



DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

TRABAJO DE TITULACIÓN

DISEÑO Y REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA VESTIMENTA, LA MODELO Y LA MODA FEMENINA EN EL CONTEXTO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA COMUNIDAD DE RUMIPAMBA GRANDE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

AUTORA:

Rosa Elena Pastás Amaguaña

DIRECTOR:

Santiago Martín Pazmiño Chávez

Quito, 13 de octubre, 2021

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO****PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100421071-0
APELLIDO Y NOMBRES:	PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA
DIRECCIÓN:	Ibarra, La Esperanza – Rumipamba
EMAIL:	rosa.pastas@ute.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	-
TELÉFONO MOVIL:	0982598747

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	DISEÑO Y REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA VESTIMENTA, LA MODELO Y LA MODA FEMENINA EN EL CONTEXTO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA COMUNIDAD DE RUMIPAMBA GRANDE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR O AUTORES:	PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MSc. SANTIAGO MARTÍN PAZMIÑO CHÁVEZ
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	VIERNES, 15 DE OCTUBRE DEL 2021
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Diseño Gráfico Publicitario
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	La presente investigación tiene la finalidad de mostrar un sistema visual de la identidad gráfica y la valoración de la vestimenta tradicional de la comunidad de Rumipamba Grande, ubicada en la parroquia de la Esperanza provincia Imbabura; junto





con algunas de las comunidades que son parte de las tierras del pueblo Caranqui, poseen una cultura étnica que evolucionan con el pasar de los tiempos y preservan su esencia ancestral, para expresar y visibilizar a la mujer originaria a través del diseño gráfico mismo que permite rescatar y valorar la cultura de una comunidad que lo identifica mediante la historia y la gráfica visual para seguir proyectando una cultura. El caso de estudio comprende conservar la producción artesanal de la vestimenta femenina tradicional mediante la moda actual a través la fotografía y el diseño gráfico. A esto se suma los procesos históricos y en la actualidad, los pueblos originarios buscan impacto y reconocimiento por la realización de productos propios para que sean valorizados. Las comunidades originarias conservan lo ancestral por devoción a la cultura, por ello, se mantiene vivo la identidad de los pueblos originarios y se han logrado grandes innovaciones en diferentes productos. Este proyecto se fundamenta en el análisis de identidad





	<p>cultural, a la vez se hace un breve análisis sobre diseños, cromática, trazos, formas, texturas, aspectos representativos y artesanías.</p> <p>Para este proyecto se han realizado varias investigaciones que permiten comprender la variedad de productos gráficos y visuales que se han elaborado en los distintos pueblos de origen étnico de Latinoamérica, con el objetivo de comunicar temas de cultura, identidad, ancestralidad y trascendencia a través del tiempo; que apoya a impulsar la interculturalidad.</p>
PALABRAS CLAVES:	Moda, originarios, cultura, identidad, interculturalidad, costumbres, mujeres.
ABSTRACT:	<p>The present research has the purpose of showing a visual system of the graphic identity and the valuation of the traditional clothing of the community of Rumipamba Grande, located in the parish of La Esperanza, Imbabura province; Together with some of the communities that are part of the lands of the Caranqui people,</p>





they have an ethnic culture that evolve with the passing of time and preserve their ancestral essence, to express and make the original woman visible through the same graphic design that allows rescue and value the culture of a community that identifies it through history and visual graphics to continue projecting a culture. The case study involves preserving the artisanal production of traditional women's clothing through current fashion through photography and graphic design. To this is added the historical processes and at present, the native peoples seek impact and recognition for the realization of their own products so that they are valued. The original communities conserve the ancestral out of devotion to culture, therefore, the identity of the original peoples is kept alive and great





FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

FORMATO

PR-SAC-AIB-AMB-006

Versión: 00

Fecha: 08/08/2018

	<p>innovations have been achieved in different products. This project is based on the analysis of cultural identity, at the same time a brief analysis is made on designs, chromatics, lines, shapes, textures, representative aspects and crafts.</p> <p>For this project, several investigations have been carried out that allow us to understand the variety of graphic and visual products that have been produced in the different peoples of ethnic origin in Latin America, with the aim of communicating issues of culture, identity, ancestry and transcendence over time. ; that supports to promote interculturality.</p>
KEYWORDS	Fashion, natives, culture, identity, interculturality, customs, traditional, women.

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

f: Pastás Elena

PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA

1004210710





FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

FORMATO

PR-SAC-AIB-AMB-006

Versión: 00

Fecha: 08/08/2018



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN FAU-UT-006

Para: Arq. Daniele Rocchio Msc.
Decano de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo

De: Ing. Santiago Pazmiño Ch. MSc.
Director del Trabajo de Titulación

Asunto: Culminación del Trabajo de Titulación de la Srta. Rosa Elena Pastás Amaguaña

Fecha: 2 de agosto de 2021

De mis consideraciones:

Por la presente informo a Usted que la Srta. Rosa Elena Pastás Amaguaña, ha cumplido satisfactoriamente con el desarrollo del Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Lic. en Diseño Gráfico Publicitario.

El Trabajo de Titulación cuyo título dice: "DISEÑO Y REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA VESTIMENTA, LA MODELO Y LA MODA FEMENINA EN EL CONTEXTO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA COMUNIDAD DE RUMIPAMBA GRANDE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.", ha sido desarrollado de acuerdo a lo normado en los reglamentos de la Universidad y siguiendo las directrices establecidas por la Facultad.

Agradeceré a Usted dar el trámite correspondiente ya que el Trabajo de Titulación está apto para ser enviado para su calificación y posterior defensa ante el tribunal correspondiente.

Atentamente,

Ing. Santiago Pazmiño Ch., MSc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN





FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO FORMATO

PR-SAC-AIB-AMB-006

Versión: 00

Fecha: 08/08/2018

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA**, CI 1004210710 autor/a del proyecto titulado: **TÍTULO Diseño y representación visual de la vestimenta, la modelo y la moda femenina en el contexto de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande de la Provincia de Imbabura**, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO** en la Universidad UTE.

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 UTE 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, 15 de Octubre del 2021

f: 

PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA

1004210710





CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **Diseño y representación visual de la vestimenta, la modelo y la moda femenina en el contexto de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande de la provincia de Imbabura**, para aspirar al título de **Licenciada en Diseño Gráfico Publicitario** fue desarrollado por **Rosa Elena Pastás Amaguaña**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de **Arquitectura y Urbanismo**; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

MSc. Santiago Martín Pazmiño Chávez

DIRECTOR DEL TRABAJO





DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, ROSA ELENA PASTÁS AMAGUAÑA, portador(a) de la cédula de identidad N° 1004210710,

declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f: _____

Pastás Elena

PASTÁS AMAGUAÑA ROSA ELENA

1004210710

x

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres quienes me apoyaron durante toda mi formación académica y depositaron su confianza en mí, y a los docentes de la Universidad UTE quiénes me impulsaron a tener una herramienta para enfrentar en el mundo laboral y me apoyaron para redactar y concluir el proyecto.

Resumen

La presente investigación tiene la finalidad de mostrar un sistema visual de la identidad gráfica y la valoración de la vestimenta tradicional de la comunidad de Rumipamba Grande, ubicada en la parroquia de la Esperanza provincia Imbabura; junto con algunas de las comunidades que son parte de las tierras del pueblo Caranqui, poseen una cultura étnica que evolucionan con el pasar de los tiempos y preservan su esencia ancestral, para expresar y visibilizar a la mujer originaria a través del diseño gráfico mismo que permite rescatar y valorar la cultura de una comunidad que lo identifica mediante la historia y la gráfica visual para seguir proyectando una cultura. El caso de estudio comprende conservar la producción artesanal de la vestimenta femenina tradicional mediante la moda actual a través la fotografía y el diseño gráfico. A esto se suma los procesos históricos y en la actualidad, los pueblos originarios buscan impacto y reconocimiento por la realización de productos propios para que sean valorizados. Las comunidades originarias conservan lo ancestral por devoción a la cultura, por ello, se mantiene vivo la identidad de los pueblos originarios y se han logrado grandes innovaciones en diferentes productos. Este proyecto se fundamenta en el análisis de identidad cultural, a la vez se hace un breve análisis sobre diseños, cromática, trazos, formas, texturas, aspectos representativos y artesanías.

Para este proyecto se han realizado varias investigaciones que permiten comprender la variedad de productos gráficos y visuales que se han elaborado en los distintos pueblos de origen étnico de Latinoamérica, con el objetivo de comunicar temas de cultura, identidad, ancestralidad y trascendencia a través del tiempo; que apoya a impulsar la interculturalidad.

Palabras claves: moda, originarios, cultura, identidad, interculturalidad, costumbres, mujeres.

Abstract

The present research has the purpose of showing a visual system of the graphic identity and the valuation of the traditional clothing of the community of Rumipamba Grande, located in the parish of La Esperanza, Imbabura province; Together with some of the communities that are part of the lands of the Caranqui people, they have an ethnic culture that evolve with the passing of time and preserve their ancestral essence, to express and make the original woman visible through the same graphic design that allows rescue and value the culture of a community that identifies it through history and visual graphics to continue projecting a culture. The case study involves preserving the artisanal production of traditional women's clothing through current fashion through photography and graphic design. To this is added the historical processes and at present, the native peoples seek impact and recognition for the realization of their own products so that they are valued. The original communities conserve the ancestral out of devotion to culture, therefore, the identity of the original peoples is kept alive and great innovations have been achieved in different products. This project is based on the analysis of cultural identity, at the same time a brief analysis is made on designs, chromatics, lines, shapes, textures, representative aspects and crafts.

For this project, several investigations have been carried out that allow us to understand the variety of graphic and visual products that have been produced in the different peoples of ethnic origin in Latin America, with the aim of communicating issues of culture, identity, ancestry and transcendence over time. ; that supports to promote interculturality.

Keywords: fashion, natives, culture, identity, interculturality, customs, traditional, women.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
TEMA DE INVESTIGACIÓN	8
TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	8
JUSTIFICACIÓN.....	9
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	10
OBJETO DE ESTUDIO.....	12
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
CAPÍTULO I.....	14
1.1 MARCO TEÓRICO	14
1.2 Cultura.....	14
1.3 ¿Qué es la cultura?.....	14
1.4 Identidad	15
1.5 ¿Qué es un Sistema visual?	15
1.6 ¿Qué es comunicación visual?.....	16
1.7 Color en la cultura Andina.....	17
1.8 El principio sagrado andino del color	18
1.9 Sobre el esplendor y la continuidad en el arte textil Q'ero	20
1.10 Iconografía	21
1.11 Iconografía de los pueblos.....	21
1.11.1 Iconografía antropomorfa	22
1.11.2 Iconografías zoomorfas	22
1.11.3 Iconografías geométricas	23
1.11.4 Estructura de ordenamiento	24
1.12 Iconográfica de Zuleta.....	27
1.12.1 Iconografía natural	27
1.13 Lenguaje simbólico.....	34
1.14 Simbolismo.....	35
1.15 Cultura Caranqui.....	36
1.16 Cosmovisión Andina.....	36
1.17 Moda de los pueblos originarios	37

1.18	La importancia de la fotografía de las mujeres en las comunidades originarias.....	39
1.19	Las modelos y la moda de comunidades originarias.....	40
1.19.1	La moda argentina.....	40
1.20	Vestimenta parte fundamental de la comunidad.....	42
1.21	Entidades que apoyan trabajos de las comunidades originarias.....	44
1.22	Comercialización de productos artesanales.....	47
1.23	Artesanías del Ecuador.....	50
2	CAPÍTULO II.....	51
2.1	DISEÑO METODOLÓGICO.....	51
2.2	Tipo de investigación.....	51
2.3	Método de la investigación.....	52
2.3.1	Método deductivo.....	52
2.4	Técnicas de investigación.....	52
2.4.1	La entrevista.....	52
2.4.2	La encuesta.....	53
2.5	FICHA TÉCNICA.....	54
2.6	RESULTADOS: Metodología de procesamiento de datos (interpretación).....	56
2.6.1	ENCUESTA PARA CONSUMIDORES.....	56
2.6.2	Entrevista estructurada a productores.....	67
2.7	Validaciones.....	71
2.7.1	Gerente General Editorial Taquina.....	71
2.7.2	Felipe Trávez.....	71
3	CAPÍTULO III.....	72
3.1	PROPUESTA Y PRESUPUESTO.....	72
3.2	Presupuesto de producto.....	72
3.3	Propuesta del producto.....	74
3.3.1	Introducción.....	74
3.4	Caracterización de la propuesta.....	77
3.5	Esquema de la propuesta.....	78
3.5.1	Objetivo del catálogo digital.....	81
3.5.2	Objetivos específicos.....	81
3.6	Aspectos considerados para la elaboración del producto.....	81
3.7	Valores.....	82

3.8	Grupo objetivo.....	83
3.8.1	Datos demográficos	83
3.8.2	VARIABLES GEOGRÁFICAS.....	83
3.8.3	Comportamientos.....	83
3.9	Desarrollo de la propuesta	84
3.10	Construcción de la Identidad Visual	84
3.11	Tabla conceptual de patrones de diseño floral imbabureño	85
3.12	Desarrollo del producto.....	90
3.12.1	Catálogo digital.....	90
3.12.2	Facebook	95
3.12.3	Cronograma de Plan de Medios	95
3.12.4	Fan page en Instagram.....	97
3.12.5	Publicar el catálogo en la plataforma ISSUE.....	99
3.13	Desarrollo de la identidad visual.....	100
3.13.1	Conceptualización:.....	100
3.14	Diseño del manual corporativo.....	103
3.14.1	Portada.....	103
3.14.2	Conceptualización.....	104
3.14.3	Sistematización	105
3.14.4	Espacio de seguridad	106
3.14.5	Cromática.....	107
3.14.6	Tipografía principal y complementaria	108
3.14.7	Positivo / Negativo	109
3.14.8	Escala de grises	110
3.14.9	Variación monocromática	111
3.14.10	Aplicaciones incorrectas	112
3.14.11	Fondos permitidos.....	113
3.14.12	Aplicaciones de la identidad visual en elementos de papelería	114
3.15	Diseño del catálogo digital.....	115
3.15.1	Portada.....	115
3.15.2	Créditos.....	117
3.15.3	Introducción	120
3.15.4	Historia	121
3.15.5	Moda Étnica.....	123
3.15.6	Piezas de la vestimenta tradicional	124
3.15.7	Modelos de la comunidad.....	125

.....	128
3.15.8 Iconografía.....	129
3.15.9 Importancia de la vestimenta tradicional.....	139
3.15.10 Ilustraciones.....	159
3.15.11 Ubicación.....	167
3.15.12 Contraportada	171
CONCLUSIONES.....	172
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	173
ANEXOS	177
Bibliografía	179

Imagen 1: Fotografía : Cultura Andina	18
Imagen 2: Fotografía: Markapacha	19
Imagen 3: Fotografía: Markapacha	21
Imagen 4:Hernán Jaramillo (figura zoomorfa)	23
Imagen 5: Hernán Jaramillo (figuras geométricas)	24
Imagen 6: (Milla 2012). Estructura del ordenamiento	25
Imagen 7: (Milla 2012)m iconografía floral.....	27
Imagen 8	28
Imagen 9: Fotografía: Iconografía de los pueblos ancestrales de Imbabura.....	37
Imagen 10.....	75
Imagen 11.....	76
Imagen 12.....	76
Gráfico 1	56
Gráfico 2	56
Gráfico 3.....	57
Gráfico 4.....	58
Gráfico 5.....	59
Gráfico 6.....	60
Gráfico 7.....	61
Gráfico 8.....	62
Gráfico 9.....	63
Gráfico 10	64
Gráfico 11	65
Gráfico 12	66
Tabla 1	25
Tabla 2	26
Tabla 3	29
Tabla 4	85

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene el objetivo de recopilar información sobre la vestimenta tradicional de la mujer originaria en el contexto de la modelo y la moda femenina de la comunidad de Rumipamba Grande que está ubicado en la provincia de Imbabura. En el primer capítulo se detalla el marco investigativo de la moda femenina de los pueblos originarios, importancia de la fotografía, vestimenta tradicional, lenguaje del color, comunicación visual, sistema visual, iconografía andina imbabureña, texturas, elementos conceptuales, formas.

El segundo capítulo abarca el desarrollo del análisis que se recopiló mediante la investigación realizada en la comunidad de Rumipamba Grande para la elaboración de un producto gráfico visual. El catálogo siendo este un sistema visual permite visibilizar a la modelo con la vestimenta tradicional plasmando en ello el diseño del pueblo Caranqui, que se logra rescatar desde tiempos remotos, siendo este un pilar fundamental de la comunidad de Rumipamba Grande que representa identidad. Además, mediante las encuestas se analiza la importancia de la modelo y moda de las mujeres, a través, de la vestimenta autóctona de la comunidad para continuar con el legado de una tradición, misma que ha permitido la comunicación entre comunidades de la parroquia.

El tercer capítulo abarca el tema sobre diseño y desarrollo de prototipo aplicado a la modelo y moda femenina de la comunidad de Rumipamba Grande, desarrollada a partir de la información que se logra obtener en la investigación dentro de la comunidad.

TEMA DE INVESTIGACIÓN

Modelos y moda de las comunidades originarias

TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

Diseño y representación visual de la vestimenta, la modelo y la moda femenina en el contexto de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande de la Provincia de Imbabura.

JUSTIFICACIÓN

Mediante esta investigación se busca comprender temas de impacto en el ámbito social y cultural de los pueblos originarios, además, ayuda al desarrollo de diseño y promoción cultural del Ecuador hacia el extranjero a través de productos visuales de origen elaborados en Rumipamba Grande.

Las personas de la comunidad se dedican a realizar varias actividades artesanales como el bordado a mano, elaboración de vestimenta tradicional, además, se dedican a la agricultura, gastronomía, música, danza, turismo. Los pueblos originarios han considerado de vital importancia el tema de la moda para promocionar las prendas de vestir de las mujeres, por ello, los productores y confeccionistas desarrollan atuendos modernos para que las mujeres luzcan mucho más atractivas y naturales. Ante esta situación, toman referencias de las nuevas tendencias de moda que están en el mercado. Con el paso del tiempo el vestuario femenino ha sufrido varios cambios en cuanto a estilos, diseños, colores y técnicas de confección.

Los ancestros de la comunidad valoran mucho su cultura, costumbres, tradiciones, vestimenta y han logrado transmitir a las nuevas generaciones la importancia de conservar identidad cultural del pueblo Caranqui

En este sentido el Ecuador cuenta con muchas comunidades que al no tener íconos que los represente no se toma en cuenta la riqueza gráfica que posee en cada comunidad entre ellos está la comunidad de Rumipamba Grande que está ubicado en la Provincia de Imbabura perteneciente al pueblo Caranqui-Entonces, por este motivo es importante proporcionar estilos, diseños de patrones, formas, colores, que se manejan en las composiciones gráfica dentro de la comunidad que a través del diseño gráfico y la fotografía se logre conservar la identificación gráfica que influya a la valorización social.

La línea de producción textil se enfoca en lanzar al mercado productos nuevos e innovados, que ayudan a una mayor difusión y promoción de productos culturales. Los componentes de la vestimenta tradicional son diseños de las blusas o camisas que resaltan la técnica del bordado ya sea computarizado o a

mano, se pueden apreciar diseños como: flores, hojas, aves, animales que son nativos de esta comunidad y que reflejan riqueza natural, también se pueden observar los chales, alpargatas, anacos o faldas con diseños llamativos y coloridos para el uso de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande.

La moda étnica de esta comunidad permite que la producción y desarrollo de emprendimientos sean reconocidos y crezcan, por lo que muchos productores se han enfocado en realizar, videos, eventos culturales de moda, exhibiciones en ferias, posteo en redes sociales, etc. con modelos de las comunidades, mismo que tiene la finalidad de posicionar productos y servicios con diferentes estilos, colores y colecciones de la vestimenta tradicional.

Por otra parte, es fundamental revelar en productos de diseño y fotografía los cambios evolutivos que se han dado en la elaboración de la indumentaria femenina, y por supuesto que se fomente la conservación de identidad con la ayuda y apoyo de modelos en la comunidad de origen.

Se han realizado varias indagaciones, por lo cual, se propone diseñar una propuesta gráfico y visual de moda que sea exclusivamente para la mujer que proyecte la imagen de la identidad étnica, con contenido de interés sobre los procesos evolutivos y los diversos componentes de la indumentaria tradicional.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La vestimenta tradicional, las modelos y la industria de la moda de las comunidades originarias están en crecimiento y aún no tienen gran difusión a nivel nacional debido a la ausencia de productos propios, por este motivo se considera prioridad la elaboración y diseño de una propuesta gráfico y visual que tenga como eje el fortalecimiento de la identidad.

La fotografía y el diseño gráfico son elementos fundamentales que permiten retratar la diversidad étnica y cultural de las mujeres originarias, la historia de los pueblos que contribuyen al desarrollo de una etnografía investigativa aplicada al

diseño gráfico. Se plantea diseñar una propuesta gráfico y visual de moda que permita la visualización de los procesos evolutivos de las modelos y la moda de las mujeres. A la vez, estas herramientas comprenden temas mucho más complejos de lo que observamos diariamente, buscan potenciar productos que ayudan al reconocimiento del trabajo artesanal con resultados de aprendizaje y conocimiento cultural.

En la comunidad, hombres, mujeres y niños son herederos del arte de la cultura ancestral, por lo que es muy importante conocer la experiencia cultural sobre el tema de la vestimenta tradicional para fortalecer y conservar la identidad. Rumipamba Grande al ser una comunidad de gente originaria y que ama la tradición busca fomentar la interculturalidad a través de sus piezas de vestuario como son anacos de color, camisas o blusas con bordados multicolor, alpargatas, sombreros, hualcas o collares de color dorado, chal, manillas, fajas con bordados multicolor, que permite la comunicación con la sociedad.

Las familias son el motor de la economía rural en cada una de las comunidades del pueblo Caranqui y ayudan al fortalecimiento de varios temas como actividades artesanales, música, gastronomía, danza, para unir gente, compartir y convivir en interculturalidad con otros grupos. Esto ayuda en el auge de las producciones artesanales, y genera ingresos económicos para la comunidad de Rumipamba Grande en la provincia de Imbabura.

¿De qué manera influye las representaciones visuales de la vestimenta tradicional de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande en la sociedad?

