



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**“ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA
NACIONALIDAD SECOYA PARA FORTALECER SUS RAÍCES
ANCESTRALES, CREACIÓN DE MARCA Y APLICACIÓN EN
TEXTILES”**

Trabajo de titulación presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

AUTOR: FAUSTO GABRIEL DÍAZ CARDENAS

TUTOR: LCDO. RAMIRO DAVID SANTOS POVEDA

Riobamba – Ecuador

2017

©2017, FAUSTO GABRIEL DÍAZ CARDENAS

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que el: El trabajo de investigación: “ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA NACIONALIDAD SECOYA PARA FORTALECER SUS RAÍCES ANCESTRALES, CREACIÓN DE MARCA Y APLICACIÓN EN TEXTILES”, de responsabilidad del señor Fausto Gabriel Díaz Cardenas, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

Ing. Washington Luna _____
**DECANO DE LA FACULTAD
DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA**

Lcdo. Ramiro Santos _____
**DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE DISEÑO GRÁFICO**

Lcdo. Ramiro Santos _____
**DIRECTOR DE TRABAJO
DE TITULACIÓN**

Lcdo. Edison Martínez _____
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Yo, Fausto Gabriel Díaz Cardenas soy responsable de las ideas, análisis y resultados expuestos en este trabajo de Investigación y el patrimonio intelectual de la misma pertenecen a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”

FAUSTO GABRIEL DÍAZ CARDENAS

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación quiero dedicar a mi madre María Magdalena, mujer de lucha constante, una guerrera que nunca se rinde, mi pilar y eje fundamental en mi vida, quien siempre me dijo lo difícil que será, pero si lo deseaba no será imposible, incondicional en todo momento.

A mis hermanas, quienes siempre me alientan para seguir adelante.

Fausto

AGRADECIMIENTO

Gracias, a mis maestros de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, maestros de vida, quienes con su paciencia lograron compartir sus conocimientos y experiencias, formando una persona fuerte en espíritu, la cual día tras día se empeña en aprender y fortalecer sus conocimientos obtenidos.

Escuela de Diseño Gráfico, gracias por todo, siempre recordare lo maravilloso que fue estar en sus aulas.

Mi Dios mi más grande fortaleza, gracias.

Fausto

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1 MARCO TEÓRICO	5
1.1 Comunicación Visual	5
1.1.1 <i>Elementos de comunicación</i>	7
1.1.2 <i>Semiótica</i>	8
1.2 Identidad visual	8
1.2.1 <i>Niveles de la identidad</i>	10
1.2.2 <i>Marca</i>	10
1.2.3 <i>Características de marca</i>	11
1.3 Etnografía	12
1.3.1 <i>El trabajo de campo para la interpretación de las técnicas</i>	13
1.3.2 <i>Positivismo y naturalismo</i>	13
1.4 Técnicas de impresión textil	13
1.4.1 <i>Impresión textil</i>	13
1.4.2 <i>Sublimación</i>	14
1.4.3 <i>Vinil textil de impresión</i>	15
1.5 Moda.....	15
1.5.1 <i>Antecedentes</i>	16
1.5.2 <i>Función de las prendas de vestir</i>	17
1.5.3 <i>Confección</i>	17
1.5.4 <i>Telas</i>	18
1.6 Nacionalidad Siekóya pai	18
1.6.1 <i>Historia</i>	18
1.6.2 <i>Artesanías</i>	21
1.6.3 <i>Vestimenta</i>	23

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO.....	26
2.1	Definición del problema y alcance	26
2.2	Investigación	26
2.3	Tipo de investigación.....	27
2.3.1	<i>Etnográfica</i>	27
2.4	Métodos de investigación	27
2.4.1	<i>Inductivo</i>	27
2.5	Técnicas de investigación.....	27
2.5.1	<i>Observación</i>	27
2.5.2	<i>Entrevista</i>	28
2.6	Herramientas de investigación.....	28
2.6.1	<i>Ficha de observación</i>	28
2.6.2	<i>Guión de entrevista</i>	28

CAPÍTULO III

3	MARCO DE RESULTADOS Y PROPUESTA.....	30
3.1	Resultados	30
3.2	Propuesta de marca.....	34
3.2.1	<i>Descripción de la propuesta.</i>	34
3.2.2	<i>Justificación de la propuesta.</i>	35
3.2.3	<i>Marca</i>	37
3.3	Aplicación en textiles.....	52

	CONCLUSIONES.....	58
--	-------------------	----

	RECOMENDACIONES.....	59
--	----------------------	----

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 - 1 Ficha explicativa referencial	25
Tabla 2 - 3 Ficha de observación 1	30
Tabla 3 - 3 Ficha de observación 2	30
Tabla 4 - 3 Ficha de observación 3	31
Tabla 5 - 3 Ficha de observación 4	31
Tabla 6 - 3 Ficha de observación 5	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - 1 El mensaje visual.....	6
Figura 2 - 1 Comunicación gráfica	7
Figura 3 - 1 Comunicación visual, empresa AEG.....	9
Figura 4 - 1 Logotipo para Cable News Network	11
Figura 5 - 1 Impresora de camisetas BROTHER.....	14
Figura 6 - 1 Proceso de sublimación textil.....	14
Figura 7 - 1 Aplicación de vinil textil de impresión digital	15
Figura 8 - 1 Orígenes de la Moda.	16

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 - 1 Shamán	19
Fotografía 2 - 1 Rio Aguarico, gente Secoya.....	20
Fotografía 3 - 1 Familia Piaguaje	21
Fotografía 4 - 1 Objetos en cerámica y barro	21
Fotografía 5 - 1 Collares y pulseras	22
Fotografía 6 - 1 Herramientas y utensilios.....	22
Fotografía 7 - 1 indumentarias Secoya	23
Fotografía 8 - 1 Jóvenes Secoyas (evento cultural)	24

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo fortalecer el origen de la nacionalidad Siekoya pai, mediante el conocimiento de sus raíces ancestrales se conceptualizó y creó una marca a partir de la cosmovisión cultural de la nacionalidad en la provincia de Sucumbíos, para luego realizar elementos gráficos más importantes obtenidos de los rasgos abstraídos de la cultura que los rodea para su posterior aplicación en textiles. La metodología aplicada en la investigación tuvo como finalidad obtener la información más relevante como características y particularidades de la nacionalidad Siekoya pai, que permitió generar un concepto general de sus tradiciones, costumbres y cultura que ayude en el proceso gráfico y la persuasión social, además, fue posible fundamentar información importante para la realización de piezas gráficas. Por medio del trabajo de campo, la observación, registro en fichas y entrevistas se apreciaron diferentes singularidades en cada artesanías y rostros pintados que elaboran para sus rituales, así como en su forma de vida. Se pudo clasificar elementos conceptuales que se usaron en la abstracción gráfica, así como los colores y la vinculación que tienen con la naturaleza desde el dios luna (Ñañë), flora y fauna. Se tomaron en cuenta los elementos gráficos más representativos para aplicarlos en prendas textiles y para el proceso para la creación de la marca inspirada en el conocimiento cultural de la nacionalidad Siekoya pai. Se concluye que la marca ayudara al desarrollo de la nacionalidad Siekoya pai. Se recomienda utilizar tanto los elementos gráficos compositivos como la marca en cualquier ilustración turística.

PALABRAS CLAVE: <TEGNOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA INGENIERÍA>, <DISEÑO GRÁFICO>, <NACIONALIDAD SIEKOYA PAI>, <METODOLOGÍA CUALITATIVA>, <CULTURA>, <TRADICIÓN>, <ILUSTRACIÓN DIGITAL>, <MARCA>.

ABSTRACT

The objective of this research was to strengthen the origin of the Siekoya pai nationality, through the knowledge of its conceptual roots and to create a brand based on the cultural worldview of nationality in the province of Sucumbíos, and the to produce graphic elements more important obtained the abstracted features of the culture that surrounds them for their subsequent implementation in textiles. The methodology applied in the research had the purpose of obtaining the most relevant information as characteristic and particularities of the Siekoya pai nationality, which allowed to generate a general concept of their traditions, customs and culture that aid the processes of graphic pieces. Through fieldwork, observation, registration sheet and interviews, different singularities were observed in each handicraft and painted faces elaborated for their rituals as well as in their way of life. It was possible to classify the conceptual elements that were nature from the moon god (Ñañë), flora and fauna. The most representative graphic elements were taken into account to apply then in textile clothing and the process for the creation of the brand inspired by the cultural knowledge of the Siekoya pai nationality. It is concluded that the brand helps the development of the Siekoya pai nationality. It is recommended to use both elements graphics composite as mark in any touristic illustration.

KEY WORDS: <TECHNOLOGY AND SCIENCES OF THE ENGINEERING>, <GRAPHIC DESIGN>, <SIEKOYA PAI NATIONALITY>, <METHODOLOGY QUALITATIVE>, <CULTURE>, <TRADITION>, <DIGITAL ILLUSTRATION>, <BRAND>.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los conocimientos sobre las nacionalidades indígenas de la región amazónica se han ido quedando a un lado ya que existen otros elementos que invaden la cultura generando una pérdida de identidad, dentro del estudio y la investigación se obtuvo información en la cual aclara que las costumbres y tradiciones de las nacionalidades se asemejan, pero la existencia de las raíces ancestrales de cada nacionalidad hace que tengan diferencia a cada cultura en la nación.

El conocimiento para impulsar a recuperar la identidad cultural única y ancestral que tiene la nacionalidad indígena Siekóya pai que significa "gente del río de rayas" de la provincia de Sucumbíos, a lo largo del tiempo se la conoce más como nacionalidad Secoya que es el nombre de un río y de una quebrada considerada como su lugar de origen.

La identidad cultural solo se mantiene si se logra transmitir adecuadamente, de la misma forma ayuda a identificar los valores culturales que promueven el desarrollo de cada nacionalidad para influenciar en aspectos sociales, morales y religiosos, mediante un análisis específico logrando elementos gráficos que representen su entorno habitual.

