





UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Construcción de la Ecuatorianidad en los Imaginarios de Gente
Colombiana y los Cambios que suceden cuando éstos llegan al Ecuador:
Aplicado al Diseño Comunicacional**

María Isabel Armendáriz Paredes
Ivan Burbano, M.A., Director de Trabajo de Titulación

Trabajo de Titulación presentada como Requisito
para la obtención del Título de Licenciatura en Diseño Comunicacional.

Quito, mayo 2014



**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Construcción de la Ecuatorianidad en los Imaginarios de Gente Colombiana y los Cambios que
suceden cuando éstos llegan al Ecuador: Aplicado al Diseño Comunicacional**

María Isabel Armendáriz Paredes





Ivan Burbano, M.A.
Director de Trabajo de Titulación

Cristian Mogrovejo, M.F.A.
Miembro del Comité de Tesis

Christine Klein, M.A.
Miembro del Comité de Tesis

Daniela Barra, Profesora, M.A.
Miembro del Comité de Tesis

Hugo Burgos, Ph.D.
Decano del Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

Quito, mayo 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.





Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: María Isabel Armendáriz Paredes

C. I.: 171385060-8

Fecha: Quito, mayo 2014





DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS





DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedicado a mi familia, quien siempre me ha apoyado y me ha motivado a seguir siempre adelante. Gracias por todo su apoyo, su amor y su ejemplo a ser excelente en todo lo que hago. Gracias por siempre ser mi ejemplo a seguir, mis angelitos y mi vida entera. Igualmente quiero agradecer a mis profesores de la USFQ. Sin ustedes nada de esto hubiera sido posible y por eso quiero agradecerles inmensamente por todo su tiempo invertido en mi educación durante estos cinco años en la USFQ. Y por último, quiero dedicar este trabajo a Dios, quien es mi inspiración, mi motivo para ser quien soy y dar lo mejor de mí en cada momento de mi vida. Gracias mi Dios por enseñarme que todo lo puedo lograr a través de ti. Gracias por tus enseñanzas y tu sabiduría impartida durante esta travesía en la USFQ.

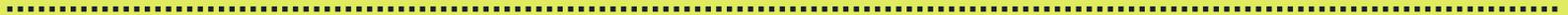
“Pero la parte que cayó en buen terreno son los que oyen la palabra con corazón noble y bueno, y la retienen; y como perseveran, producen una buena cosecha”.

Lucas 8:15





FICHA TÉCNICA





TÍTULO DEL PROYECTO

“Construcción de la Ecuatorianidad en los Imaginarios de Gente Colombiana y los Cambios que suceden cuando éstos llegan al Ecuador, aplicado al Diseño Comunicacional.”

TEMA DEL PROYECTO

La Identidad Ecuatoriana

AUTOR

María Isabel Armendáriz Paredes

DIRECTOR DEL PROYECTO

Ivan Burbano, M.A.

CIUDAD

Quito

FECHA

Mayo, 2014

NÚMERO DE PÁGINAS

84

RESUMEN

Trabajo investigativo enfocado en la construcción de la identidad ecuatoriana, tomando como muestreo a los inmigrantes colombianos en el Ecuador. Este trabajo profundiza en la construcción social de la identidad en la mente de la gente colombiana una vez llegada al Ecuador y cómo ésta cambia respecto de los imaginarios que tenían acerca del país antes de llegar aquí. Se han aplicado los resultados en el diseño creando un sistema-producto que demuestra cómo la gente (en este caso los usuarios) crean su propia visión de la identidad ecuatoriana, al crear y diseñar su propio producto. Los usuarios logran aplicar los diseños obtenidos a partir de un estudio morfológico desarrollado en este trabajo en sus productos seleccionados.

PALABRAS CLAVES

Imaginarios, identidad, construcción social, medios masivos, cultura, diseño, sistema-producto, morfología.





PROJECT TITLE

“Construction of the Concept of what is it to be an Ecuadorian in the Imaginaries of Colombian People and the Changes that occur when they arrived to Ecuador, applied to Communicatinal Design. ”

THEME OF THE PROYECT

The Ecuadorian Identity

AUTHOR

María Isabel Armendáriz Paredes

DIRECTOR OF THE PROYECT

Ivan Burbano, M.A.

CITY

Quito

DATE

May, 2014

NUMBER OF PAGES

84

ABSTRACT

Research work focused on the construction of the Ecuadorian Identity, taking as sampling Colombian immigrants in Ecuador. This work explores the social construction of identity in the minds of Colombian people once they come to Ecuador and how it changes with respect to the imaginary that they had about the country before arriving here. Results have been applied in Communicational Design creating a product system that shows how people (in this case users) create their own vision of the Ecuadorian identity, to create and design their own product. Its users will manage to implement the designs obtained from a morphological study developed in this work in their selected products.

KEYWORDS

Imaginary, identity, social construction, media, culture, design, system-product, morphology.