Este proyecto nos permite conocer la diversidad étnica de la mujer originaria, misma que da garantía para promover el desarrollo de la vestimenta tradicional y la moda de las mujeres originarias dentro de los países de origen. La

vestimenta tradicional se considera de vital importancia para el fortalecimiento y la conservación de la identidad y cultura en la provincia Imbabura.

A la vez con esta investigación se compila información sobre diseños, colores, tipo de materiales, técnicas de confección que han adaptado los productores artesanales para el desarrollo y la elaboración de la vestimenta tradicional para la mujer de la comunidad de Rumipamba Grande, para continuar vistiendo de manera sobria y elegante desde tiempos remotos, mismo que permite promocionar e informar los productos innovados que salen al mercado, para el fortalecimiento y conocimiento de la identidad.

En la comunidad de Rumipamba Grande la moda de los pueblos originarios ayudan a la difusión étnica de cada una de las culturas que existen dentro de la Parroquia La Esperanza y sobre todo muestran la importancia de la mujer en la comunidad, por lo que se propone demostrar cambios que se han adaptado al diseño del vestuario para las mujeres que fomentan la interculturalidad.

Los sistemas visuales permiten personalizar, crear y diseñar proyectos y trabajos de identidad en los que se perciben ciertos cambios en rasgos identitarios. Ante este caso las representaciones visuales de la vestimenta tradicional de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande, se han adaptado a varios cambios desarrollando atuendos para las nuevas generaciones con nuevas tendencias en el mundo de la moda.

Tras la aparición de producto gráfico visual se busca formar personas con experiencia en el mundo de la moda que impulse al consumo de productos artesanales que alcancen reconocimiento por la producción de productos únicos que solamente se pueden conseguir gracias al trabajo duro y arduo de las mujeres originarias, que son productos propios de carácter cultural.

OBJETO DE ESTUDIO

La investigación se basa en el diseño y representación visual de la vestimenta, la modelo y la moda femenina en el contexto de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande de la Provincia de Imbabura.

OBJETIVO GENERAL

Proponer un sistema de representación visual para la modelo y la moda étnica de los pueblos originarios en la comunidad Rumipamba Grande que permita la proyección de su identidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las representaciones visuales de la indumentaria y la moda de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande.
- Identificar las características y diferencias de la vestimenta de la comunidad Rumipamba Grande.
- Desarrollar un proyecto gráfico visual que permita difundir las identidades femeninas del vestuario de la comunidad Rumipamba Grande.

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO

Se plantea esta investigación con el objetivo hallar, conocer y analizar, la cultura, tradición, actitudes y modelos de vida de las personas que viven en comunidades y que carecen de un identificador visual.

La investigación se realiza para obtener varios estudios sobre temas de moda étnica de los pueblos originarios de Latinoamérica y Europa, para el desarrollo de un producto gráfico visual mismo que se enfoca en resaltar la importancia de las mujeres originarias, para ello es necesario conocer algunos conceptos sobre identidad, cultura, colores, iconografía, moda, comercialización, etc., de las comunidades originarias. A la vez conocer el desarrollo de representaciones visuales que producen las comunidades de origen.

1.2 Cultura

La cultura nos permite entender la identidad étnica, por ello es importante conocer el proceso social que cada pueblo ha tenido para llegar a tener unas determinadas características culturales. Saber, por ejemplo, que una comunidad es eminentemente agrícola, es importante, pero es más importante conocer por qué la agricultura es el centro de su identidad. (Tibán Guala, 2009)

1.3 ¿Qué es la cultura?

La cultura constituye el conjunto articulado de expresiones materiales y no materiales que caracterizan a un pueblo. Es la forma que un pueblo tiene de ver el mundo y de entenderlo. Los conocimientos, el idioma, las creencias, el arte, los valores, las normas, las costumbres, las formas de organización, hábitos y

actitudes son parte de la cultura. Este conjunto articulado de expresiones materiales y no materiales es un fenómeno en permanente cambio, que evoluciona en función de su propia dinámica y de los contactos que se dan con otras culturas. (Tibán Guala, 2009)

1.4 Identidad

Después de nuestro nacimiento seguimos cambiando y construyendo nuestra identidad. Y lo que hacemos gracias a la relación con las personas que nos rodean, es decir con la familia, vecindad y amistades. Poco a poco recibimos ideas y valores e identificamos lo que está bien y lo que está mal.

Es un conjunto de cualidades que dan a la persona o a un grupo una particularidad que los caracteriza y la diferencia de las otras personas. (Tibán Guala, 2009)

1.5 ¿Qué es un Sistema visual?

En este sentido, los sistemas visuales para identidades visuales flexibles son una herramienta muy efectiva de control y desarrollo del diseño, y son imprescindibles ante la generalización del “outsourcing”. Sin duda el diseño debe asumir estas nuevas formas de desarrollo proyectual que se alejan mucho de la manufactura artesanal y radicalmente personalizada del proyecto, donde la empresa que crea y diseña es diferente de la que aplica y ejecuta. En este contexto, los sistemas visuales son la definición de los elementos de la identidad visual y las reglas que sirven para conjugarlos.

Hay que tener también en cuenta que debido a la gran velocidad en que nuestro mundo se cambia, una identidad ni puede permitirse permanecer estática por demasiado tiempo ni cambiar absolutamente, dado que tiene que garantizar su reconocimiento. Ante este hecho los sistemas visuales tienen un papel clave, dado que permiten crear identidades visuales flexibles de larga duración dejando

algunos parámetros abiertos con objeto de poder adaptar la identidad a los nuevos retos sin perder rasgos identitarios significativos.

En todo caso, observar que no se apuesta ni se plantea una mecanización, ni una automatización como objetivo o como destino, sólo se constatan realidades que ya se están produciendo y que proponen nuevas oportunidades para la profesión del diseñador de identidades visuales y sus clientes. El diseño se extiende, se expande y se adapta y en este trabajo se recoge, se evalúa, se analiza, se valora, y se proponen herramientas para reconocer los actores de estos cambios. (Lorenz, 2016)

1.6 ¿Qué es comunicación visual?

La comunicación visual es un proceso que supone la común unión y participación de un grupo social. Como medios de intercambio e interacción, las imágenes son experiencias compartidas o símbolos, que se convierten en posesión cultural del conjunto. (p.13)

“La comunicación puede ser intencional o casual” por lo que es necesario tomar ciertos aspectos en cuenta antes de comunicar, es conveniente realizar un análisis profundo de la posesión cultural de cada país, ya que cada uno posee tradiciones y costumbres distintas. Los elementos con los que se va a emitir un mensaje deben ser pertinentes al contexto para que estos no cometan el error de exponer algo negativo, sino positivo a la causa. (Maruri, 1985) Según Costa (2012), dentro de sus lineamientos comparte lo que analiza sobre comunicación visual: el diseño gráfico ha evolucionado, y hoy es, fundamentalmente, comunicación visual.

Toda pieza de comunicación visual nace con un objetivo que es la de llegar al receptor mediante el mensaje que se esté empleando, con esto podemos definir que este acto parte de una necesidad y finaliza con la interacción entre el público y el diseño para que se produzca la comunicación. (Torres Arias , 2014)

1.7 Color en la cultura Andina

Varios cronistas españoles a su llegada se asombraron por la vivacidad de los colores que los indígenas vestían, Guamán Poma de Ayala uno de los primeros narradores de la conquista española en su ambición describe un árbol genealógico de la realeza Inca de lo que hoy corresponde a Sudamérica, y lo que más resalta en sus apuntes es la comparación y admiración de los textiles indígenas con textiles europeos, por la vivacidad de los colores que estos tenían.

Tal vez como una Herencia las comunidades indígenas en la actualidad todavía tienen esta tradición de crear textiles llamativos en especial por sus colores, claros ejemplos tenemos en Otavalo, el mercado de los ponchos, en dónde la diversidad y el colorido han hecho de este ganarse una fama a nivel mundial.

Pero qué significado tiene el color o tuvo para el mundo indígena, Mamani Mamani, famoso pintor boliviano hace referencia a una bandera aymara, andina, y sobre el color diciendo:

“Los colores son vida. En la cultura andina se representan todos los colores del arcoíris. Dos arcoíris juntos, por ejemplo, dan lugar al nacimiento de la Whipala (bandera de los pueblos originarios). Entonces el color es fundamental. No olvidemos que los hombres de las culturas precolombinas y tiwanakotas, se han expresado mediante los colores en sus tejidos, cerámica y awuayos (mantas). Y mi arte es eso mismo. Siempre digo que mi arte es una challa (fiesta, celebración) a la Pachamama, porque le gusta los colores. ” (Jacastillo, 2009)

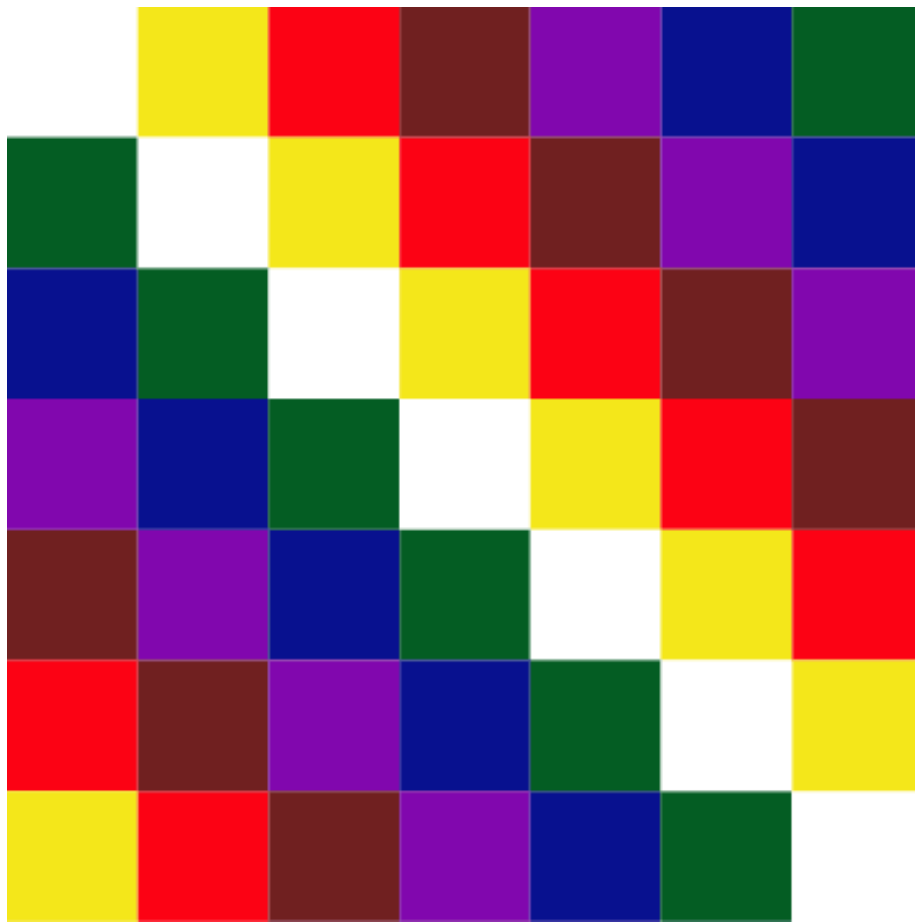


Imagen 1: Fotografía : Cultura Andina

1.8 El principio sagrado andino del color

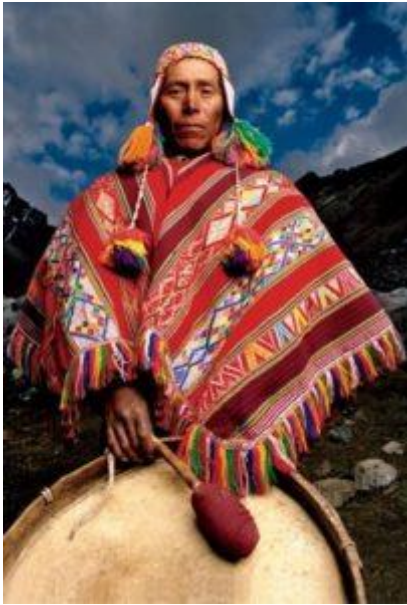


Imagen 2: Fotografía: Markapacha

“Todo lo material existente manifiesta cromatismo, no hay nada en el universo que no lo posea, cada medio ambiente geográfico presenta colores en las tonalidades propias de su entorno, pero son los humanos habitantes en cada zona ecológica quienes les dan un nombre, un orden, un uso, un sentido, una valoración, atribuyéndoles además una simbología según su cultura y cosmovisión.

La expresión cromática indígena andina presenta rasgos que la caracterizan e identifican, estos son: la policromía, o intervención de varios colores, la alta saturación de los matices y la combinación de los colores contrastantes. Por esta peculiaridad se diferencian notoriamente de las manifestaciones mestizas que emplean colores tenues, combinados de manera armónica y en menor cantidad. Son dos formas distintas de entender y usar el color.

El llamativo aspecto creado de dicha manera atrae las miradas de propios y extraños, quienes son cautivados por la excitación visual provocada con la contrastante confluencia cromática intensificando sus actos. En esta ocasión se busca entender este hecho como algo más que puramente estético, relacionándolo con lo sagrado a partir de su reconocimiento en las expresiones andinas y su justificación cultural expresada en las narraciones míticas” (Limonchi Bruno, 2016)

1.9 Sobre el esplendor y la continuidad en el arte textil Q'ero

“Circunstancias favorables me permitieron concurrir hace pocos días, el 10.07.2019 para ser exacto, a la exposición denominada «Hatun Inti, esplendor y continuidad en el arte textil Q'ero». El evento tiene lugar en las instalaciones del Museo del Convento de Santo Domingo o Qorikancha (Templo del Sol de los Inkas), durante todo el mes en curso, bajo la curaduría del artista Carlos Bardales. Su organización ha sido concebida por Mario Osorio desde el Museo Qorikancha, y cuenta con el apoyo de la Dirección Desconcentrada de Cultura del Cuzco y del Centro de Arte y Estudios Tradicionales Sol de Soles.

Se trata de una actividad en la que el pre-texto es mostrar el arte textil Q'ero», para permitir que el público más amplio posible aprecie la belleza de los tejidos de un pueblo ancestral de los Andes y, al mismo tiempo, experimente un encuentro con la sabiduría que traducen las representaciones plasmadas en sus entramados, así como la técnica empleada en su elaboración. En el fondo, juzgo que lo esencial es reconocer que la tradición de pueblos, cuya memoria se remonta a tiempos remotos, atesora saberes y maneras de explicar el mundo que se hallan cifrados en formas geométricas reconocibles en su sentido profundo. Por tal razón, entiendo que, en efecto, la muestra de los pallay representativos del arte textil Q'ero no es otra cosa que el resultado de una aproximación a un lenguaje iconográfico.

La exposición es verdaderamente admirable, combina muchos recursos visuales e interactivos y, lo más importante, nos sacude afectivamente y nos invita a pensar” (Sánchez Garrafa, 2019)



Imagen 3: *Fotografía: Markapacha*

1.10 Iconografía

Palabra compuesta de “ícono” y “grafes” igual descripción de las imágenes y también el tratado o colección de estas. El ser humano vive entre infinidad de imágenes que tienen múltiples significados que se deben desentraña por la iconografía para entender la cultura. A lo largo del tiempo se han construido una serie de lenguajes para transmitir. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

La iconografía de nuestros ancestros, cubre el paisaje de la dorsal andina, con mensajes milenarios en sus desiertos, estepas, campos y cordilleras, piedras con símbolos de profundo contenido, las cuevas y aleros rocosos atesoran espiritualidad, arte ideográfico de figuras antropomorfas y geométricas en geoglifos, petroglifos, pictoglifos, obras arquitectónicas, estelas, esculturas, tejidos, cestería y cerámicos. (Cantero, 2019)

1.11 Iconografía de los pueblos

La clasificación de las iconografías de los pueblos Otavalo, Zuleta y Natabuela se describen a continuación:

1.11.1 Iconografía antropomorfa

Las figuras antropomorfas comprenden una gran variedad de formas. En ellas se encuentran la representación de personas femeninas, masculinas y de bailarines en el fondo textil solos o en pareja. Las últimas mencionadas se reconocen claramente por la vestimenta y los adornos que portan en la cabeza. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

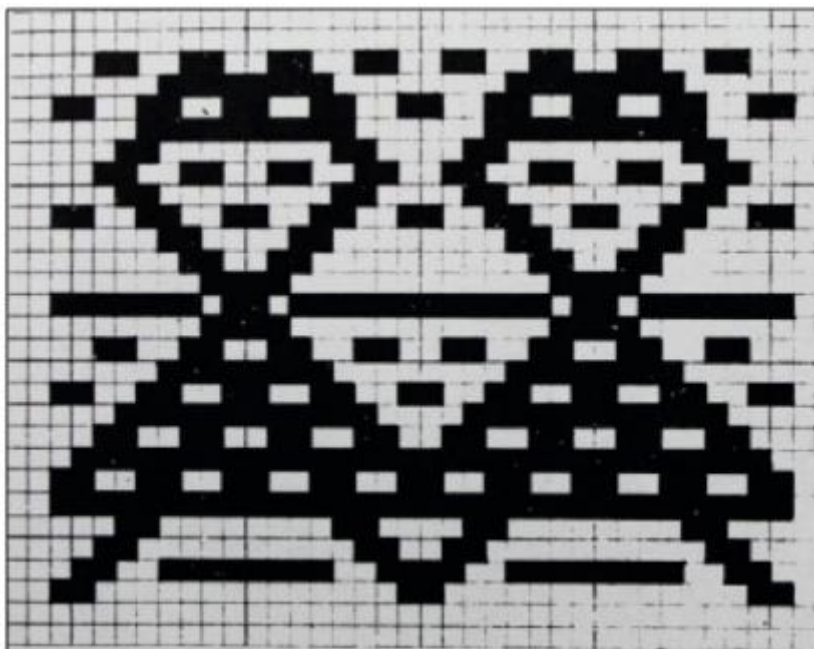


Imagen: Hernán Jaramillo (figura antropomorfa)

1.11.2 Iconografías zoomorfas

El segundo grupo equivale a las figuras zoomorfas y se refiere a la fauna regional. En la Cosmovisión Andina existen animales que son símbolos sagrados y a los que se le atribuye la comunicación entre mundos, el primero es la serpiente, luego el puma y el cóndor. Estos tres animales son símbolos del proceso de nivel de conciencia, es como lo entienden lo que están en el camino de la espiritualidad Andina.

En la visita a la Plaza de los Ponchos observamos que los animales comunes en los tejidos son: la llama, por su rol en la vida cotidiana de los habitantes de las partes altas de los Andes, donde sus lanas han servido como abrigo a todos los pueblos indígenas de la Cordillera Andina. En los años 80 del siglo pasado se importaron llamas y alpachas desde Chile a Ecuador. Parece que el hilado y tejido empezaron a ser industrias importantes con la llegada de las llamas. La tela es, y era de una consideración tremenda en las culturas de los Andes centrales y de ahí la importancia de este animal. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

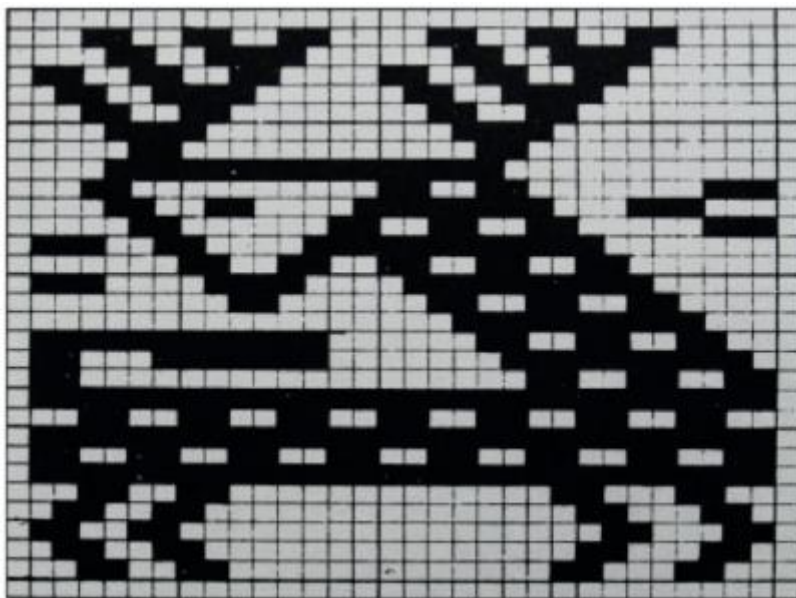


Imagen 4: Hernán Jaramillo (figura zoomorfa)

1.11.3 Iconografías geométricas

El último grupo corresponde a las formas geométricas, y son figuras que llevan los signos primarios como líneas, espirales, rombos y cuadrados. Existe una diversidad de diseños, algunos más difíciles de interpretar que otros. Por ejemplo, uno de los motivos gráficos reiterado es el del paisaje andino. Este tejido es muy fácil de entender y forma parte de esta clasificación por las formas geométricas de su diseño.

Podemos definir a este diseño como de carácter naturalista, lo que nos lleva a la conclusión que los tejedores otavaleños, utilizan mucho el paisaje de su tierra como inspiración para la creación de sus diseños. Esta clase de diseños de carácter naturalista en la actualidad son la representación de la cotidianidad de la vida del indígena en la sociedad, sus vivencias, sus sentimientos, su trabajo, sobretodo su forma de vivir, es así como lo observamos diferentes paisajes plasmados en los tejidos que abracan desde la comunidad Agato, famosa por su cascada, sus viviendas, carreteras, hasta los nevados de la región. Mencionar también que presentan varios diseños de nuestra Amazonía, incluso han adicionado paisajes ajenos a su región como las Islas Galápagos en donde observamos su flora y fauna, alegando que es otra forma de llegar al turista que gusta del Ecuador. Los diseños mantienen la estilización de figuras tridimensionales a figuras geométricas bidimensionales como volcanes, valles, ríos, etc., donde contrastan formas y colores, produciendo una maravillosa pieza de gran riqueza, no solamente técnica, sino también significativa y de infinita creatividad. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

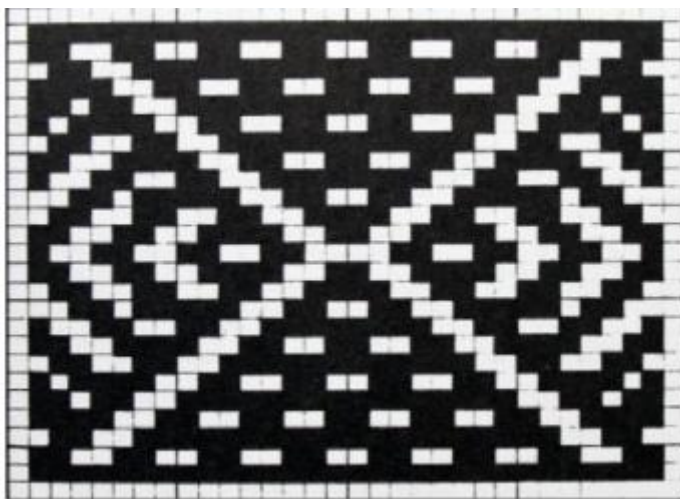


Imagen 5: Hernán Jaramillo (figuras geométricas)

1.11.4 Estructura de ordenamiento

La metodología del análisis para el diseño de la iconografía que se emplea en la propuesta está basada en tres estructuras de ordenamiento (cuadrícula) e iconología que constituyen la unidad de la estructura de la forma. La expresión

del cuadrado se representa como unidad central dando lugar a la dualidad, tripartición, y la cuatripartición. Y las demás formas se derivan de estos cuatro principios de ordenamiento.

