces sin perder definición y calidad (Dalley, 1992)

Como referencias históricas se tiene las que menciona el libro “Guía completa de grabado e impresión, técnicas y materiales” en el que menciona que la primera muestra de serigrafía se encuentra en las paredes de las cavernas de Tibbran, Gargas y Maltrueso, en los Pirineos, existen 200 impresiones de manos en ocre rojo y negro de manganeso, que representan los primeros ejemplos de impresión con plantilla, ya que están realizadas en forma negativa, soplando el color con una caña o hueso hueco alrededor de las manos, apoyadas en la pared, es por eso que se las considera como las pinturas precursoras de la serigrafía actual.

Entre los años 500 y 1000 D.C, la expansión del budismo por Extremo Oriente estimuló la reproducción masiva de la imagen de buda y provocó un auge del arte de la fabricación de plantillas. En las cavernas de Tun Huang, al oeste de China, existen imágenes de Buda cuyo tamaño varía desde unos pocos centímetros hasta 21 metros. En Japón se utilizaban las plantillas abiertas para decorar ropas ceremoniales, paredes, techos y cerámicas. El color se aplicaba con brocha a través de las zonas abiertas para la reproducción de las imágenes (Dawson, 1982).

Plantilla de papel japonesa. En este caso se trata de una plantilla hecha para imprimir, aunque otras muchas se hacían con propósitos puramente decorativos.

La primera patente de serigrafía fue concedida a Samuel Simón, de Manchester, en el año de 1907, la cual consistía en emplear un líquido aislante para pintar la imagen negativa en una trama de seda tensada en un bastidor de madera. William Morris fue uno de los diseñadores que más emplearon este sistema. Una de las mayores desventajas en las primeras etapas de este proceso era que los resultados carecían de uniformidad y de calidad. Todo esto cambio cuando Louis F. d' Autremont, de Dalmont, Ohio, inventó una película para plantillas, que podía recortarse con cuchilla y que eliminaba el característico borde irregular de la impresión. La patente se la concedió a A.S. Danemon con el nombre comercial de Profilm. Pronto se vio superada por el Nufilm, creado por Roger Ulano, un impresor de Nueva York, esta máquina era de uso más rápido, más fácil de recortar y se adhería bien a la seda; por primera vez se podía utilizar comercialmente las presas automáticas y la industria floreció hasta transformarse en el proceso versátil y eficaz que hoy conocemos, capaz de imprimir sobre cualquier superficie y con velocidades de hasta 3000 impresiones por hora. (Dawson, 1982)

La serigrafía no solo se enfoca al lado comercial, ya que en los años 50 el Pop Art se ve interesado en las imágenes de la cultura urbana y vio en la serigrafía un medio muy adecuado para la reproducción de sus temas. Las formas atrevidas, los colores planos y brillantes y la calidad de sus impresiones, resultaron irresistibles para artistas como Andy Warhol y Roy Lichtenstein.

En la actualidad se sigue utilizando esta técnica para estampar camisetas y otros tipos de soporte, puesto que es considerada una técnica artesanal y económica. La impresión se realiza a través de una tela de trama abierta enmarcada, que se emulsiona con una materia foto sensible. Por contacto, el original se expone a la luz para endurecer las partes libres de imagen. Por el lavado con agua se diluye la parte no expuesta, dejando esas partes libres en la tela. El soporte a imprimir se coloca debajo del marco, luego se coloca la tinta, que se extiende sobre toda la tela por medio de una rasqueta de goma. La tinta pasa a través de la malla en la parte de la imagen y se deposita en el papel o tela.

El equipo básico para serigrafía consiste en un bastidor, donde se tensa una trama de tela; una base plana; un sistema de bisagras que articulan ambos elementos, y una rasqueta flexible de goma o material sintético que fuerce el color a través de las zonas abiertas de la trama, haciéndolo llegar sobre el material colocado en la base. Las impresiones serigráficas pueden detectarse porque cada color tiene cierto relieve. Sería difícil llegar a un detalle completo de todas ellas, ya que evoluciona de forma continua precisamente por sus posibilidades de aplicación en cualquier tipo de soporte (Reinoso Villavicencio, 2007, pág. 183).

2.6.2 INTRODUCCIÓN A LA CULTURA VALDIVIA

La cultura conocida como Valdivia vivió entre los años 4000 y 1500 A.C. Se extendió a lo largo de los valles fértiles de la costa, la cuenca del Río Guayas y el sur de Esmeraldas.

En la península de Santa Elena, los arqueólogos han reconocido el sitio Real Alto como una de las primeras aldeas o centros urbanos de América. Allí, la población socialmente más organizada y compleja, utilizando hachas, picos de piedra y azadas de concha y nuevas tecnologías como el manejo de aguas y movimiento de tierras, cultivó principalmente maíz, algodón, achira y fréjol (Benítez, 1997).

Complementó esta actividad con la caza, la recolección de moluscos, ostras y caracoles en los manglares y la pesca en aguas profundas de donde obtenía la concha sagrada *Spondylus*,⁷ utilizada en ritos para propiciar la producción agrícola pues su presencia era signo de la llegada de las lluvias.

Reconocidos como uno de los primeros grupos ceramistas en América, utilizaron técnicas como el acordelado en la fabricación de cerámica en forma de mujer y vasijas decoradas con motivos religiosos que sirvieron tanto para el uso doméstico como para ofrendar a los espíritus; principalmente, en ritos relacionados con la fertilidad y la agricultura. (Salvat & Crespo, 1985, pág. 74)

También trabajaron la piedra en la elaboración de distintas herramientas y objetos con representaciones de seres abstractos. La concha tuvo un gran valor simbólico, las piezas elaboradas en este material fueron depositadas en los enterramientos como parte de los ajuares funerarios.

⁷ *Spondylus*: Concha utilizada para el intercambio monetario.

Figura N.1 Conchas para la elaboración de herramientas Cultura Valdivia.



Fuente: (Benítez, 1997) Cultura Ecuatoriana.

2.6.2.1 ORIGEN

No se tiene certeza del origen de la cultura Valdivia, debido a las diferencias tan fundamentales que presenta este grupo con sus predecesores en la región, básicamente cazadores recolectores. Sobre la base de similitudes en la alfarería, sin embargo, se han postulado relaciones con grupos anteriores ubicados en la región amazónica. El desarrollo de Valdivia dio paso en la misma región a la cultura Machalilla y muchos de sus elementos culturales, especialmente aquellos relacionados con la innovación en la cerámica, se difundirían rápidamente hacia las áreas vecinas. La gente de esta cultura fueron ceramistas americanos hace unos 5000 años. Pero no fue sino hasta alrededor de los años 2300 a. C. cuando empezaron a fabricar figurillas femeninas, las más antiguas de piedra y luego de barro. (Benítez, 1997, pág. 131)

Se funda una tradición en torno a este motivo, que será un rasgo particularmente distintivo de algunas culturas prehispánicas, desde Mesoamérica hasta los Andes Meridionales. Esta figurilla podría corresponder a una de las tantas variantes, a veces sencillas y otras muy ornamentadas, que tienen como elementos comunes un dejo de expresividad en sus rostros y un marcado naturalismo para denotar el sexo femenino. Sus ojos en forma de granos de café y las incisiones verticales sobre rejillas son rasgos característicos que permiten adscribir esta pieza a la tradición Chacras. No es frecuente representar a mujeres en estado de embarazo manifiesto o a punto de dar a luz, como vemos en esta excepcional pieza. (Salvat & Crespo, 1985, pág. 76)

En general, estas figuras han sido interpretadas como objetos relacionados con la fertilidad y la salud, los cuales serían desechados una vez obtenida la mejoría del

paciente. Ello podría explicar la gran cantidad de figurillas fragmentadas que se encuentran en los sitios de la cultura Valdivia. Esta práctica en rituales de curaciones, ha sido documentada etnográficamente en varias tribus centroamericanas. Otro aspecto vinculado al simbolismo que sugieren estas figurillas, se asocia a los relatos míticos especialmente del ámbito amazónico- en los cuales los orígenes de la alfarería están siempre referidos a la mujer.

2.6.2.2 LOCALIZACIÓN

Valdivia se desarrolló en una de las zonas más áridas de la costa sur del Ecuador, principalmente en la península Santa Elena, aunque también hay sitios de esta cultura en el interior. Sólo un río aporta agua y áreas con vegetación. Sin embargo, la fría corriente de Humboldt da origen a una rica flora y fauna marina, con una gran variedad de algas, peces y mariscos. Ocurrió hace 5.900 años, en la península de Santa Elena. Nuestros ancestros construían primitivas embarcaciones para ingresar al océano y conseguir el principal alimento de sus familias: abundantes peces y moluscos, productos que integraban a una dieta que también incluía alimentos agrícolas, como yuca, fréjoles, habichuelas, zapallo, calabaza y la reina de las gramíneas: el maíz. Todo podía cocinarse en tiestos de barro rústicamente adornados que soportaban el calor del fuego. No conocían los metales, pero producían bellos tejidos de algodón de varios colores naturales y teñidos con tinte de caracol (púrpura), de añil (azul) o cochinilla (rojo), que usaban para cubrir sus cuerpos en las noches frías. Las mujeres gustaban de lucir elaborados peinados y gorros tejidos, y los principales instrumentos de los hombres eran las hachas de piedra pulida y hojas de piedra o de grandes caracolas que atadas a un palo utilizaban para remover la tierra en la agricultura (Salvat & Crespo, 1985).

Pero lo más sobresaliente es que tenían la costumbre y habilidad para trabajar la arcilla que obtenían del suelo para realizar hermosas piezas de cerámica, entre las que se destacan los figurines femeninos llamados hoy "venus",⁸ que muestran un culto especial a la mujer y la fertilidad (Benítez, 1997).

2.6.2.3 ARTE

La cultura Valdivia se destaca por ser una de las primeras sociedades americanas en que se masificó el uso de la cerámica. Confeccionaban principalmente ollas, cuencos y escudillas, siempre de boca ancha y base cóncava. Para la decoración de estas vasijas emplearon diversas técnicas: modelado, inciso o estampado, con las que realizaban motivos geométricos, sobre vasijas generalmente pulidas. Otro elemento destacable de

⁸ Venus: Figura de una mujer.

la alfarería de esta cultura son las figurillas, las que en un comienzo fueron hechas de piedra y luego de cerámica (Salvat & Crespo, 1985).

La mayor parte representa mujeres, que muestran distintas fases de la vida femenina, como la pubertad y el embarazo, el parto. La importancia que tenía el adorno personal para esta cultura, también se muestra en figurillas con bezotes o adornos labiales, collares y orejeras. Estos elementos se harían principalmente de conchas marinas como el molusco bivalvo *Spondylus* que posteriormente tendrían gran importancia para la ritualidad de los pueblos andinos debido a que en la época prehispánica, el *Spondylus* fue considerado como elemento fundamental para el comercio y en las dogmas religiosas, debido a su hábitat y comportamiento; siendo asociado a ritos propiciatorios de la lluvia en los que se usaba una trompeta llamada “Pututo”⁹, la misma que era confeccionada en base a las caracolas *Strombus Peruvianus* y *Strombus Galeatus* (Centro Turístico Comunitario Salango, 2014).