TABLA DE CONTENIDO





TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción

1.1 Exposición del Tema.....	16
1.2 Problema de Estudio.....	16
1.3 Principales Preguntas.....	16
1.4 Importancia del Estudio.....	16
1.5 Motivaciones para el Desarrollo de este Trabajo Investigativo.....	16

2. Objetivos

2.1 Objetivos Generales.....	18
2.2 Objetivos Específicos.....	18

3. Referentes Teóricos

3.1 Marco Teórico.....	20
3.1.1 Identificación o Reconocimiento de Elementos Diferenciales y Procesos Históricos.....	20
3.1.2 Transculturalización.....	20
3.1.3 Globalización.....	21
3.1.4 Identidad en-sí y para-sí.....	21
3.1.5 Libertad e Individualidad.....	21
3.1.6 Símbolos Ocultos: Riqueza de la Identidad Ecuatoriana.....	22
3.1.7 La Óptica Dinámica-Sintética y la Identidad Colectiva.....	22
3.1.8 Medios de Comunicación y creación de Imaginarios.....	23
3.1.9 Imaginarios Sociales.....	23
3.1.10 Influencia del Turismo en el Ecuador en la creación de Identidad.....	24

4. Tres Conceptos Claves

4.1 Tres Conceptos Claves.....	26
--------------------------------	----

5. Hallazgos

5.1 Hallazgos.....	28
--------------------	----

6. Metodología y Procedimientos

6.1 Explicación Metodológica de la Recolección de Información.....	30
6.2 Importancia de la Entrevista como Método Investigativo.....	30
6.3 Importancia de la Investigación Cualitativa.....	30
6.4 Entrevistas realizadas.....	31
6.4.1 Introducción Descriptiva.....	31
6.4.2 Descripción: Observación Participativa, Etnográfica del (espacio, actores y situaciones).....	31
6.4.3 Análisis de la Información en relación con la Teoría.....	32

7. Conclusiones de las Entrevistas Realizadas

7.1 Conclusiones de las Entrevistas Realizadas.....	36
---	----

8. Diseño

8.1 Propuesta de Diseño.....	38
8.1.1 Concepto.....	38
8.1.2 Público Objetivo.....	38
8.2 Sistema Producto.....	38
8.3 Productos Ofrecidos.....	39





8.3.1 Primera Sección: Iluminación.....	39
8.3.2 Segunda Sección: Cerámicas.....	39
8.3.3 Tercera Sección: Cubrecamas.....	39
8.4TiendaVirtual.....	39
9. Creación de Marca	
9.1 Manual de Identidad.....	41
9.1.1 Logotipo: Definición.....	42
9.1.2 Logotipo: Tamaños y Áreas de Protección.....	42
9.1.3 Logotipo: Colores Blanco y Negro.....	43
9.1.4 Tipografía Corporativa.....	44
9.1.5 Colores Corporativos.....	44
10. Estudio Morfológico	
10.1 Grupos Representativos de la Sierra, Costa y Oriente.....	46
10.1.1 Características de los Otavaleños.....	46
10.1.2 Elementos Representativos en su Vestimenta.....	46
10.1.3 Características de los Montubios.....	51
10.1.4 Elementos Representativos en su Vestimenta.....	51
10.1.5 Características de los Shuar.....	53
10.1.6 Elementos Representativos en su Vestimenta.....	53
11. Tienda Virtual	
11.1 Home Page.....	56
11.2Navegación.....	57
11.3 ¿Quiénes Somos? / Introducción.....	58
11.4 ¿Quiénes Somos? / Misión y Visión.....	58
11.5 Tienda Virtual / Productos / Iluminación / Módulos LED.....	60
11.6 Tienda Virtual / Productos / Iluminación / Lámparas.....	61
11.7 Tienda Virtual / Productos / Cubrecamas / Almohadas.....	62
11.8 Tienda Virtual / Productos / Cubrecamas / Plumones.....	63
11.9 Tienda Virtual / Productos / Cerámicas / Tazas.....	64
11.10 Tienda Virtual / Productos / Cerámicas / Baldosas.....	65
11.11 Resumen de Compra.....	66
11.12 Testimoniales.....	67
11.13 Contacto.....	68
12. Ejemplares de Productos	
12.1 Ejemplares de Productos.....	70
13. Packaging	
13.1 Packaging.....	76
14. Redes Sociales	
14.1 Facebook.....	79
14.2 Twitter.....	79
14.3FotosComerciales.....	80
15. Referencias	
15.1 Referencias.....	81





1. INTRODUCCIÓN





1. INTRODUCCIÓN

La migración como tal, siempre ha sido un fenómeno que ha ocurrido en todo el mundo, con cada país y con cada familia. Este fenómeno ha tenido un gran impacto psico-social, a pesar de las razones por las cuales los ecuatorianos han decidido ir en busca de mejores oportunidades a otros países. Pero de la misma manera en la que los ecuatorianos deciden abandonar el país en busca de mejores condiciones, existe también gente colombiana que decide venir a nuestras tierras en busca del sueño “ecuatoriano”. Dentro del concepto de nacionalidad se han presentado diversas influencias y creaciones de nuevas imágenes de lo que representa una persona ecuatoriana para el resto del mundo. En el caso de los inmigrantes colombianos aquí en el país, su trayectoria se ha visto influenciada por factores como: imaginarios presentados a través de los medios de comunicación, de las personas ecuatorianas que emigran a otros países, de los imaginarios que otras personas extranjeras tienen del Ecuador (específicamente gente estadounidense que tiene gran influencia alrededor del mundo). La gente colombiana ha construido sus imaginarios sociales de lo que representa para ellos la sociedad ecuatoriana, al ver postales, publicidad de nuestro país, entre otras cosas; pero cuando la gente migra al Ecuador en búsqueda del sueño “ecuatoriano” se presentan ante una realidad que tal vez era desconocida para ellos ¿qué ocurre con la identidad ecuatoriana para ellos, permanece siendo la misma o cambia totalmente? Es por eso que se ha decidido hacer este trabajo investigativo para poder responder a preguntas como estas.