Esta define el espacio básico de la distribución de la simetría cuadrado (pacha) que denomina la unidad, que se complementa con la dualidad... que se determinan en dos mallas básicas que se describen a continuación. La estructura de malla está formado por cuadrados y giros de estos situados de forma sucesiva cuya proyección lineal forman una malla binaria. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

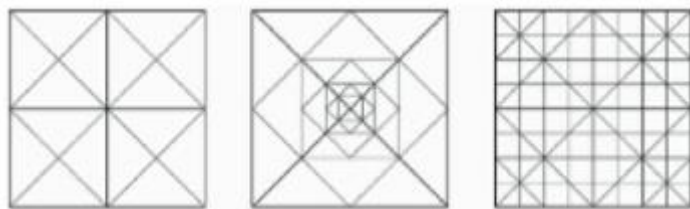

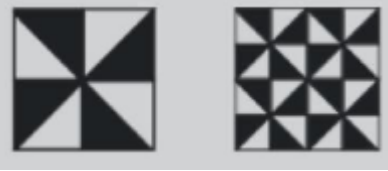


Imagen 6: (Milla 2012). Estructura del ordenamiento.

Con estas mallas se obtiene las medidas de proporción espacio que derivan en los cuatro principios de ordenamiento descrito en los párrafos anteriores.

Tabla 1

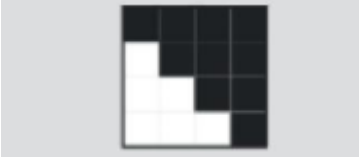

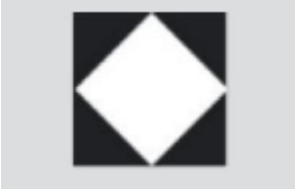
<p>Unidad: a partir del concepto (pacha uno), que se expresa con el signo del cuadrado en donde se organizan los procesos de formación iconográficos andinos que es la estructura unitaria cuadrículada.</p>	
<p>Dualidad: Contempla el ordenamiento desde la concepción de planos arriba, abajo, mediante pares opuestos y complementarios, sentido y movimiento. La dualidad representa leyes de la simetría, ordenadas por traslación, rotación, reflexión y extensión y combinaciones.</p>	

<p>Tripartición: derivado de la idea de la dualidad ordenada desde un centro de encuentro dando como origen estructuras formales resultantes de las composiciones diagonales y ortogonales.</p>	
<p>Cuatripartición: Originado a partir de la división el cuadro en cuatro partes y de la composición individual de cada cuadrante asociado al concepto Tinkuy que significa encuentro de extremos en el centro.</p>	

Fuente: (Milla 2012)

A partir de estos cuatro principios se construyen los signos primarios que pueden ser geométricos, figurativos o estrictas geométricas que dan significado a las imágenes iconológicas (Milla 2012), que se clasifican de la siguiente forma: (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

Tabla 2

<p>Diagonal: Es la fuerza del movimiento que está representada de forma escalonada y que tiene sentido de ascenso o descenso.</p>	
<p>Triángulo: Que representa los tres mundos a las tres fuerzas que sustenta el triángulo.</p>	
<p>Rombo: o cuadrado que es la base de la unidad estructural plasmada en los textiles andinos que significa <mundo> o <plano> o <espacio tiempo>.</p>	

Fuente: (Milla 2012)

1.12 Iconográfica de Zuleta

La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943. La principal fuente de ingresos económicos es la agrícola mediante cultivos propios de la zona como el maíz, trigo, cebada, fréjol, además existen actividades pecuarias que constituyen la base de la economía especialmente de la crianza del ganado, porcino y ovino. Además, Zuleta es conocida por los bordados que son reconocidos ya que engalanan manteles, paneras, servilletas, tapetes, porta vasos, camisas, vestidos, etc. El bordado además de ser una actividad económica para las mujeres de Zuleta, es la expresión visual del sentimiento y la identidad zuleteña. Los dibujos, elaborados por expertas manos, reflejan la riqueza de un mundo que no solo es el que hoy miramos con nuestros ojos; sino que recoge, en un espiral infinita, la cosmovisión campesina sobre un mundo que solo se puede entender con el alma. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)



Imagen 7: (Milla 2012)m iconografía floral.

1.12.1 Iconografía natural

Características: comprende el bordado de la flora de la zona así como de animales y diseños que están en función de la naturaleza, ligeramente influenciados por los diseños europeos. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)



Imagen 8

Tabla 3






Autor	Íconos
<p>Figura: Libélula Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Gallos Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	

Figura: Flores
Fuente: Almeida C.



Figura: Pechera de blusa
Fuente: Almeida C.







Figura: Flores
Fuente: Almeida C.



Figura: Flores
Fuente: Almeida C.



<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	





<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	
<p>Figura: Flores Fuente: Almeida C.</p>	 <p data-bbox="683 1541 730 1576">Almeida C.</p>
<p>Figura: Pechera de blusa Fuente: Almeida C.</p>	

Figura: Pechera de blusa

Fuente: Almeida C.



Figura: Pechera de blusa

Fuente: Almeida C.



Figura: Pechera de blusa

Fuente: Almeida C.

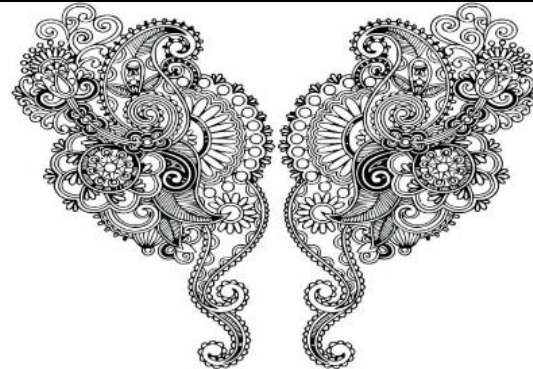


Figura: Pechera de blusa

Fuente: Almeida C.



Figura: Pechera de blusa

Fuente: Almeida C.



1.13 Lenguaje simbólico

Simbología es una ciencia que se desprende de la lingüística podemos obtener información tanto de las personas como del entorno, sin que nos sea dada por mediante lenguaje verbal o escrito. Esto se realiza mediante la lectura de signos naturales o artificiales y mediante el reconocimiento de significado de símbolos. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

El lenguaje mítico-simbólico refleja el alma de un pueblo, no existe un mejor relato de nuestra raíz cultural. Este trabajo busca sensibilizar y constituye un

llamado para ocuparnos del rescate de la sabiduría ancestral que maestros de otros tiempos han heredado a la humanidad.

Este lenguaje simbólico cruza tiempo-espacio, sus signos y símbolos, siguen allí con su discurso visual. Esta semántica que confiere significación a la imagen o frase gráfica, que se relaciona con el lenguaje interior, cuyos valores simbólicos complementan y dan sentido a las formas exteriores.

El proceso de dominación cultural de 500 años sobre el pueblo ancestral y el consecuente sincretismo Euro-Andino, ha borrado las huellas más elocuentes de aquello que surge del alma de un pueblo, debilitando o extinguiendo lo que constituye parte esencial de nuestra identidad dual. La herencia unilateral (europea) se impuso a la local y hemos continuado aquello. Sigue en nosotros una deriva alienante por lo foráneo, que ignora, cuando no rechaza, lo propio. (Cantero, 2019)

1.14 Simbolismo

Símbolos son signos artificiales que depende alguna convención construida por el hombre y pertenecen al plano de la imaginación del inconsciente. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

“El símbolo es la representación gráfica que, por su presencia visual, síntesis y simplicidad, facilita la comprensión, percepción y memorización rápida. Son representaciones del profundo sentido cósmico, de los ritmos y flujos de vida, expresiones geométricas con plenitud de significados.

En muchos aspectos la cultura andina muestra una primacía inigualable en términos de realidad comparada con otros pueblos coetáneos: lo observamos en sus matemáticas, la astronomía, la filosofía, la momificación, la organización urbana, la medicina, la ingeniería (especialmente la hidráulica), su agricultura y ganadería, etc.” (Cantero, 2019)

1.15 Cultura Caranqui

La cultura Caranqui está expresados en cerámica, en los metales, y en el trabajo de la piedra. Es esta alfarería se puede identificar recipientes de uso doméstico, muy ordinario y otros, probablemente de uso funerario y ceremonial. Entre los primeros diagnósticos los platos casi planos, con una banda de pintura roja en el brode interno, las vasijas trípodes, las vasijas zapato, compoteras de pedestal alto y anular, vasijas asimétricas, las botijuelas y una variedad de recipientes cerrados de cuerpo globular, utilizados seguramente en la preparación de alimentos. Los acabados de superficie más comunes en la alfarería de la zona, son el ordinario, es decir una cerámica con alisado muy burdo, el baño rojo, el pulido de guijarro, el rojo pulido y la pintura negativa; la decoración plástica es muy escasa, no obstante que existe figurinas antropomorfas y zoomorfas. En cuanto a los hallazgos de metal se deben destacar los valiosos objetos de oro, generalmente objetos de adorno corporal. En lítica se trabajó hachas, boleadoras, piedras de honda y esculturas. (Almeida Vargas, Carrascal Albán, & Posso Yépez, 2016)

1.16 Cosmovisión Andina

Es la concepción e imagen del mundo, mediante la cual de los pueblos andinos perciben e interpretan su entorno natural y cultural. Desde la antigüedad todas las culturas del mundo han tenido que asumir una concepción del mundo, donde se explican la existencia del mundo de sí mismo.

En relación al espacio presentan una concepción dualista, el espacio horizontal dividido en dos partes y estas a su vez subdivididas en otras dos formando el mundo compuesto por tres planos:

- Hanan Pacha o el mundo de arriba
- Kay Pacha o el mundo de aquí
- Ucu Pacha o Urin Pacha el mundo de abajo

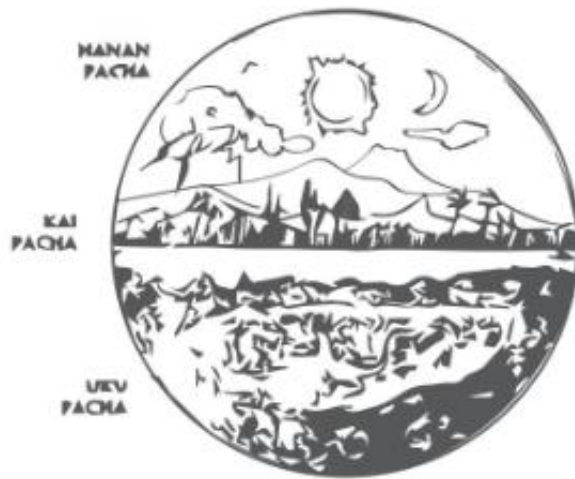


Imagen 9: Fotografía: Iconografía de los pueblos ancestrales de Imbabura

1.17 Moda de los pueblos originarios

Díaz (2011) habla sobre los pueblos originarios y moda porteña y confirma que a lo largo de la historia la indumentaria argentina se ha caracterizado por estar a la par de las últimas tendencias de la moda europea, debido a esto se señalaron modelos estéticos e imaginarios sociales, que determinaron los patrones de diseño en las creaciones de indumentaria en la capital porteña. También se confirma que a partir del 2001 el diseño argentino toma nuevos rumbos en las nuevas tendencias de moda; la crisis económica y social de la época incide de gran manera en la

gestación de nuevos emprendimientos de diseño que empiezan a establecer modelos, formas, estilos y propuestas con identidad propia.

Los diseñadores porteños empiezan a ser reconocidos a nivel internacional como creadores de tendencias; dejando ver a través de sus producciones una gran gama de innovaciones generadas principalmente por la búsqueda, la exploración, la implementación e investigación de herramientas que brindaran valores agregados a sus productos y que pudieran funcionar de manera comercial. Lo que se busca es que la moda y las modelos de las comunidades originarias sean reconocidos por su modelo de producción en las artesanías, textil y bordados en los cuales se destacan de una manera extraordinaria y de la misma manera se desea implementar una tendencia y auge de crecimiento por el consumo de la vestimenta tanto en la comunidad como fuera de la ella, aunque en la actualidad los extranjeros aprecian mucho las cosas tradicionales.

Se han creado organizaciones e instituciones que desarrollan productos específicamente para prestar subsidios a proyectos en los que se involucra la artesanía de los pueblos originarios, producciones gráficas y publicaciones con identidad originaria, debido a la gran cantidad de artesanos descendientes originarios que siguen produciendo artesanía en las comunidades.

Diáz (2011) afirma que

A lo largo del territorio Latinoamericano la relación entablada entre comunidades aborígenes y moda se venía gestando con éxito a tal punto que se empezó a establecer una tendencia con una fuerte influencia originaria en las producciones de moda. Se empezaron a ver en pasarelas internacionales, tejidos en caña flecha realizados por artesanos aborígenes colombianos, molas realizadas por aborígenes panameños, aguayos artesanales de

Bolivia, y simbología relacionada con toda la región andina. Una tendencia que llamaría la atención de diferentes y aclamados diseñadores de indumentaria porteños y que favorece en gran medida el afianzamiento de la relación entablada entre la producción artesanal aborígen del noroeste y la moda porteña contemporánea. (Aconcha Díaz, 2011)

1.18 La importancia de la fotografía de las mujeres en las comunidades originarias

La fotografía es muy importante porque permite de alguna manera mostrar la realidad de las comunidades originarias y los procesos culturales que se han desarrollado a lo largo de estos años, la finalidad de tomar fotografías a las mujeres originarias con su vestimenta tradicional es elaborar un catálogo en el que se visualice los modelos y el desarrollo e innovación de técnicas en la moda de las mujeres en estas comunidades para fortalecer la vestimenta e identidad. Las fotografías demostrarán el estilo y la estética, el aspecto que proyecta una mujer originaria al utilizar la vestimenta tradicional.

(Pombo, 2015) Afirma que, “Retratar las costumbres, la apariencia física y la vestimenta de los indígenas fue tanto para los europeos como para los primeros artistas argentinos una atracción muy difícil de evitar. Las imágenes muestran exaltación en ornamentación, formas de vida y cultura”

Las fotografías no solamente plantean un tratamiento estético de la persona originaria en particular, sino que también demuestra lo que se desprende de ellas misma, en el cual se busca una mirada que se aleja de lo conocido hasta ese momento y llegan a tener conocimiento de temas mucho más profundos del que se está acostumbrado a escuchar y observar. Esta herramienta en la actualidad presenta fragmentos de la vida cotidiana de estos pueblos originarios, quienes han sido observados por

poseer algo que es realmente original y único. Aquí se puede demostrar los valores y costumbres de sus ancestros, desde un lugar de respeto y admiración. (Pombo , 2015)

1.19 Las modelos y la moda de comunidades originarias

1.19.1 La moda argentina

Solís, Librado (2018) afirma que,

La moda nacional es y ha sido imitadora de las tendencias europeas, seguidas con aplicación y buena conducta, sin desvaríos ni rebeliones regionales.

La mujer argentina continúa vistiéndose de manera sobria y sin estridencias, sin ofrecer resistencias o contrapropuestas a las modas impuestas por el mercado y promocionadas por las revistas femeninas. Las expresiones estéticas del criollo/pueblos originarios parecieran estar relegadas a lo anecdótico, sin lograr incorporarse a propuestas indumentarias concretas que lleguen a las tiendas y a la prensa especializada. Argentina como país y rescata la inspiración en nuestros orígenes. Aún hoy, cuando, a nivel mundial y nacional se ejercita una mirada cada vez más plural de las identidades étnicas y culturales, resulta significativo que la moda siga siendo uno de los espacios discursivos más esquivos a esta hibridación.

Muchas mujeres de las comunidades originarias aprecian mucho su cultura e identidad y no lo niega ante nadie, pero también existen personas que ya no hablan la lengua nativa y tampoco se visten con la vestimenta tradicional y se han inclinado hacia a la sincretización cultural y lo que este proyecto quiere lograr es fortalecer la identidad en la comunidad de Rumipamba Grande. Entonces, el catálogo de moda y modelo originaria tienen la finalidad de mostrar a la mujer con los diferentes tipos y estilos de vestimenta que se han desarrollado hasta la actualidad.

Allochis (2014) afirma que,

Argentina posee una abultada producción de revistas en este ramo, tanto con las versiones locales de publicaciones extranjeras (Harper's Bazaar, Elle, Cosmopolitan, Vanity Fair, Vogue, Vanidades, Glamour, Marie Claire, Seventeen, Sophia), como las de origen nacional dirigidas al público femenino (OHLALÁ!, Look, Para Tí, Susana, Tendencia, Parateens) o al público en general (90+10, Brando, Remix, G7, D-Mode, Bacanal, Barzón, El Planeta Urbano, Mustique). En los títulos de algunas de ellas, encontramos referencias lingüísticas a España y Europa. Este mecanismo enunciativo ubica al destinatario en un espacio simbólico asociado a lo europeo, como sinónimo de elegancia y jerarquía.

La desaparición de las corrientes migratorias europeas en las últimas décadas y el incremento de inmigrantes latinoamericanos hicieron más evidentes muchos de los aspectos negativos de una imagen de identidad "europeizante", anclada en nociones de superioridad "étnica", cultural y social que sectores de la población argentina habían ido internalizando como propia. (Allochis , 2014)

Algunas de las agencias de modelos originarias están rompiendo cánones en Ecuador. Notimérica afirma que,

Una agencia de modelos ecuatoriana ha decidido dar un vuelco al canon de belleza habitual de este sector con el fin de perseguir otro objetivo: dar confianza a las jóvenes de comunidades originarias y fortalecer su identidad. Tenemos a la agencia May Sumak una entidad que lucha por la visibilización de la belleza de las mujeres de los pueblos originarios, la promoción de su lengua y cultura. La cultura, vestimenta e idioma es algo único que representa a los pueblos originarios. A demás, esta agencia también lucha contra la discriminación social. Las modelos representan las diversas culturas de las que está compuesto Ecuador, un

país multiétnico, también luchan por la inclusión de sus etnias en todos los ámbitos. (Notimérica, 2018)

Kinku, Vispu, Churanday Boutique. Kawsay Cultura Fashion, Sumak Churay y Bordador Clarita, Makiblunda son emprendimientos que se enfocan en la elaboración de vestimenta tradicional, estas empresas están ubicada en la región Sierra y promocionan sus vestimentas por medio de las redes sociales. Estos emprendimientos fortalecen la identidad cultural de las mujeres a través de nuevas propuestas en la vestimenta tradicional. La vestimenta propia del runa, como identidad, da valor, fuerza, coraje a la persona.

1.20 Vestimenta parte fundamental de la comunidad

Para las comunidades originarias la vestimenta es muy importante ya que de esta manera se puede distinguir a las diferentes nacionalidades originarias que también tienen su propia vestimenta tradicional. En la comunidad de Rumipamba suelen vestirse con el anaco, blusa, hualcas, alpargates, sombreros, chales, manillas, fajas, cintas y variedad de accesorios que son elaboradas con diferentes técnicas, colores, estilos, diseños, y calidad.

Al inicio la vestimenta de esta comunidad era un poco más simple y los bordados eran muy escasos; con el pasar de los años se empezó a bordar en máquinas rectas y overlock y el bordado a mano empezó a debilitarse, pero no se perdió ya que este tipo de técnica hace que las blusas de estas comunidades sean originales y exclusivas al no ser producidas de forma masiva. Entonces en el año 2000 empezaron a elaborar blusas hechas a computadora y la producción fue mucho más grande y los productores incrementaron su economía, en la actualidad los productos elaborados a mano fortalecen la cultura e identidad de los pueblos originarios. Además, entidades como GAD Parroquial La Esperanza, Coordinación de Participación y Control Social, Los presidentes de cada una de las

comunidades realizan eventos y desfiles en los que se eligen una persona de cada comunidad originaria para que represente a las diferentes comunidades con la finalidad de conocer estilos y técnicas variadas de la vestimenta tradicional.

Marqu ez (2018) afirma que las vestimentas de las comunidades originarias se venden por catálogo.

Blusas, anacos, rebozos, y una variedad de prendas y accesorios de la cultura Puruh  se exhiben en catálogos de ventas que ya recorren todo el país. Empri Runapak Churay, una empresa que comercializa ropa indígena por catálogo, tiene como público objetivo los migrantes chimboracenses y de otras culturas, que viajaron del campo a la ciudad. Ellos ofrecen toda la indumentaria indígena bajo pedido. Así los clientes reciben su orden en su domicilio, independientemente de la ciudad en la que vivan. La empresa cuenta con 75 agentes de ventas en 20 ciudades del país.