Figura N.2 Conchas spondylus, strombus Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

Según las creencias valdivianas la presencia del molusco en las aguas cálidas de las costas ecuatorianas indicaban la temperatura del mar, en esas fechas estarían presentes las lluvias abundantes (fenómeno del niño), por lo consiguiente vendrían malas cosechas, pero cuando la presencia del molusco era ausente significaba que las aguas habían bajado su temperatura y se desarrollaba un fenómeno inverso al del niño, lo que significaría un año de sequías. Tomando como referencias estos comportamientos del clima con relación al de las conchas, se podía planificar las tareas agrícolas. (Centro Turístico Comunitario Salango, 2014)

El *Spondylus* se convirtió en un tesoro, pues sirvió de vehículo de intercambio al funcionar como moneda primitiva, en el área Andina ecuatoriana, generando comercio

⁹ Puttuto: Trompeta autóctona utilizada en ceremonias.

lo que conllevó a una gran movilización que permitió trasladarse a lugares de gran tendencia comercial.

Fue utilizado también de ofrenda para los dioses y como señal de status o nobleza, además de esto se la consideró sagrada en los valdivianos porque fue constituida como un símbolo de fertilidad y de lluvia. Entre los objetos que se fabricaron están los collares y otros para el uso ritual lo que reforzó su fuerza simbólica.

Sin embargo no hay una certeza absoluta en lo que se refiere a sus orígenes. Otros autores asocian el origen de la cultura valdiviana con grupos anteriores ubicados en la región amazónica, también basados en las semejanzas de su producción en alfarería. Utilizaron motivos geométricos, sobre vasijas generalmente pulidas (Ecuador Prehispánico, 2011).

2.6.2.4 LA CERÁMICA

Los habitantes de Valdivia recogían piedras planas del tamaño de un palmo, cantos a los que el agua y la arena habían dado forma ovoide, con ello daban forma o diseñaban sobre piedras, las piernas con una sola línea. El rostro resultaba igualmente rudimentario, un triángulo representaba la nariz. Las líneas de corte de la parte superior se prolongaban para representar las cejas. Dos incisiones, una a la izquierda y una a la derecha eran los ojos. Todas estas expresiones eran símbolos de la fertilidad, así nacieron las primeras Venus de Valdivia. La arcilla debió empezar a usarse 800 años después, todas las figuras tienen tendencia fálica, para los ceramistas valdivianos carecía de interés el rostro porque no tenía detalles y solo parecían máscaras (Barroso Peña, 2014).

Las piezas de cerámica halladas en Valdivia tenían un curioso parecido en su decoración y motivos artísticos con piezas de una cultura japonesa de la época más avanzada de la Edad de Piedra, llamada Jomón. Este parecido hizo pensar a Emilio Estrada en algún posible influjo. Él suponía que éste vínculo se había dado accidentalmente, podría ser que las cerámicas habían sido arrastradas por vientos y corrientes marítimas, o hasta que, intencionalmente navegantes japoneses vinieron hasta las costas ecuatorianas; él no tenía referencia sobre esto, pero las fechas coincidían. Hoy esta hipótesis está descartada; hay piezas de Valdivia más antiguas que las de Jomón. Se ha mostrado que la cultura Valdivia llegó a esas formas por evolución propia, desde una primera cerámica un tanto tosca hasta los vasos y cántaros que se conocen como de Inciso Línea Fina, por el tipo de decoración (Salvat & Crespo, 1985).

Figura N.3 Cerámica de la Cultura Valdivia y Jomón



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

Desde los comienzos los hombres de Valdivia trabajaban su cerámica en dos formas básicas: jarras y cuencos. Y muy pronto se comienza a embellecer cada uno de estos artefactos de un modo especial. En busca de esa belleza se creó una forma muy especial de pintura para la cerámica: el engobe rojo, esta es una pintura de óxido de hierro que se aplicaba a la pieza de barro antes de meterla en el horno. El resultado es un hermoso color rojo-sangre, brillante, que hasta hoy se mantiene intacto (Ecuador Prehispánico, 2011).

Figura N.4 Vasijas Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

Entre 1800 y 1700 a. C. aparece en Valdivia una cerámica de especial refinamiento: decoración geométrica-triángulos, rectángulos, hexágonos, semicírculos-, textura de finas rayas incisas y pintura después de cocida la pieza en el horno. En busca de esa

belleza se creó una forma muy especial de pintura para la cerámica: el ENGOBE ROJO que es una pintura de óxido de hierro que se aplicaba a la pieza de barro antes de meterla en el horno. El resultado es un hermoso color rojo-sangre, brillante, que hasta hoy se mantiene intacto. Sobre esa pintura se hacían, cada vez con mayor arte, dibujos geométricos o figuras muy estilizadas, por ejemplo por el método del rayado por incisión. Se han contado más de cuarenta técnicas decorativas (Barroso Peña, 2014).

Entre 1800 y 1700 a. c. aparece en Valdivia una cerámica de especial refinamiento: decoración geométrica basada en triángulos, rectángulos, hexágonos, semicírculos, dando texturas de finas rayas incisas y pintura después de cocida la pieza en el horno. También realizaban pintura a tres colores: ocre amarillento de limonita, blanco obtenida con una arcilla parecida al caolín y rojo indio de hematita.

Las formas típicas de las cerámicas son cántaros redondeados de boca ancha con borde revertido. Las bases son generalmente convexas, generalmente son objetos para uso doméstico; pero las formas que más predominaron son vasijas con cuerpos subglobulares, con cuello alto y boca grande, con los labios vueltos hacia fuera, y cuencos pandos bajos con los hombros carenados en un ángulo que rompe con brusquedad el perfil del recipiente, algunos de estos recipientes tienen una pequeña base cóncava que da mayor estabilidad a la pieza. Unas pocas vasijas presentan dos asas, diametralmente opuestas en la flexión del cuello. (Barroso Peña, 2014, pág. 65)

Esta asimilación de formas decorativas extrañas nos prueba que en Valdivia, no solo se creaban formas artísticas, sino que también se acogían las más bellas que llegaban de fuera. Otro aspecto de especial importancia en el arte de Valdivia son las figurillas. Porque se manifiesta que la tradición de las figurillas representa la primera aparición conocida de esta forma de expresión artística en el Nuevo mundo (Estrada, 1980).

2.6.2.5 LA TECNOLOGÍA DE VALDIVIA

Valdivia tiene sus aportes nuevos a la tecnología es por eso que se destaca algunos de ellos no solo por el aprovechamiento de materia prima sino porque fueron parte de una industria de herramientas ya que su fabricación servía a su vez para elaborar otros utensilios. Así encontramos por ejemplo unos escariadores fusiformes de dos puntas que se emplearon para la fabricación de anzuelos de concha de nácar, también fueron usados cuchillos de láminas delgadas de piedra arenisca. De acción cortante o limadora para fabricar las llamadas cucharas. Pedazos grandes de concha fueron transformados en utensilios de alfareros para dar forma y adelgazar las paredes de las ollas y cuencos. Los anzuelos de concha nacarada son típicos de la cultura Valdivia y por su forma constituyen un buen índice cultural y cronológico (Sánchez, 2008).

Figura N.5 Piedras para la fabricación de herramientas Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

2.6.2.6 VENUS DE VALDIVIA

En este proyecto se pone mayor interés a las figurillas más representativas de la cultura Valdivia, a sus Venus, que con sus formas y decorados llaman la atención de cualquiera que observe su grandiosa belleza. Se da gran importancia a la figura femenina siendo la cultura Valdivia una comunidad matriarcal en donde los hombres y las mujeres estaban en igualdad de condiciones, pero las representaciones femeninas son las que sobresalen y son las más numerosas de esta cultura (Sánchez, 2008).

Figura N.6 Venus de Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

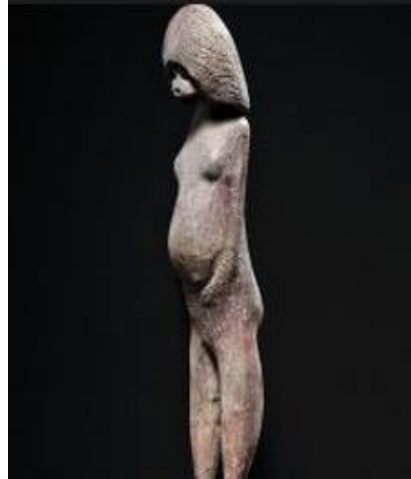
Alrededor de los años 2300 a.c. los valdivianos comenzaron a fabricar figurillas femeninas, las más antiguas de piedra y luego de barro. Las Venus de Valdivia son figuras de barro y piedra, las estatuillas son famosas por resaltar las formas femeninas, usualmente desnudas, y por portar peinados de todos los tamaños. Esta figurilla podría corresponder a una de las tantas variantes, a veces sencillas y otras muy ornamentadas, que tienen como elementos comunes falta de expresividad en sus rostros y un marcado naturalismo para denotar el sexo femenino, tienen formas redondeadas y todas ellas tienen marcado el sexo, sobre todo los pechos. Otro rasgo importante son los complicados peinados que todas ellas llevan. El peinado en esa cultura mientras más elevado era, indicaba que la mujer tenía una jerarquía más elevada dentro de su grupo. Otro aspecto vinculado al simbolismo que sugieren estas figurillas, se asocia a los relatos míticos especialmente del ámbito amazónico en los cuales los orígenes de la alfarería están siempre referidos a la mujer. Además se cree que serían una especie de talismán para fecundar la tierra y para propiciar la fertilidad. Escasas son las semejanzas entre las figurinas de Valdivia y las culturas del periodo formativo en el Nuevo Mundo (Sánchez, 2008).

Las Venus de Valdivia son modeladas a mano, teniendo como base dos cilindros de barro paralelos unidos entre sí por la cabeza y el cuerpo, separados en la sección de las piernas. Tanto el pelo como los brazos fueron añadidos mediante modelado. Algunos brazos bajan pegados al cuerpo hasta que las manos se colocan sobre dos robustos senos; en otros casos los brazos se reducen a muñones que terminan en los hombros. Las piernas van poco a poco reduciéndose hasta llegar a los pies puntiagudos, incisión en el vello púbico. La superficie del cuerpo tiene generalmente un engobe rojo pulido, estas descripciones son las que da Pedro Porras en su libro “Arqueología del Ecuador”. En las Venus de Valdivia, el pelo se proyecta hacia delante como marco para la cara, los peinados son variados, el corte más común es el de las trenzas largas que caen al frente hasta cubrir los hombros, y por atrás hasta el remate de la espalda. El pelo está representado por líneas incisas verticales, horizontales o geométricas (Sánchez, 2008).