El presente trabajo investigativo tiene por objetivo analizar la construcción de la ecuatorianidad en la mente de los inmigrantes colombianos aquí en el Ecuador. Particularmente se profundiza en la construcción social de la identidad en la mente de la gente colombiana una vez llegada al Ecuador y cómo ésta cambia respecto de los imaginarios que tenían acerca del país antes de llegar aquí. Para explicar esta construcción de identidad, he basado este trabajo investigativo en teorías expuestas por gente involucrada en el tema. Es por eso que he escogido como base diez fuentes teóricas que nos presentarán ideas de distintas fuentes y de distintas perspectivas para llegar a una visión más amplia del tema a tratar.

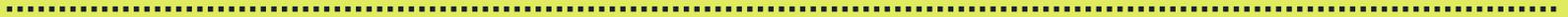
La importancia de esta investigación es el aporte teórico que brindará no sólo a la gente colombiana en cuanto a la creación de su identidad, sino también a nosotros como ecuatorianos para poder entender un poco más y comprender todo

lo que tiene que vivir una persona colombiana cuando decide dejar su país para buscar mejores condiciones de vida. Esta investigación brinda una visión amplia de cómo puede afectar los imaginarios arraigados en la mente de las personas y los imaginarios adaptados por el medio social en el que el individuo se desarrolla en la creación de su identidad. Hace un año tuve la oportunidad de vivir en los Estados Unidos. Esta experiencia marco mi vida de muchas maneras que me motivaron a realizar esta investigación. Considero que llegué a ser un sujeto de estudio en este trabajo por mi experiencia en otro país. Mi identidad se vio afectada de tantas maneras por la nueva cultura a la que me veía expuesta, las nuevas experiencias y tradiciones adaptadas del medio en el que viví y por supuesto todos los comentarios que recibí por parte de gente estadounidense acerca del Ecuador. La mayoría de gente estadounidense tenían una concepción de la gente ecuatoriana como gente indígena, de color de piel muy oscura y que jamás tiene o ha tenido contacto con la tecnología. Me pareció tan fascinante cómo el vivir en otro país puede influenciar en el significado propio que como individuo social puedes tener acerca de la identidad, sin dejar a un lado tu esencia que fue construida en tu país de origen por factores culturales, tradicionales, religiosos, entre otros.





2. OBJETIVOS



2. OBJETIVOS

2.1 Objetivos Generales

- » Usar a la gente colombiana como un muestreo para el estudio realizado.
- » Analizar el concepto de identidad nacional ecuatoriana desde los migrantes.
- » Analizar los diferentes imaginarios creados en la mente de gente colombiana acerca del Ecuador.
- » Analizar los conceptos presentados por parte de los medios de comunicación del Ecuador acerca de la identidad nacional.

2.2 Objetivos Específicos

- » Comprobar la existencia de estos imaginarios por parte de la gente colombiana que viene en busca del sueño ecuatoriano.
- » Lograr construir un concepto personal de lo que es identidad nacional.
- » Comprobar los cambios que suceden con esos imaginarios cuando la gente colombiana llega al Ecuador.



3. REFERENTES TEÓRICOS



3. REFERENTES TEÓRICOS

Marco Teórico

1. Identificación o Reconocimiento de Elementos Diferenciales y Procesos Históricos.

Hall, S. comienza su trabajo formulándose una pregunta que nos ayuda a entender más el concepto y la construcción de la identidad en las personas. Se pregunta ¿quién necesita identidad? para lo que presenta diferentes conceptos como es el uso de la identificación o reconocimiento. Hall, S. dice que la relación que existe entre los discursos que hemos escuchado acerca de la identidad está arraigado a la “identificación”. La identificación se ha construido en base de la observación de factores comunes que comparte un grupo de personas.

Tal vez se podría analizar si es que los Colombianos inmigrantes que viven en el Ecuador han presentado algún patrón que los identifique con su nueva identidad o simplemente que los imaginarios que tuvieron o tienen del Ecuador hayan afectado de manera grupal a su concepto de identidad. También se analiza qué papel juega la diferencia en todo esto, siempre existe una excepción a todo caso pero la mayoría de gente sólo se enfoca en el porcentaje más alto dejando a un lado a la minoría. Otro concepto que lo introduce al tema de la identidad Hall, S. es el situar el debate de la identidad dentro de eventos históricos específicos pues nos dan una idea del por qué la gente se cuestiona su identidad. No es lo mismo tratar de entender la construcción de la identidad ecuatoriana en los Colombianos inmigrantes que en la actualidad se encuentran viviendo aquí, que analizar la identidad de un residente colombiano en su propio país. Hall, S. menciona que los procesos de migración forzada y libre se los podría considerar como uno de esos hechos históricos que perturban la estabilidad de las personas en cuanto a su percepción de identidad. “[...] las identidades tienen que ver con las cuestiones referidas al uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir y no de ser; no quiénes somos o de dónde venimos sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo cómo podríamos representarnos” (Hall, S. 1996: pp. 18)