Seleccionaron diseños modernos para atraer la atención del público joven. La comercialización de las prendas por catálogo surgió como parte de la estrategia para llegar a todo el país. Ayol esperaba posicionar y difundir la ropa indígena a la par de otras marcas conocidas. La empresa surgió también con una finalidad de ayuda social, parte de los ingresos se destinarán a la creación de la Fundación Empri. Facturación. Empri factura mensualmente USD 1 700 en promedio. Convenios. En el catálogo también se exhiben prendas como fajas y cintas fabricadas en otras comunidades. (Marquez, 2018)

En la comunidad de Rumipamba Grande se han desarrollado diferentes diseños y se ha ocupado diferentes materiales para la elaboración de la vestimenta tradicional los mismo que tienen un estilo juvenil, escotes, bordados a mano muy coloridos. Existen muchas personas que se han dedicado a la elaboración de vestimentas tradicionales porque existe el consumo diario en este producto y para eventos, ceremonias y fiestas

tradicionales los atuendos se venden mucho más, ya que todas las personas quieren lucir ropa nueva en estas fechas tan especiales. Los productores en el mes de febrero, mayo, junio, julio, agosto y diciembre tienen un incremento en ventas mucho más alto que en otros meses siendo las personas de esta comunidad los potenciales consumidores.

Ahora los bordados a mano se han convertido en una tendencia para las comunidades originarias porque lo están utilizando en las diferentes prendas para dar realce a la identidad de las mujeres originarias. En los certámenes de belleza se presentan con el atuendo tradicional llamando la atención de clientes potenciales que buscan nuevas para sus productos y sobre todo se han realizados varias ferias para la demostración de este producto en diferentes países a nivel nacional e internacional.

Pombo (2015) afirma que,

“En los años 90 Argentina produjo una colección de modelos de pasarela que triunfarían en el exterior, por su funcionalidad al estereotipo de belleza normativizado por la estética de las supermodelos internacionales. “

1.21 Entidades que apoyan trabajos de las comunidades originarias

Cielo, es una entidad que apoya a los negocios rurales y sobre todo apoya el trabajo de las comunidades originarias. Solís (2018) afirma que,

Es un emprendimiento en el que participan 83 empresas dedicadas a los sectores de restaurantes, transportes, elaboración de vinos y licores, productos del campo y del mar, minería artesanal, artesanía, talladores de madera y productos del bosque, entre otros. Esta entidad integra a miembros de comunidades originarias. Los antecedentes de esta organización son la Red Indígena de Turismo de México que se dedicaba a detonar y fortalecer empresas indígenas en el sector turismo que tuvo presencia en 12 estados del país y 16 pueblos indígenas, no solamente se

dedican a al turismo sino también a todos los emprendimientos de las comunidades para obtener variedad de productos los mismos que fortalezcan la economía de los artesanos, generar empleos, contribuir al desarrollo y fortalecimiento de las culturas y mostrar un nuevo camino para trabajar en sus propios territorios.

En esta entidad todas las empresas son innovadoras y creativas las mismas que crean productos inspirándose en la riqueza y diversidad de las culturas tradicionales del mundo, también se encargan de fomentar el desarrollo empresarial de cada una de las comunidades para impulsar el crecimiento económico. Los ingresos derivados de la venta de artesanía fabricada de acuerdo con métodos, técnicas y conocimientos tradicionales, transmitidos a lo largo de generaciones, suelen ser fundamentales para el sustento de muchas comunidades y familias.

Las comunidades originarias realizan productos basados en conocimientos y expresiones culturales tradicionales, con diseños que también están conectados con la identidad de los pueblos originarios. Muchos de los objetos, imágenes o símbolos comercializados son de gran importancia.

“Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (2007), que establece que los pueblos indígenas "tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su propiedad intelectual de dicho patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales y sus expresiones culturales tradicionales" (artículo 31).

Para mejorar el conocimiento de las cuestiones relativas a la propiedad intelectual y la protección de los bienes tradicionales, la OMPI organizó en diciembre de 2013 un taller práctico en Ginebra. El taller, llevado en parte por becarios indígenas de la OMPI, reunió a 13 participantes, todos bien versados en cuestiones indígenas, de las siete regiones

geoculturales reconocidas por el Foro Permanente de las Naciones Unidas para las Cuestiones Indígenas. En los últimos años las comunidades originarias trabajan en sus propios emprendimientos y participan en ferias y eventos culturales para dar a conocer sus productos, los mismos que poseen gran acogida tanto a nivel nacional como internacional.

Las personas de las diferentes etnias tienen cada uno sus propios conocimientos y expresiones culturales y trabajan en emprendimientos e iniciativas mundiales que ganen reconocimiento y experiencia intercultural. Trabajan en iniciativas mundiales, creativas e innovadoras que requieren cierto grado de conocimientos y experiencia intercultural el mismo que ayudará a mejorar el sistema de propiedad intelectual en cada una de las comunidades y a demás fortalecen el desarrollo y entendimiento de los mismo logrando crear una base sólida en su identidad cultural. (Vézina, 2014)

Emprendimientos productivos de souvenirs y artesanías con enfoque de lojanidad e identidad ancestral. Burneo Villamaga (2016) afirma que,

El diseño es muy importante en la identidad de una comunidad porque ayuda a generar un producto que sea representativo de un territorio. Los pueblos y comunidades ancestrales ecuatorianos mantuvieron y recrearon un patrimonio cultural que constituye la producción de productos con identidad, las mismas que tienen la enorme potencialidad de convertirse en la base para una creación original, coherente, de alto valor cultural y estético. Para transmitir la cultura es necesario conocer algunos aspectos de las comunidades tales como idioma, vestimenta, cultura, tradiciones, ceremonias, rituales y cosmovisión de las comunidades originarias. Dentro del evento lo hemos considerado en la línea de Innovación en los emprendimientos y las MIP y ME. Con el diseño lo que se pretende es eliminar algunas falencias en el desarrollo de los productos y la difusión gráfica que represente la cultura de un territorio, la cual se puede plasmar

en revitalizar la cultura con nuevos iconos y conocer el lenguaje artístico con raíces culturales e históricas, buscando la transferencia de la memoria histórica, para así crear identidad cultural, incentivando el turismo, la cultura, y por ende el desarrollo local y regional. Este tipo de proyecto en diseño aporta con la creación de patrones gráficos, generación de prototipos de diseño, futura producción semindustrial. La incorporación de los saberes ancestrales y la identidad para crear patrones de diseño contemporáneo que puede ser expresado en producción de productos en diferentes gamas artesanales que permita que pequeños emprendimientos produzcan de manera adecuada. (Burneo Villamagua , 2016)

1.22 Comercialización de productos artesanales.

El fomento artesanal está atravesado actualmente por las concepciones sobre el patrimonio como producto que se ofrece en un mercado de bienes simbólicos (Nivón, 2010). En buena medida, las nuevas dinámicas están relacionadas con los enfoques de desarrollo "local" o "endógeno", los cuales proponen concebir a los bienes y prácticas ligadas a la identidad de los grupos sociales como recurso para el desarrollo en áreas rurales en condiciones económicamente deprimidas. Son impulsados y financiados por organismos internacionales y agencias de cooperación (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo), y gran parte de los recursos se canalizan a través de ONG que trabajan con poblaciones focalizadas. Tal como vimos, el fomento a la comercialización artesanal como modo de enfrentar la pobreza no constituye una novedad. Sin embargo, este modelo implica redefiniciones sobre dichos bienes y prácticas en función de las nuevas orientaciones.

Según esta propuesta, los artesanos desarrollan productos de carácter alimenticios, artesanías, música, festividades, etc. Mismos que presentan un gran consumo en los países europeos, donde se desarrollan nuevos patrones de consumo, caracterizados por la valoración de lo natural, étnico, tradicional, cultural, identidad y único en los aspectos de elaboración. La globalización ha permitido ampliar los mercados, ya que permite que los productos y las personas viajen, para ofrecer sus productos a extranjeros con la finalidad de que estos productos sean competitivos en la comercialización artesanal, ya que la finalidad de este proyecto es la comercialización de productos elaborados por personas de pueblos originarios, mismo que es un sustento y recurso para el desarrollo.

Benedetti (2011) afirma que las ONG (Organización no Gubernamental): fomento artesanal y comercialización.

“Involucra a organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales, agencias de cooperación, fundaciones y otros agentes que conciben que intervenir en la intermediación mercantil puede revertir las condiciones de vida de productores excluidos y marginados”

Para estas entidades es muy importante realizar la fijación de precios de los productos en el que se enfatiza que los productos mercantilizados a través de esta modalidad no implican daños medioambientales, ni involucran explotación infantil y respetan la equidad de género, entre otras cuestiones. Al mismo tiempo, se destacan a las comunidades originarias como actores sociales y políticos, que desarrollan importantes transformaciones en las políticas indigenistas en América Latina, las cuales están centradas en la construcción del pluriculturalismo en los estados nacionales y en el reconocimiento de los derechos de estos pueblos a sus territorios y a mantener sus formas culturales propias.

En esta línea, dichas instituciones enfatizan en el respeto de la diversidad cultural en las propuestas actuales sobre desarrollo, con mayor presencia de pueblos originarios para la participación en estos programas y proyectos. En relación con las artesanías, los indígenas comenzaron a ser situados como actores relevantes en el discurso medioambiental (por parte de organismos internacionales, ONG, instituciones nacionales), concebidos como "guardianes de la naturaleza", que protegen el medio ambiente y dan esperanzas para la crisis ambiental. (Benedetti, 2011)

Rotman (2010) afirma que los canales de venta son,

En la actualidad hay una fuerte promoción del turismo en la región y los registros dan cuenta del fuerte crecimiento de la actividad en el lugar más transcurrido por las personas que puedan apreciar y adquirir los productos. Algunas de las comunidades que viven en zonas turísticas tienen más ventaja ya que se hallan en mejores condiciones de acceso al turismo. Los talleres en donde están los artesanos constituyen un canal de venta más óptimo para cualquier producto, ya sean tejidos, artesanías, vestimenta tradicional, etc., sosteniendo un buen funcionamiento. El diseño cumple un papel fundamental cuando promociona a los productos, creando materiales publicitarios.

Las distintas ferias que funcionan en la ciudad conforman otros canales de expendio que utilizan las comunidades originarias: para ubicar sus piezas en los espacios donde venden su producción. También se expenden los productos a locales comerciales, algunos artesanos venden también a comercios de otras ciudades de la provincia.

Un canal de venta es de suma importancia para cualquier emprendimiento o empresa. Las mejores condiciones de vida que posee la comunidad, contar con un local de venta directa al turismo y elaborar principalmente

tejido rubro para el cual otros canales de expendio ofrecen precios mayores son factores que motivan esta decisión. (Rotman, 2010)

1.23 Artesanías del Ecuador

Mancheno (2019)

“Riqueza histórica y cultural, Ecuador es un país con una amplia gama de artesanías, elaboradas por artesanos y artesanas de todo el país, quienes realizan trabajos de alta calidad, que tienen mucho prestigio y reconocimiento en mercados internacionales”.

Uno de los lugares más importantes en la ciudad de Otavalo, en la provincia de Imbabura, es el mercado más conocido como “Plaza de Ponchos”, en donde se ofrece una gran variedad de productos artesanales, en este lugar están personas de este pueblo originario. Así mismo a este lugar llegan muchas personas del extranjero, los mismo que compran estos productos. Este es un colorido y fantástico lugar en el que se puede hallar un sinnúmero de artesanías, comercializadas mayormente por población Kichwa de la provincia. Entre algunos de sus productos, se destacan los ponchos, bufandas, blusas bordadas, pantalones, cojines, tejidos de lana de alpaca, tejidos de lana de oveja, tapices, guantes, sombreros, instrumentos musicales y mucho más. Esta feria se realiza todos los días, pero sus días de mayor apogeo y movimiento son los miércoles y sábados. Este es, sin lugar a dudas, un destino imperdible de Ecuador, no dejes de visitarlo. (Mancheno , 2019)

También tenemos lugares como Plazoleta Francisco Calderón en la ciudad de Ibarra, ARTEC Artesanías, Refugio Terra Esperanza, Sarum Maki Yachay, Plazoleta Rumipamba; todos estos lugares ubicados en la Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra y Provincia Imbarura ofrecen variedad de productos hechos a mano.

2 CAPÍTULO II

2.1 DISEÑO METODOLÓGICO

2.2 Tipo de investigación

Investigación histórica comparativa: La investigación histórica describe, analiza, e interpreta los acontecimientos del pasado y el presente sobre el desarrollo de la moda y las modelos de los pueblos originarios. Se recopila información en medios como: libros, páginas web, revistas indexadas, publicaciones indexadas, prensa escrita, fan page.

La investigación se realiza para conocer el proceso y el desarrollo de la vestimenta tradicional en la comunidad de Rumipamba Grande con la finalidad de fortalecer la identidad de la mujer originaria y promover la interculturalidad a través de un sistema de comunicación visual propio de la comunidad, para ello se realizaron encuestas y entrevistas a productores y a personas que consumen con frecuencia este producto de identidad cultural.

Muestreo

Para este estudio se toma en cuenta a las modelos, hombres y mujeres de la comunidad, productores que son expertos en el tema de la vestimenta tradicional y consumidores potenciales del producto. Todas estas personas pertenecen a este estudio de mercado de la Comunidad Rumipamba Grande que se encuentra en la provincia de Imbabura. También se incluye a las personas que consumen de manera frecuente el producto artesanal.

2.3 Método de la investigación

2.3.1 Método deductivo

Parte de la investigación general a lo particular en el que se investigó temas que se relacionan con la moda tales como desfiles, pasarelas, tendencias de moda, certámenes de belleza, promociones de la vestimenta tradicional en las redes sociales que buscan promover la economía de los pueblos originarios, agencias de modas a nivel global, Latinoamérica, nacional, local.

2.4 Técnicas de investigación

La técnica de investigación es indispensable en este proceso ya que nos permite recopilar la información necesaria para sustentar el proyecto.

2.4.1 La entrevista

Se realizó entrevista estructurada a 6 productores artesanales que poseen emprendimientos que comercialicen vestimentas tradicionales, esta herramienta nos permite la recopilación de información mediante una conversación con productores y profesional. A la vez la entrevista permite conocer la importancia, puntos de vista, percepción del público, calidad de producto, precio, materiales, satisfacción del grupo objetivo. Esta herramienta permite profundizar el tema de experiencia en el campo laboral de la producción de la indumentaria originaria.

Preguntas de entrevista

Entrevista Estructurada

1. ¿Cuáles son los productos que han evolucionado con más rapidez dentro del mundo de la moda en las comunidades originarias?
2. ¿De qué material están hechas sus productos y cuánto tiempo se demora en la elaboración del atuendo?

3. ¿Cuál es la diferencia más importante entre productos elaborados a mano y productos industrializados
4. ¿Cuál es el precio de cada uno de sus productos y cuál de estos productos es el más vendido?
5. ¿Cuál es la cantidad promedio de elaboración en vestimentas tradicionales semanalmente?
6. ¿Qué herramientas considera importantes para la elaboración de sus productos?
7. ¿Dónde comercializa sus productos y qué materiales considera importantes para la elaboración de sus productos?
8. ¿Qué aspectos considera más importantes para la elaboración de sus productos?

2.4.2 La encuesta

La encuesta está dirigida a las modelos y a personas que consumen el producto cultural y por medio de la encuesta se pueda conocer la opinión y la valoración sobre las modelos y la moda de los pueblos originarios.

Esta encuesta se realizará para obtener resultados sobre precios, calidad, estereotipos, estilos, diseño, estética y variedad.

2.5 FICHA TÉCNICA

Definición de los objetivos de la investigación.	<p>Se realiza la investigación con el fin de recopilar información sobre las representaciones visuales enfocadas en las vestimentas de las mujeres en el contexto de la modelo y la moda de los pueblos originarios.</p> <p>Generar una encuesta y entrevista sobre la importancia y la actividad artesanal que permite fomentar la interculturalidad a través de la vestimenta tradicional.</p>
Descripción del Universo.	<p>Personas que viven en la comunidad de Rumipamba Grande en la provincia de Imbabura tales como modelos, productores de la vestimenta, consumidores potenciales del producto que es la vestimenta tradicional de los pueblos originarios; personas de un nivel socioeconómico medio y alto que tienen intereses por la cultura, costumbres, música, danza, modelaje para fortalecer la identidad Caranqui.</p>
Metodología de selección de la muestra.	<p>Se realizó encuestas online y físicas a consumidores y modelos de la comunidad, también entrevistas a los productores.</p>
Tamaño muestral.	<p>Se realizó una entrevista estructurada a 6 productores que confeccionan la vestimenta</p>

	<p>tradicional para la comunidad de Rumipamba Grande</p> <p>Las encuestas se realizaron a 100 personas entre ellos hombres y mujeres que pertenezcan al estudio de mercado, personas que sean económicamente activos, de un rango de edad de 25 a 45 años que vivan en la comunidad de Rumipamba Grande y que tengan poder adquisitivo para comprar la vestimenta tradicional. Se encuestó a 40 hombres y 60 mujeres de la comunidad con la finalidad de recopilar información importante sobre precios, estilo, estética, estereotipos.</p>
<p>Margen de confianza y margen de error con el que se presentan los resultados.</p>	<p>5% de margen de error</p> <p>95% margen de confianza</p> <ul style="list-style-type: none"> • N = 400 • K= 1.15 • e=5 • p=0.5 • q=1-0.05 • n=100 es el tamaño de la muestra
<p>Técnica aplicada para realizar el trabajo de campo.</p>	<p>Se realizaron entrevistas a productores confeccionistas de la vestimenta tradicional y encuestas a los potenciales consumidores de la comunidad de Rumipamba Grande.</p>
<p>Período de recogida de la información.</p>	<p>Del 1 de noviembre al 1 de diciembre del 2020</p>

2.6 RESULTADOS: Metodología de procesamiento de datos (interpretación)

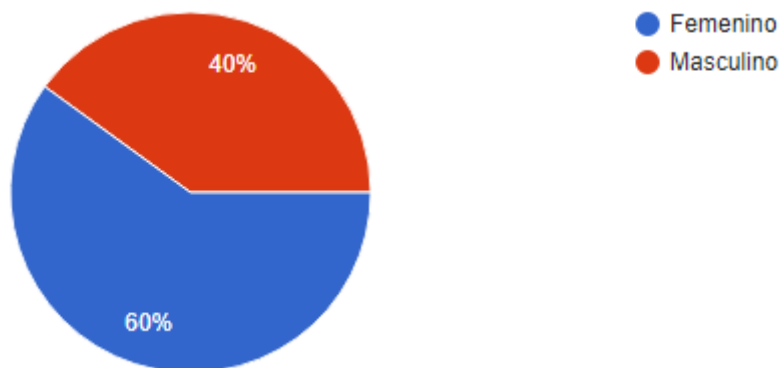
2.6.1 ENCUESTA PARA CONSUMIDORES

La encuesta se aplicó a 100 personas entre ellos están los consumidores potenciales y modelos del mercado de estudio, que se encuentran en la comunidad de Rumipamba Grande. La finalidad de desarrollar esta encuesta es recopilar información sobre la aceptación de las modelos y la moda de las comunidades originarias.

Se desarrollaron 10 preguntas con 10 variables.

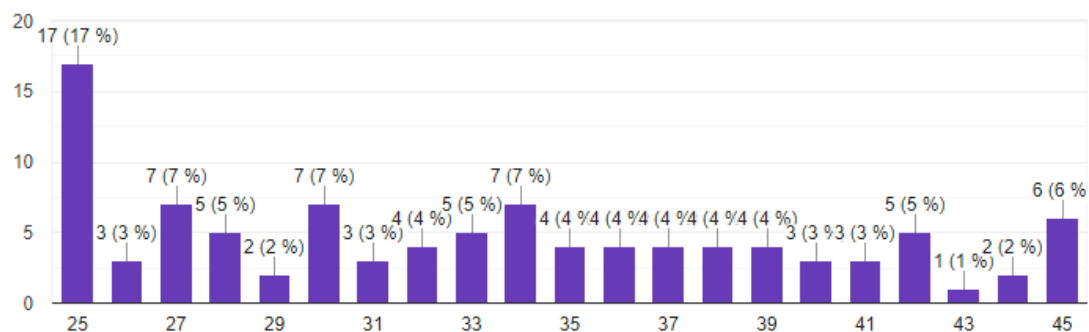
Género

Gráfico 1



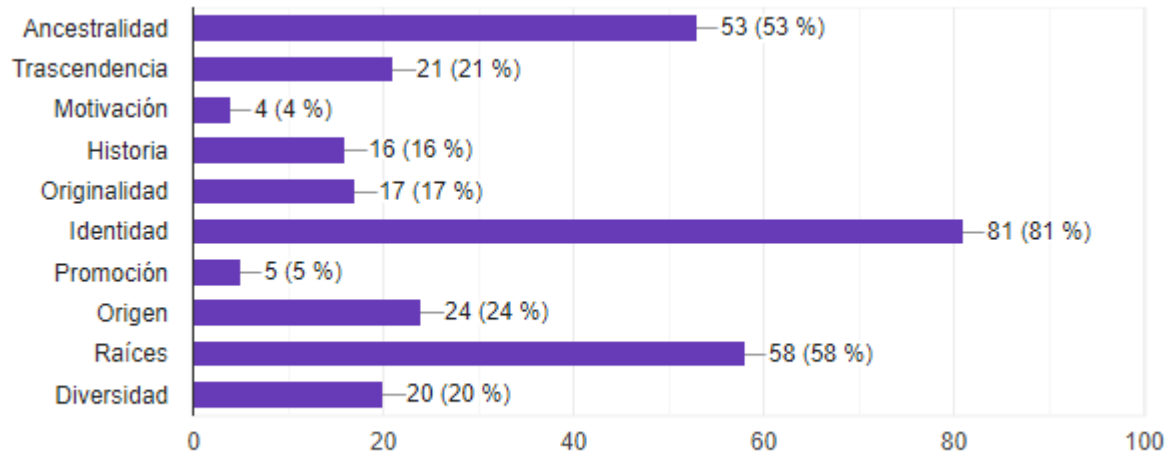
Edad

Gráfico 2



1. ¿Por qué cree usted que se debe conservar la vestimenta tradicional dentro de las comunidades originarias? Elija 3 opciones.