VENUS EMBARAZADAS

No es frecuente representar a mujeres en estado de embarazo manifiesto o a punto de dar a luz. En general, estas figurillas han sido interpretadas como objetos relacionados con la fertilidad y la salud, los cuales serían desechados una vez obtenida la mejoría del paciente. Ello podría explicar la gran cantidad de figurillas fragmentadas que se encuentran en los sitios de la cultura Valdivia.

Figura N.7 Venus embarazada de la Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

VENUS HIERÁTICAS

Son figurillas religiosas que reproducen formas tradicionales de las mujeres de Valdivia.

FIGURA N.8 Venus Herática Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

VENUS CON LA MANO EN LA BOCA

Estas representaciones como su nombre lo dicen tienen una mano en la boca y la otra mano sutilmente colocada sobre la ingle de la mujer, cubriendo su parte más íntima.

FIGURA N.9 Venus tapada la boca Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

VENUS BICÉFALAS

Son representaciones de mujeres con dos cabezas, estas esculturas bicéfalas representan la dualidad ancestral de la diosa que era mostrado mediante la pareja divina de madre e hija o de dos diosas hermanas, exhibiendo de esta manera su descendencia matrilineal.

FIGURA N. 10 Venus bicéfala de la Cultura Valdivia



Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

VENUS LECHUZA-BÚHO

Las lechuzas antropomorfas en piedra, indiscutiblemente femeninas datan entre el 3.000 y 2.000 a.C., se caracterizan por tener la cabeza grande y su forma exteriorfálica¹⁰, (Marcos, 1988) utilizan un disfraz animalístico aludiendo al hermafroditismo de la diosa que representan (Estrada, 1980).

¹⁰ Exteriorfálica: Designar una de las etapas por las que atraviesa el desarrollo infantil.

FIGURA N. 11 Venus lechuza – búho Cultura Valdivia.



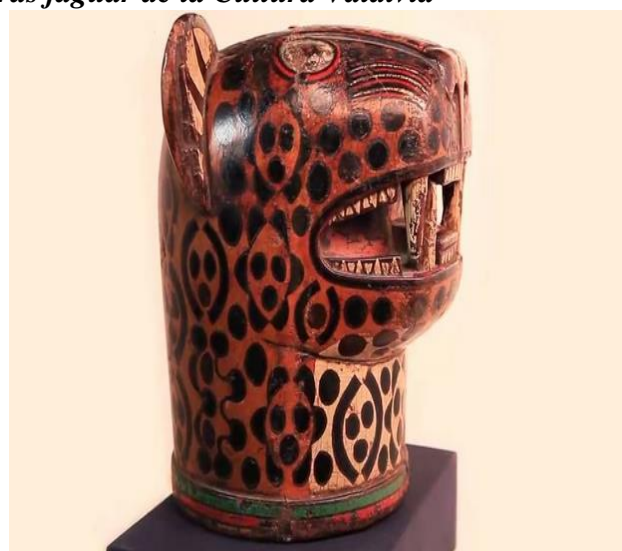
Fuente: (Salvat & Crespo, 1985) Arte Precolombino de Ecuador.

JAGUAR

Este felino es un símbolo del poder del shamán y de las prácticas religiosas, la preponderancia simbólica del jaguar es evidente debido a sus numerosas representaciones iconográficas como en la elaboración de los morteros de piedra que eran utilizados para el procesamiento de sustancias alucinógenas ingeridas durante las ceremonias (Salvat & Crespo, 1985).

La imagen del jaguar se plasma también en otros objetos como en los bancos de los shamanes, fuente catalizadora de su poder cósmico. El jaguar se presenta por lo tanto, constantemente asociado al shamán y también al consumo ritual de sustancias psicoactivas.

Figura N. 12 Figuras jaguar de la Cultura Valdivia



Fuente: (Benítez, 1997) Cultura Ecuatoriana.

Figura N. 13 Bancos de shamanes Cultura Valdivia



Fuente: (Benítez, 1997) Cultura Ecuatoriana.

SHAMAN

El shamanismo es una de las manifestaciones de creencias más complejas y antiguas en la historia de la humanidad. El chamán quien ejecuta el ritual, es el mediador entre lo terrenal y el mundo espiritual, a través de estados modificados de consciencia, provocados por el consumo de alucinógenos, por bailes o por sonidos monótonos, entra en trance y logra comunicarse con las fuerzas que lo ayudan a sanar a los enfermos, a predecir fenómenos naturales, a celebrar ceremonias de fecundidad, entre otras prácticas (Estrada, 1980).

FIGURA N. 14 Shamán Cultura Valdivia



Fuente: (Benítez, 1997) Cultura Ecuatoriana.

FUERZAS DEL BIEN Y DEL MAL

Las limpias se basan en el principio de transferencia del mal; cuando una persona padecía de un mal se le practicaba una limpia o barrida sobre el cuerpo con objetos vegetales, es así como los shamanes de la cultura Valdivia realizaban sus rituales con el consumo de sustancias alucinógenas, y en varias celebraciones de estos rituales se utilizaban figurillas y objetos demoniacos, así el mal salía del cuerpo y se alojaba en tal objeto (Estrada, 1980).

FIGURA N. 15 Figurillas demoniacas Cultura Valdivia.



Fuente: (Benítez, 1997) Cultura Ecuatoriana.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El marco metodológico indica la manera como el investigador realizará la investigación y describe el cómo se llevará a cabo el estudio.

Tabla N.3 Metodología de investigación

Etapas	Métodos	Técnicas	Resultados
	Teóricos	Empíricos	
Fundamentación	Inductivo Analítica Sintética	Observación	Bibliográfica Internet
			Se determina la información y conocimientos necesarios relacionados con el tema a investigarse.
Diagnóstico	Cualitativa Cuantitativa	Observación y medición	Entrevistas y encuestas
			Nivel de conocimiento del público objetivo, información acerca de los gustos, preferencias y recomendaciones acerca de la imagen visual.
Propuesta	Inductivo Deductivo Descriptivo	Observación Experimentación	Bocetos
			Ilustraciones para covers de tablas skate basados en la cultura Valdivia.

Fuente: Métodos de Investigación, Guitierrez Abraham, 2010.
 Elaborado por: Carlos Guano, 2015.

3.1 MÉTODO INDUCTIVO

En este método se asciende de lo particular a lo general mediante una observación detallada y análisis de lo investigado, estableciendo definiciones claras de cada concepto obtenido y clasificando la información obtenida. Es así que mediante la información recabada se podrá determinar las verdaderas causas que genera el problema de investigación, en este caso que es la falta de aplicación de elementos de la cultura ecuatoriana Valdivia sobre diseño de covers en tablas skate.

3.2 MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO

Este método es un proceso que permite al investigador conocer la realidad, en este método se relaciona la situación del entorno con las personas involucradas, para determinar causas y efectos del problema de investigación.

3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Es de suma importancia aplicar técnicas de investigación adecuadas para la recabación necesaria de información que ayudará a sustentar nuestra base teórica y metodológica.

- **Técnica de la observación**, mediante las visitas de campo, toma de fotografías.
- **Técnica de la entrevista**, realizadas a jóvenes practicantes de skate y conocedores de la cultura Valdivia.
- **Técnica de la encuesta**, aplicadas al grupo objetivo.

Las principales técnicas de recolección de datos utilizadas durante la investigación fueron las técnicas de la observación, entrevista y la encuesta.

3.4 CÁLCULO DE LA POBLACIÓN:

Debido a que no existe una base de datos que otorgue la información necesaria para la determinación de la población, se realiza una recolección de datos mediante la técnica de la observación, a los jóvenes skaters que practican este deporte en el parque La Carolina ubicada en el norte de Quito, en la Administración zonal Eugenio Espejo, debido a que esta zona es muy concurrida por jóvenes de todos los sectores de Quito, estos datos fueron tomados aleatoriamente, además se toma como referencia información otorgada por Bernardo Maldonado skater profesional encargado de gestionar la escena del skate en Quito.

Gracias a la información obtenida se puede determinar que la población para el cálculo de la muestra es de 200 jóvenes comprendidos en la edad de 11 a 25 años que practican skate permanentemente.

3.5 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sigma N p q}{\epsilon^2 (N - 1) + \sigma p q}$$

Dónde;

n= Numero de encuestas (tamaño de la muestra)

N= Tamaño de la población (200 personas)

σ = Nivel de confianza 95%

q= Probabilidad de fracaso

p= Probabilidad de éxito

ϵ = Precisión

$$n = \frac{\sigma N p q}{\epsilon^2 (N - 1) + \sigma p q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(200)}{0,05^2(200 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = 131,75 \approx 132$$

El tamaño de la muestra calculado del universo es de 132 es decir, este valor es el número de personas a quien irá dirigida la encuesta para determinar el perfil del grupo objetivo.

3.6 ENTREVISTA

La entrevista (Anexo 1) es un acto de comunicación oral o escrita que se establece entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) con el fin de obtener una información o una opinión, o bien para conocer la personalidad de alguien. En este tipo de comunicación oral debemos tener en cuenta que, aunque el entrevistado responde al entrevistador, el destinatario es el público que está pendiente de la entrevista. La entrevista se realizará a personas que responden a los siguientes criterios:

Tabla N. 4 Criterios de selección para la aplicación de la entrevista.

CRITERIOS DE SELECCIÓN
Conocedor del <i>skateboarding</i>
Conocedor de la cultura de Valdivia
Practicante del <i>skateboarding</i>
Conocedor de la relación existente entre el deporte y la cultura ecuatoriana
Conocedor del trabajo de <i>skaters</i> profesionales.

Elaboración: Carlos Guano

3.7 ENCUESTA

La encuesta (Anexo 2) es una serie de preguntas que se hace a un grupo de personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

3.8 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.8.1 TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

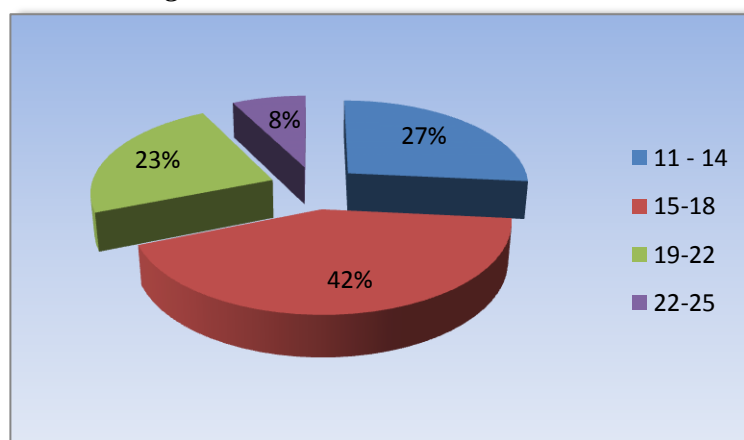
Tabla N.5 Edad de los encuestados

EDAD	N.Encuestados	Porcentaje
11 – 14	35	27%
15-18	56	42%
19-22	31	23%
22-25	10	8%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 16 Edad de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico el 42% de los encuestados son jóvenes comprendidos entre edades de 15 a 18 años que representan el mayor porcentaje, y apenas el 8% son de 22 a 25 años de edad.