Partiendo de la premisa que como Diseñadores Gráficos y comunicadores visuales estamos frente al reto de transmitir la riqueza gráfica, plasmando una identidad subjetiva y objetiva que represente a la nacionalidad indígena Siekóya pai, obteniendo elementos simbólicos referentes a la naturaleza ya que es la primera relación que tiene la nacionalidad, misma que aplicaron en soportes étnicos, como la alfarería, instrumentos musicales y vestimenta.

La investigación y sus diferentes soluciones a la problematización ayudan para realizar una marca sustentada previamente estilizada y apropiada para la aplicación en textiles.

ANTECEDENTES

La identidad cultural de un pueblo viene definida desde los tiempos inmemoriales a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, siendo parte esencial de la vivencia del ser humano, parte de una cultura dinámica con características variables e identidades muy propias, como: la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad; las relaciones sociales; la espiritualidad, ritos y ceremonias propias; los comportamientos colectivos; los sistemas de valores y creencias; sus formas propias y peculiares de atuendos, sistemas organizativas, etc. Todos estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial producto de la colectividad, que han mantenido de generación en generación, como testimonio de un pueblo o civilización, para lograr una noción más amplia a su cultura y definir su pertenencia identitaria, esos rasgos son que los hacen diferentes de unos con los otros. (Dr. Arturo León Bastidas el abril 1, 2013, [www. wordpress.com](http://www.wordpress.com))

La identidad son rasgos que podemos alcanzar mediante un proceso, convirtiéndose así en objetivos, fomentando el comportamiento del individuo y formando su identidad, existe una falta de validez de la cultura como tal, no todas son semejantes.

El desarrollo de elementos gráficos adecuados con sus características propicias para fortalecer las raíces ancestrales de la nacionalidad indígena Siekóya pai. Mediante el conocimiento de sus costumbres, vivencias y tradiciones se puede motivar a la sociedad a reconocer con facilidad a la nacionalidad indígena Siekóya pai.

A nivel Regional, en actuales tiempos de estas experiencias el uso de una marca se transforma en la parte esencial de la identidad de una nación, un pueblo, una cultura estratégica y creativamente elaborada, para su uso y utilización en diferentes ámbitos promocionales y de identificador corporativo, así como en actuales momentos a nivel regional, nacional y mundial la marca también es la más usada para diferenciarse de la competencia o aliados semejantes, las comunidades indígenas ha sido visitadas por varias personas, en muchos casos son confundidas y comparadas, con resultados de similitud por falta de una identidad corporativa que les identifique.

La marca es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto.

Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector. (Rafael Muñoz, <http://www.marketing-xxi.com>)

La ambigüedad de la historia que muchos conocen o nos dieron a conocer sobre la Amazonía Ecuatoriana específicamente la Provincia de Sucumbíos la mayoría de las personas que habitan en la región amazónica son sedentarios, pero con el pasar del tiempo fueron perdiendo la forma de expresar su identidad con resultados devastadores ante su nacionalidad, surgiendo la falta de comunicación ante la sociedad demostrando el verdadero lugar de origen en el que viven.

La connotación de la Amazonía tiene pocos elementos gráficos que, por su desconocimiento, las nacionalidades son identificadas por rasgos y colores de la naturaleza ubicando al color verde como el primario, animales y formas más cotidianos a los ojos de las personas si el concepto específico es estratégicamente elaborado en la creación de elementos gráficos podemos demostrar nuestra verdadera cultura en un aspecto gráfico y diferenciador.

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Las nacionalidades son inculcadas y definen su cultura a temprana edad, las personas deben ser educadas parcialmente, su naturaleza, y los valores universales mediante la representación gráfica los individuos son instruidos con factibilidad, desarrollándose y haciendo que reconozcan la diferencia de culturas en la sociedad.

La composición de elementos gráficos mediante formas, rasgos, colores es el fundamento necesario que necesita la cultura indígena para identificarse formalmente ante la sociedad, la idea es generar un agregado a la historia y la cosmovisión cultural de los Siekóya pai con la elaboración de una marca sustentada que transmita una identidad verdadera.

El proyecto de titulación que implica la creación de identidad visual de la Nacionalidad Secoya para su posterior aplicación en prendas de vestir y otros se enmarcan en las normativas del Plan del Buen Vivir, y a su vez, en sus objetivos:

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

A través de estos objetivos podremos mostrar un identificador nuevo de lo que estamos acostumbrados a ver, la cultura amazónica tradicional, aportando visualmente en la importancia del diseño gráfico mediante la elaboración de una marca y sus aplicaciones.

JUSTIFICACIÓN APLICATIVA

La correcta utilización de recursos gráficos como color y forma, facilita diferenciar a una nación, pueblo o cultura. La generación de la elaboración de elementos gráficos específicos para su fácil conectividad y formación gráfica reforzará las raíces ancestrales de la identidad cultural en la nacionalidad indígena Secoya y mantendrá tradiciones, valores y culturas aplicadas en una identidad para el empoderamiento intelectual de generaciones pasadas.

El desarrollo de elementos gráficos, ayudan a ser más persuasivo y diferenciador a una marca ante la vista de las personas, mediante la utilización de formas, figuras, colores, los cuales son instrumentos esenciales en los indicios de aprendizaje de la sociedad, ya que es una etapa donde aprenden y diferencian visualmente una cultura.

El presente proyecto contribuirá en el fortalecimiento de la identidad cultural de la nacionalidad Secoya, mediante una investigación profunda de las tradiciones, costumbres, forma de vida y el entorno natural los gráficos e iconografía encontrados en su cultura, serán aplicados en varios soportes textiles para ser exhibidos al turista nacional y extranjero.

CAPITULO I

1 MARCO TEÓRICO

1.1 Comunicación Visual

La comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas. (Bruno Munari, 1985, p. 79)

La comunicación visual suele ser directa, penetrable y universal. Es la relación que existe de la imagen y el significado, debido a que la imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, la imagen debe de tener un significado fácil de comprender, que posee su propio significado.

“Los colores, las líneas y las formas correspondientes a las impresiones que reciben nuestros sentidos están organizados en un equilibrio, una armonía o un ritmo que se halla en análoga correspondencia con los sentimientos; y éstos son, a su vez, análogos de pensamientos e ideas.” (Gyorgy Kepes, 1968, p ii)

La imagen como ya lo había mencionado es un objeto de percepción o simbolización, ellos como seres humanos van a percibir una sensación, un sentimiento o actitud, sobre una imagen que puedan observar, lo que el receptor sienta dependerá mucho de lo que el creador de dicha imagen quiera transmitir.

Uno de los medios más importantes de la percepción es la visual. La importancia de la vista reside, aparte de que es inmediato y práctico, nos rememora imágenes y asociaciones emocionales, que a su vez se anclan con nuevas percepciones y de esta manera se formulan nuevos conceptos. El mecanismo por el cual recibimos y registramos las imágenes son los ojos, los cuales registran imágenes complejas y sencillas, que nos ayudan a tener mayor sentido del espacio y de esta forma nos crea experiencias propias.

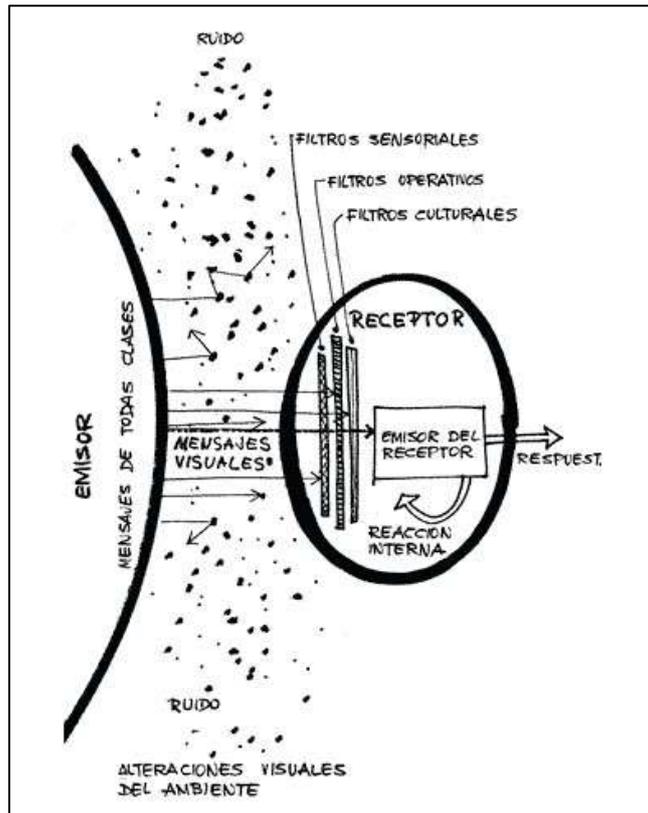


Figura 1 - 1 El mensaje visual
Fuente: (Bruno Munari, 2008)

Sintetizando, la Comunicación Visual es un proceso de creación, difusión y recepción de mensajes visuales. Por lo cual la diferencia con otro tipo de comunicación es el soporte, en este caso siempre el soporte es visual, los mensajes se emiten visualmente y son nuestros ojos y nuestra educación visual los encargados de entender y decodificar dichos mensajes.

De todos modos, el concepto comunicación visual puede ser tratado desde muchas perspectivas, a través de la comunicación visual, no solo emitimos mensajes de carácter informativo o estético, también creamos cultura, identidad, nos damos a conocer, creamos una imagen de nosotros mismos y de nuestra marca personal.

Así como una marca habla de una empresa, nuestra cara y nuestros movimientos o incluso nuestro cuerpo habla de nosotros, no solo a través de nuestras palabras. Toda nuestra imagen comunica, siempre estamos comunicando. Desde el momento de que una forma o signo se constituye como tal, en ese momento se construye un significado para nuestra identidad.