Gráfico 3

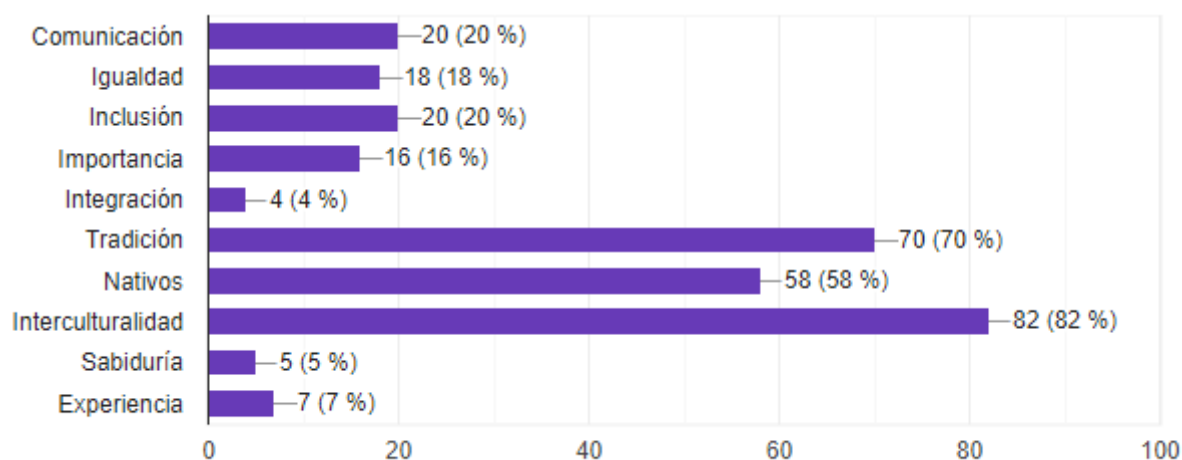


Interpretación:

De acuerdo a los resultados de las encuestas se concluye que se debe conservar la vestimenta tradicional para el fortalecimiento de la identidad, conservar la ancestralidad y mantener viva las raíces de una cultura.

2. ¿Cuáles son los motivos por los que la vestimenta tradicional es considerada primordial dentro de las comunidades originarias? Elija 3 opciones.

Gráfico 4

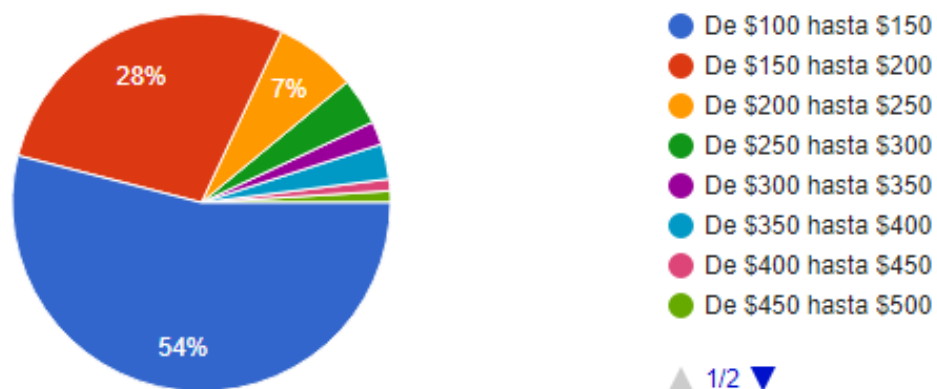


Interpretación:

En la comunidad de Rumipamba Grande las mujeres utilizan la vestimenta tradicional por motivos muy importantes como la tradición, ser nativos y por fomentar la interculturalidad dentro de las comunidades ya que el tema cultural es un pilar fundamental en el desarrollo de las misma que une gente por medio de la danza, folklor, música, tradición y ancestralidad.

- 3. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un conjunto de vestimenta tradicional (que incluye blusa, falda, chal, alpargate, y faja) de las comunidades originarias tomando en cuenta el tipo de material, diseño, estilo, tiempo de elaboración? Escoja 1 opción.**

Gráfico 5

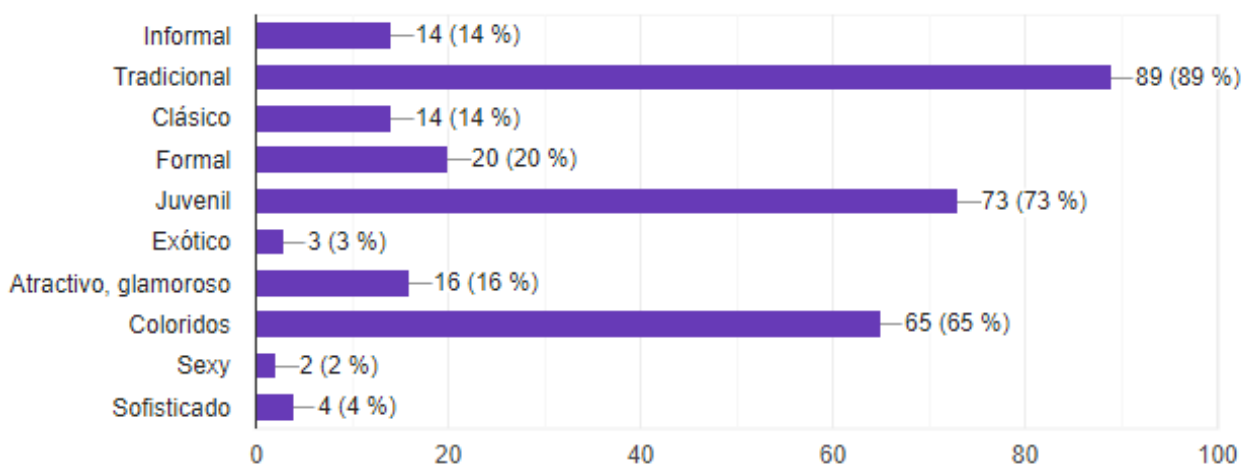


Interpretación:

El precio promedio que están dispuestos a pagar por la vestimenta tradicional es desde \$100 hasta \$250 dólares, tomando en cuenta la confección, tiempo, materiales y estilos para la elaboración.

4. **¿Cuál cree usted que es el tipo de vestimenta que se consume con más frecuencia en las comunidades originarias? Elija 3 opciones.**

Gráfico 6

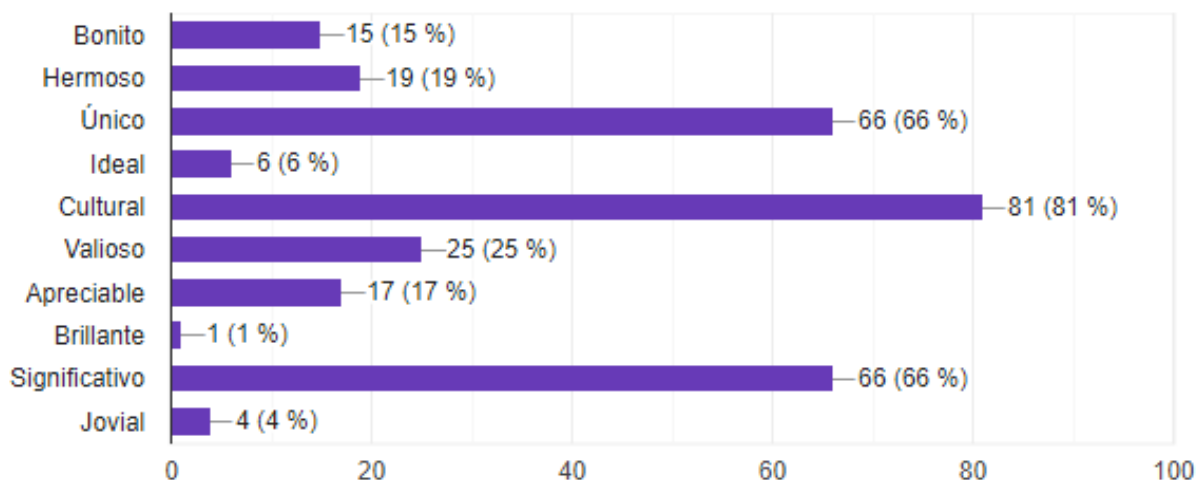


Interpretación:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a hombres y mujeres de la comunidad Rumipamba Grande se determina que la vestimenta tradicional representa la identidad de un pueblo, cultura o nación. También en los últimos años se han innovado los productos para que tengan un estilo más juvenil y que sean coloridos para darle realce a la mujer de esta comunidad por lo que tienen más preferencia por la vestimenta tradicional.

5. **¿Cómo interpreta usted la vestimenta tradicional en las comunidades originarias? Elija 3 opciones.**

Gráfico 7

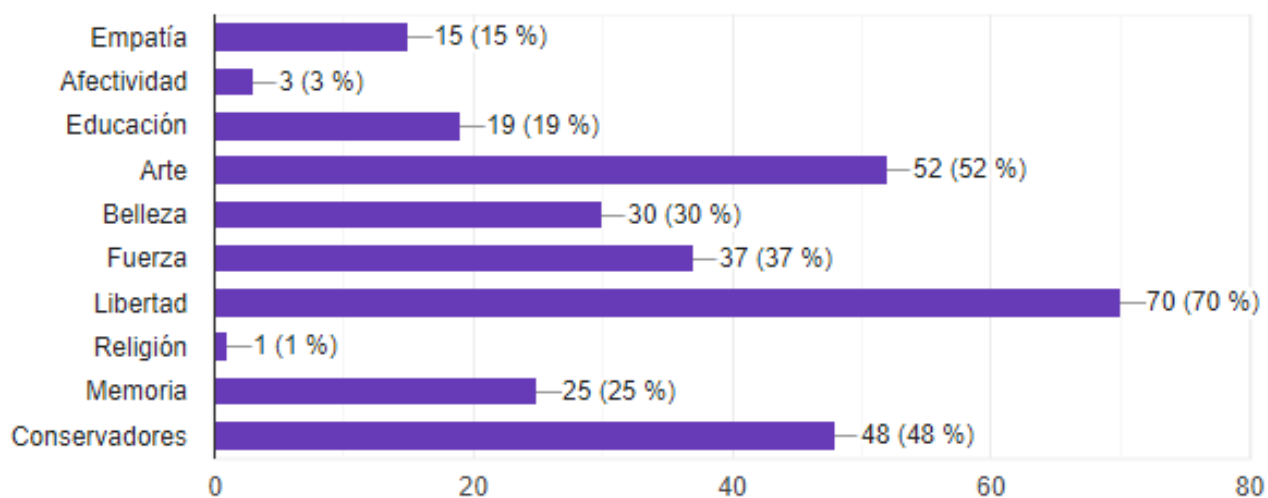


Interpretación:

En cuanto a la percepción de los comuneros sobre la vestimenta tradicional se obtuvo los siguientes resultados que consideran importantes como: representación de la cultura de un pueblo con creencias, principios y forma de vida que permite a las personas de esta comunidad ser más libres y expresar lo que son y sienten. De la misma manera la vestimenta tradicional es única y significativa que logra manifestarse fomentando la diversidad cultural.

6. **¿Cuáles son los valores culturales que considera más importantes de la vestimenta tradicional de las comunidades originarias? Elija 3 opciones.**

Gráfico 8

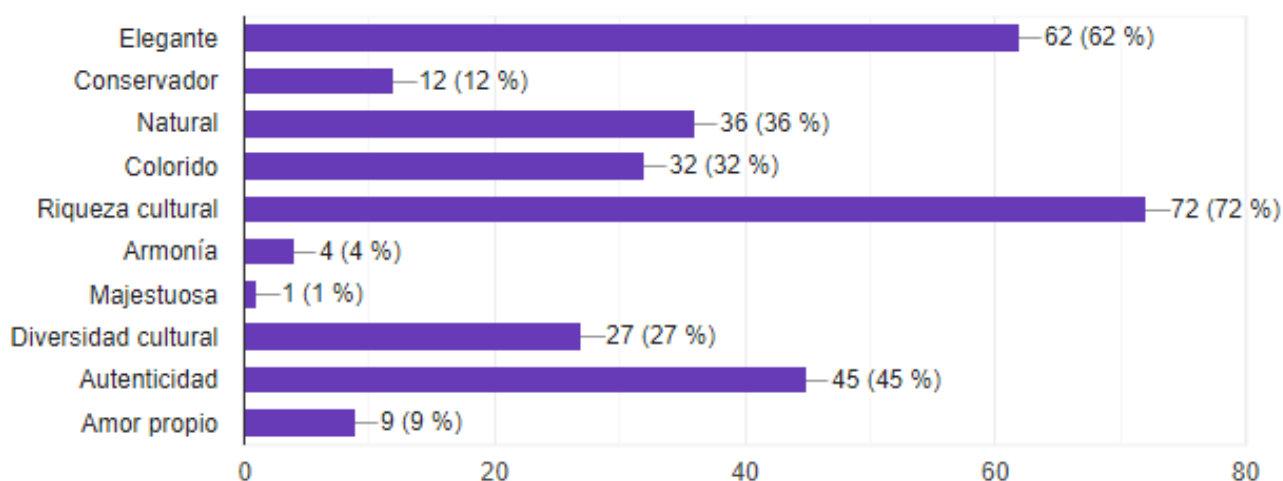


Interpretación:

Los valores culturales como el arte, ser conservadores y la libertad dentro de una comunidad son muy importantes y representa la esencia de pertenecer a una comunidad originaria, también los valores influyen mucho en las conductas y las actitudes de las personas para determinar pensamientos, creencias y actitudes que da sentido de pertenencia.

7. ¿Qué imagen debe proyectar la modelo de productos de moda de las comunidades originarias a los consumidores? Elija 3 opciones.

Gráfico 9

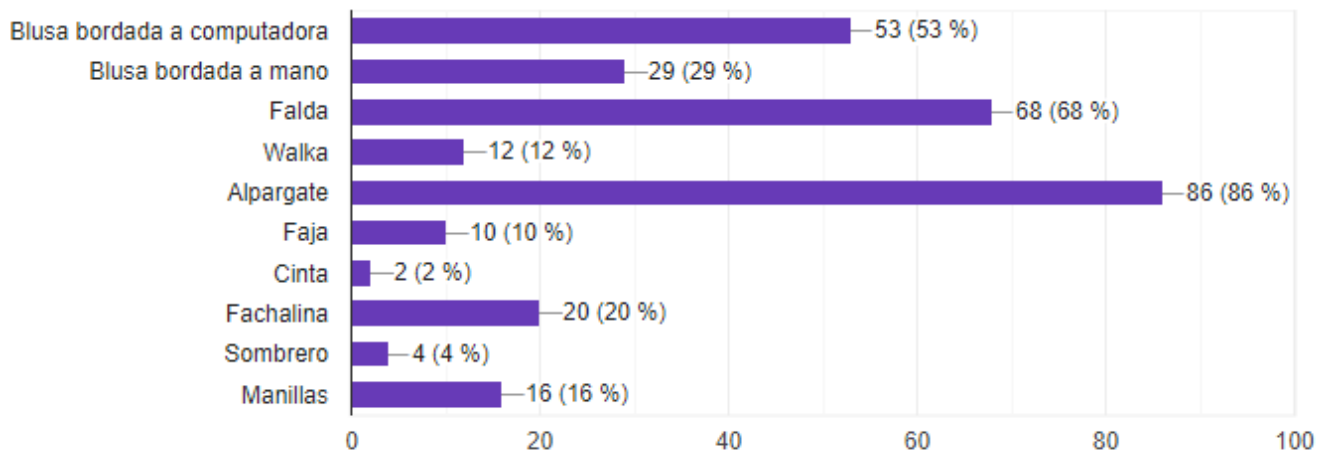


Interpretación:

En base a encuestas aplicadas a personas de la comunidad de Rumipamba Grande se puede concluir que los modelos de las comunidades originarias deben lucir natural, elegante y que logre representar riqueza cultural a través de la vestimenta ya que se busca transmitir experiencia cultural para fomentar la interculturalidad.

8. ¿Qué pieza compra con más frecuencia en una tienda de modas de las comunidades originarias? Elija 3 opciones.

Gráfico 10

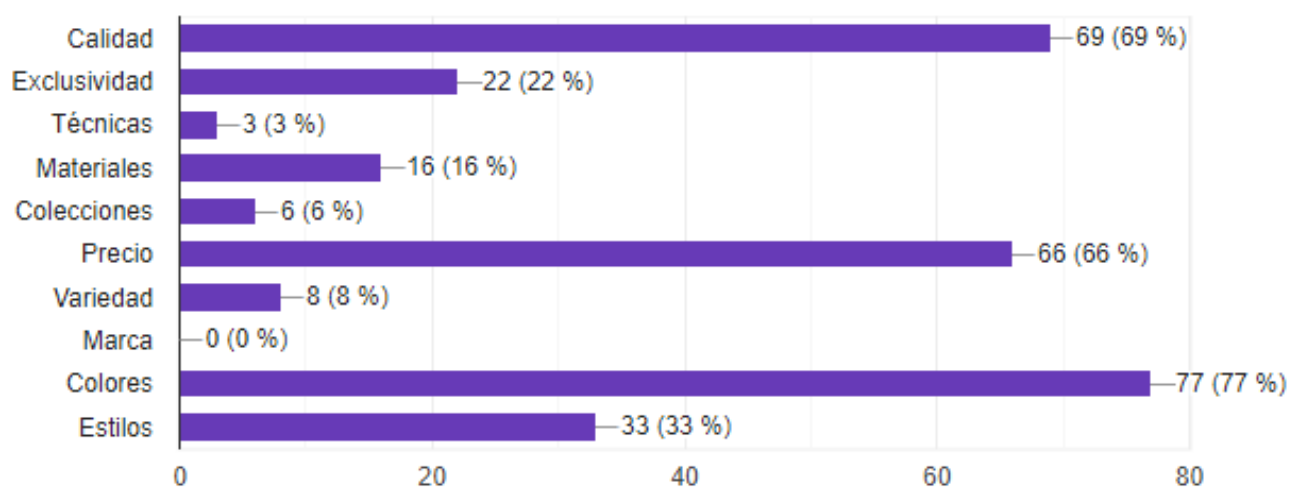


Interpretación:

Los productos que más se consumen en un local que vende productos de ropa tradicional son: blusa computarizada porque son coloridos y se producen de manera masiva, con una gran gama de colores, también se compra mucho lo que es la falda o centro porque tienen preferencia de adquirir la parada completa que es la falda y la camisa. El alpargate es muy esencial para combinar con la parada. Entonces estas tres prendas son las más consumidas por su estilo e innovación a lo largo de estos años.

9. ¿Cuáles son las características que usted considera importantes antes de adquirir la vestimenta tradicional de las comunidades originarias?
Elija 3 opciones.

Gráfico 11

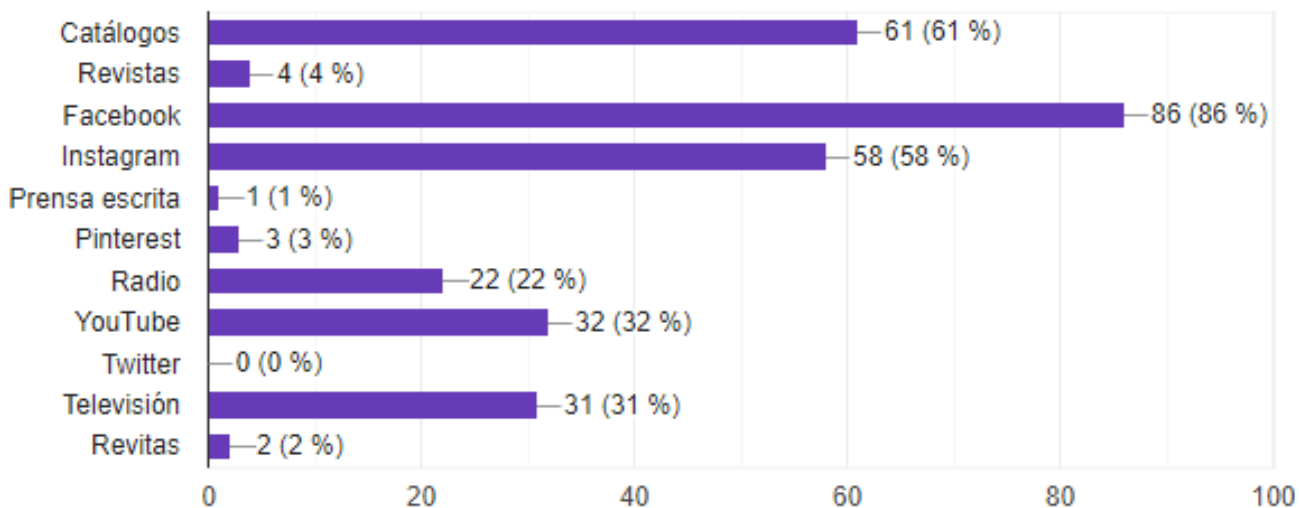


Interpretación:

Los consumidores de la vestimenta tradicional al comprar los productos toman en cuenta la calidad de los productos, también es muy importante el precio para la adquisición del mismo y sobre todo buscan una gran gama de colores ya que cada año salen vestimentas con colores y modelos nuevos.

10. ¿Cuál es el medio de comunicación más frecuentemente utilizado por usted? Elija 3 opciones.

Gráfico 12



Interpretación:

De acuerdo a la encuesta aplicada a los comuneros se puede concluir que los medios de comunicación que tienen más acogida son las redes sociales, tales como Facebook e Instagram mismos que permiten interactuar con personas de diferentes lugares del mundo; y por otro lado tenemos Televisión que es un medio de comunicación masiva.

2.6.2 Entrevista estructurada a productores

Se realizó la entrevista a 6 productores de la vestimenta tradicional con un fin determinado que es establecer una conversación para conocer el punto de vista de cada uno de ellos en temas que se refieren a evolución de los productos, materiales, calidad, precio, tiempo de elaboración, herramientas, lugar de comercialización y aspectos importantes para la venta de sus productos.

1. ¿Cuáles son los productos que han evolucionado con más rapidez dentro del mundo de la moda en las comunidades originarias?

De acuerdo a las entrevistas realizadas se puede concluir que las prendas que han tenido mayores cambios a lo largo de estos años son las blusas computarizadas, blusas bordadas a mano, la falda o centro y también los alpargates, estos productos han logrado adaptarse a las nuevas tendencias y la personas optan por el consumo de ropa tradicional pero que esté a la moda.

2. ¿Cuáles son las calidades del material que están hecha sus productos y cuánto tiempo se demora en la elaboración del atuendo?

En lo que se refiere a material y calidad de los productos se concluye que para el armado de las blusas se utiliza telas importadas de Colombia que son tipo seda, para las faldas se utilizan algodón y lanilla. Para blusas que tienen bordados computarizados se usan hilos de poliéster y para los bordados a mano se usa los hilos de seda y también retazos de tela con los que se hace la falda. El tiempo de elaboración depende del diseño que se esté haciendo puede ser desde un día hasta semanas.