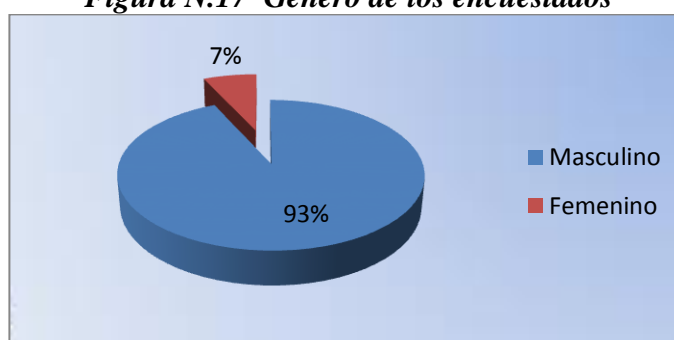
Tabla N.6 Género de los encuestados

Género	N.Encuestados	Porcentaje
Masculin	123	93%
Femenin	9	7%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.17 Género de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Del 100% de los encuestados la gran mayoría son del género masculino que representan el 93%, y en mínimo porcentaje el género femenino con el 7%.

Pregunta 1.

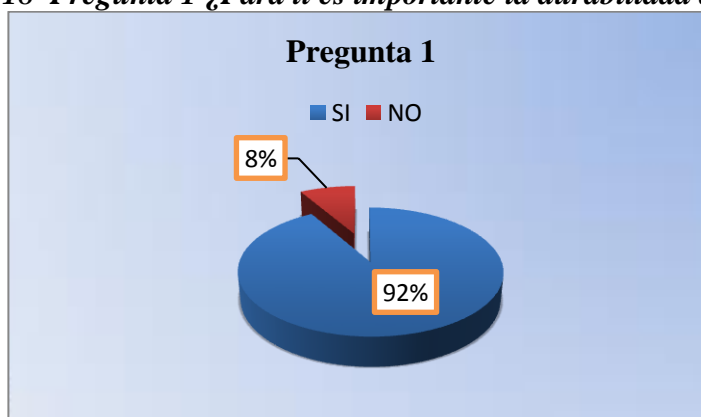
Tabla N.7 Pregunta 1 ¿Para ti es importante la durabilidad de la tabla?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
SI	121	92%
NO	11	8%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.18 Pregunta 1 ¿Para ti es importante la durabilidad de la tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Del total de los encuestados el 92% opina que es importante la durabilidad de su tabla, y apenas para 8% no es de importancia.

Pregunta 2.

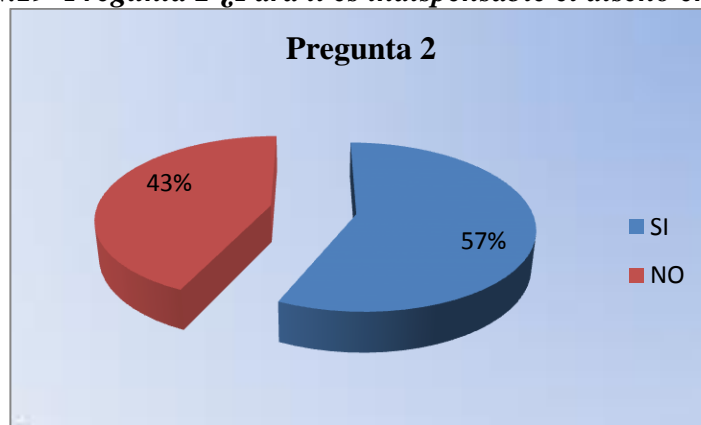
Tabla N.8 Pregunta 2 ¿Para ti es indispensable el diseño en tu tabla?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
SI	75	57%
NO	57	43%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.19 Pregunta 2 ¿Para ti es indispensable el diseño en tu tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Del total de los encuestados el 57% piensa que el diseño en su tabla es de suma importancia, y para el 43% no lo es tanto.

Pregunta 3.

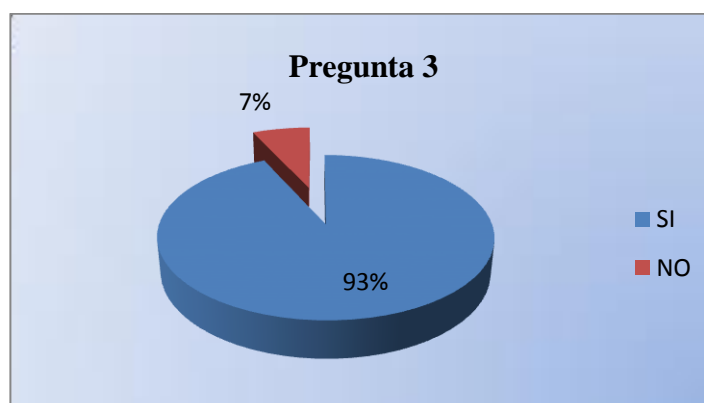
Tabla N.9 Pregunta 3 ¿Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
SI	123	93%
NO	9	7%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.20 Pregunta 3 ¿Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico, el 93% de los encuestados piensa que es importante la implementación de un estilo gráfico de la cultura ecuatoriana debido a que de esta manera se conocería e impulsaría la cultura del país, a la vez que se apoyaría al talento nacional mediante el consumo de productos nacionales gracias a la innovación y creatividad de los mismos. El 7% el menor porcentaje que opina lo contrario.

Pregunta 4.

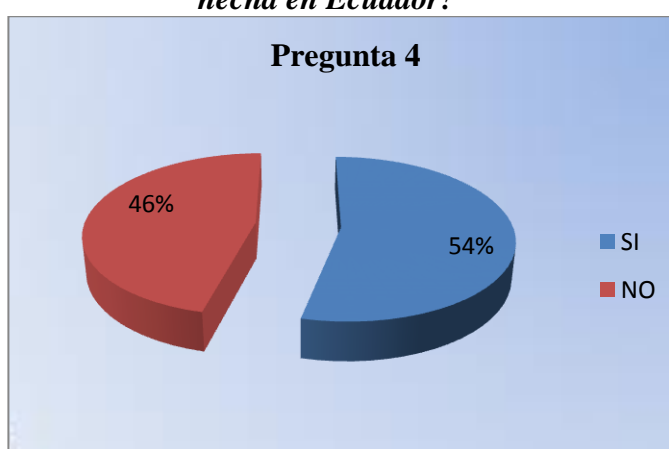
Tabla N.10 Pregunta 4 ¿Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
SI	71	54%
NO	61	46%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.21 Pregunta 4 ¿Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Para el 54% de los encuestados es de importancia que la tabla sea elaborada internamente debido a que de esta manera se impulsaría el producto nacional aportando a la economía ecuatoriana, las tablas deberían ser elaboradas con materia prima interna ofreciendo un producto de calidad a precios bajos, obteniendo así reconocimiento nacional como internacionalmente. Por otro lado el 46% opina que no de importancia la elaboración de tablas en Ecuador debido a que no ofrece un producto de calidad esto por la inexistencia de materia prima e industria especializada.

Pregunta 5.

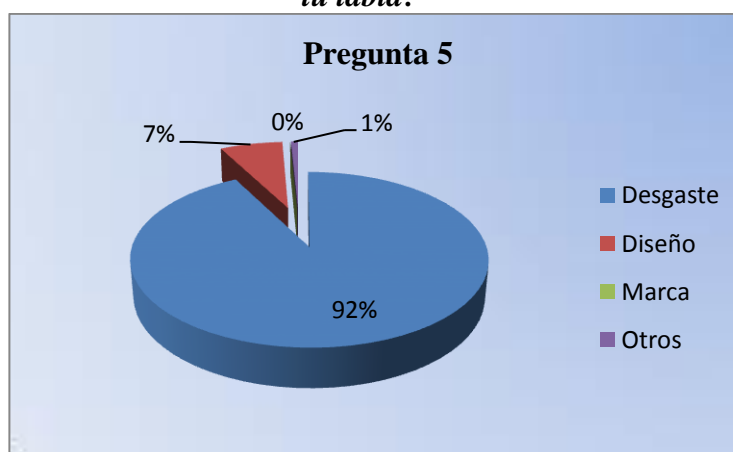
Tabla N.11 Pregunta 5 ¿Cuál crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
Desgaste	121	92%
Diseño	9	7%
Marca	0	0%
Otros	1	1%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.22 Pregunta 5 ¿Cuál crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

El 92% de los encuestados cambiaría su tabla por desgaste, y el 7% por el diseño.

Pregunta 6.

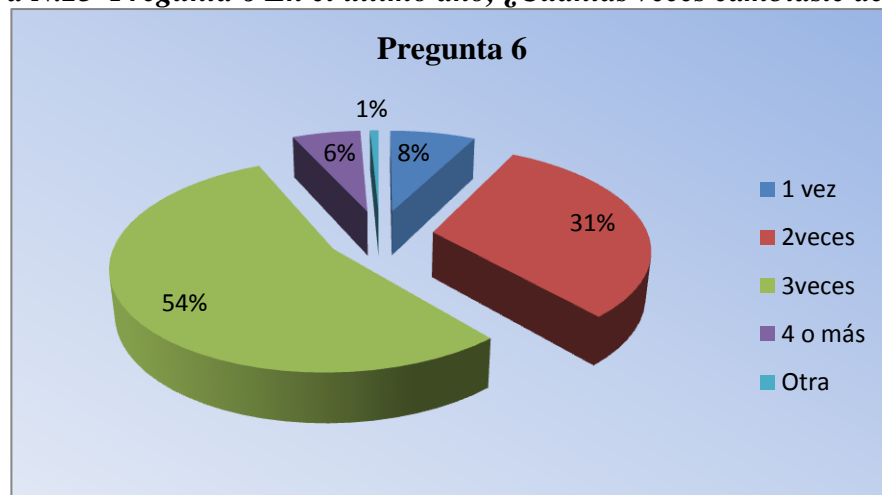
Tabla N.12 Pregunta 6 En el último año, ¿Cuántas veces cambiaste de tabla?

CAMBIO DE TABLA	N.ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 vez	10	8%
2 veces	41	31%
3 veces	72	55%
4 o más	8	6%
Otra	1	1%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.23 Pregunta 6 En el último año, ¿Cuántas veces cambiaste de tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se puede observar la mayoría de los encuestados cambia su tabla 3 veces al año que representa el 54%, seguido por el 31% que cambian su tabla 2 veces al año.