2. Transculturalización.

En este ensayo, el autor presenta variantes de la identidad y también se enfoca en explicar las razones por las cuales, en el caso de Ecuador, somos o nos

consideramos ecuatorianos. Jorge Enrique explica que la identidad de un pueblo existe pero como una identidad cultural. Esta identidad cultural se caracteriza por tener una combinación de rasgos particulares, pero que cambian por la absorción que asimila una cultura de la otra por la globalización (a este proceso se lo denomina transculturización). “Nuestras señas particulares, pese a ser compartidas por otros pueblos de América Latina, no dejan de identificarnos. La identidad nos plantea previamente saber qué estamos buscando, aunque en esta búsqueda lo que encontremos no se conforme a nuestras ideas previas de nosotros y ni siquiera nos enorgullezca” (Adoum, J, 2000: pp. 7).

Jorge Enrique igualmente incorpora la palabra “cambio” dentro de su definición de identidad, para el estos rasgos que caracterizan a un individuo podrían cambiar, pero no significa que pierdes tu identidad. En el caso de los inmigrantes, si deciden por las circunstancias en las que viven adoptar ciertos elementos de nuestro país, no significa que pierden su identidad. Porque la identidad como tal se transforma con el proceso de transculturización a la que se ven afectadas las naciones con la globalización que se ha dado, tanto de medios de comunicación como de tradiciones y creencias. Jorge Enrique igualmente presenta su punto de vista en cuanto a lo que es ser ecuatoriano. Su obra comienza formulándose una de las más importantes preguntas ¿de quién hablamos cuando decimos ecuatorianos? Para el autor, la identidad ecuatoriana no es algo impregnado en nuestro cuerpo como un tatuaje, sino que es un proceso continuo en el que toda persona que se considera ecuatoriana debe formar parte. Es por eso que no sólo dice que es ecuatoriana la gente que nació, sino que también aquella que se naturalizó. Es decir, aquellas personas que viven una identidad ecuatoriana y que forman parte del proceso de desarrollo de identidad ecuatoriana. Aquellas personas que por circunstancias de la vida y por un apego hacia nuestro país adoptaron una identidad ecuatoriana, pese a que nunca nacieron físicamente en el país.

A esto se suma otra de las palabras que siempre hemos escuchado pero que se suele confundir con identidad y es el “patriotismo”. Jorge Enrique explica que nosotros como gente ecuatoriana no dudamos de que patriotismo sea amor a la



patria y consideramos que si somos patriotas entonces tenemos una identidad ecuatoriana, pero en realidad va mucho más allá de eso.

3. Globalización.

Handelsman, M. en su obra analiza el papel de la globalización en la construcción de nuevas expresiones de identidad. Michael Handelsman Profesor de Literatura Hispanoamericana y Director de Estudios Latinoamericanos dice que el Ecuador es un ejemplo claro de este suceso. Menciona que las repercusiones de la globalización y el neoliberalismo han afectado al planteamiento de identidades del Ecuador ya que en la actualidad se habla de que Ecuador es plurinacional. “Sin embargo, a diferencia del pasado cuando dicha identidad se formulaba en términos absolutos de una supuesta unidad e indivisibilidad lingüística, religiosa, racial y cívica, la plurinacionalidad ecuatoriana actual supera pasados esencialismos, demostrando que la identidad es un proceso que se está renegociando” (Handelsman, M, 2005: pp.) Debido a esto hay una continua búsqueda de la construcción de la identidad ecuatoriana. Al venir inmigrantes al Ecuador con un sueño de convertir esta tierra en su hogar ¿qué percepción reciben de la identidad ecuatoriana si ésta está sujeta a cambios?

La globalización como analiza el autor es uno de los factores más importantes que trata de homogeneizar a las naciones, sacrificando la identidad de cada país. Pero a su vez, Handelsman, M. menciona la influencia de otro elemento, la “glocalización”. Esa combinación de diversos factores, tanto nacionales como internacionales que pueden llegar a construir la identidad de un país. Existe aquella tendencia que considera que debido a la existencia de la globalización (ya sea movimiento de ideas, personas, productos, servicios, etc) las personas pueden empezar a ver su identidad como algo global pero su actuar es local. Las “migraciones y las desterritorializaciones” son el último tema que analiza el autor. Este desplazamiento de personas se ha convertido en una realidad en el Ecuador, las fronteras tanto geográficas como culturales se han abierto a toda nación. La presencia de ciudadanos colombianos en el territorio ecuatoriano ha sido una demostración de esto y muchas veces llevados por el sueño ‘ecuatoriano’.