1.1.1 Elementos de comunicación

Para analizar y comprender la estructura total de un lenguaje es útil centrarse en los elementos visuales, uno por uno, a fin de comprender mejor sus cualidades específicas.

Específicamente el punto es la unidad más simple, irreductiblemente mínima, de comunicación visual. En la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente, cuando un líquido cualquiera se vierte sobre una superficie, adopta una forma redondeada, aunque no simule un punto perfecto.

La estructura de la línea cuando los puntos están tan próximos entre sí que no pueden reconocerse individualmente aumenta la sensación de direccionalidad, la línea puede definirse también como un punto en movimiento.

La línea describe un contorno, en la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Hay tres contornos básicos; el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero que nos ayudan a establecer formas específicas y rasgos únicos.

La dirección, el tono, el color, la textura es una percepción visual generada por nuestros cerebros que interpreta señales nerviosas que captan distancias de onda al espectro electromagnético y se visualizan con lo que conocemos como estímulo, cada uno expresa diferentes emociones, que es la combinación de distintos contextos.

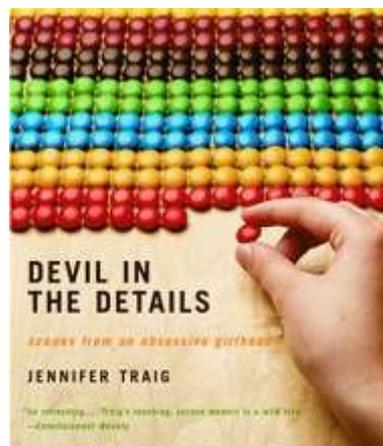


Figura 2 - 1 Comunicación gráfica
Fuente: (elementos básicos de la comunicación, 2013)

La escala, la dimensión, el movimiento y la tensión son fundamentales es aquella trayectoria que siguen nuestros elementos en una composición. Todo elemento básico expresa su propia formalidad dando un resultado positivo al unificar dos o varios elementos que constituyen trascendentes piezas gráficas.

1.1.2 Semiótica

Semiótica es “la doctrina de la naturaleza esencial de las variedades fundamentales de toda posible semiosis” (Pierre, 2012). Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de interés a los signos. Esta ciencia se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología, es decir, aquello que se emplea para representar una idea o un objeto diferente de sí mismo.

1.2 Identidad visual

La idea de identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen. Cada cosa esta dotada de unos factores que le son propios y gracias a los cuales las distinguimos y somos capaces de almacenarlas en la memoria. Estos signos de identidad característicos de la cosa, individuo o entidad los hacen, por tanto, reconocibles.

La identidad visual es un conjunto de elementos gráficos que se alinean con el mensaje que comunica una marca y asegura que la imagen de la misma sea coherente y consistente, hoy en día, no existe ninguna empresa, nación, pueblo o cultura que pueda posicionarse en el mercado y ser reconocida sin tener una identidad visual debido a que el mundo en el que vivimos, la información viaja constantemente y casi de forma instantánea en forma de imagen y no así, como texto. Una imagen es entendida y absorbida en las mentes de las personas de manera más rápida.

El concepto de Identidad Visual hace alusión a una visión de la marca que considera que todo aquello que forma parte de la identidad, comunica, y como tal comunicador, ha de representar a la marca siempre de la manera más conveniente y con una imagen unificada y coherente.

La empresa alemana AEG fue la precursora en el año 1908 de lo que hoy llamamos Identidad Visual Corporativa. Su director general Emil Rathenau se dio cuenta de lo importante que era que toda la empresa respondiera a una misma identidad visual acorde al espíritu corporativo. Contrató entonces al sociólogo Neurath y al artista y diseñador industrial Behrens, que realizaron un diseño unificado de las oficinas, edificios, folletos y anuncios de la empresa, pasando del diseño de signos individuales, al diseño de sistemas de signos, o programas de identidad visual corporativa. (Luna María Moreno, 2013)

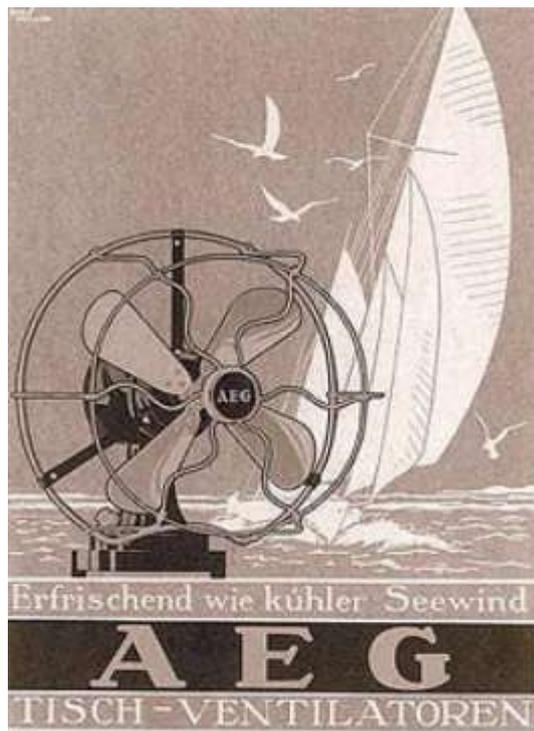


Figura 3 - 1 Comunicación visual, empresa AEG
Fuente: (Moreno Luna, identidad visual, 2013)

Fue en aquel momento cuando por primera vez se pensó más en la imagen de la empresa que en el producto. El resto del mundo aplicó esta idea 50 años más tarde y hoy a ninguna compañía se le ocurre actuar sin un concepto corporativo bien desarrollado. Para AEG, la marca personalizada ha sido su secreto para vivir más de 100 años. (Luna Moreno, 2013)

“La identidad corporativa, es la imagen que tiene el cliente de una marca y es la imagen que la marca le hace tener al cliente de sí mismo.” (Mikiwaka, 2015)

1.2.1 Niveles de la identidad

1. Identidad Cultural: Definir la cultura que rodea a la organización, es decir, los valores, experiencias, creencias, emociones con los que el consumidor se puede identificar para generar una respuesta o un cambio de conducta hacia la marca/empresa. Las fórmulas para implicar al consumidor pueden ir desde crear productos interactivos, personalizar el producto hasta fórmulas que estimulen sus cinco sentidos.

2. Identidad Verbal: Definir el nombre de la empresa y de sus productos para identificar verbalmente a la marca.

3. Identidad Visual: Definir el símbolo que identifica visualmente a la empresa, como el logotipo.

4. Identidad Objetual: Definir una unidad de estilo y diseño para todos los productos que sean reconocibles al tacto. Como la forma de una lata de Coca-Cola o la peculiaridad de un coche Smart.

5. Identidad Ambiental: Definir una ‘arquitectura corporativa’ para el lugar donde se encuentre la empresa, las sucursales, puntos de venta, sedes, etc. Que sea acorde a la imagen global de la empresa. El factor ambiental comunica la identidad de la empresa a través de elementos como el diseño de los espacios, los colores, la iluminación, el olor, la música ambiente, la atención al cliente, el servicio, o la propia ubicación del establecimiento dentro de la ciudad. Todo comunica. (Joan Costa, 2013)

1.2.2 Marca

La marca es la imagen alrededor de la cual se va a generar todo un sistema de asociaciones mentales relacionadas con una entidad o un producto. El logotipo está compuesto por dos elementos, la forma verbal y la forma visual. La forma verbal será el nombre de una marca que habrá de representar a la entidad, producto o servicio. Esta forma tendrá una representación gráfica específica partiendo de un tipo de letra propio que la caracterizara y ayudarán a establecer

su reconocimiento en la mente de las personas. A la unión de estos dos elementos se da, como decíamos, el nombre de logotipo.

Cada vez las culturas se parecen más entre sí y es más difícil para las personas distinguir sus tradiciones. La marca es, además del principal identificador del producto, un aval que lo garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores.



Figura 4 - 1 Logotipo para Cable News Network
Fuente: (fundamentos de diseño, 2014)

El nombre de una empresa o asociación debe cuidarse de una forma especial, no sólo en su tratamiento gráfico, al que actualmente se está concediendo gran importancia, sino también al sonido que produce su lectura. Debe ser fácil de memorizar, agradable y original. Generalmente, los nombres de estas organizaciones mercantiles, culturales están formadas por características referentes a su entorno habitual.

1.2.3 Características de marca

Una marca es de confianza cuando reúne las siguientes características.

A) Las marcas de confianza hacen lo correcto: Las marcas de confianza son percibidas por el consumidor como empresas competentes, eficientes y efectivas a la hora de cumplir sus

promesas. Este tipo de empresas proporcionan valor al cliente incluso cuando dicho valor no se traduce realmente en beneficio económico para el dueño de la marca.

B) Las marcas de confianza hacen sentir a sus clientes que forman parte de ellas: Se trata de que el consumidor perciba que es uno más dentro de la cultura organizativa que hay detrás de la marca. Cuando más valores y creencias comparten el consumidor con la marca, más estrechos serán sus lazos con ésta.

C) Las marcas de confianza tienen empatía: El consumidor debe sentir que hay sentimientos emocionales profundos de empatía, tolerancia y seguridad cuando se muestra vulnerable en sus transacciones con la marca. Los esfuerzos sinceros por parte de las marcas para entender este tipo de sentimientos aumentan el nivel de confianza del consumidor en la marca.

D) Las marcas de confianza nunca fallan a sus clientes: Cuando las marcas actúan de manera fiable y consistente, la confianza se fortalece y el apoyo del cliente queda asegurado. Las marcas de confianza se esfuerzan siempre al máximo en proporcionar el máximo valor al cliente.