Pregunta 7.

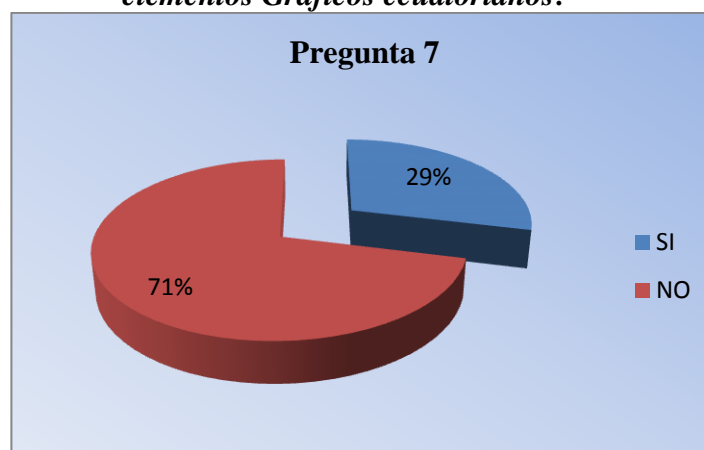
Tabla N.13 Pregunta 7 ¿Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos Gráficos ecuatorianos?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
SI	38	29%
NO	94	71%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.24 Pregunta 7 ¿Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos Gráficos ecuatorianos?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.
Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se muestra en el gráfico el 71% de los encuestados no conoce de alguna marca existente que implemente elementos gráficos ecuatorianos, y tan solo el 29% conoce alguna marca que ofrezca estos productos como “instinto y vidasur”.

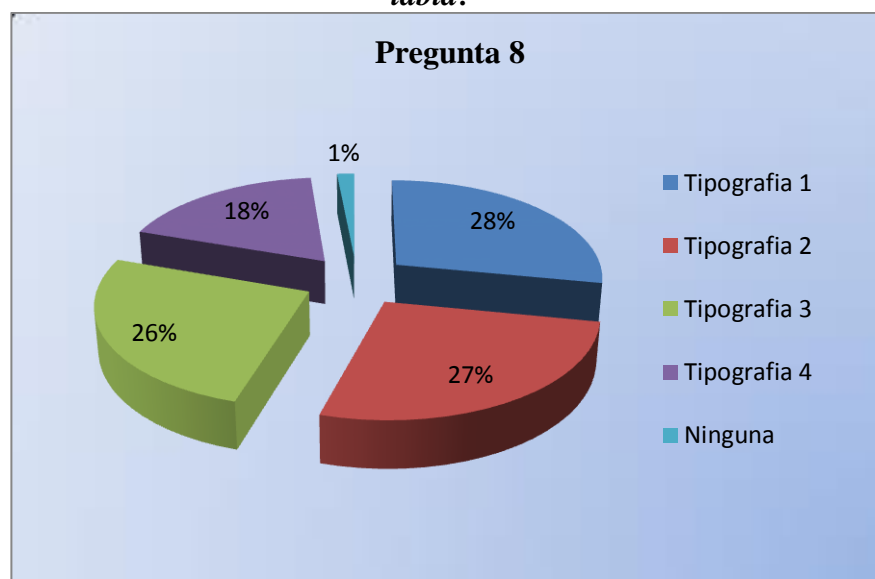
Pregunta 8.

Tabla N.14 Pregunta 8 ¿Qué tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
Tipografía 1	37	28%
Tipografía 2	35	27%
Tipografía 3	34	26%
Tipografía 4	24	18%
Ninguna	2	1%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.
Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.25 *Pregunta 8 ¿Qué tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla?*



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico los encuestados no tienen preferencia definida de tipografía debido a que sus gustos son variados al momento de elegir una tabla.

Pregunta 9.

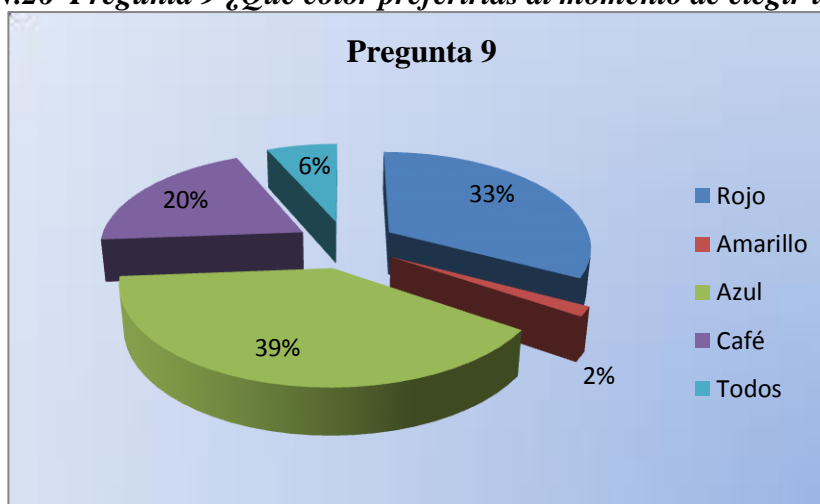
Tabla N.15 *Pregunta 9 ¿Qué color preferirías al momento de elegir una tabla?*

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
Rojo	43	33%
Amarillo	2	2%
Azul	52	39%
Café	26	20%
Todos	9	6%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.26 Pregunta 9 ¿Qué color preferirías al momento de elegir una tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Del total de los encuestados al 39% les gusta el color azul debido a que este color es primario y de fácil apreciación, seguido por el 33% que representa el color rojo, y con el 20% el color café que es un color cálido, y en mínimo porcentaje el color amarillo representando el 2%.

Pregunta 10.

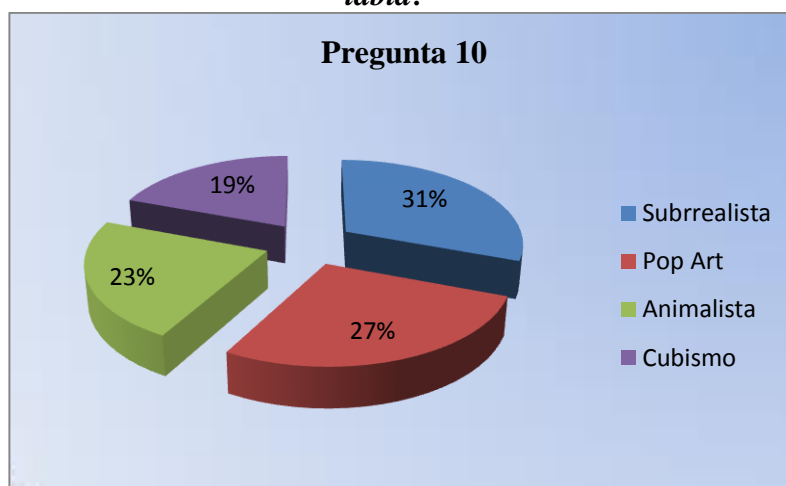
Tabla N.16 Pregunta 10 ¿Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla?

Respuestas	N.Encuestados	Porcentaje
Surrealista	40	31%
Pop Art	36	27%
Animalista	30	23%
Cubismo	26	19%
Total	132	100%

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N.27 Pregunta 10 ¿Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla?



Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico la opinión es variada, el 31% prefiere un estilo surrealista, el 27% un estilo pop art siendo los preferidos entre los encuestados, seguidos por animalista y cubismo con el 23% y 19% respectivamente.

3.8.2 ANÁLISIS DEL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Después de haber realizado el procesamiento de la información a partir de las encuestas realizadas, se determina que:

La mayoría de encuestados y encuestadas son de género masculino comprendidos entre las edades de 18 a 22 años.

Un mayor porcentaje de encuestados manifestó que la durabilidad de su tabla es importante, además que el diseño también representa un alto grado de importancia.

Mediante la encuesta se determinó que sería interesante poder observar diseños en las tablas que contengan la cultura Ecuatoriana, a su vez que sean de procedencia 100% ecuatoriana.

La mayoría de encuestados realiza un cambio de su tabla 3 veces al año, esto debido al gran desgaste de las mismas.

Un gran porcentaje de los encuestados no conocen de una marca específica que realice diseños con la cultura Ecuatoriana, atribuyendo que si existiese alguna marca no sería de buena calidad.

Finalmente se determinó que los encuestados prefieren un estilo surrealista que implementen colores vivos, una tipografía moderna y un estilo gráfico original.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA DEL PRODUCTO

Después de haber recabado la información necesaria mediante encuestas y entrevistas al grupo objetivo, se llega a determinar que existen diversos gustos y preferencias al momento de elegir una tabla.

Es así que para el diseño de las tablas se tomará en cuenta las diversas opiniones obtenidas en la investigación. A continuación se mencionan los puntos más determinantes que servirán de guía para la realización de la propuesta del producto:

- Existe una gran aceptación por parte del grupo objetivo al momento de elegir tablas que contengan algún elemento gráfico de la cultura ecuatoriana, lo cual aumenta el conocimiento de los jóvenes practicantes del skate.
- Necesidad de un producto de alta durabilidad elaborado con materia prima y mano de obra ecuatoriana que impulse la práctica de este deporte.
- Tablas que contengan diseños originales que implementen elementos de la cultura Valdivia, diseñados por talento nacional.
- Existencia de productos de alta calidad a precios asequibles.
- La mayoría de encuestados no conoce marcas existentes que implementen elementos gráficos, y los pocos que conocen de alguna marca consideran que son productos de no tan buena calidad.
- Teniendo en cuenta que los gustos son variados en cuanto a la tipografía, color y estilo, se concluye que no existe un estilo gráfico predominante.

4.1 MANUAL DE MARCA



CHICKEN HEAD

MISIÓN

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través del desarrollo de productos innovadores que incluyan en sus procesos los mejores niveles de calidad y confianza para lograr incentivar la práctica del Skate en el Ecuador.

CHICKEN HEAD

VISIÓN

Ser una marca reconocida nacionalmente gracias a la implementación de un producto de calidad con innovación nacional comprometida con las necesidades del cliente apuntalándose en un futuro al mercado internacional.

CHICKEN HEAD

LOGOTIPO

Nuestro logotipo CHICKEN HEAD esta basado en un generó muy natural que se inspira en la cresta de un gallo dando a conocer la ferocidad y la astucia de este oviparo.



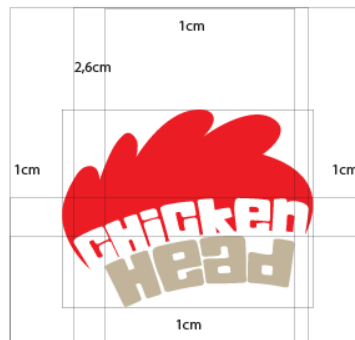
CHICKEN HEAD

LOGOTIPO EN B/N



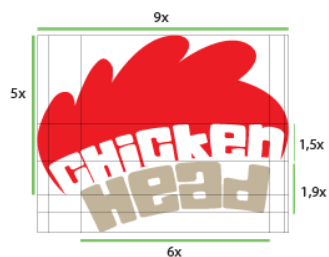
CHICKEN HEAD

ESPACIO CIRCUNSTANTE



CHICKEN HEAD

CUADRÍCULA






Esta es la forma en la que se elaboró el logotipo está con medidas en X y ángulos respectivos.