4. Identidad en-sí y para-sí.

Existen personas que consideran que toda identidad de las cosas pasan por un proceso que se conoce como transitoriedad. Es decir no se puede identificar a

una identidad como algo estático sino algo cambiante. Una de las personas que considera esto es el doctor Juan Valdano. En su trabajo “Identidad y formas de lo ecuatoriano” el incorpora nuevos términos para lo que son las identidades. El primer concepto que el doctor Juan Valdano introduce al tema de la identidad es la “identidad-en sí”, aquella que hace referencia únicamente a la parte histórica de un pueblo, tanto en eventos como en lengua y tradiciones. Esta primera parte de la identidad es muy limitada porque sólo hace referencia al pasado y no toda la sociedad ecuatoriana fue o llegó a ser parte del origen de muchas tradiciones nuestras o del desarrollo de ciertos eventos que a la final llegaron a construir la identidad de las personas. En este caso, sólo las personas que adquirieron un conocimiento de la historia y de la cultura, aquellos estudiosos de estas áreas podrían opinar de esto, porque saben cuándo, por qué y en dónde sucedió cada cosa. El segundo concepto que el doctor Juan Valdano presenta es la “identidad-para sí”. De acuerdo a este segundo concepto, no sólo es suficiente saber y tener conocimiento de sucesos históricos o del origen de nuestra lengua porque alguien podría saber toda la historia de un país, pero realmente no vivir ninguna de sus tradiciones. “La identidad para-sí, la que nos compromete, se hereda y se transmite, la que confiere valor y sentido colectivo a la individualidad de cada quien, la que nos proporciona un sentimiento de solidaridad y pertenencia a una patria y la que, en definitiva, importa.” (Valdano, J, 2007: pp. 60). Aquella que se encarga de adherir emotividad a un pueblo para realmente vivir una identidad. Es aquella que permite al ser humano convertirse en un hombre que vive su cultura, la practica y la siente. Es esta identidad, según el doctor Juan Valdano, que te permite a pesar de ser un emigrante en otro país, seguir viviendo tradiciones o ritos de tu propio país. Esta identidad trasciende lo regional o lo nacional.

5. Libertad e Individualidad.

Appiah, K. nos presenta un análisis de la ética de la identidad. Plantea ideas que como individuos deberíamos pensar para poder vivir la vida que deseamos. A pesar de existir ciertas restricciones en nuestra vida, éstas no deberían determinar el curso por el cual queremos seguir. Estas restricciones que muchas veces se presentan en nuestras vidas como: el lugar donde nací, las circunstancias en las que estoy viviendo, circunstancias históricas, entre muchas más; no son más que simples hechos que pasan pero no eliminan las posibilidades que tiene el ser humano. Tomando en cuenta el caso de los inmigrantes aquí en el Ecuador, sus metas alcanzadas sólo se las podrá medir bajo el parámetro que el mismo individuo se planteó.





Otro elemento que analiza Appiah, K. en su trabajo es la “libertad e individualidad”. Si consideráramos las palabras expuestas por este autor que mencionan que si viéramos a la individualidad como una condición necesaria dentro de la educación, no existirían dudas de la libertad del ser humano. Al hablar de identidad y la construcción de tu identidad considero que la individualidad juega un papel muy importante ya que como el autor explica en la actualidad las identidades hacen reclamos éticos más que nada. “No obstante, como ya hemos visto, muchos valores son parte intrínsecos de una identidad: están entre los valores que una persona que tenga esa identidad debe tomar en cuenta, pero no son valores para las personas que no tienen esa identidad.” (Appiah, K, 2007: pp.59)

A pesar de que el trabajo de Appiah, K no trata de llegar a conclusiones sino que lo considera más un viaje de varias filosofías, sí nos presenta una idea de lo que representa la ética en la identidad. Menciona que la identidad representa un factor que estructura nuestro camino. Los extranjeros aquí en el Ecuador (Colombianos específicamente) de una u otra forma deben construir su identidad a partir de su nueva situación (que sería vivir aquí en el Ecuador) porque se convierte en un factor o fuente de valor.

6. Símbolos Ocultos: Riqueza de la Identidad Ecuatoriana.

Zevallos, J. nos presenta un análisis de la historia del Ecuador. Identifica que la construcción de la identidad de un pueblo no es un proceso simple, muchas veces la negación de sucesos históricos ha sido un factor para que muchos estudios no hayan podido analizar el proceso de construcción de nuestra identidad.

Si bien es cierto que al llegar inmigrantes colombianos al Ecuador, ellos en algún punto empezarán a construir su propia identidad, es en base de ese imaginario ecuatoriano que ellos la construirán, pero la pregunta es ¿cuál es ese imaginario?

El autor hace un análisis de el Centro Histórico de Quito como un espacio de reproducción sociocultural y referente de identidad. Menciona un análisis de lo que antiguamente representaba la ciudad, se consideraba únicamente ciudad todo aquel lugar en donde existía una concentración grande de gente y se le daba importancia por su representación dentro del país tanto económicamente como políticamente. “Dichos elementos de cultura no están solamente en las fachadas (o en la riqueza monumental, arquitectónica o patrimonial), sino en las poblaciones

y sus formas de reproducción sociocultural (sus identidades, sus imaginarios, su memoria histórica), que son las que le dan vida a ese espacio urbano.” (Zevallos, J, 2010: pp.184) Menciona que la construcción sociocultural no se encuentra en la fachada de las cosas (tomando el Centro de Quito como ejemplo en su obra), es en los símbolos ocultos que se puede encontrar la riqueza de la identidad de un país. Con la presencia de inmigrantes en el Ecuador esos símbolos ocultos deben ser analizados a través de los diferentes comportamientos, sensaciones y percepciones que demuestren el imaginario ecuatoriano que ellos crean con su experiencia aquí en el territorio ecuatoriano.