E) Las marcas de confianza son transparentes: La honestidad, la integridad y la sinceridad son atributos esenciales que contribuyen a reforzar la confianza del consumidor. Esto afecta no sólo a la cantidad y precisión de la información que es compartida con el consumidor, sino a la sinceridad y a la adecuación que hay involucradas en la comunicación de dicha información. (Mark Di Somma, 2012)

1.3 Etnografía

El trabajo de campo etnográfico se asocia con la investigación y fundamentos de la antropología, al estudio de diversas culturas exóticas, y en sociología, a segmentos marginales de la propia sociedad. En esta investigación nos ocuparemos de la tradición antropológica británica y norteamericana pues esta es muy importante por su posición académica dominante, la cual nos ayudara a encontrar el proceso adecuado para modelara la práctica etnográfica en las demás ciencias sociales que estudian las culturas que se caracterizan por tener diferencia en todos sus procesos ancestrales cuales son muy representativos y a la ves son plasmados en diferentes soportes propios de cada cultura. (Rosana Guber, 2001, p.23)

1.3.1 El trabajo de campo para la interpretación de las técnicas

La investigación analizada quedaba definida a través del método etnográfico de campo el proceso comprendía el desarrollo aplicativo en una instancia empírica, una preparación y estructuras formales donde se obtiene información y los procedimientos para obtenerla. Desde una perspectiva objetiva la relación entre ámbito y procedimientos quedaba una forma estimulada por atraer al investigador a la labor individual en una sola unidad sociedad, para garantizar la objetividad y efectividad de los datos obtenidos a través del estudio investigado por el individuo, como sugiere la breve historia presentada, el proceso de la investigación no se hace sobre la población sino a partir de ella y formando parte de ella, esta intimidad deriva, necesariamente, en una relación de carácter distintivo, que ayudad con el análisis y procesos etnográficos. (Rosana Guber, 2001, p.41)

1.3.2 Positivismo y naturalismo

En el trabajo de campo etnográfico se asocian presentemente dos paradigmas dominantes de la investigación social, que surgen espontáneamente sin ninguna regularidad presentándolos informalmente aquí, el "positivismo" y el "naturalismo". Resultados de positivismo la ciencia es un procedimiento según la lógica del experimento, y su patrón es la medición o cuantificación de variables para identificar relaciones que fomentaran cualquier proceso etnográfico, el cual el investigador busca establecer leyes y normas para explicar hechos particulares que caracterizan la culturalidad, la ciencia procede comparando lo que dice la teoría con lo que sucede en el terreno empírico, para que estos métodos puedan ser replicados por otros investigadores deben ser estandarizados, como la encuesta y la entrevista. (Rosana Guber, 2001, p.41)

1.4 Técnicas de impresión textil

1.4.1 Impresión textil

La impresión directa es una técnica parecida a la serigrafía de toda la vida pero que no implica la utilización de varias pantallas ni tampoco el proceso de filmación. La tinta es estampada a través

de unas impresoras de alta definición que obtienen mejores resultados que la técnica simple en un tiempo récord de producción.



Figura 5 - 1 Impresora de camisetas BROTHER

Fuente: (Procesos de impresión textil, 2014)

Impresión digital, es un sistema relativamente nuevo de estampación textil, la impresión de camisetas se realiza directamente a través de una impresora de alta definición sobre la prenda.

1.4.2 Sublimación

La sublimación digital es una técnica de impresión que permite estampar prendas con cualquier imagen a todo color, obteniendo un tacto suave e imperceptible. El diseño es impreso en papeles especiales y transmitidos a las prendas mediante calor y presión. El calor convierte las partículas de tinta sólida en gas, y la presión es la fuerza a penetrar directa e inmediatamente en la superficie de la tela.



Figura 6 - 1 Proceso de sublimación textil

Fuente: (Técnicas de impresión textil, 2012)

Se imprime el diseño sobre un papel especial y se plancha sobre la camiseta. Así, la tinta penetra en el tejido de la prenda a nivel molecular cuando alcanza la temperatura necesaria en la plancha de transferir.

1.4.3 Vinil textil de impresión

El vinilo es un material flexible que se fija por calor. La impresión se realiza con plotter de impresión. El grafismo se imprime sobre un soporte plástico de doble capa y al mismo tiempo se va cortando la capa impresa mediante control digital. Cuando la capa impresa está cortada a la medida del logotipo se transfiere sobre el producto. Solo se utiliza tintas eco solventes para la impresión de los vinilos. Estas son ligeramente menos sólidas que las tintas solventes, pero mucho menos nocivas para el medio ambiente.



Figura 7 - 1 Aplicación de vinil textil de impresión digital
Fuente: (Procesos de vinil textil, 2012)

1.5 Moda

La moda, tradicionalmente vista como la industria encargada de idear, materializar y comercializar prendas de vestir con un significado cultural aceptado, representa todas las corrientes que implican patrones de comportamiento populares dentro de un grupo social específico, que pueden lograr una diferenciación significativa en comparación con las costumbres de otros conjuntos de personas.

1.5.1 Antecedentes

Trazar la historia de la moda equivale a trazar la historia de la civilización. De los schenti utilizados por los egipcios en el año 3000 a. de C. hasta el estilo sofisticado de un traje de Armani en la actualidad, la vestimenta ha estado estrechamente relacionada a lo largo de los siglos con una posición social, una profesión, una cultura o, simplemente, con el clima. La historia de la moda analiza el recorrido de cinco mil años del traje, desde sus prácticos inicios en Egipto hasta el imperio global en el que se ha convertido la industria de la moda en nuestro siglo. (Bronwyn Cosgrave, 2005)



Figura 8 - 1 Orígenes de la Moda.

Fuente: (Patronaje de diseño de modas, 2012)

La historia de las fibras textiles comienza en el año 7000 a.c. en la cálida región de Egipto. Su inicio fue propiciado por el descubrimiento del lino, usado por los pueblos mesopotámicos como principal material textil. (Bronwyn Cosgrave, 2005)

La primera prenda de vestir fue la falda, tanto en hombres como en mujeres. Después del taparrabos se pasó a la falda. Las mujeres llevaban una especie de tela que cubría las caderas dejando al descubierto los senos. Los hombres llevaban falda. Después aparecieron las túnicas

que cubrían el cuerpo en forma de vestidos, en las mujeres se acortó el vestido para convertirlo en blusa acompañándola de una falda.

El impacto que la moda tiene en un individuo suele ser temporal, pues la naturaleza de ésta hace que cada cierto tiempo se renueve, imponiendo nuevas conductas, forma de vestir y pensar. Un ejemplo claro de esto son los cambios significativos que se dieron durante la década de los 60, en el siglo XX; una vez terminadas las revoluciones sociales y la reinsertión de los hippies a la sociedad convencional, casi todo volvió a la normalidad, se generaron nuevas claves de vestimentas, nuevos héroes aparecieron y los Beatles ya no eran los ídolos de las adolescentes. En pocas palabras, la moda se define en: corriente, imitación y diferenciación.

1.5.2 Función de las prendas de vestir

Ropa es el nombre genérico que reciben las prendas de vestir. Se trata de productos confeccionados con distintas clases de tejidos para cubrirse el cuerpo y abrigarse. La acepción más amplia del concepto incluye entre la ropa los pantalones, las camisetas, las camperas, los guantes, los sombreros y el calzado, entre otros artículos.

Puede decirse que la ropa cumple con dos grandes funciones. Por un lado, permite cubrir aquellas partes del cuerpo que por motivos culturales, en la sociedad occidental se mantienen tapados en público (como los genitales). Por otra parte, la ropa protege a las personas de las condiciones meteorológicas (el sol, la lluvia, las bajas temperaturas, etc.).

Sin embargo, en la nuestra sociedad la ropa tiene además otras funciones. A través de ella, se intenta resaltar la figura, crea sensaciones de guapos, atractivos, elegantes, cumple con una clara función estética logrando crear seguridad y atracción a quien la utiliza.

1.5.3 Confección

Confección, es un término que refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras. Es posible, en este sentido, confeccionar ropa, la utilización más habitual de la noción de confección se encuentra en la industria textil. Por lo

general, la acción de confeccionar aparece vinculada al corte, ya que son actividades imprescindibles para la creación de prendas de vestir. Las personas dedicadas a la costura, los modistas y los sastres son algunos de los especialistas que se dedican a la confección.

1.5.4 Telas

Una tela es una lámina flexible compuesta por muchos hilos que se entrecruzan de manera regular y alternativa en toda la longitud. Las telas pueden ser las obras tejidas en el telar o aquellas semejantes que se encuentran formadas por series alineadas de puntos o lazadas hechas con un mismo hilo.

En este sentido, la tela es el componente principal de la mayoría de las vestimentas. La industria de la indumentaria se basa en las telas para confeccionar remeras, camisas, pantalones y todo tipo de prendas. Las características de las telas pueden variar de acuerdo a su permeabilidad, su tenacidad y su elasticidad.

1.6 Nacionalidad Siekóya pai

1.6.1 Historia

Los Aido pai o secoya (Siekóya pai) son una etnia amerindia que habita en parte de la Amazonía ecuatoriana. En Ecuador habitan las riveras de los ríos Eno, Napo Aguarico y Cuyabeno.

Siekóya pai, que significa "gente del río de rayas". Debido a sus largas cabelleras, se los conocía como "los encabellados". El termino Secoya es el nombre de un río y de una quebrada considerada como su lugar de origen, muchas personas conocen a esta nacionalidad como los Secoyas (Siekóya pai) junto a los Sionas han permanecido emparentados desde hace mucho tiempo, sin embargo, en la actualidad se hace referencia a ellos como dos etnias separadas.

Ecuador no es solamente rico en paisajes y aventuras que cautivan a los turistas, que buscan un lugar seguro y cómodo para viajar, sino que ofrece oportunidades para conocer de cerca pueblos culturalmente escondidos.

Actualmente se encuentran ubicados en las riberas del río Aguarico, su origen el Paicoca (lengua secoya), utilizan la medicina tradicional, se dice que los Secoya antes habitaban en el Perú y llegaron a nuestra tierra por los ríos.