3. ¿Cuál es la diferencia más importante entre productos elaborados a mano y productos industrializados?

La diferencia más significativa entre productos elaborados a mano e industrializados es la calidad entonces los productos elaborados a manos son mucho más sofisticados, tiene un acabado diferente, es más fino e incluso llama la atención porque estos no se producen de manera masiva y tiene un valor mucho más elevado por el hecho de que son productos únicos porque bordan diferentes mujeres y cada uno lo hace a su gusto y también porque aporta mucho al cuidado del medio ambiente. Ahora los productos industrializados se consumen por el hecho de tener un acabado perfecto y bonito, pero esto se produce de manera masiva y cualquier persona puede adquirir una prenda con el mismo diseño y con los mismos colores y son menos duraderos.

4. ¿Cuál es el precio de cada uno de sus productos y cuál de estos productos es el más vendido?

Los precios de los productos siempre varían, dependiendo de factores como el color, diseño, técnicas de confección, bordado en relleno o en ralito, armado de la camisa el precio puede ir variando. El precio de cada producto puede variar dependiendo del diseño de armado, el tipo de tela que se utilice para el armado. Los productos más vendidos son: camisa, falda, alpargate, chal.

El precio promedio de la parada completa que incluye (falda y camisa) es de \$150 hasta \$300

La blusa computarizada tiene un precio promedio de \$75 a \$80 dólares. Las blusas más vendidas son las industrializadas

Las blusas bordadas a mano cuestan de \$100 dólares en adelante por lo que es más laborioso y cuesta más.

El precio de la falda depende del adorno en la greca para darle un valor a este producto: si la greca es ancha, mediana o corta, el precio puede aumentar si la falda es bordada. Precio promedio de \$40 a \$65 dólares.

Las manillas tienen un costo de \$3 a \$5 dólares.

Las hualcas las más económicas son de \$30 dólares y las originales cuestan de \$80 dólares en adelante. Los precios de las hualcas dependen de si está listo para utilizarlos cuesta \$130 dólares, pero si se adquiere por nasos cuesta 65 dólares y varía dependiendo del tamaño y llega hasta los 150 dólares, no tienen un precio fijo.

Las alpargatas tienen un precio de \$5 dólares las normales.

Las alpargatas hechas de cabuya tienen un costo desde \$10 hasta \$45 dólares.

Los diseños de bordados cuestan \$3 dólares

El hilo en seda cuesta \$1 dólar y un retazo de tela que es utilizado para bordar tiene un costo de \$2 dólares.

5. ¿Cuál es la cantidad promedio de elaboración en vestimenta tradicional semanalmente?

La cantidad promedio de producción en vestimenta tradicional depende de la empresa por ejemplo una empresa grande produce de 20 hasta 30 paradas semanalmente y los emprendimientos o locales pequeños producen desde 5 hasta 10 paradas semanalmente. También influye mucho la temporada por ejemplo hay mucha demanda cuando empiezan las fiestas del Inty Raymi en el que las mujeres optan por utilizar la vestimenta tradicional y con colores que estén a la moda en esa temporada.

También cabe recalcar que una blusa computarizada puede demorar de 2 a 3 horas, en cambio para hacer productos bordados a mano se demora una semana o más, depende del diseño.

6. ¿Qué herramientas considera importante para la elaboración de sus productos?

Las herramientas más esenciales para los productores son: hilos, aguja, máquinas, materiales, telas, computadora con acceso a internet para mantenerse informados y siempre estar actualizados para seguir innovando y estar preparados a los cambios que piden los consumidores.

7. ¿Dónde comercializa sus productos?

Los productores en esta comunidad comercializan la vestimenta tradicional en sus locales en donde cuentan con una gran gama de colores, estilos y tendencias ya que cada año salen nuevos colores, otros producen desde su hogar y muchas veces trabajan bajo pedido y la entrega se hace a domicilio. También aprovechan la tecnología para promocionar la vestimenta por medio de las redes sociales tales como Facebook e Instagram, ya que no cuenta con un catálogo de productos.

8. ¿Qué aspectos considera más importantes para la elaboración de sus productos?

Pensando siempre en el consumidor los productores hacen productos para satisfacer las necesidades de sus clientes, siempre tomando en cuenta que la vestimenta debe ser innovada de una manera en que se conserve lo autóctono. De la misma manera la persona que confecciona la vestimenta debe hacerlo realmente porque le gusta su trabajo. También tener mucho cuidado en todo lo que hace y poner valor, empeño, cariño en la realización de los productos.

El aspecto económico es muy importante ya que influye en la obtención del material para el desarrollo del producto.

2.7 Validaciones

2.7.1 Gerente General Editorial Taquina

La validación se realizó con Saraswati Rivadeneira, por su capacidad y profesionalismo en temas técnico y teóricos para analizar y describir diseño, cromática, línea gráfica y maquetación del catálogo; planteados para la propuesta “Diseño y representación visual de la vestimenta, la modelo y la moda femenina en el contexto de los pueblos originarios de la comunidad de Rumipamba Grande de la Provincia de Imbabura” con el objetivo de obtener la opinión de profesionales que ayudan exponiendo sus puntos de vista. De esta manera aplicar las correcciones pertinentes sobre la gráfica desarrollada para la obtención de acogida por parte del público objetivo.

2.7.2 Felipe Trávez

La validación también se realizó con el Msc. Felipe Trávez, docente de la Universidad UTE de la carrera de Diseño Gráfico; un profesional que tiene la capacidad técnica y teórica para exponer sus ideas y punto de vista sobre la propuesta planteada en el catálogo de moda étnica, con el objetivo de obtener un producto que sea de acogida para el grupo objetivo, realizando las correcciones pertinentes para mejorar la presentación de la propuesta gráfica.

3 CAPÍTULO III

3.1 PROPUESTA Y PRESUPUESTO

3.2 Presupuesto de producto

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTE UNITARIO	TOTAL
Investigación	1	\$ 0	\$ 0
Encuestas y entrevistas	100	\$ 0	\$ 0
			\$ 0
Personal artístico			
Modelos	1 (10 días)	\$ 40	\$ 400
			\$ 400
Personal técnico			
Producción	1(10 días)	\$ 0	
Fotografía – cámara	1 (10 días)	\$ 0	
Maquillaje	1 (10 días)	\$ 10	\$ 100
			\$ 100
Escenografía			
Escenario	3 (10 días)	\$ 0	\$ 0
Vestuario	2 (10 días)	\$ 0	\$ 0
			\$ 0
Equipos			
Cámara Canon	1 (10 días)	\$ 20	\$ 200
Celular Samsung	1 (10 días)	\$ 0	\$ 0
			\$ 200
Exteriores			
Localizaciones	10 (10 días)	\$ 0	\$ 0
Viajes	6 (6 días)	\$ 25	\$ 150
			\$ 150
PRESUPUESTO CATÁLOGO			
Diseño y maquetación del catálogo	1 (30 días)	\$ 10/6 horas diarias	\$ 1800
Edición fotográfica	1(15 días))	\$ 10/6 horas diarias	\$ 900

Pruebas de color	10 unidades	\$ 1	\$ 10
Papel couche brillante 130 g (páginas)	52 unidades	\$ 0,75	\$ 39
Cartulina couche 300 g (portada, contraportada)	2 unidades	\$ 1	\$ 2
Impresión a color	54 unidades	\$ 0,85	\$ 45
Publicar en plataforma ISSUU	1	\$ 19	\$ 19

\$ 2815

VALOR TOTAL

3665

3.3 Propuesta del producto

3.3.1 Introducción

Las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande representa su identidad en los patrones ancestrales de diseño basados en la inspiración de la variedad de flores, plantas, semillas; también en forma geométricas, curvas, líneas, puntos, espirales; así como en la parte faunística que posee la Pacha Mama como es el caso del pavo real, liebre y mariposa.

Para este proyecto se desarrolla un producto gráfico visual de moda étnica para las mujeres originarias de la comunidad de Rumipamba Grande con tema de interés sobre representaciones visuales de la modelo y moda de las mujeres enfocadas en la vestimenta tradicional como origen e identidad. El concepto que manejan los patrones de la vestimenta autóctona son simetría, repeticiones compuestas, reflejos, textura visual, misma que sirve de base para crear nuevos patrones a partir de los existentes para, la innovación y desarrollo de productos artesanales que son adaptados a las nuevas tendencias de moda.

Se busca resaltar productos que estén a la moda, mismo que es un soporte que ayuda a visualizar de una forma más cercana los productos étnicos que portan las mujeres de la comunidad. De esta manera otras personas se informarán sobre la evolución e innovación que se ha dado en la vestimenta tradicional desde tiempos remotos hasta la actualidad, ya que el diseño del producto es un soporte para contar la historia de las mujeres de esta comunidad.

Otro punto importante es la psicología del color como por ejemplo el color rosado representa el matrimonio, el blanco representa pureza, negro que representa elegancia y también se utiliza en el día de Los Difuntos, verde representa a la naturaleza (Pachamama), el color café representa las artesanías elaborados con barro, en la comunidad los colores tienen nombre de materiales y productos que se consumen en la comunidad como por ejemplo flor de papa, mortiños, uvilla,

mostaza, palo de rosa, azul eléctrico, chulpi, uva, canela, verde botella, lima, sangre de toro, vino, tamarindo etc.

También los usuarios de este producto gráfico y visual podrán conocer los estilos, diseños, colores, accesorios, técnicas de confección de la vestimenta tradicional con contenidos propios e identidad visual para promocionar los productos artesanales de moda que se realizan en esta comunidad para fortalecer la vestimenta tradicional de las mujeres en las comunidades originarias, a la vez fomentar la riqueza cultural de un pueblo a nivel nacional.

A demás las modelos de esta comunidad podrán destacarse dentro del mundo de la moda y por supuesto tendrán una gran ventaja y oportunidad para formar parte de este colectivo, mismo que buscan fortalecer la vestimenta autóctona que pertenece a nuestra cultura.



Imagen 10



Imagen 11






Imagen 12

3.4 Caracterización de la propuesta

Se hace compilación fotográfica de las piezas de la vestimenta tradicional de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande.

PRODUCTO	IMAGEN
Alpargates	
Camisa o blusa	
Chal o Fachalina	
Fajas	

Faldas	
Walkas	
Manillas	

3.5 Esquema de la propuesta

Para la elaboración del catálogo digital se utilizarán fotografías de las mujeres que pertenecen a la comunidad de Rumipamba Grande mismo que contendrá varias secciones, tales como historia, importancia, iconografía, ilustraciones y contactos de un pueblo con identidad.





3.5.1 Objetivo del catálogo digital

Plasmar la identidad de las mujeres de la Comunidad de Rumipamba Grande para la valorización de la vestimenta tradicional, mismos que abrirá paso al mundo de la moda a la mujer originaria que lucirá la vestimenta que fusiona lo ancestral con lo moderno.

3.5.2 Objetivos específicos

- Promover la moda, modelo y vestimenta tradicional a nivel comunitario mediante un producto gráfico visual propia, mismo que ayudará a promocionar los productos culturales, a través, de la fotografía que mostrará la riqueza cultural de sus atuendos.
- Conocer identidad y raíces que posee la comunidad de Rumipamba Grande.
- Conocer la iconografía de la comunidad.

3.6 Aspectos considerados para la elaboración del producto

- Color
- Tipografía
- Orden visual
- Espacio
- Ilustración
- Fotografías
- Información
- Formas
- Composición
-

3.7 Valores



- **Respeto:** se valora y respeta la memoria de los ancestros haciendo tributos a la madre tierra y a todos los seres vivos conservando la cultura y tradición.
- **Libertad:** a expresar el sentido de pertenencia de una identidad.
- **Conexión:** con el universo y la cosmovisión.

3.8 Grupo objetivo

3.8.1 Datos demográficos

Mujeres de 25 a 45 años que viven en la parroquia La Esperanza, comunidad Rumipamba Grande de la provincia Imbabura. De nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

3.8.2 Variables geográficas

Lugar: comunidad Rumipamba Grande – La Esperanza.

Edad: 25 a 45 años.

Ciclo de vida: jóvenes y adultos, trabajadores, estudiantes, profesionales y viven socialmente conectados con las redes sociales y medios tradicionales.



3.8.3 Comportamientos

Tienen intereses por la moda, arte, espectáculos, educación y temas culturales, teatros, museos.

Tienen gustos por productos artesanales.

Personas que hablan de identidad, ancestralidad, origen, desde el punto de vista o por experiencia para fomentar la interculturalidad.

3.9 Desarrollo de la propuesta

Idea a defender

Potenciar la riqueza visual y cultural que tiene el Ecuador a través de la vestimenta tradicional de las mujeres originarias de la comunidad de Rumipamba Grande, en diferentes soportes gráficos de origen e identidad propia. Se realizará un catálogo fotográfico con modelos y moda de la comunidad, realización de post en las redes sociales tales como Facebook e Instagram con la finalidad de rescatar la cultura ancestral e identidad de esta comunidad.

3.10 Construcción de la Identidad Visual

Línea Gráfica

Aplicación de fotografías naturistas de la moda femenina, fotografía de piezas y accesorios de la vestimenta tradicional. Aplicación de iconografía floral y faunística de la comunidad de Rumipamba Grande

Línea Conceptual

La comunidad kichwa Rumipamba Grande representa patrones basadas en: formas geométricas, curvas, líneas, puntos, espirales, animales nativos de la comunidad tales como: liebre, mariposa y el pavo real, también se enfocan mucho en las plantas, semillas y flores de la naturaleza.

Línea Creativa




Catálogo de modas: los materiales a utilizarse son fotografías naturalistas de mujeres que pertenecen a la comunidad de Rumipamba Grande.





En Facebook: se postearán fotografías de las mujeres de la comunidad con frases que fortalezcan la identidad de la comunidad originaria.

Instagram: posteo estático de ilustraciones para conocer la vestimenta tradicional de la comunidad.

3.11 Tabla conceptual de patrones de diseño floral imbabureño





Tabla 4

Elemento	Descripción
	<p>Repetición compuesta de elementos .</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>

	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>

	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>

	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos.</p> <p>Representación de la naturaleza.</p> <p>Rotación compuesta.</p> <p>Textura visual.</p> <p>Simetría</p> <p>Reflejo</p>

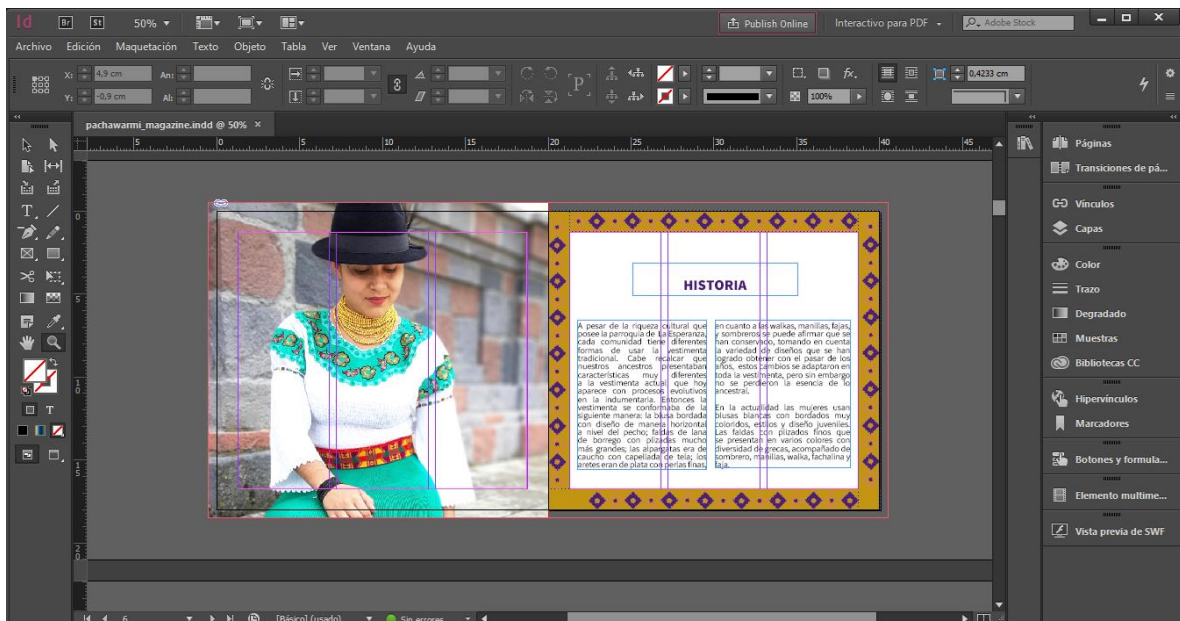
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>
	<p>Repetición compuesta de elementos. Representación de la naturaleza. Rotación compuesta. Textura visual. Simetría Reflejo</p>

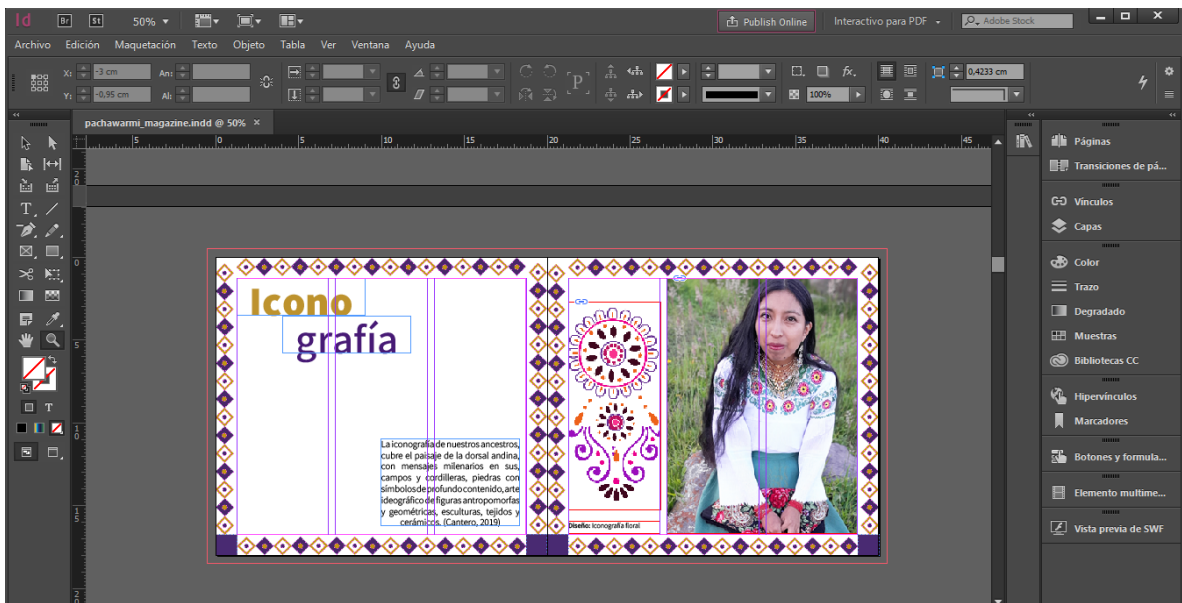
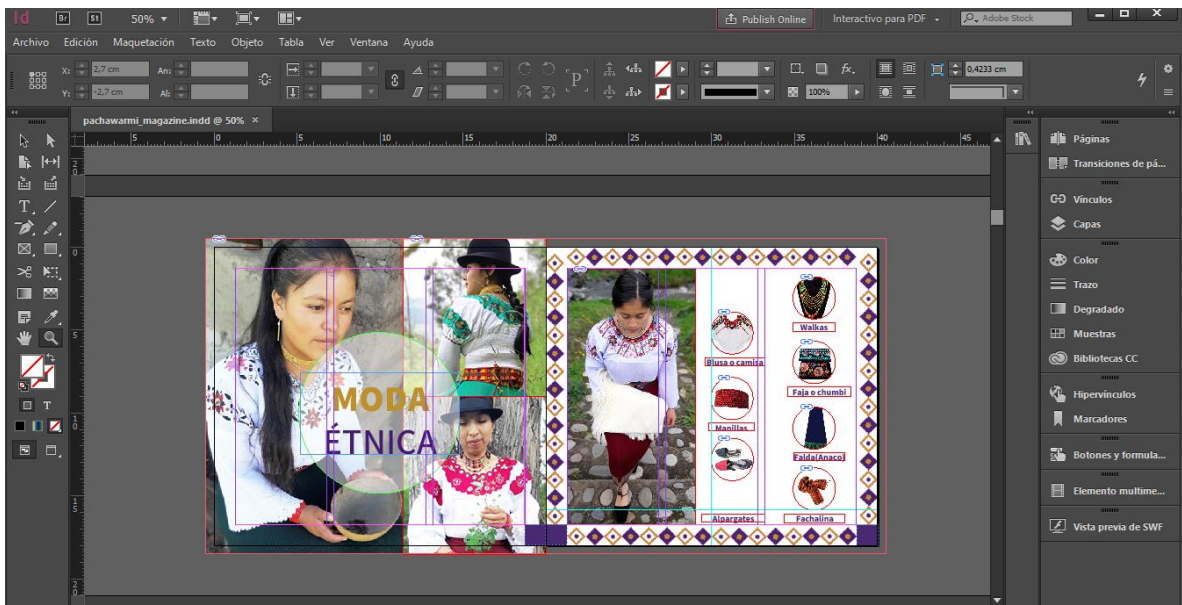
3.12 Desarrollo del producto