7. La Óptica Dinámica-Sintética y la Identidad Colectiva.

Ramos, H. nos presenta en su obra nuevas visiones de lo que el proceso de construcción de identidad ha tenido que pasar. El autor interviene en la discusión del tema con un nuevo término que es “la óptica dinámica-sintética”, la cual ve a la identidad no como un proceso cerrado e implantado sino como un proceso que permite el cambio y la reconfiguración de su estructura. Se debe recalcar que este proceso es algo continuo que permite que nuestra identidad “colectiva” (en este caso identidad colectiva de Latinoamérica) este en continuo desarrollo adoptando elementos diferentes que llegan a integrarse a nuestra realidad.

El enfoque de este trabajo nos ayuda a entender a la identidad desde el proceso de globalización transnacional con todas sus configuraciones que ha tenido que sufrir durante estos años. “Se combinan la dialéctica y la dialógica que posibilitan que elementos diferentes y contrarios se reconcilien en síntesis innovadoras y también abren un espacio de diálogo para que lo compartido no solamente no niegue lo específico, sino que interactúen positivamente. En otros términos, ponen en interrelación el nosotros y los otros, lo nacional y lo continental, lo local y lo global.” (Ramos, H, 2012: pp. 16). Nuestra identidad Latinoamericana como tal ha sufrido varios cambios de denominaciones como: americanos, hispanos, iberoamericanos, entre otras. En la actualidad se ha decidido denominar a nuestra identidad como tal como latinos porque se engloba a las tres raíces latinas que serían el español, portugués y francés. Es aquí en donde entra esa mirada de construcción y a su vez deconstrucción de nuestra identidad ya que debido a la globalización estamos abiertos a que exista una integridad entre lo global (muchas veces ajeno a nosotros) y lo local (nacional y conocido).





En el caso de los inmigrantes Colombianos en nuestro país, se puede analizar que se comparte muchos esquemas de identidad por ser latinos pero tanto ellos como nosotros estamos abiertos a recibir esa integración de lo local con lo global, pero qué tanto puede llegar a afectar la creación de imaginarios en nuestra percepción de lo local de otro país.

8. Medios de Comunicación y creación de Imaginarios.

Martín, V. en su trabajo *Cultura Migratoria y Comunicación Masiva e Interpersonal en los Imaginarios Juveniles* nos presenta un análisis de cómo los medios de comunicación crean imaginarios en la mente de las personas e incitan a los seres humanos a migrar de sus países de origen. “La importancia de los imaginarios es mayúscula en el contexto de las identidades juveniles modernas en cuanto a su formación reflexiva a partir de la información y el conocimiento que circula en el entorno y a las atribuciones individualistas de los proyectos de vida que conforman. [...] los individuos en modernidad conciben sus vidas como un proyecto biográfico coherente” (Martín, V., 2013: pp. 63)

El análisis presenta datos de jóvenes de la comunidad de Yucatán que afirman que los medios de comunicación son una influencia en la toma de decisiones cuando la gente está pensando en migrar. Los medios de comunicación siempre han presentado ideas como: si viajas a otros países tendrás un mejor estilo de vida, con mejores valores para tu familia, con mejores condiciones y cuidado para todos los miembros de tu hogar. Todos estos imaginarios son creados en la mente de las personas por la información que es introducida a la comunidad y afectan al migrante potencial para decidir su destino de viaje.

La mayoría de información que recibimos en Latinoamérica proviene de los Estados Unidos y un porcentaje menor de Europa. Que raro que este hecho coincida con los destinos de mayor porcentaje de inmigrantes latinos. El trabajo presenta datos de personas jóvenes ya que como el autor menciona son los más atentos a este tipo de información. Con la facilidad de adquirir tecnología en la actualidad, los jóvenes son víctimas de los mensajes y símbolos culturales que los medios de comunicación tratan de enseñar a los jóvenes constantemente.

El autor menciona lo que es la “desterritorialización de sus culturas” cuando los jóvenes deciden migrar a otros países, dejando su tierra de nacimiento pero llevando sus culturas con ellos. La pregunta que podemos hacernos aquí es si es que a pesar de que exista la “desterritorialización de las culturas” de los

jóvenes pueda ser posible que haya un vínculo entre su cultura nacional y la nueva que adquieren al empezar a vivir en ese país o simplemente adquieren una nueva. Una nueva identidad que no corresponde a ninguna de las dos, sino una totalmente nueva que se convierte (en el caso de los migrantes colombianos) en la Ecuatorianidad basada en los imaginarios que tienen.

9. Imaginarios Sociales.

Aliaga, F., & Pintos, J. L. comienzan explicando que en general la ciencia social y las demás ciencias son limitadas de por sí y es por eso que se debe acceder al diálogo como herramienta principal para poder acceder a la información que necesitamos adquirir para nuestras investigaciones. Esto se demuestra en el uso de las entrevistas como uno de los mayores recursos que tienen los investigadores de estas áreas para llegar a la raíz de su investigación.