Fotografía 1 - 1 Shamán
Realizado por: Fausto Díaz, 2017

En el Ecuador están en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia San Roque y en el cantón Cuyabeno, parroquia Tarapoa, su territorio legalizado es de 39414,5 hectáreas, el número aproximado de habitantes es 380; están organizados en tres comunidades: San Pablo de atetsiaya y Sicoya Remolino Ñe'ñena, ubicadas en la parroquia San Roque, cantón Sushufindi; una comunidad, Eno, ubicada en la parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno.

En sus territorios el estado ha declarado la Reserva “Faunística Cuyabeno”, territorios que también tienen la presencia del Bloque 15 de la Occidental Exploration and Production (OECOP) quien mantiene un contrato con Petroecuador.

Su organización política es básica, la familia ampliada; la unión de familias constituye las Comunidades o Centros. Su organización política es la Organización Indígena Secoya del Ecuador, OISE, que es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. El presidente de la organización es elegido en el Congreso de la Nacionalidad Secoya cada dos años.

Tienen prácticas productivas como una agricultura itinerante, realizan extracción de madera, ganadería artesanal; actividades económicas que son complementadas con la caza, pesca y recolección de frutos.



Fotografía 2 - 1 Rio Aguarico, gente Secoya
Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Los principales productos que siembran son yuca, café, plátano, maíz, maní, frutas, arroz, fréjol y ají, piña, caña, etc.

En esta nacionalidad prevalece y se distingue a la gente por los apellidos Piaguaje y Payaguaje, en las comunas Secoyas, se han dado uniones matrimoniales con personas, hombres y mujeres de otras nacionalidades amazónicas, lo que ha permitido fortalecer sus relaciones familiares y organizativas.



Fotografía 3 - 1 Familia Piaguaje

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

1.6.2 Artesanías

Los Secoyas son hábiles en la elaboración de artesanías (objetos ceremoniales, ornamentales, utensilios domésticos, herramientas agrícolas, de cacería o pesca) para lo cual utilizan materia prima que provee los bosques, como las semillas o frutos, fibras, madera, cañas, bejucos, juncos o mimbres, tintes, gomas y resinas; además elaboran objetos en cerámica.



Fotografía 4 - 1 Objetos en cerámica y barro

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Las mujeres Secoyas transforman las semillas multicolores que encuentran en el bosque en vistosos collares y pulseras que se unen con hilos de chambira, una planta del bosque, para añadirle más color a sus creaciones usan alas de escarabajos verdes fosforescentes y pequeñas piedras encontradas en los ríos.



Fotografía 5 - 1 Collares y pulseras

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Las ofertas de artesanías incluyen las lanzas y cuchillos negros hechos con chonta.



Fotografía 6 - 1 Herramientas y utensilios

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Otra de las actividades que realizan los Secoyas son las artesanías; los hombres elaboran canoas, flechas, lanzas, flautas, collares de dientes de animal, coronas de plumas y las mujeres elaboran ollas de barro, mocahuas, tinajas, tejer atarraya, collares, manillas.

Las Cerbatanas son los objetos más comprados por el turista, como recuerdo, son conocidas también como bodoqueras, llevan dardos y el recipiente de curare o veneno. Otra de las artesanías son los tejidos, el material más usado para los tejidos es la chambira, esta es una fibra que se obtiene de la palma del bosque. Los bolsos son los artículos más elaborados por las mujeres.

1.6.3 Vestimenta

La indumentaria originaria para el hombre consistía de: la juika, túnica hecha con la corteza del árbol waika`ko (*Poulsenia armata*); y para la mujer, una falda corta hecha con fibra de chambira (*Astrocaryum* sp) llamada en Paikoka Ñukua ka`nio, dejando su dorso descubierto, pintado y adornado con diseños simbólicos tradicionales.



Fotografía 7 - 1 indumentarias Secoya
Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Sin embargo, en la actualidad su vestimenta se ha transformado: los hombres utilizan un batón largo adornado en las mangas con plumas de aves silvestres, collares en el cuello que cuelgan de los hombros hacia los costados, contruidos con colmillos de animales y semillas silvestres, un sombrero compuesto de plumas de aves y una lanza para defensa y cacería, las mujeres usan una

túnica de colores con adornos en el cuello. Tanto mujeres como hombres pintan su rostro, utilizan narigueras, aretes y coronas hechas con plumas y semillas.

En la época de la explotación del caucho, los Secoyas trabajaban en las grandes haciendas y para devengar sus haberes; el patrón les pagaba entregándoles telas y herramientas, iniciándose de esa forma adquirirían la utilización de telas para confección de sus vestimentas.

También se compran las telas, no se utiliza la falda de chambira ni la “juika” hecha de “waika’co”. Según las diferentes versiones dicen que “por no impactar al ambiente hemos adoptado la compra de cosas de fuera”. También los militares han influido ya que abusaban mucho y se burlaban de nuestra forma de vestir, producto de esto ha ido cambiado la vestimenta.

En la actualidad solo los mayores utilizan la vestimenta diariamente, mientras que los jóvenes la usan solo en eventos y programas culturales.



Fotografía 8 - 1 Jóvenes Secoyas (evento cultural)
Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Tabla 1 - 1 Ficha explicativa referencial

Nacionalidad A'indeccu	Nacionalidad Waorani
<p>La nacionalidad A'indeccu actualmente habitan en la Provincia de Sucumbíos, su cultura derivada de grandes caracterizaciones hace que esta tenga una historia ancestral connotativa. Dicha etnia posee algunas formas diversas, representativas y particulares, que evidencian sus costumbres y forma de vida.</p>	<p>La nacionalidad Waorani se encuentra ubicada en tres provincias de la Amazonia, principalmente en la provincia de Orellana definida como un grupo indígena asentado en lo profundo de la selva, actualmente su cultura es progresiva ya que dicha etnia está atravesando el urbanismo, generando cambios en algunos rasgos relevantes de sus costumbres.</p>
	

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Las características que representan estas nacionalidades en sus artesanías son de forma espontánea, cabe recalcar que tienen una similitud en la composición, siendo así muy generalizada y poco identificativa como propia.

La representación cultural de la mayoría de nacionalidades indígenas que se encuentran en la Amazonía del Ecuador son muy similares, ya que utilizan la misma: materia prima, símbolos, retículas base y formas geométricas; y se puede formar una confusión de identidad cultural. Basado en el análisis de dos nacionalidades explicadas en la ficha anterior, se ha evidenciado la similitud de rasgos que pueden ser empleadas como inspiración para la creación de la marca que logre captar la esencia de la Nacionalidad Indígena Secoya. Se realizó un estudio para diferenciar la nacionalidad investigada cuyo proceso fue estructurado de elementos más representativos en forma espiritual y reconocimiento del linaje que constituye a la nacionalidad Siekopai, generando resultados positivos en base a la cultura y costumbres que deben ser rescatados para recuperar las raíces ancestrales de la nacionalidad.

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Definición del problema y alcance

La cultura, tradición y diversidad étnica de la Nacionalidad Indígena Secoya se han ido perdiendo en diferentes zonas de la amazonia debido al avance de la urbanidad y el implemento de modas extranjeras, esto ha generado que las personas tengan una perdida persuasiva de conocer y rescatar la historia de los Secoyas, el origen de sus raíces ancestrales, su evolución, la subsistencia de vida, y principalmente la cultura de la nacionalidad, se teme que su verdadero linaje no se llegue a conocer en el futuro.

2.2 Investigación

La presente investigación se enmarca en la metodología cualitativa, ya que se necesita obtener la mayor información posible de un conjunto pequeño de personas.

La investigación cualitativa presenta una correcta observación para persuadir a las personas con elementos gráficos utilizando distintos patrones culturales de la nacionalidad Secoya, también genera una forma de opinar de las personas, como asimilan y aceptan la constancia de realidad en la que hoy en día se vive.

Esta investigación ayuda a que las personas tengan un pensamiento subjetivo y objetivo, logrando conceptualizar y diseñar de manera fundamentada la marca y aplicaciones para textiles.

2.3 Tipo de investigación

2.3.1 Etnográfica

Este tipo de investigación permitió conocer la historia y el origen de las raíces ancestrales de la nacionalidad Secoya, su forma de vida, sus creencias, sus tradiciones, su cultura y la relación impactante que tienen con la naturaleza. Mediante una convivencia se pudo comprender más a los Secoyas, cada característica cultural de la nacionalidad es a su vez parte o producto de una cosmovisión determinada.

2.4 Métodos de investigación

2.4.1 Inductivo

Se aplicó este método para que permite investigar cada rasgo particular permitiendo describir los aspectos más generales para realizar los elementos gráficos, analizando sus costumbres, colores, artesanías, vestimenta y todo lo generalmente relacionado a los Secoyas obteniendo una idea enfocada de lo que representan, la observación directa es uno de los argumentos importantes que analizamos para entender el vínculo que tienen los Secoyas con la naturaleza que los rodea en la amazonia.

2.5 Técnicas de investigación

2.5.1 Observación

La observación es un procedimiento empírico por excelencia, el más primitivo y a la vez el más usado en la investigación, con esta técnica se logró definir los elementos gráficos valorando los recursos necesarios que utilizan los Secoyas para su vestimenta, elaboración de alfarería, artesanías y más que hacen fusión con la naturaleza.

2.5.2 Entrevista

A través de una entrevista podemos recolectar una gran cantidad de información mediante un representante de la nacionalidad o informante del tema que se está investigando. Esto ayuda a sustentar información no comprendida siendo datos de suma importancia que contribuyen a comprender con más eficacia la cultura de la nacionalidad Secoya.

2.6 Herramientas de investigación

2.6.1 Ficha de observación

La ficha de observación contiene datos importantes de cada rasgo cultural, ayuda a identificar los principales elementos gráficos que se pueden encontrar en la cultura de la nacionalidad Secoya. Destacando los principales elementos encontrados en su vestimenta, artesanía, alfarería y elementos que utilizan para pintar su rostro, los cuales ayudan a tener un mayor análisis.