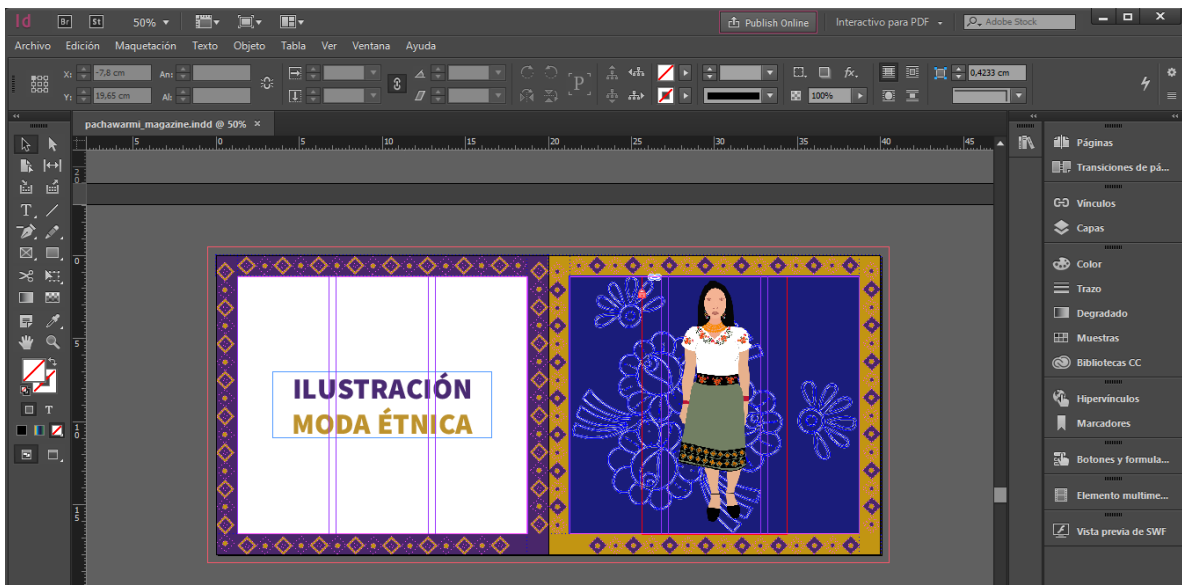
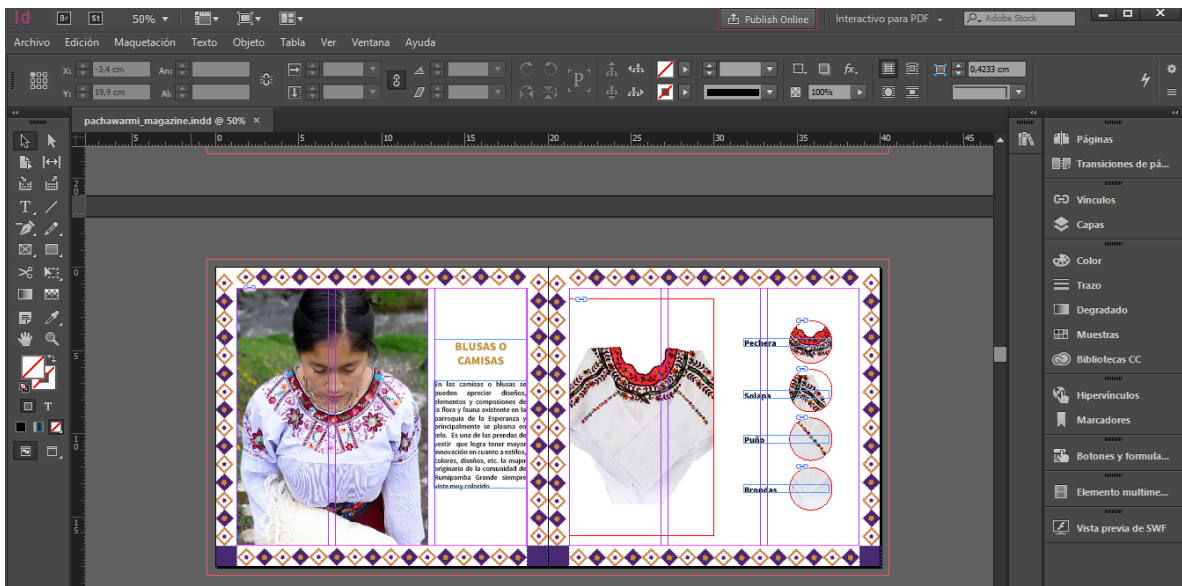
3.12.1 Catálogo digital

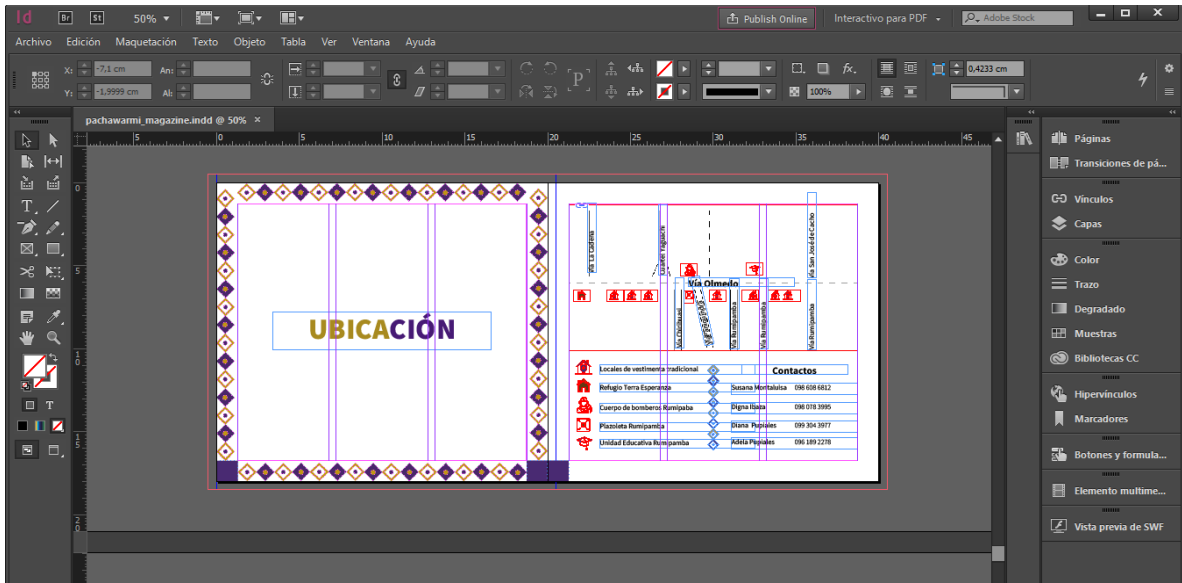
Se propone diseñar un catálogo de moda étnica femenina de la comunidad de Rumipamba Grande ubicada en la Provincia Imbabura, el objetivo es obtener un material gráfico visual propio de la comunidad en el que se logre plasmar la identidad mediante las modelos, moda y vestimenta que se han adaptado a estilos europeos, con la finalidad de rescatar y conservar la identidad ancestral y fomentando la interculturalidad. En la actualidad la vestimenta es mucho más moderna con estilos juveniles, son productos artesanales que realiza la gente de la comunidad, cabe recalcar que las mujeres de este sector se dedican a realizar productos bordados a mano.

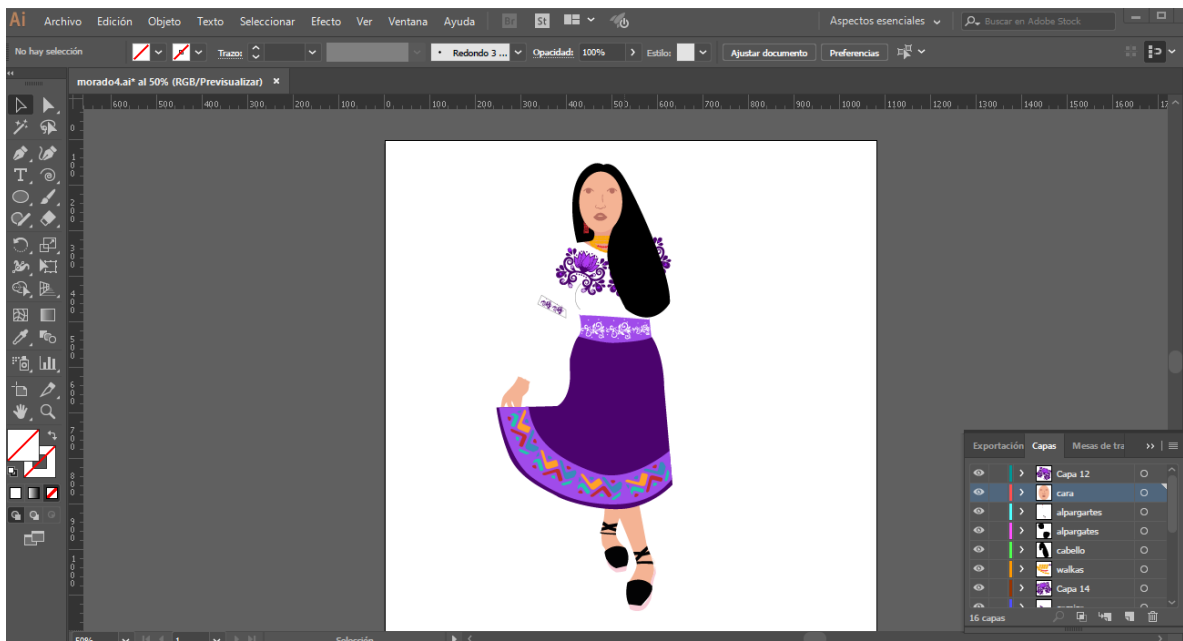
<https://issuu.com/atiibuestudio/docs/pachawarmi>
















3.12.2 Facebook

Creación de una fan page en Facebook con contenido de interés sobre temas culturales y étnicos que generen expectativas mediante piezas gráficas de impacto.

3.12.3 Cronograma de Plan de Medios






Identidad femenina

Tipo de contenido	Fecha de publicación	Título	Tema	URL	COPY	Imagen
Social	5/10/2021 10h00 A.M.	Identidad femenina	Identidad kichwa	Catálogo digital	La mujer es el eje de la identidad ancestral. #Rumipamba #Mujer #Moda	
Social	6/10/2021 10h00 A.M.	Identidad femenina	Diversidad cultural	Catálogo digital	La vestimenta tradicional revela el alma de un pueblo. #Diversidad #Cultura	
Social	7/10/2021 10h00 A.M.	Identidad femenina	A una comunidad se la conoce por su cultura	Catálogo digital	La mujer originaria mantiene una cultura propia. #Comunidad #Identidad	
Social	13/10/2021 10h00 A.M.	Identidad femenina	Rescatando la identidad étnica	Catálogo digital	Más que una moda, identidad. #Étnia #Interculturalidad	
Social	14/10/2021 10h00 A.M.	Identidad femenina	Soy libertad	Catálogo digital	Fortaleciendo la identidad femenina. #Mujer #Libertad	



3.12.4 Fan page en Instagram


Realizar post en Instagram, en la cual las personas puedan visualizar piezas gráficas de impacto que tiene la finalidad de promover la interculturalidad mediante ilustraciones de las mujeres de los pueblos originarios.

Tipo de contenido	Fecha de publicación	Título	Tema	URL	COPY	Imagen
Social	5/10/2021 11h00 A.M.	Raíces	Identidad kichwa	Catálogo digital	Las raíces también están en la naturaleza, un país, un pueblo #Identidad #Naturaleza #Raíces	
Social	6/10/2021 11h00 A.M.	Arte	Corazón de los Andes	Catálogo digital	Arte en el corazón de los Andes. #Raíces #Cultura #Mujer	
Social	7/10/2021 11h00 A.M.	Cultura	La cultura nace del corazón.	Catálogo digital	Rescatemos nuestra identidad originaria. #Memoria #Corazón #Raíces	
Social	13/10/2021 11h00 A.M.	Ancestralidad	Representamos la esencia de lo ancestral.	Catálogo digital	Nuestras comunidades hacen que se mantenga viva una identidad. #Pueblos #.Étnia #Ancestralidad	
Social	14/10/2021 11h00 A.M.	Pachawarmi	Fortaleciendo la identidad.	Catálogo digital	Pachamama fortalece nuestras semillas con raíces de identidad #Raíces #Identidad	

					#Semillas #Pachawarmi	
--	--	--	--	--	--------------------------	--

●●●●○ 2:13 PM

< Instagram ...



371
posts


14.4K
followers


272
following


Follow


▼


Pachawarmi
E-commerce Website
Identidad femenina de los pueblos originarios
Imbabura, Ibarra, La Esperanza


Kelly





Paola








Belén







Nicol


Lilial

Directions

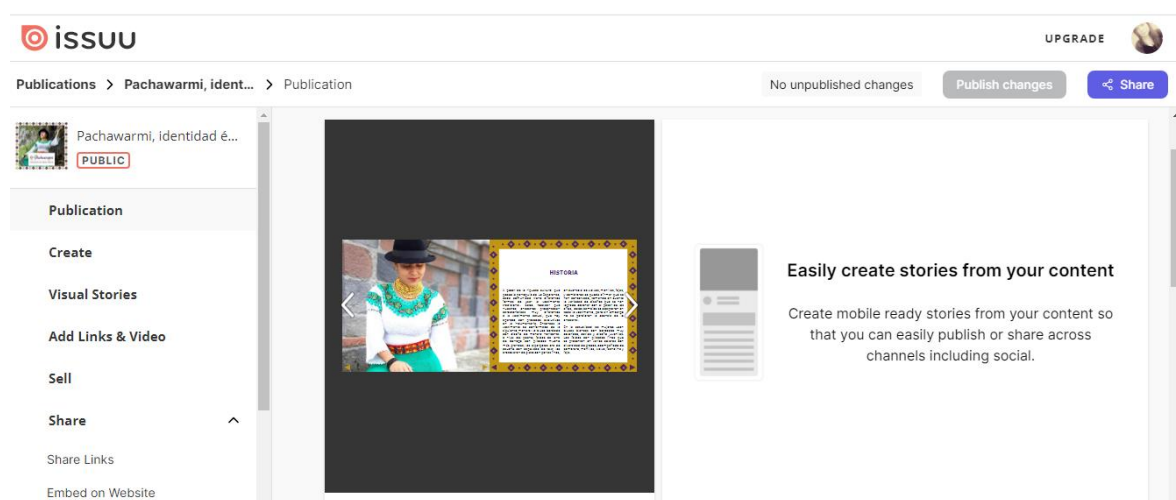






3.12.5 Publicar el catálogo en la plataforma ISSUU



Es una plataforma que vende contenido digital a cualquier persona del mundo, también se encarga de promocionar y comercializar ediciones únicas a través de todos sus canales.

Link del catálogo digital: <https://issuu.com/atiibuestudio/docs/pachawarmi>



3.13 Desarrollo de la identidad visual.



3.13.1 Conceptualización:

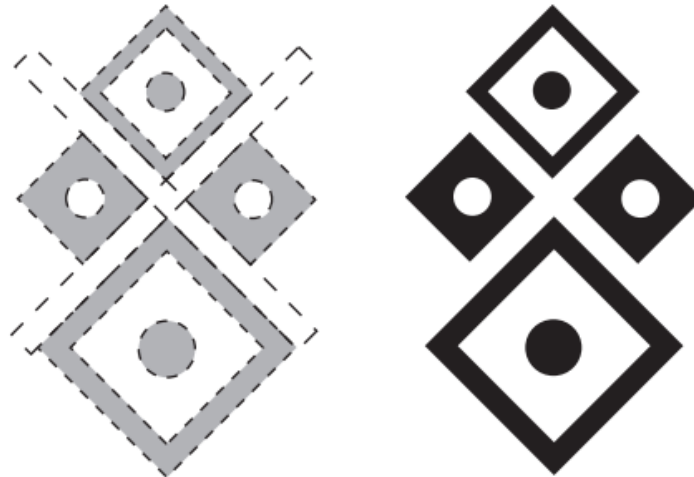
Pachawarmi: la palabra **Pachawarmi** proviene del vocablo kichwa, que significa mujer ancestral, obtiene inspiración de la mujer originaria que a través de la vestimenta tradicional permite visibilizar la identidad étnica, centrados en conservar raíces y tradiciones con el objetivo de promover la diversidad étnica. Pachawarmi es una línea de ropa femenina que pretende rescatar y promocionar la vestimenta tradicional de la mujer originaria con productos adaptados a estilos, formas y colores, que permitan fortalecer la identidad de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande.

Slogan: Identidad, pueblos originarios.

Se hace referencia a las comunidades originarias que conservan identidad, tradición y cultura.



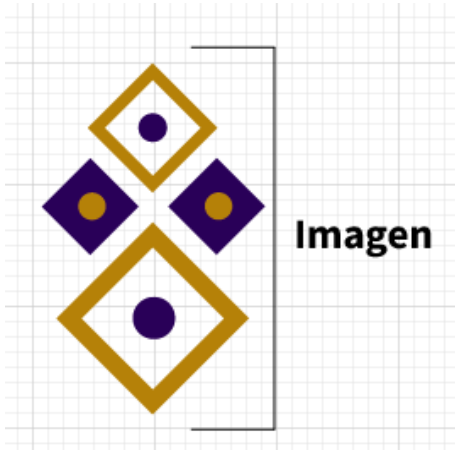
Geometrización



El imagotipo construido se fundamenta en el concepto de una mujer que está de pie protegiendo su identidad, se construye a base de formas geométricas dando realce a la abstracción de formas geométricas, líneas, puntos y curvas simétricas que se utilizan en los diseños del vestuario.

Círculo: simboliza movimiento, perfección e infinito.

Rombo: base de la unidad estructural plasmada en los textiles andinos que significan mundo, plano o espacio tiempo

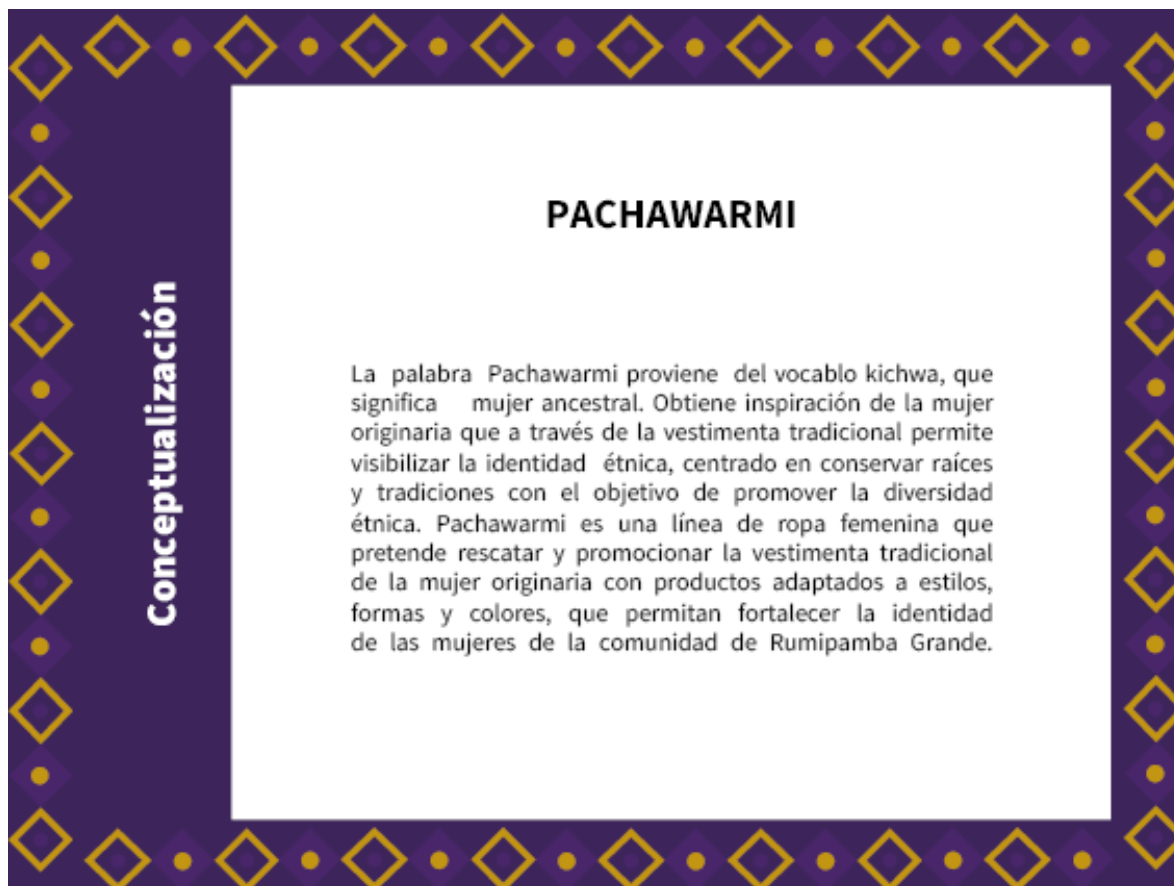


3.14 Diseño del manual corporativo

3.14.1 Portada



3.14.2 Conceptualización



The diagram is a rectangular frame with a purple background and a decorative border of yellow diamonds and dots. On the left side, the word "Conceptualización" is written vertically in white. In the center, the word "PACHAWARMI" is written in bold black letters. Below it, a paragraph of text explains the origin and purpose of the brand.

Conceptualización

PACHAWARMI

La palabra Pachawarmi proviene del vocablo kichwa, que significa mujer ancestral. Obtiene inspiración de la mujer originaria que a través de la vestimenta tradicional permite visibilizar la identidad étnica, centrado en conservar raíces y tradiciones con el objetivo de promover la diversidad étnica. Pachawarmi es una línea de ropa femenina que pretende rescatar y promocionar la vestimenta tradicional de la mujer originaria con productos adaptados a estilos, formas y colores, que permitan fortalecer la identidad de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande.