Un tema muy importante que se menciona en este trabajo es la creación de varios conceptos en torno a lo que es el imaginario social y cómo a través de esta creación se define un nuevo recurso de investigación que nos permitirá organizar la información que obtenemos de nuestro trabajo. “La amplia batería de conceptos y definiciones desarrolladas en torno al imaginario social y su operatividad nos permite contar con un nuevo recurso para la investigación y el entendimiento de los procesos sociales, es decir, un método de organización del conocimiento.” (Aliaga, F, Pintos, J. L., 2012: pp. 11). Cabe recalcar que se menciona que en este caso el imaginario social integra paradigmas universales y lo hace ser más flexible en cuanto a su utilidad. Si el imaginario social es considerado más flexible entonces existe una mayor apertura al diálogo, al debate y en sí a la exposición de diferentes ideas en cuanto a su significado. Es aquí en donde es posible la aplicación de diferentes teorías que por más de que presenten ideas opuestas, se puede llegar a una investigación más sólida.

Aliaga, F., & Pintos, J. L. mencionan que en Europa y América Latina existe un grupo específico que sólo se enfoca en estudiar a los imaginarios sociales (GCEIS), este grupo opera en Chile y España y ha dado grandes aportes en cuanto a la creación de estos imaginarios sociales.

Se puede mencionar a dos grandes corrientes teóricas que han influenciado en lo que respecta a los imaginarios sociales. La primera es la corriente francesa que expone la diferencia entre “lo ideal” y “lo material”. Aplicando esta teoría de la diferencia que existe entre lo ideal y lo material o tangible que tenemos





con nosotros, esto podría ser aplicado a la gente colombiana que muchas veces viene acá al Ecuador con un ideal muy diferente de lo que Ecuador llega a ser para ellos. La segunda corriente es la corriente Iberoamericana que expone que el conocimiento no sólo se forma a partir de tu relación con el ambiente sino también con el entorno social en donde te encuentras. Así la persona forma sus propios conceptos a partir de su propia realidad pero también comparando con las demás realidades de los sujetos con los que comparte el mismo entorno.

10. Influencia del Turismo en el Ecuador en la creación de Identidad.

Lo que este trabajo nos presenta es un análisis de la construcción de imagen de los diferentes destinos turísticos en el mundo basado en lo que los medios masivos de comunicación presentan a las personas, es decir las distintas publicidades, noticias, reportajes, etc. que presentan a la audiencia. Esta investigación toma como base central que la imagen de lugares turísticos llega a ser una construcción social que se forma a partir de la base de datos que proviene de los medios de comunicación.

Considero que muchas veces lo que se presenta en los medios de comunicación ofrece una visión muy limitada de lo que es un país. Por obvias razones económicas jamás podrán presentar todas las caras de una moneda, pero sí se puede decir que se llega a convertir en un factor para las muchas decisiones que la sociedad toma en cuanto a ir a residir en otro lugar. “El turismo fundamenta su éxito en la construcción de estos imaginarios y representaciones paradisíacas de lugares mediante la transmisión de información que busca despertar deseos y expectativas de disfrute, las cuales sólo pueden ser cubiertas en un escenario ideal como el que se le presenta al consumidor.” (De los Monteros, G., García, M., Nafarrate, J., & Solis, E., 2012: pp. 1411). Los autores mencionan que un elemento que siempre es utilizado en los medios es la idea de un paraíso, tratan de convencer a las personas que el destino se asemeja a un paraíso y por ende todos los elementos relacionados a el deben fomentar el placer y la satisfacción personal.

También se menciona que los medios de comunicación llegan a a ser el espacio en donde todos estos imaginarios sociales interactúan creando representaciones mentales en las personas. Un factor de análisis en este trabajo podría ser cómo los medios de comunicación también afectan y motivan la migración, ese ideal de la ecuatorianidad que tienen muchos Colombianos y que por el momento se desconoce si es que en la gran mayoría llega ser real.





4. TRES CONCEPTOS CLAVES





4.1 TRES CONCEPTOS CLAVES

Identificación o reconocimiento *Identidad-cultural* *Desterritorialización de culturas*

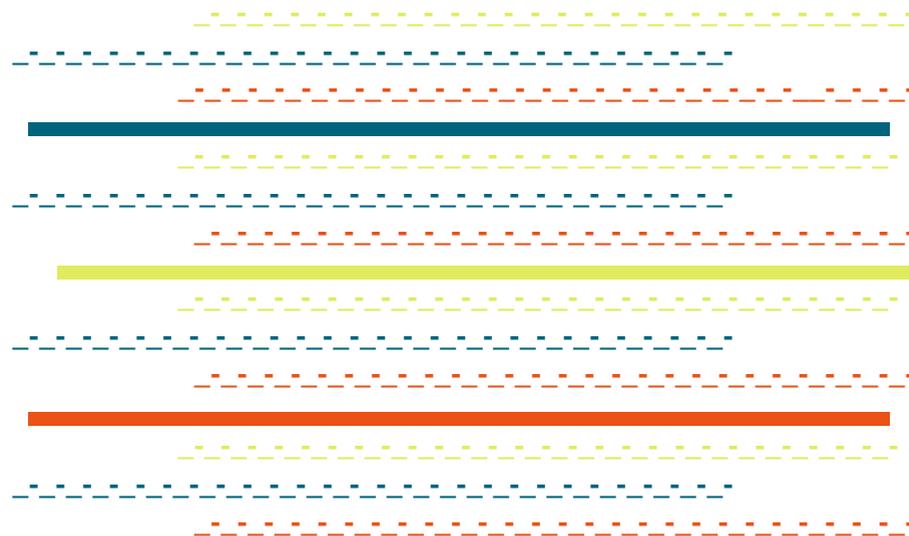
Tres conceptos principales que se han expuesto en las 5 fuentes teóricas anteriormente mencionadas son: identificación o reconocimiento, identidad cultural y desterritorialización de culturas. Me gustaría analizar cada concepto detalladamente para poder entender más qué aporte tienen en esta investigación.