2.6.2 Guión de entrevista

La guía de entrevistas será formulada en base a la experiencia sin ninguna estructura planteada ya que es más directa y dinámica realizada a un representante de los Secoyas.

El objetivo general de toda la investigación es recopilar información y analizar la identidad cultural de la nacionalidad Secoya, fortalecer sus raíces ancestrales, creando una marca y sus aplicaciones en textiles, logrando generen tendencia y la curiosidad de conocer la historia una cultura reflejada en las prendas de vestir, estas serán cómodas y actuales.

Para cumplir el objetivo de “Analizar la identidad cultural de la nacionalidad Secoya” se investigó esa unión esencial que tienen con la naturaleza en el desarrollo de sobrevivir, esto ha generado diversas costumbres y tradiciones dentro de su identidad cultural, utilizando la entrevista se pudo sustentar el análisis de la investigación. El proceso de conocer la vinculación de varias características que diferencia a los Secoyas se logró mediante el método inductivo

proceso importante que ayudo a definir los elementos gráficos que se priorizaron en el desarrollo de la marca y aplicaciones para textiles.

Para concretar el segundo objetivo, “Fortalecer sus raíces ancestrales”, las fichas de observación fueron necesarias porque ayudaron a estructurar un contexto factible para crear un concepto propio y consciente que genere elementos gráficos.

En el objetivo final “Creación de marca y aplicación en textiles”, tiene un proceso de crear elementos gráficos que constituyan a la creación de bocetos, finalmente seleccionados los elementos gráficos necesarios se realiza un proceso de identidad corporativa que evalúa la correcta utilización de gráficos para crear la marca final y aplicaciones en textiles de la nacionalidad Secoya.

CAPÍTULO III

3 MARCO DE RESULTADOS Y PROPUESTA

3.1 Resultados

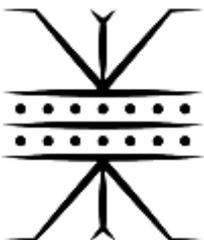
Mediante las fichas de observación podemos destacar los elementos más importantes y característicos de la nacionalidad Secoya y a través de la entrevista se pudo completar la información más relevante a los Secoyas que nos ayudará con el proceso de elaboración de la marca y sus aplicaciones textiles.

Tabla 2 - 3 Ficha de observación 1

Fotografía	Abstracción Icónica	Características
		<p>Pigmento natural para trazar líneas oblicuas con puntos simétricos, trazos que utilizan comúnmente las mujeres.</p>

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Tabla 3 - 3 Ficha de observación 2

Fotografía	Abstracción Icónica	Características
		<p>Pigmento natural para trazar líneas y puntos simétricos, trazos utilizados por las mujeres en los rituales ancestrales.</p>

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Tabla 4 - 3 Ficha de observación 3

Fotografía	Abstracción Icónica	Características
		Material: semillas y fibra natural, adorno para el pecho utilizan los hombres Secoyas que representa honor, lealtad y fuerza para las batallas antiguamente entre nacionalidad.

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Tabla 5 - 3 Ficha de observación 4

Fotografía	Abstracción Icónica	Características
		Material: colmillo de jaguar, adorno de cuello que utiliza el Shamán, la forma abstracta genera círculos, líneas verticales y oblicuas.

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Tabla 6 - 3 Ficha de observación 5

Fotografía	Abstracción Icónica	Características
		Formas jerárquicas que representa el poder y la fuerza del líder de los Secoyas (Shamán), formas espontaneas de la sombra entre la luz de la luna y las ramas de los arboles geométricos que tienen simetría.

Realizado por: Fausto Díaz, 2017

Análisis

Las diferentes abstracciones icónicas que encontramos a través de las fichas de observación, permitieron apreciar la relación que tiene la nacionalidad Secoya con la naturaleza, a través de esta representación gráfica encontramos los rasgos más importantes en la cultura Secoya, por lo tanto, la identidad que les representa mediante la naturaleza son los pigmentos naturales,

semillas secas, plumas, y colmillos de animales unidas con fibras naturales entre otras. Las abstracción y composición de sus rasgos en su mayoría son elementos conceptuales como la línea y el punto formando categorías compositivas como la simetría, ritmo, y dirección.

Estos elementos gráficos serán utilizados para la aplicación en textiles y el desarrollo de la marca que ayudara a fortalecer sus raíces ancestrales.

Entrevista al señor Jorge Piaguaje, Vicepresidente de la Nacionalidad Secoya.

¿Qué es la nacionalidad Secoya?

Con la respuesta de esta pregunta se pudo conocer más a fondo la historia de los Secoyas, es una nacionalidad con sus propias costumbres e idioma se definen a sí mismos como gente multicolores, con una población limitada, en los diferentes sectores de la amazonia que ellos radican.

En la actualidad se los llama Secoyas debido al extranjerismo que tiene la provincia de Sucumbíos, es una nacionalidad con una cosmovisión muy extensa en su forma de vida y tiene una espiritualidad muy fuerte estrechamente unida a la naturaleza, adoran al Dios Luna (Ñañë) es un ser celestial que les protege y ayuda con el pasar del tiempo para que su linaje no decaiga, a través de la naturaleza les enseña la espiritualidad que unifica las costumbres de sus antepasados.

¿Qué relación tiene su Cultura con la naturaleza?

Los secoyas se comunican por muchos aspectos con la naturaleza, mediante la sabiduría y el espíritu que tiene la naturaleza para ellos es un espacio en donde pueden vivir gracias a sus recursos naturales como el agua, la flora, la fauna, con todos estos recursos aprenden el desarrollo de subsistir mediante todo lo que pueden realizar en las entrañas de la selva, crean canoas para el transporte fluvial de las personas de la nacionalidad, los alimentos son escogidos con mucho cuidado para no acabar con la extinción de los mismos, sus materiales y utensilios

les provee la naturaleza, todo está relacionado a la naturaleza, las prácticas medicinales, rituales ancestrales entre otros mismas que benefician su relación.

El ritual espiritual es considerado como el fundamento jerárquico de la naturaleza ya que permite a las personas obtener las fuerzas y energías que les ayuda a elegir el líder (Shamán) que obtendrá el conocimiento necesario para proteger, ayudar y guiar a su gente mediante la espiritualidad y cosmovisión.

¿Cómo ha influido la naturaleza en sus costumbres?

Habitualmente influye en su caracterización con los elementos abstractos pintados en sus rostros ya que utilizan pigmentos naturales, sus gráficos reasentan las flora y fauna que los rodea, estos trazos son muy simbólicos, utilizados para diferentes rituales, medicina, espiritualidad, mortuorios, matrimoniales, guerras y el nacimiento de un nuevo ser.

Los instrumentos musicales son realizados de la naturaleza, producen sonidos armónicos como el rimo, el trinar de las aves, el viento soplando a los árboles y plantas, las artesanías son realizadas con semillas, colmillos, plumas unidas de fibra natural, cada ornamento representa una jerarquía de protección y seguridad en la nacionalidad.

¿En la cultura Secoya que elementos son los más representativos?

Los elementos más representativos en la nacionalidad es la vestimenta, ornamentos y el lenguaje que generan una diferencia ancestral de otras culturas, las costumbres que transmiten en cada ceremonia que realizan para adorar a su dios luna (Ñañë).

¿Qué significado tienen los colores en la nacionalidad Secoya?

Tiene un carácter simbólico, ya que los antepasados derramaron sangre en múltiples batallas por defender sus territorios, y con relación a la naturaleza en el vivir, respetar, honrar, transmitir el poder y la sabiduría que obtienen mediante la ayahuasca el purificador del alma.

¿Cuáles son los colores más representativos?

Los colores fundamentales son el rojo, amarillo y verde

Rojo: la sangre que derramaron nuestros antepasados.

Amarillo: El sol, el poder, el peligro.

Verde: La naturaleza en sus árboles, medicina, alimento.

3.2 Propuesta de marca

3.2.1 Descripción de la propuesta.

La marca de la nacionalidad Secoya es el principal referente para diferenciarse de otras nacionalidades, mediante cualidades únicas como: la cultura, las costumbres, la población, el lenguaje. Todo esto debe estar reflejado en una gráfica que invite al espectador a querer conocer la nacionalidad Secoya y su historia.

La marca trata de mostrar la diversidad que existe en los Secoyas de forma espontánea y clara para lograr un mejor posicionamiento en la región. La propuesta se desarrolla de forma integral llegando estratégicamente primero a la población y objetivamente al turista nacional e internacional.

El tono de comunicación de la marca es cálido y amigable reflejando la personalidad de la población en sus colores. Tomando detalles como los gráficos que utilizan para pintarse en el rostro y las diversas especies que habitan y caracterizan la nacionalidad.

Además, la propuesta connota el trabajo, el esfuerzo y la lucha de los Secoyas por sobrevivir a diario, uniendo a las personas con un fin común, el no ser olvidados.

Cabe destacar que un pilar importante para la nacionalidad es rescatar e impulsar su cultura y costumbres que representan a los Secoyas. La marca trabaja integralmente por su diversidad de tonos y forma que ayuda a la nacionalidad a ser diferente de las otras.

La marca como elemento gráfico, trata de transmitir valores, características y rasgos tangibles e intangibles que servirán para fortalecer sus raíces ancestrales. Su manejo consciente y orientado generará una imagen positiva hacia las personas.

3.2.2 Justificación de la propuesta.

En los últimos años la cultura y costumbres se ha constituido en una de las bases más importantes dentro de las nacionalidades, sin embargo, la falta de información de la oferta turística hacia la población, ha ocasionado que esta no explore las bellezas turísticas, costumbres y culturas que existentes en los Secoyas.

Para la presente marca se propone un plan de comunicación Integral posteriormente, donde se plantean estrategias y técnicas de posicionamiento utilizando diversos elementos, los cuales permitirán fortalecer la atracción de las personas internas y externas.

La marca cumple con diversos factores que dan como resultado una composición de calidad asegurando el mejor desempeño de esta.