CHICKEN HEAD

APLICACIÓN CROMÁTICA



	C 0.87 M 99.3 Y 40.97 K 0.0	R 236 G 28 B 44
	C 34.7 M 27.8 Y 28.3 K 0	R 26 G 25 B 82
	C 0 M 1.0 Y 1 K 0	R 255 G 251 B 247

CHICKEN HEAD

Tipografía corporativa

- **GHUM**
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

CHICKEN HEAD

USOS INCORRECTOS






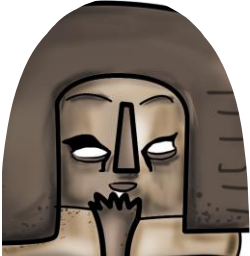




CHICKEN HEAD

4.2 EL ARTE DE LA CULTURA VALDIVIA APLICADO EN LOS DISEÑOS DE TABLAS SKATE

Para la presente propuesta se utilizará las figuras representativas de la Cultura Valdivia debido a su extensa gama de colores, símbolos, y representaciones gráficas que generarán el interés del consumidor, tomando en consideración que esta cultura se enfoca más a la representación de la mujer y simbología de la misma.

Además es importante tomar en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas y de las entrevistas en las que los encuestados tuvieron una mayor acogida a la tendencia gráfica surrealista con una combinación de tipografía muy radical.

Figura N. 28 Ilustración Venus de Valdivia

IMAGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN
	 		<p>La idea es tomada de las figuras de cerámica de la cultura Valdivia para realizar una ilustración orgánica y limpia, tomando en cuenta el color y el diseño de la figura.</p>
	 		<p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p> <p>MEDIDA TABLA: . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto. . Ilustraciones realizada en Photoshop, serigrafía aplicada con termo estampado.</p>

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 29 Ilustración Shaman, buhó, diablo cultura Valdivia

IMAGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN
	 		<p>Para realizar la ilustración se tomó en cuenta el shaman y el diablo que son la representación del bien y el mal. También se representaron las figuras de arcilla en forma de búhos.</p> <p>En todos estos íconos se considera color, forma y estilo gráfico de las artesanías dando así un estilo surrealista a la ilustración.</p>
	 		<p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p>
	 		<p>MEDIDA TABLA:</p> <ul style="list-style-type: none"> . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto . Ilustraciones realizada en Photoshop, serigrafía aplicada con termo estampado.

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 30 Ilustración Jaguar cultura Valdivia

IMAGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN
			<p>Se tomó las características principales del jaguar simbólico de la cultura Valdivia tomando en cuenta los pictogramas que tiene en todo el cuerpo.</p>
			<p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p>
			<p>MEDIDA TABLA: . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto . Ilustraciones realizada en Ilustrador, serigrafía aplicada con termo estampado.</p>




Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 31 Ilustración venus bicéfalas y jarrones cultura Valdivia

IMAGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN	
 <p>Peinado Inciso en zonas y punteado Olla con excisión y grabado</p>			<p>Cultura/Costumbres: Se toma en cuenta la vida cotidiana de los valdivias logrando así rescatar los siguientes parámetros: La pesca, la cerámica, la comercialización, el mar. Con todo esto reunido se lograr hacer un escenario surrealista mezclado el pasado con el presente.</p>	
			<p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p>	<p>MEDIDA TABLA: . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto . Ilustraciones realizada en Photoshop, serigrafía aplicada con termo estampado.</p>
				


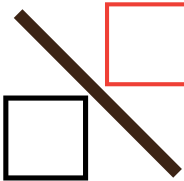
Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 32 Ilustración figuras geométricas cultura Valdivia (colores terrosos)

IMÁGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN
	 		<p>Se manejó la gráfica en manera de textura con figuras geométricas utilizadas en los símbolos de la cultura de Valdivia con esto resulto un gráfico llamativo ya que esta puesto en un fondo negro para resaltar la tipografía los colores utilizados son de la cromática da la cultura</p> <p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p> <p>MEDIDA TABLA: . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto . Ilustraciones realizada en Ilustrador, serigrafía aplicada con termo estampado.</p>

Elaborado por: Carlos Guano.

Figura N. 33 Ilustración figuras geométricas cultura Valdivia (colores vivos)

IMAGEN EN LA QUE SE BASA	BOCETO	ILUSTRACIÓN FINAL	INTERPRETACIÓN
			<p>Se tomó en cuenta los símbolos empleados en la cultura de Valdivia para realizar todos sus adornos que se implementaban en la vasijas y cuencos, realizando un diseño con una tonalidad de tendencia geométrica con un vaciado en el con una gama cromática similar a la que utilizaban en esta cultura, resaltando así la tipografía del logotipo.</p>
			<p>INTERPRETACIÓN TÉCNICA</p> <p>MEDIDA TABLA:</p> <ul style="list-style-type: none"> . 73cm x 23cm . Madera nacional tratada para que resista al impacto . Ilustraciones realizadas en Ilustrador, serigrafía aplicada con termo estampado.

Elaborado por: Carlos Guano.

4.3 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Se busca mediante esta propuesta gráfica la posición de la marca de estudio, a través de símbolos, colores, formas dando así una identidad corporativa de dicha marca de estudio, mediante el reconocimiento de simbologías autóctonas de la cultura Valdivia, con esto se resalta la identidad de la cultura mostrando lo contemporáneo y vanguardista en los diseños. Se puede rescatar que esta implementación se basa en toda la simbología y estructura de la cultura, puesta en un estilo surrealista.

4.3.1 OBJETIVOS COMUNICACIONALES

- Posicionar la marca de estudio a nivel nacional e internacional, implementando una campaña publicitaria en revistas nacionales dirigidas a los skaters ecuatorianos.
- Dar a conocer que las tablas son un producto cien por ciento ecuatoriano.
- Parte de la campaña publicitaria buscará la aceptación de clientes actuales mediante la implementación y entrega de material P.O.P. personalizado.
- Conseguir la atracción y persuasión de nuevos clientes mediante diseños innovadores con gráficas autóctonas de la cultura Valdivia.

4.3.1.1 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

ESTRATEGIA CREATIVA

Se realizará una estrategia creativa en todos los eventos deportivos culturales y urbanos de la ciudad de Quito, dando a conocer la marca de estudio, teniendo en cuenta que las tablas son diseñadas y realizadas en Ecuador, dando un plus, poniendo al país como fabricante de tablas de skate, impulsando la escena skate en el Ecuador.

MENSAJE BÁSICO

La realización cien por ciento ecuatoriana tanto en diseño como en la elaboración de las tablas, además que son producidas con materia prima ecuatoriana, darán prestigio y reconocimiento de la marca tanto nacional como internacional.

BENEFICIO RACIONAL

- Calidad y durabilidad
- Precios módicos
- Originalidad en los diseños
- 100% ecuatorianas

BENEFICIOS EMOCIONALES

- Motivación
- Estilo
- Alegría
- Exclusividad

MATERIAL PROMOCIONAL

Figura 34. Montaje estampado de camisetas



Elaborado por: Carlos Guano.

Figura 35. Montaje estampados en sudaderas



Elaborado por: Carlos Guano.

ESTRATEGIA DE MEDIOS

SELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE MEDIOS

- La campaña de medios va dirigida a los jóvenes skaters ecuatorianos, la misma que se va a pautar en revistas que se distribuyen en locales comerciales y skate shops, tales como Zurita Shoes, Zumbawa, y 1979 Skate Shop.
- El pautaje se hizo debido a la afluencia de compradores que visitan estos locales, y de esta manera atraer a nuevos y futuros compradores.
- El presupuesto de medios también desglosa al hosting que se ocupa para el funcionamiento y mantenimiento de una página web que va a ser inicialmente de 2 años, además de los costos de realización de material P.O.P.
- A través del medio masivo (radio) se dará a conocer la marca con diversas cuñas, y spot publicitarios.
- Con esto queremos alcanzar el posicionamiento de la marca, recordación del consumidor y sobre todo llegar a la persuasión.

4.4 CÁLCULO DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO.

Una vez analizado el perfil del consumidor de tablas de skate en Quito se procederá a establecer los recursos disponibles con los que se cuenta para la elaboración de este proyecto, así como también el cálculo de costos y gastos para la determinación del precio de las tablas.

4.4.1 INVERSIÓN

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales en este caso comprenden depreciables como instalaciones, maquinarias y equipos los mismos que van perdiendo su valor con el tiempo.

Los activos intangibles son aquellas que poseen una naturaleza inmaterial como licencias, permisos de funcionamiento, imprevistos.

Tabla N.17 Cuadro Inversiones

INVERSIONES	
DETALLE	INVERSIÓN
INVERSIONES FIJAS	
DEPRECIABLES	
Inmueble	20.000
Maquinaria y equipos	6.270,41
INVERSIONES INTANGIBLES	
Gastos de organización y constitución	180
Imprevistos	1.000
TOTAL	27.450,41

Fuente: Datos recopilados, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Para la producción de las tablas los recursos necesarios serán obtenidos por fuentes propias, será necesaria una inversión inicial en maquinaria, gastos de organización, e imprevistos. El inmueble en donde se realizará la producción de las tablas se lo considera como inversión propia.

Todo el detalle de las inversiones antes mencionadas no son consideradas dentro de los costos y gastos, esto debido a que no representan en sí una salida de dinero esto porque que permanecen dentro de la empresa para que se pueda producir las tablas, y en el caso de que no se quisiera seguir con la producción recuperaríamos dichos valores por la venta de las maquinarias, equipos, etc.

4.4.2 COSTOS Y GASTOS

Los costos se originan en el proceso de combinación de factores e insumos tendientes a producir un bien o servicio, es así que para la producción de tablas se ha considerado costos directos como materia prima, materiales directos, mano de obra, servicios básicos, llamados directos ya que intervienen directamente con el proceso de producción.