3.14.3 Sistematización

Geometrización



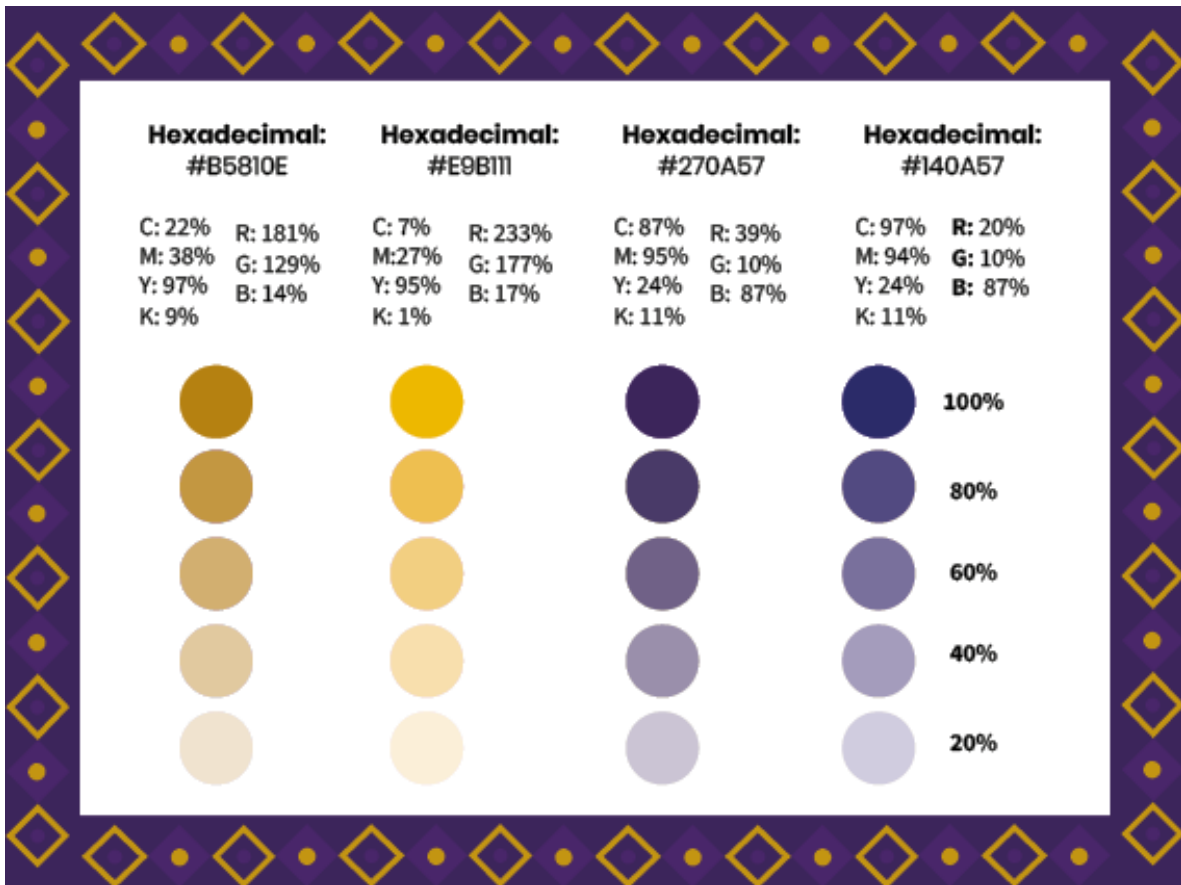
El imagotipo construido se fundamenta en el concepto de una mujer que está de pie protegiendo su identidad, se construye a base de formas geométricas dando realce a la abstracción de formas geométricas, líneas, puntos y curvas simétricas que se utilizan en los diseños del vestuario.

3.14.4 Espacio de seguridad



3.14.5 Cromática

- **Dorado:** asociado al conocimiento, amanecer, acción de iluminar como el sol.
- **Morado:** asociada a la nobleza, lujo, realeza, sofisticación, moda.
- **Azul:** representa al espacio, la energía cósmica, al infinito, al espíritu que anima todo.
- **Amarillo:** representa al sol, riqueza y buena producción.



3.14.6 Tipografía principal y complementaria

Amarilla: es la fuente tipográfica empleada para el uso y manejo del imagotipo.

Mada: la fuente tipográfica sin serifa que denota legibilidad y tienen 7 pesos: light, extralight, medium, regular, semibold, bold, black se hará uso de esta tipografía exclusivamente para el contenido.



3.14.7 Positivo / Negativo



3.14.8 Escala de grises



3.14.9 Variación monocromática



3.14.10 Aplicaciones incorrectas

Usos incorrectos de la marca



Colores que no estén especificados en la cromática.

Texturas, colores e imágenes que no permitan visualizar al identificador visual.

The image shows two examples of incorrect brand applications for 'Pachawarmi'. The first example shows the brand name in a cursive font on a background with a yellow-to-green gradient and a decorative diamond pattern on the left. The second example shows the brand name in a white cursive font on a background with a colorful, abstract pattern and a decorative diamond pattern on the left.

3.14.11 Fondos permitidos



3.14.12 Aplicaciones de la identidad visual en elementos de papelería



3.15 Diseño del catálogo digital

3.15.1 Portada





2021



3.15.2 Créditos



DISEÑO Y REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA VESTIMENTA,
LA MODELO Y LA MODA FEMENINA EN EL CONTEXTO
DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA COMUNIDAD DE
RUMIPAMBA GRANDE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.



3.15.3 Introducción



INTRODUCCIÓN

La parroquia de la Esperanza y sus comunidades son parte de las tierras del pueblo Caranqui con una cultura que evoluciona con el pasar de los tiempos y preserva su cultura étnica.

El catálogo de moda étnica pretende conservar la producción artesanal a través del diseño gráfico y la moda femenina de la mujer originaria de la comunidad de Rumipamba Grande, misma que comparte y expresa visibilizar y difundir información

sobre la valorización de la cultura. A esto se suma los procesos históricos de los pueblos originarios que buscan impacto social y reconocimiento por la realización de productos culturales propios para que sean valorizados y reflejen identidad que mediante el diseño gráfico y la comunicación visual proyecte a la mujer originaria para seguir rescatando nuestra cultura ancestral, mediante diseños, cromática, trazos, formas, texturas, iconografía que se maneja en la comunidad.

3.15.4 Historia



HISTORIA

A pesar de la riqueza cultural que posee la parroquia de La Esperanza, cada comunidad tiene diferentes formas de usar la vestimenta tradicional. Cabe recalcar que nuestros ancestros presentaban características muy diferentes a la vestimenta actual, que hoy aparece con procesos evolutivos en la indumentaria. Entonces la vestimenta se conformaba de la siguiente manera: la blusa bordada con diseño de manera horizontal a nivel del pecho; faldas de lana de borrego con plizadas mucho más grandes; las alpargatas era de caucho con capellada de tela; los aretes eran de plata con perlas finas,

en cuanto a las walkas, manillas, fajas, y sombreros se puede afirmar que se han conservado, tomando en cuenta la variedad de diseños que se han logrado obtener con el pasar de los años, estos cambios se adaptaron en toda la vestimenta, pero sin embargo no se perdieron la esencia de lo ancestral.

En la actualidad las mujeres usan blusas blancas con bordados muy coloridos, estilos y diseño juveniles. Las faldas con plizados finos que se presentan en varios colores con diversidad de grecas, acompañado de sombrero, manillas, walka, fachalina y faja.

3.15.5 Moda Étnica



3.15.6 Piezas de la vestimenta tradicional



3.15.7 Modelos de la comunidad

RUMIPAMBA GRANDE



MODA FEMENINA







Vestimenta tradicional de la mujer de la comunidad de Rumipamba Grande.



Modelos de la comunidad de Rumipamba Grande con diferentes estilos y colores de la indumentaria.



3.15.8 Iconografía





Diseño: Iconografía floral



Diseño: Iconografía faunística



Diseño: Iconografía floral



Diseño: Iconografía floral



Tipo de flor: Akcha sisa
Diseño: Iconografía floral



Diseño: iconografía floral que se presenta en la blusa.



Diseño: iconografía floral



Diseño: Iconografía floral



Diseño: iconografía geométrica.

3.15.9 Importancia de la vestimenta tradicional

Importancia de la vestimenta tradicional

El Ecuador es un país pluricultural en el que se encuentran diversas identidades de los pueblos originarios, mismo, que sienten orgullo y respeto hacia a la vestimenta autóctona, que permite conocer el sentido de pertenencia a una clase independiente al ser herederos del arte de la cultura ancestral.

Las mujeres de la comunidad apoyan al desarrollo de la actividad artesanal para compartir y convivir juntos, fomentando la interculturalidad, al ser muy importante dentro

de las comunidades el fortalecer temas étnicos y culturales. Siendo este un pilar fundamental en el desarrollo de las comunidades que permite unir gente por medio de la vestimenta, danza, música, turismo, gastronomía y artesanías

El vestuario de las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande indica la representación de lo que somos y lo que sentimos, también indica la identidad de nuestros territorios. de lo que nos rodean, desde interpretar el significado de cada prenda de vestir hasta la cosmovisión andina.





BLUSAS O CAMISAS

En las camisas o blusas se pueden apreciar diseños, elementos y composiciones de la flora y fauna existente en la parroquia de la Esperanza y principalmente se plasma en tela. Es una de las prendas de vestir que logra tener mayor innovación en cuanto a estilos, colores, diseños, etc. la mujer originaria de la comunidad de Rumipamba Grande siempre viste muy colorido.





Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, círculos, cuadrados, puntos.

Color: flor de papa, ladrillo, vino, uvilla, etc.

Iconografía: floral

Tipo de bordado: a mano.con hilo de algodón y seda.

Cuerpo: tela poliéster, planchado o elástico.

Brondas: brondas de encaje o seda.

Puño: normal y doble tejido.



Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, círculos, cuadrados, puntos.

Color: azul eléctrico, rosado, rojo, chulpi. etc.

Iconografía: floral

Tipo de bordado: a mano con hilo de algodón y seda.

Cuerpo: tela poliéster, planchado o elástico.

Brandas: brandas de encaje o seda.

Puño: normal con bordados y doble tejido.

Hombreira: tejido doble con cinta de seda o seda.



Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, círculos, cuadrados, puntos.

Color: flor de papa, mostaza, canela, verde botella. etc.

Iconografía: floral

Tipo de bordado: a mano.con hilo de algodón y seda.

Cuerpo: tela poliéster, planchado o elástico.

Brondas: brondas de encaje o seda.

Puño: normal y doble tejido.

Hombreira: tejido doble con cinta de seda o seda.



Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, círculos, cuadrados, puntos.

Color: flor de papa, mostaza, canela, verde botella, etc.

Iconografía: faunística

Tipo de bordado: a computadora con hilo de seda.

Cuerpo: tela poliéster, planchado o elástico.

Brondas: brondas de encaje o seda.

Puño: normal y doble tejido.

Hombreira: tejido doble con cinta de seda o seda.



FALDA O ANACO

Los anacos son faldas plizadas que utilizan las mujeres del pueblo Caranqui mismo que se puede apreciar en diferentes colores.





Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, triángulos, círculos, cuadrados, puntos.
Color: flor de papa, chulpi, capulín turqueza, blanco, negro, canela, verde botella. etc.
Iconografía: floral y faunística
Tipo de greca: sencillo, doble, triple.
Tipo de material: tela de algodón plizado.



ALPARGATES

Las alpargatas son calzados para los pueblos originarios, principalmente son de color negro pero con el paso del tiempo y hasta la actualidad se puede apreciar en diferentes colores, estilos y tipo de material como son de cabuya, caucho, y sogu que es el más actual.



Diseño: composición de figuras geométricas, tejidos.

Color: blanco, negro, celeste, amarillo, rojo, azul.

Iconografía: floral y faunística

Talón: sencillo, doble, taco alto..

Tipo de material:

Capellada: gamuza, tela de algodón.

Plantilla: caucho o cabuya.



Diseño: composición de flores, hojas, líneas, curvas, triángulos, círculos, cuadrados, puntos.
Color: blanco, negro, celeste, rojo, azul.
Iconografía: floral y faunística
Talón: doble y taco alto.
Capellada: gamuza, tela de algodón.bordada a computadora.
Plantilla: sogá.



WALKAS

Las mujeres de la comunidad de Rumipamba Grande utiliza walkas que son cristales bañadas en oro de varias sargas doradas que se coloca al rededor del cuello y son muy importantes para las mujeres ya que representa la riqueza de lo que tenemos en el campo.





FACHALINA

La fachelina es una prenda de vestir de las mujeres de esta comunidad se presentan en diferentes colores y los más usados son el blanco y el azul, en la actualidad se utiliza mucho fachelinas coloridas con diseños y bordados que son elaborados por las mujeres de esta comunidad para representar la biodiversidad.



FAJAS Y MANILLAS

La faja o chumbi es una pieza de la vestimenta tradicional que representa el ciclo y fuerza de vida de nuestra cultura, posee diseños innovados y son muy coloridos.

Las manillas principalmente se los utiliza por protección, al creer aún en mitos y leyendas de que existen malos espíritus la mayoría de las manillas son de color rojo que genera protección en la persona.





Color: rojo, verde, azul.
Tipo de material: mullos de coral.

















3.15.11 Ubicación





-  Locales de vestimenta tradicional
-  Refugio Terra Esperanza
-  Cuerpo de bomberos Rumipaba
-  Plazoleta Rumipamba
-  Unidad Educativa Rumipamba



Contactos

- Susana Montaluisa 098 608 6812
- Digna Ibaza 098 078 3995
- Diana Pupiales 099 304 3977
- Adela Pupiales 096 189 2278





Identidad, pueblos originarios

Se hace referencia a las comunidades originarias que conservan identidad, tradición y cultura.



3.15.12 Contraportada



CONCLUSIONES

El Diseño Gráfico Publicitario junto con la fotografía son elementos muy importantes que plasman de alguna manera la realidad de las comunidades originarias y los procesos culturales que se han desarrollado a lo largo de estos años. También permite observar de manera cercana en sus producciones una gran diversidad de productos étnicos para que sean reconocidos por sus artesanías, textiles, gastronomía, música, danza y bordados. Y a través del Diseño crear contenidos de interés mediante varios soportes digitales e impresos con la finalidad de satisfacer necesidades y causar impacto social.

La investigación se realiza para recopilar información sobre la vestimenta tradicional de las mujeres de la comunidad Rumipamba Grande de la provincia de Imbabura con respecto a desarrollo de diseños que se logran apreciar en cada una de las piezas que conforma la vestimenta autóctona mismos, que toman inspiración de la naturaleza al ser una comunidad que tiene conexión con la Pacha Mama, y por este motivo se maneja la iconografía floral y faunística con la obtención de productos muy coloridos.

La moda en la comunidad de Rumipamba Grande es de suma importancia para establecer modelos, formas, y estilos con propuestas de identidad. En Europa, Latinoamérica y Ecuador los pueblos originarios buscan el desarrollo de un producto gráfico visual que enfoque la importancia de las mujeres originarias. Además, es fundamental conocer la variedad de culturas con sus respectivas costumbres y tradiciones.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº	ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE 2020			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1	Reglamentos y opciones de titulación. Lineamientos de investigación y temas.	x			
2	Plan Nacional de desarrollo Toda una Vida. Líneas de investigación de la Facultad. Escoger tema de investigación.		x		
3	Marco introductorio del Plan de Titulación. Redacción del tema, título, justificación, planteamiento y formulación del problema, objetivos.			x	
4	Marco teórico, búsqueda de información y aplicación de normas APA				x
		OCTUBRE 2020			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
5	Revisión del planteamiento del marco introductorio: tema, título, problema, justificación, objetivo.	x			
6	Redacción del estado del arte, escritura norma APA, diseño metodológico.		x		
7	Diseño metodológico, investigación de estudios cualitativos y cuantitativos,			x	

	metodologías de investigación en y para el diseño gráfico.				
8	Características del proyecto de investigación. Proyectos integradores de saberes.				X
		NOVIEMBRE 2020			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
9	Diseño metodológico, determinación y extracción del universo y muestra.	x			
10	Definición de tipos de instrumentos de recolección de información		x		
11	Marco teórico, ficha técnica de diseño metodológico.			x	
12	Revisión del Plan del proyecto de integración curricular, tema, título, problema y sus elementos, justificación, objetivos, diseño metodológico, marco teórico conceptual, cronograma.				X
13	Formulación y validación de encuestas y entrevistas.				x (5ta semana)
		DICIEMBRE 2020			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
14	Levantamiento de información y validación de resultados.	x			
15	Procesamiento de información, obtención de resultados y análisis de información.		x		
16	Validación de resultados			x	

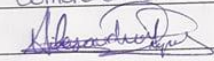
17	Producción, validación y presentación de prototipos gráficos visuales.				X
		ENERO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
18	Presentación del proyecto de investigación.	x			
19	Validación y corrección de prototipos.		x	x	
20	Producción de fotografías de las mujeres originarias con la vestimenta tradicional.				X
		FEBRERO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
21	Producción de fotografías de las mujeres originarias con la vestimenta tradicional.	x	x		
22	Producción de fotografías de las mujeres originarias con la vestimenta tradicional.			x	X
		MARZO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
23	Edición de fotografías.	X			
24	Edición de fotografías.		x	x	
25	Edición de fotografías.				X
		ABRIL 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
26	Redacción del borrador para la elaboración del contenido del catálogo.	X	x		
27	Revisión y corrección del borrador.			x	X
		MAYO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4

28	Desarrollo del manual de marca.	X	x		
29	Desarrollo y maquetación del catálogo digital.			x	X
		JUNIO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
30	Desarrollo y maquetación del catálogo digital.	X	x		
31	Diseño de post para Facebook e Instagram.			x	X
		JULIO 2021			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
32	Validación del producto con Saraswati Rivadeneria	X			
33	Validación del producto con Msc. Felipe Trávez		x		
34	Corrección del producto con los puntos establecidos de acuerdo a las obtención de resultados en validaciones.			x	
35	Aprobación del catálogo digital				x

ANEXOS

ENCUESTA 4

Con la siguiente encuesta queremos recopilar información sobre la aceptación de los modelos y la moda de las comunidades originarias.

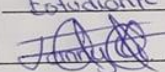
Nombre: Alexandra Popiales Género: Femenino
 N° de cédula: 1003444998 Educación: Superior
 Profesión u ocupación: Comerciante
 Firma del encuestado: 

1. ¿Por qué cree usted que se debe conservar la vestimenta tradicional dentro de las comunidades originarias? Enumere 3 opciones por orden de importancia siendo 3 el máximo y 1 el mínimo de importancia.

1 Ancestralidad	2 Identidad
-----------------	-------------

ENCUESTA 3

Con la siguiente encuesta queremos recopilar información sobre la aceptación de los modelos y la moda de las comunidades originarias.

Nombre: Rosba Popiales Fanny Género: Femenino
 N° de cédula: 10041213847 Educación: Bachiller
 Profesión u ocupación: Estudiante
 Firma del encuestado: 

1. ¿Por qué cree usted que se debe conservar la vestimenta tradicional dentro de las comunidades originarias? Enumere 3 opciones por orden de importancia siendo 3 el máximo y 1 el mínimo de importancia.

1	Ancestralidad	3	Identidad
	Transcendencia		Promoción
	Motivación		Origen
	Historia	2	Raíces

Entrevista Estructurada

Nombre Digna Ibañez
N° de cédula 1003152459
Género Femenino
Profesión Comerciante

Firma del encuestado Digna Ibañez
Educación Secundaria
Zona de trabajo La Esperanza.

1. ¿Cuáles son los productos que han evolucionado con más rapidez dentro del mundo de la moda en las comunidades originarias?
2. ¿Cuáles son las calidades que material están hechas sus productos y cuánto tiempo se demora en la elaboración del atuendo?
3. ¿Cuál es la diferencia más importante entre productos elaborados a mano y productos industrializados?
4. ¿Cuál es el precio de cada uno de sus productos y cuál de estos productos es el más vendido?
5. ¿Cuál es la cantidad promedio de elaboración en vestimentas tradicionales?

ENCUESTA 2

Con la siguiente encuesta queremos recopilar información sobre la aceptación de los modelos y la moda de las comunidades originarias.

Nombre: Adele Pupiales Género: Femenino
N° de cédula: 100270998-6 Educación: Superior.
Profesión u ocupación Comerciante.
Firma del encuestado: [Firma]

1. ¿Por qué cree usted que se debe conservar la vestimenta tradicional dentro de las comunidades originarias? Enumere 3 opciones por orden de importancia siendo 3 el máximo y 1 el mínimo de importancia.

Bibliografía

- Benedetti, C. (2011). Producción artesanal indígena y comercialización: entre los "buenitos" y los "barateros". *Maguaré*.
- Mancheno , M. (3 de julio de 2019). *Catapultados*. Obtenido de Artesanías del Ecuador: <https://catapultados.com/ecuador/artesantias-del-ecuador/>
- Aconcha Díaz, D. (2011). *Pueblos originarios y moda porteña. Variaciones sobre una relación productiva*. Argentina: Universidad de Palermo.
- Allochis , L. (2014). *La fotografía invisible. Identidad y tapas de revistas femeninas en la Argentina* . Argentina-Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos.
- Almeida Vargas, C. I., Carrascal Albán, A. R., & Posso Yépez, M. Á. (2016). *Iconografía de los pueblos ancestrales de Imbabura*. Ibarra: UTN.
- Burneo Villamagua , J. (2016). *Emprendimientos productivos de souvenirs y artesanías con enfoque de lojanidad e identidad ancestral*. Loja: Universidad Internacional del Ecuador.
- Cantero, C. (28 de Diciembre de 2019). *Nuevo poder para una sociedad de libertades*. Obtenido de Cosmovisión Andina: simbolismo y semiótica: <http://www.nuevopoder.cl/cosmovision-andina-simbolismo-y-semiotica-carlos-cantero/#:~:text=En%20la%20cosmovisi%C3%B3n%20andina%20est%C3%A1n,d el%20cosmos%20y%20la%20comunidad.&text=La%20dualidad%20andina%20expresa%20el,los%20ciclos%20de%20la%20naturaleza>.
- Ecuador, S. T. (2008). *Guía metodológica de planificación institucional*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/metodologias/>
- Jacastillol. (20 de Agosto de 2009). *Cultura Andina*. Obtenido de <http://2jacastillol.blogspot.com/2009/08/color-en-la-cultura-andina.html>
- Limonchi Bruno, J. (21 de Febrero de 2016). *Markapacha*. Obtenido de <https://www.markapacha.com/el-principio-sagrado-andino-del-color/>
- Lorenz, M. (2016). *Sistemas visuales en identidades dinámicas*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Marquez, C. (1 de Mayo de 2018). *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ropaindigena-venta-catalogo-intercultural-chimborazo.html>
- Notimérica. (14 de Mayo de 2018). *Notimérica*.
- Pombo , M. (2015). *La fotografía argentina contemporánea. Una mirada hacia las comunidades indígenas*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

- Rotman, M. (2010). 347Revista de Antropología Social2011, 20347-371ISSN: 1131-558XProducciones artesanales, construcción identitaria y dinámica de poder en poblaciones mapuches de Neuquén (Argentina). *Revista UCM*, 18.
- Sánchez Garrafa, R. (20 de julio de 2019). *Markapacha*. Obtenido de <https://www.markapacha.com/sobre-el-esplendor-y-la-continuidad-en-el-arte-textil-qero/>
- Tibán Guala, Á. (2009). Identidad, cultura y género. En T. Ángel, *Módulo identidad, cultura y género* (pág. 38). Ecuador: Imprimax.
- Torres Arias , J. (2014). *La prospectiva del diseño gráfico y la comunicación visual*. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Vézina, B. (Febrero de 2014). *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de OMPI Revista: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2014/01/article_0003.html