Memorable: la marca es fácil de recordar por su forma y elementos que la componen.

Simetría: su posición, forma y tamaño de los elementos genera estabilidad.

Unión: los elementos que forman la marca connotan la unión de alma y cuerpo.

Movimiento: es una propiedad muy importante, que aporta dinamismo y fuerza, generando la percepción de energía a las personas.

Color: la configuración del color se realizó a partir de cualidades que aporten a la marca calidez e identidad propia. Se usaron colores análogos y complementarios para mantener una armonía entre cada uno de ellos. Tanto el rojo con el naranja y el verde con el turquesa generan estabilidad en su parte gráfica, además, se utilizó estos colores conscientemente ya que tienen relación con los colores fundamentales que utilizan los Secoyas.

Tipografía: se escogió esta tipografía por su legibilidad al momento de ser leída tanto en soportes digitales como impresos. También aporta sobriedad y calidad en sus rasgos. Por otra parte, al no ser un tipo totalmente recto genera un contraste entre la parte racional y emocional.

Modulación: la modulación que contiene a la parte gráfica en este caso el logo es de una retícula formal y equilibrada.

Proporción: todas las partes se relacionan entre sí y esta forma una unidad mayor con una proporción correcta optimizara el uso del diseño y los procesos que esta requiera.

3.2.3 Marca

La cultura, las costumbres y la mitología de los Siekopai se unifican, esta vez para crear una marca de jerarquía en la nacionalidad.

Siekopai es desarrollado objetivamente, su imagen está diseñada con formas estilizadas transmitiendo sentimientos puros para encontrar el verdadero espíritu ancestral.

MARCA

Siekopai





El collar de colmillos solo puede poseer el siekopai más avanzado el líder “ínti páike repá” (el shamán).

Se le considera un hombre de honor, con el collar de colmillos el shamán posee poderes espirituales únicos al convertirse en un jaguar para devorar a sus enemigos.

Abstracción

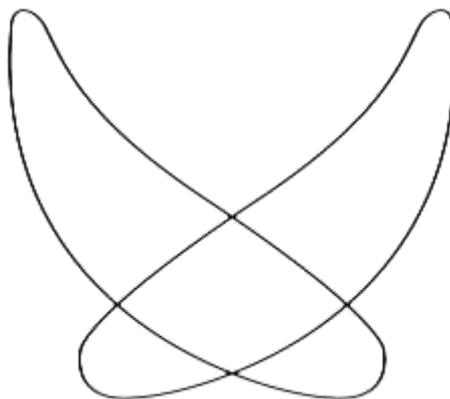




El paujil (pavo de monte) es un ave sagrada para los Siekopai representa buena suerte es venerado en ceremonias por la grandeza de sus alas y su pico azulado.

Realizan rituales para que el ave no sea encontrada y perseguida por los cazadores.

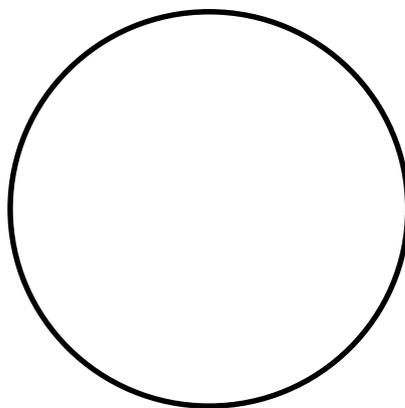
Apariencia de las alas



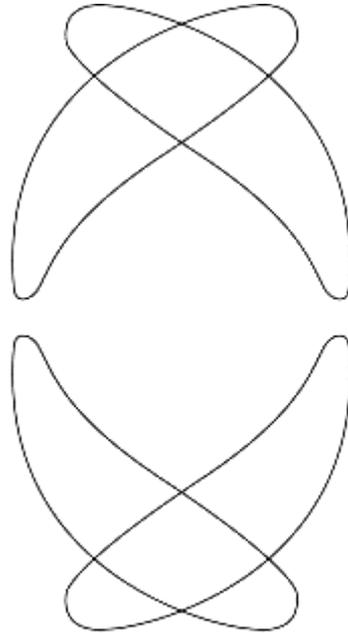


El dios luna (Ñañë) un ser celestial con su brillo de luna llena ilumina al shamán en cual obtiene conocimientos celestiales que le ayuda a comunicarse con la naturaleza obteniendo poderes curativos espirituales únicos para la protección de la comunidad.

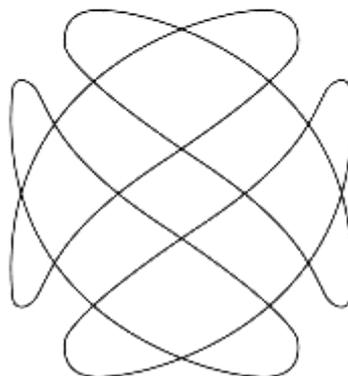
Similitud



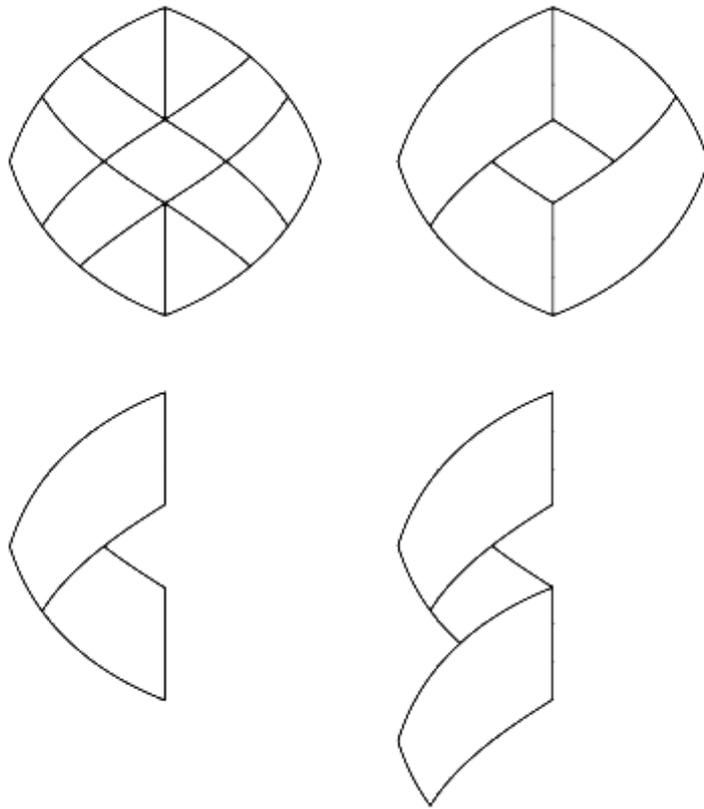
Simetría

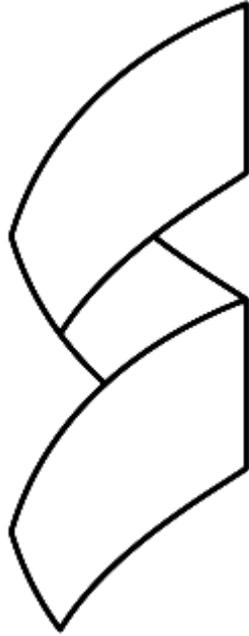


Unión



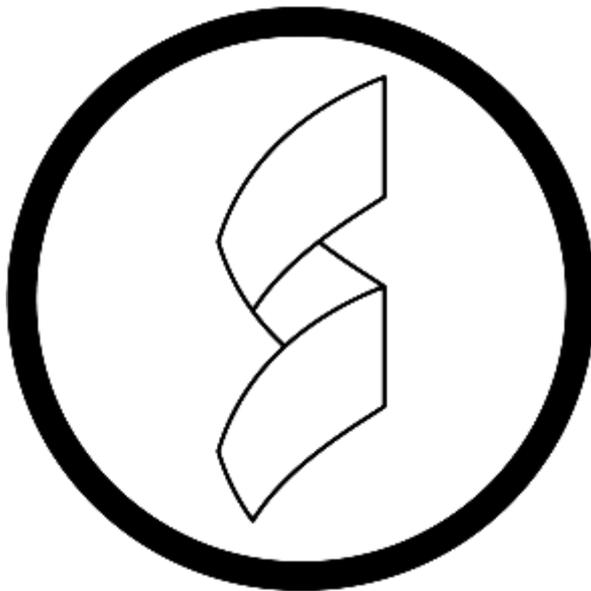
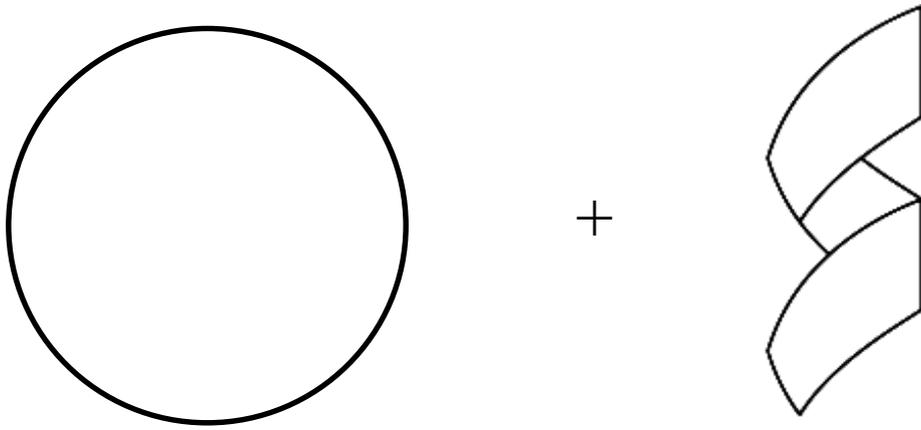
División, Unificación,
Sustracción y Repetición





El proceso de modulaciones permitio representar un elemento gráfico que su forma tiene rasgos de la letra “S” siendo la primera letra de la palabra Siekopai nombre representativo de la nacionalidad investigada





Color





Siekopai



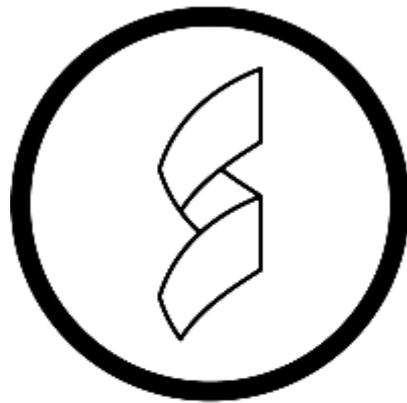
Siekopai



Siekopiai



Siekopai



Siekopai

3.3 Aplicación en textiles



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Camiseta para hombre

Técnica: Sublimación

Título de la composición: Siekopai

Reseña de la marca: La marca es el principal referente de los Siekopai, es la interpretación cultural basándose en los principales referentes que la nacionalidad considera en su vinculación con la naturaleza, formando una identidad propia que ayudara a fortalecer sus raíces ancestrales.