Tabla N.18 Costos de producción

1. COSTOS DE FABRICACIÓN ANUAL	
1.1 COSTO DIRECTO	
Materia prima	13.762,20
Materiales directos	195,4
Mano de obra	12.393,84
Servicios básicos	784,8
TOTAL GASTOS DIRECTOS	27.136,24
1.2 OTROS GASTOS INDIRECTOS	
Publicidad, material P.O.P	2.500
Depreciación inmueble y maquinarias.	1.627,041
Amortización	236
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	4.363,041
TOTAL COSTOS Y GASTOS	31.499,281

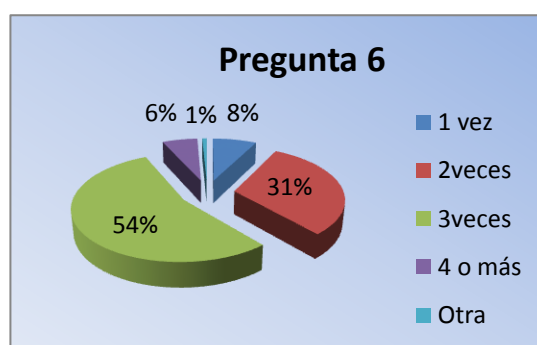
Fuente: Investigación propia, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Los gastos indirectos llamados así debido a que no intervienen directamente en el proceso productivo pero si como una acción conjunta, como la publicidad y material P.O.P esto debido a que después de la producción existe un proceso de vender y de comercializar. La depreciación se toma en cuenta ya que es un desgaste de la maquinaria por la acción de producir las tablas.

4.4.3 CALCULO DEL PRECIO

El precio es aquel pago o salida de dinero que realizarán los compradores por adquirir bienes o servicios, el precio óptimo será aquel que cubra la totalidad de costos y gastos de producción, comercialización y ventas además de incluir un porcentaje de ganancia. Para el cálculo de la demanda potencial de tablas de skate se ha tomado en cuenta el total de la población que fue considerada para el cálculo de la muestra, es decir, un total de 200 jóvenes comprendidos en la edad de 11 a 25 años que practican skate permanentemente en la ciudad de Quito, este valor por el número de veces que cambiaron su tabla el último año, esta información basada en la pregunta No.6 de la encuesta que fue realizada con anterioridad.



Interpretación:

Como se observa en el gráfico, la gran mayoría de los encuestados cambia su tabla 3 veces al año. Con esta información se obtiene lo siguiente:

Jóvenes skaters permanentes	200
Cambio de tabla anual	3
Demanda Potencial de tablas	600

El precio se determina mediante el proceso del cálculo de costos y gastos de producción sobre la demanda obteniendo así un costo unitario, que es aquel en el que se incurre para poder producir cada unidad de tabla, a este costo es necesario incluir el porcentaje de ganancia, lo que es de suma importancia para que el proceso de producción sea beneficioso y de esta manera obtener un remanente o utilidad.

Tabla N.19 Cálculo del precio final

COSTOS Y GASTOS	DEMANDA TABLAS SKATE	COSTO UNITARIO TABLAS	GANANCIA (26%)	PRECIO FINAL
31499,28	600	52,50	13,65	66,15

Fuente: Encuesta realizada, 2015.

Elaborado por: Carlos Guano.

Interpretación:

Es así que después de calcular costos y gastos, demanda potencial, costos y porcentaje de ganancia se obtiene un precio final para cada tabla de \$66.15.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de elementos ecuatorianos en diseño de covers en tablas skate se tiene información necesaria y suficiente para determinar las siguientes conclusiones:

- Pese a la poca información que existe referente a la escena skate en el Ecuador, al realizar este proyecto se obtuvo excelentes resultados.
- El grupo objetivo no posee un conocimiento adecuado sobre gráficos que implementen elementos de la cultura ecuatoriana.
- En el grupo objetivo existe una amplia aceptación para la implementación de gráficos con la cultura Valdivia en las tablas de skate.
- La factibilidad en realizar este proyecto es beneficioso debido a que tiene gran acogida por el grupo objetivo, esto porque mantiene una línea gráfica simple con una cromática muy arraigada a la cultura Valdivia, mediante la inclusión de elementos con diseños modernos y vanguardistas, satisfaciendo las expectativas de los consumidores.
- Debido a que la implementación de este proyecto será cien por ciento hecho en Ecuador, existirá una mayor aceptación del producto por parte de los consumidores, de esta manera se logrará reconocimiento y posicionamiento de la marca de estudio, liderando entre la competencia.

5.2 RECOMENDACIONES

- Debido a que esta marca es nueva en el mercado y que no existe competencia en cuanto a diseños con elementos de la cultura Valdivia, es necesario realizar un plan de medios para así lograr llegar al consumidor potencial.
- Se recomienda implementar el proyecto en el país por su alta rentabilidad, logrando no solo el posicionamiento en el mercado sino también logrando ser la marca número uno en el país que ofrezca productos netamente ecuatorianos. ante posibles consumidores dando así que la marca de estudio sea parte de la escena skate en el país.
- Luego de que el proyecto este posicionado en el mercado, se recomienda extender la oferta del producto no solo a nivel nacional sino también en el ámbito internacional, mediante estrategias de marketing.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala Mora, E. (2008). *Resumen de Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editorial Nacional.
- Barroso Peña, G. (2014). *Cultura Valdivia y el surgimiento de la cerámica en América*. Colombia: Arthis Editoriales.
- Benítez, L. (1997). *Cultura Ecuatoriana*. Quito: Abya Yala.
- Centro Turístico Comunitario Salango. (2014). Recuperado el Lunes de Agosto de 2015, de <http://www.salango.com.ec/museo-arqueologico-salango-cultura-valdivia.php>
- CODENPE. (2013). *Pueblos y Nacionalidades del Ecuador*. Quito.
- Cortéz, Z. (2008). *Diseño al Siglo XXI*. Perú: UrpiLibros.
- Dalley, T. (1992). *Guía completa de Ilustración y Diseño técnicas y materiales*. España: Hermman Blume Ediciones.
- Dawson, J. (1982). *Guía completa de grabado e impresión técnicas y materiales*. H. Blume Ediciones.
- Ecuador Prehispánico*. (2011). Recuperado el Lunes de Agosto de 2015, de <http://ecuadorprehispanico.blogspot.com/2011/01/la-cultura-valdivia.html>
- Estrada, E. (1980). *Nuevos elementos en la Cultura Valdivia*. Valladolid: Universidad Valladolid.
- Etzels, M., Walker, B., & Stanton, W. (2001). *fundamentos del marketing*. Gama editors.
- García, R. (1983). *Larousse*. París: Larousse S.A.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1998). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Ediciones.
- Mclean, R. (1988). *Manual de Tipografía*. Madrid : Hermman Warden Ediciones.
- O'Guinn, T., & Allen, C. (2004). *Publicidad y Comunicación Integral de marca*. International Thomson Editores.
- Piocello, C. (2006). *Ciencia do Esporte*. 39-53.
- Reinoso Villavicencio, N. (2007). *Diseño Publicitario*. Quito-Ecuador: Graficas Iberia.
- Salvat, J., & Crespo, E. (1985). *Arte Precolombino de Ecuador*. Quito: Salvat editoriales Ecuatoriana S.A Quito.
- Sánchez, E. (2008). *Historia de Iberoamérica*. Madrid: Lucena Sanmoral.

ANEXOS

Anexo 1. ENTREVISTA APLICADA N.1 Ficha técnica de la entrevista

Información del entrevistado
NOMBRE: Diego Eduardo Villamarín Pazmiño
ACTIVIDADES DEPORTIVAS: Estudiante de 3 ^{er} año de bachillerato, ganador del concurso “línea pura <i>skate</i> ” además ganador del segundo lugar en el concurso “cultura sobre ruedas”.
EXPERIENCIA EN EL TEMA: Atleta dedicado y conocedor del tema

Información operativa sobre la entrevista

<p>FECHA: Domingo 20 de septiembre del 2015.</p> <p>LUGAR: Skatepark Valle de los Chillos</p> <p>HORA: 16:00.</p> <p>INSTRUMENTAL: Cámara de video, guion de consulta.</p> <p>DURACIÓN (Aprox.): 10 MIN.</p> <p>INVESTIGADOR: Carlos Guano.</p>

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**Entrevista para determinar la inclusión de elementos de la cultura
ecuatoriana en el diseño de covers para tablas skate**

Para el posicionamiento de la marca de estudio: CHICKEN HEAD

La presente entrevista está dirigida a usted con el propósito de obtener información necesaria para la creación de dicho sistema.

N°	PREGUNTAS
1.	¿Por qué comenzaste a rodar? Porque vi que mis amigos se dedicaban a este deporte.
2.	¿Qué te parece la escena del skate en Quito? Existen varios lugares lo suficientemente equipados para realizar skate.
3.	¿Con que frecuencia renueva su tabla? De acuerdo al uso que le dé, 3 veces al año aproximadamente.
4.	¿Para ti es importante el diseño en tu tabla? Si es importante porque refleja lo que soy ante las demás personas.
5.	¿Qué aspectos consideras que te permite dar más durabilidad a tu tabla? Dar mejor uso a la tabla, sin excesos.
6.	¿Le gustaría ver elementos gráficos con cultura ecuatoriana en alguna marca de tablas? Si me gustaría, porque su implementación daría valor e identidad a los skaters ecuatorianos.

Anexo 2. ENTREVISTA APLICADA N.2

Ficha técnica de la entrevista

Información del entrevistado
NOMBRE: Alexis Ricardo Guano Cabezas
ACTIVIDADES DEPORTIVAS: Estudiante universitario, practicante del deporte skate hace 9 años.
EXPERIENCIA EN EL TEMA: Atleta dedicado y conocedor del tema.

Información operativa sobre la entrevista

<p>FECHA: Domingo 20 de septiembre del 2015.</p> <p>LUGAR: Skatepark Valle de los Chillos</p> <p>HORA: 16:20.</p> <p>INSTRUMENTAL: Cámara de video, guion de consulta.</p> <p>DURACIÓN (Aprox.): 10 MIN.</p> <p>INVESTIGADOR: Carlos Guano.</p>

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**Entrevista para determinar la inclusión de elementos de la cultura
ecuatoriana en el diseño de covers para tablas skate**

Para el posicionamiento de la marca de estudio : CHICKEN HEAD

La presente entrevista está dirigida a usted con el propósito de obtener información necesaria para la creación de dicho sistema.

N°	PREGUNTAS
1.	¿Por qué comenzaste a rodar? Porque mi hermano me enseñó desde pequeño. Al practicar este deporte me siento libre.
2.	¿Qué te parece la escena del skate en Quito? Me parece que tiene un alto nivel, porque existen excelentes skaters.
3.	¿Con que frecuencia renueva su tabla? Cada vez que esté gastado algún implemento, 2 veces al año aproximadamente.
4.	¿Para ti es importante el diseño en tu tabla? Si es importante, porque depende de las preferencias que tengas.
5.	¿Qué aspectos consideras que te permite dar más durabilidad a tu tabla? Fijarse que la tabla sea de buen material antes de adquirirla. Sería interesante que se adopte una industria en el Ecuador que produzca tablas con marcas nacionales.
6.	¿Le gustaría ver elementos gráficos con cultura ecuatoriana en alguna marca de tablas? Si me gustaría, porque debemos reflejar la imagen de nuestro país a donde quiera que vayamos.