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Camiseta para mujer

Técnica: Sublimación y vinil textil

Título de la composición: Vida

Reseña de la composición: Rasgos que utilizan las mujeres para pintarse el rostro los cuales son utilizados para las ceremonias de agradecimiento utilizando vestimenta muy colorida que caracteriza sus danzas.



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Camiseta para hombre

Técnica: Sublimación

Título de la composición: Sueño

Reseña de la composición: El dios luna (Ñañë) ser celestial que le ilumina al (Shamán), es el líder que proteger a su comunidad con sus poderes curativos espirituales, es el ser religioso que se comunica con la naturaleza protector del paujíl (pavo del monte).



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Bibidí para mujer

Técnica: Vinil textil

Título de la composición: Viento

Reseña de la composición: Las mujeres en general utilizan este tipo de trazos habitualmente que les ayuda en la cosecha de sus alimentos y en el cuidado de su flores y plantas medicinales.



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Camiseta para niño

Técnica: Sublimación

Título de la composición: héroe

Reseña de la composición: Los Siekopai tiene mucho respeto al jaguar, es considerado como el protector de los animales silvestres, y su habilidad representa la fuerza que utilizan para la caza y enfrentamientos entre nacionalidades.



Autor: Fausto Díaz

Prenda textil: Camiseta para mujer

Técnica: Vinil Textil

Título de la composición: Alma

Reseña de la composición: Las mujeres Siekopai que entran en la etapa de la adolescencia son veneradas por el shamán realizando una ceremonia con las flores más hermosas y después las aleja hasta que termine su periodo para no perder sus poderes espirituales.

CONCLUSIONES

La cosmovisión de la nacionalidad Siekopai tiene argumentos fundamentales ya que todo lo que les rodea está estrechamente relacionada con la naturaleza obteniendo una cultura propia, es decir, la forma que comprenden al mundo se basa de los conocimientos obtenidos de la naturaleza logrado transmitir elementos sustentables de su forma de vida principalmente el color, su vestimenta, abstracciones gráficas y composición artesanal que utilizan en su comunicación ancestral. La información obtenida a base de la observación fue el principal medio de análisis cultural de la nacionalidad, logrando comprender elementos representativos que caracteriza a esta nacionalidad que fue guía primordial para conceptualización de los gráficos utilizados.

Las fichas de observación ayudo con el análisis para lograr conclusiones propicias el cual genero una conceptualización compositiva, ayudando a comprender mejor todos los elementos gráficos que utilizan en su vida cotidiana los mismos que son plasmados en diferentes piezas de alfarería y elaboración artesanal de adornos que son utilizados para ceremonias y rituales.

El estudio de campo ayudo a comprender los conocimientos y la cosmovisión de los Siekopai siendo un aporte de información acertada al momento de la elaboración de la marca y aplicación en textiles generando elementos gráficos con identidad propia además de tener un valor espiritual en cada composición. Obteniendo representaciones caracterizadas con su cultura que manifiestan su forma de vida, la identidad forjara a tener una historia ancestral más persuasiva.

El desarrollo de la investigación que generó resultados positivos con un significado sustentable y adecuado fue gracias a la técnica de observación que es propia para este tipo de investigación, mostrándose anteriormente en las fichas de observación, esta técnica acompañada del método inductivo nos propuso un esquema investigativo factible que ayudando a tener éxito al analizar la información específica y adecuada para esta investigación, obteniendo los rasgos más importantes de la cultura Siekopai facilitando con el proceso de abstracción de elementos gráficos y elaboración de la marca.

Con el proceso de la elaboración de la marca y la abstracción de los diferentes elementos gráficos se pudo evidenciar categorías compositivas como unión, sustracción, dirección, repetición, ritmo y simetría. Así como demás contrastes de matiz en los colores.

RECOMENDACIONES

El desarrollo del proceso de la marca y abstracciones gráficas son propuestas de rescate cultural, no tienen una estructura formal establecida para la composición de las ilustraciones ya que la magnitud de la intuición del investigador formo composiciones ya que por la naturaleza las formaciones de las mismas son inéditas, por lo tanto, no quiere decir que la conceptualización de elementos gráficos, o contextos teóricos deben ser ignorados, mejor aún es una guía para la realización de diferentes procesos gráficos.

Las composiciones de elementos gráficos deben tener más aceptación para el proceso de enseñanza a nivel académico, los resultados creativos generan persuasión objetiva y subjetiva porque son creaciones innovadoras, propuestas gráficas que rescatan la culturalidad, fundamental del diseño gráfico contemporáneo y a la vez espontaneo de la persona.

Las investigaciones de las culturas y nacionalidades que existen son muy ambiguas ya que realizan de dos hasta cuatro culturas investigadas a la par, una investigación debe ser responsable en todo sentido más tratándose de una nacionalidad o una cultura ecuatoriana, lo fundamental es investigar la cultura de una nacionalidad específica, para obtener información y analizarla adecuadamente que ayudara a conceptualizar el proceso gráfico a realizarse.

El estado a través de instituciones públicas debe convocar e incentivar a todos los diseñadores gráficos y universidades como tal para que aporten con más proyectos que generen conocimiento cultural prioritariamente mediante gráficos nacionales desarrollados por el exponente, por las necesidades de la economía del país se generan el beneficio a proyectos industriales y tecnológicos, obteniendo como resultado la perdida de antecedentes ancestrales que definen el origen y la historia de nuestra nación, cayendo en la copia o aceptación de costumbres y culturas que no son de nuestra nacionalidad.

BIBLIOGRAFÍA

CAMISETAS. *Sublimación textil* [en línea]. Barcelona – España, 2008 [Consulta: 13 febrero 2017]. Disponible en: <https://camisetas.com/custom/sublimacion-textil.html>

CAMISETAS. *Impresión digital* [en línea]. Barcelona – España, 2003 [Consulta: 13 febrero 2017]. Disponible en: <http://www.camisetas.info/serigrafia-digital.php>

CAPRIOTTI, PAUL. *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. 4ª edición. Málaga – España: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas, 2013, pp. 15 – 16, 30 – 31.

CELESTECIELO, GLADYS CECILIA. *Historia de las fibras textiles y los orígenes de la moda* [blog]. [Consulta: 22 febrero 2017]. Disponible en: <https://elrincondecelestecielo.blogspot.com/2015/04/historia-de-las-fibras-textiles-y-los.html>

Comunidad Secoya Siecoya [blog]. [Consulta: 30 febrero 2017]. Disponible en: <http://siekoya.blogspot.com/>

Definición de Moda [en línea]. 2016 [Consulta: 18 febrero 2017]. Disponible en: <http://conceptodefinicion.de/moda/>

DONDIS, D.A. *La sintaxis de la imagen*. 10ª edición. Barcelona – España: Gustavo Gili, 2010, pp. 186 – 190.

GUBER, ROSANA. *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Colombia: Grupo Editorial Norma, 2001, pp. 23 – 41.

GUIRAUD, PIERRE. *La semiología*. Buenos Aires – Argentina: Siglo XXI, 1972, pp. 133.

Las 5 características clave de una marca de confianza [en línea]. Madrid – España, 2012 [Consulta: 12 febrero 2017]. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/las-5-caracteristicas-clave-de-una-marca-de-confianza>

LUNA, MORENO. *Qué es la identidad visual corporativa y por qué la necesita tu marca* [blog]. [Consulta: 10 enero 2017]. Disponible en: <https://dircomtomia.com/2013/03/28/que-es-la-identidad-visual-corporativa-y-por-que-la-necesita-tu-marca/>

MUNARI, BRUNO. *Diseño y comunicación visual*. 6ª edición. Barcelona – España: Gustavo Gili, 2008, pp. 79 – 85.

MUÑIZ, RAFAEL. *Marketing en el Siglo XXI* [en línea]. 5ª Edición. Capítulo 4. Barcelona – España, 2010 [Consulta: 03 octubre 2016]. Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>

RIVERA, VICTOR ALBERTO. *Elementos básicos de la Comunicación Visual* [blog]. [Consulta: 20 febrero 2017]. Disponible en: <http://victorariveracomgrafica.blogspot.com/2013/03/unidad-3-elementos-basicos-de-la.html>

SABERES ANCESTRALES DE SUCUMBÍOS. Nueva Loja: Gobierno Provincial de Sucumbíos, 2011, pp. 61 – 79.

ANEXOS

Anexo A. Ficha de Observación para la abstracción de elementos gráficos

Fotografía	Abstracción Icónica	Características

Anexo B. Entrevista para recepción de información

¿Qué es la nacionalidad Secoya?

¿Qué relación tiene su Cultura con la naturaleza?

¿Cómo ha influido la naturaleza en sus costumbres?

¿En la cultura Secoya que elementos son los más representativos?

¿Qué significado tienen los colores en la nacionalidad Secoya?

¿Cuáles son los colores más representativos?

Anexo C Fotografías referenciales de la cultura Siekopai