Anexo 3. ENCUESTA APLICADA.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**Encuesta para determinar la inclusión de elementos de la cultura
ecuatoriana en el diseño de covers para tablas skate
Para el posicionamiento de la marca de estudio: CHICKEN HEAD**

La presente entrevista está dirigida a usted con el propósito de obtener información necesaria para la creación de dicho sistema.

Fecha.....Edad.....Género.....

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla

Si No

Por qué ¿

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla

Si No

Por qué ¿

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana

Si No

Por qué ¿

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.

Si No

Por qué?

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla

Por desgaste

Por diseño

Por la marca

Otros.....

6. En el último año, ¿Cuántas veces cambiaste de tabla?

1 2 3 4 o más Otra

**7. Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos
ecuatorianos**

Si No

8. Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Angilla Tattoo METALERO *Rebel Heart*
VARSITY

9. Que color preferirías al momento de elegir una tabla

Rojo

Amarillo

Azul

Café

10. Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla

Surrealista (figuras que no son reales)



Pop art (figuras coloridas y estilo comic)



Minimalista (simplicidad)



Cubismo (figuras geométricas)



1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana.
 Sí No

Por que? *Porque seria interesante*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Sí No

Por que? *Porque no importa de donde sea*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....

6. Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Sí No

7. Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Angilla Tattos *Mc+ALERO* *Pepe's Point* **VARSITY**

8. Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

9. Que estilo grafico preferes al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana
 Sí No

Por que? *Porque me hace una idea innovadora*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Sí No

Por que? *Porque yo quiero que deban pensar lo nuestro*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....

6. Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Sí No

7. Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Angilla Tattos *Mc+ALERO* *Pepe's Point* **VARSITY**

8. Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

9. Que estilo grafico preferes al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana
 Sí No

Por que? *Lo nuestro es mejor*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Sí No

Por que? *Porque de lo que se hace en nuestro país, no se dem*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....

6. Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Sí No

7. Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Angilla Tattos *Mc+ALERO* *Pepe's Point* **VARSITY**

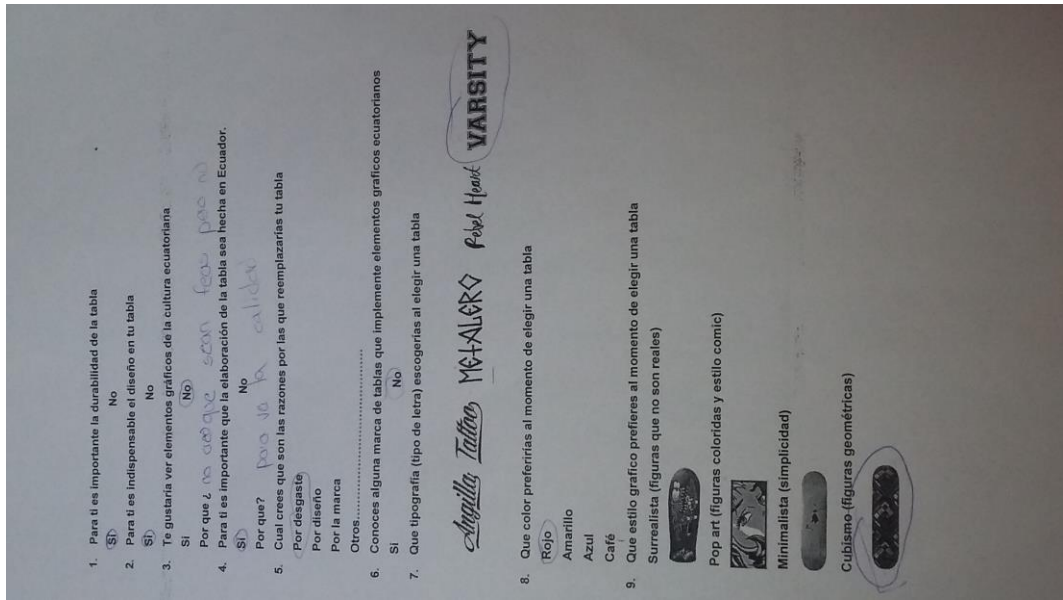
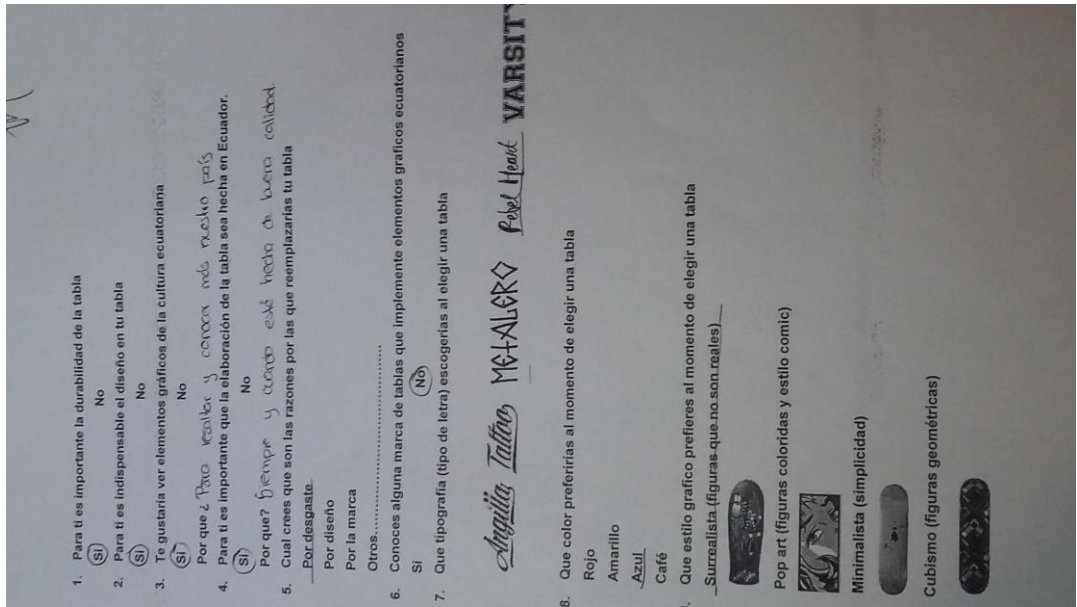
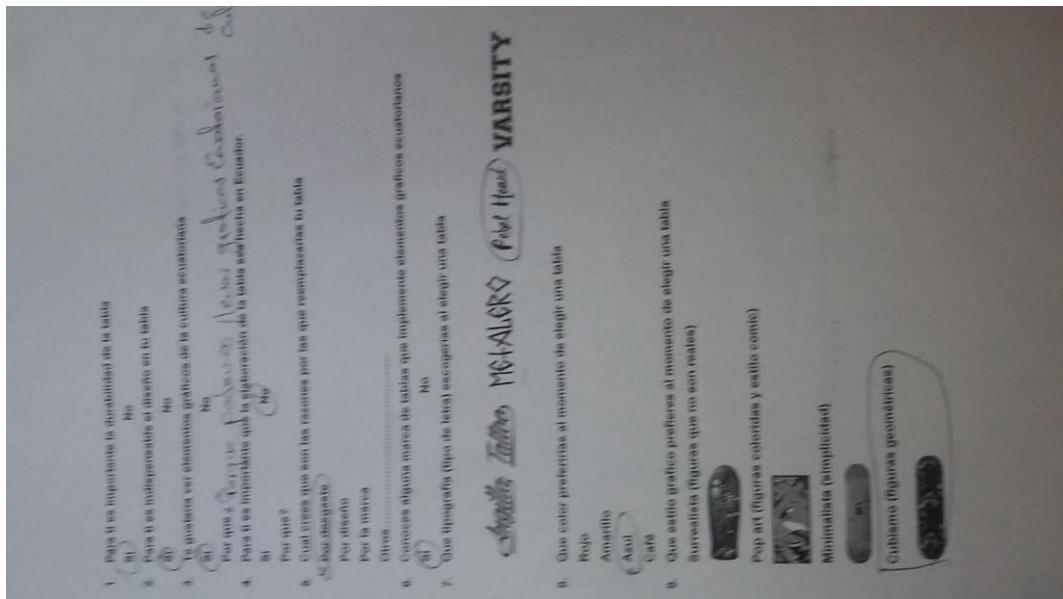
8. Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

9. Que estilo grafico preferes al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)



1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí
 No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí
 No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana
 Sí
 No
 Por que *¿Aumentar la cultura...*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Sí
 No
 Por que? *Producto nacional*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....
 Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Si
 No
 Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Anguilla Tattoos **MG+ALERO** *Pepe Heald* **VARSI**

Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)
 Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)
 Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)
 Cubismo (figuras geométricas)

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí
 No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí
 No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana
 Sí
 No
 Por que *Es que tenemos que salir adelante como state*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Si
 No
 Por que? *Por que si estamos bien no importa*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....
 Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Si
 No
 Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Anguilla Tattoos **MG+ALERO** *Pepe Heald* **VARSI**

Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)
 Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)
 Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)
 Cubismo (figuras geométricas)

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla
 Sí
 No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla
 Sí
 No

3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana
 Sí
 No
 Por que *Es una buena idea apoyar a la cultura ecuatoriana*

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador.
 Sí
 No
 Por que? *Para poder demostrar que en el Ecuador existen buenos*

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla
 Por desgaste
 Por diseño
 Por la marca
 Otros.....
 Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos graficos ecuatorianos
 Si
 No
 Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

Anguilla Tattoos **MG+ALERO** *Pepe Heald* **VARSI**

Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo
 Amarillo
 Azul
 Café

Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla
 Surrealista (figuras que no son reales)
 Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)
 Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)
 Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)
 Cubismo (figuras geométricas)

1. Para ti es importante la durabilidad de la tabla Si No

2. Para ti es indispensable el diseño en tu tabla Si No




3. Te gustaría ver elementos gráficos de la cultura ecuatoriana Si No
 Por que? Porque para mí es un color y es el del suate y lo ecuatoriano.

4. Para ti es importante que la elaboración de la tabla sea hecha en Ecuador. Si No
 Por que? Porque en el Ecuador existen buenas materias para realizar elementos.

5. Cual crees que son las razones por las que reemplazarías tu tabla Por desgaste Por diseño Por la marca Otros.....

6. Conoces alguna marca de tablas que implemente elementos gráficos ecuatorianos Si No

7. Que tipografía (tipo de letra) escogerías al elegir una tabla

8. Que color preferirías al momento de elegir una tabla
 Rojo Amarillo Azul Café

9. Que estilo grafico prefieres al momento de elegir una tabla Surrealista (figuras que no son reales)

Pop art (figuras coloridas y estilo comic)

Minimalista (simplicidad)

Cubismo (figuras geométricas)

Anexo 4. GALERÍA FOTOGRÁFICA



Fuente: Repositorio fotográfico propio, 2015.



Fuente: Repositorio fotográfico propio, 2015.



Fuente: Repositorio fotográfico propio, 2015.



Fuente: Repositorio fotográfico propio, 2015.