El primer concepto que el autor Stuart Hall menciona es la identificación o reconocimiento que se da cuando un individuo se relaciona con gente diversa o similar a él. Un primer factor que se menciona es que la identidad como tal está arraigada a esta identificación. Se podría decir que a su vez esta identificación está enlazada con la observación. Es imprescindible observar el comportamiento, el actuar, el sentir de las personas que están a tu alrededor o en el medio en el que estás viviendo para poder distinguir factores comunes o diferenciales. El hecho de que un individuo encuentre gente similar a él puede llegar a crear un sentimiento de pertenencia y de familiaridad afectando su identidad.

El segundo concepto que nos presenta Jorge Enrique Adoum es la identidad-cultura. Según el autor este tipo de identidad está caracterizada por tener rasgos particulares pero que pueden llegar a cambiar cuando hay una absorción de elementos de otra cultura y a este proceso el autor lo denomina transculturalización. Ahora, si bien es cierto que este tipo de identidad acepta el “cambio” que se puede crear dentro de un individuo por todo lo que vive, vivió y vivirá, mi pregunta es ¿acaso no se construye una nueva identidad al presentarse influencias de otros lados que marcan tu vida? o ¿simplemente el cambio no es similar a la transformación? Tal vez pueda existir un cambio pero no necesariamente una persona deja su identidad para adquirir una nueva.

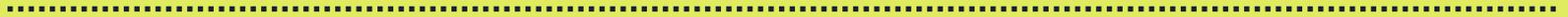
El tercer y último concepto presentado por Martín Echeverría es la desterritorialización de culturas. Un factor importante que se mencionó acerca de este concepto fue el llevar tu cultura a otros países a través de la migración. En este concepto no se involucra mucho el concepto de cambio sino de absorción y

de entrega. Por ejemplo, la gente colombiana viaja a Ecuador y lleva su cultura consigo mismo y empieza a darse un proceso que se lo conoce como glocalización, en donde su cultura es absorbida por gente ecuatoriana y ciertos rasgos de la cultura ecuatoriana también lo es por la gente colombiana. Algo que considero muy valioso de este concepto es ese intercambio que se da entre personas de diferentes países. No se trata de imponer una cultura dominante sobre la otra, es simplemente un bello y natural intercambio que se da por las circunstancias presentadas.





5. HALLAZGOS





5.1 HALLAZGOS

Podemos mencionar primeramente que la identidad pasa por un proceso que se conoce como transitoriedad. A la construcción de identidad no se debe considerar como un proceso cerrado e implantado sino como un proceso que permite el cambio y la reconfiguración de su estructura.

Muchas personas al viajar llegan a construir su propia identidad por las experiencias vividas y lo aprendido, otras crean su identidad a partir de sus imaginarios sociales y otras adaptan la identidad de su entorno. La identidad ecuatoriana como tal no es algo que se impregna en las personas, requiere un proceso que las personas deben vivir y es a través de este proceso continuo en el que la persona descubre qué representa el Ecuador para ella misma.

Esto ha pasado con la gente colombiana que ha decidido venir al país, a pesar de que no son ecuatorianos por nacionalidad, su experiencia en el país les da un sentimiento de pertenencia. Además, por toda la publicidad de estos tiempos, se han creado imaginarios de lo que podría ser el Ecuador para estas personas, pero muchas veces al llegar aquí estos imaginarios cambian, permanecen o presentan una mezcla de elementos. Como dicen Hall, S. y Gay, P. el fin de la identidad como tal puede referirse a la simple pregunta: ¿en qué podremos convertirnos en el mundo actual en el que vives?

Sin dejar de lado lo que Adoum, J. nos dice en su trabajo, por más de que compartimos señas históricas, eso no es lo único que nos define, es el ahora y lo que vives en el presente el que da también un valor a tu identidad. Igualmente Martín, V. menciona que es la información en el entorno la que puede llegar a construir tu identidad. Los inmigrantes Colombianos al llegar al Ecuador reciben diariamente señas particulares del Ecuador que irán afectando su construcción del imaginario social del Ecuador y definirá su identidad como persona.





6. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS





6. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

6.1 Explicación metodológica de la recolección de información

6.2 Importancia de la entrevista como método investigativo

6.3 Importancia de la investigación cualitativa

Para este trabajo investigativo lo que se ha buscado es crear conocimiento a partir de la realidad social en la que viven las personas. De esta manera yo me he convertido en una investigadora que busca las respuestas a estas preguntas o incógnitas sociales.

El primer método investigativo en este trabajo fue la observación, utilizada como un método en el cual se hace uso de todos los sentidos orientados en la captación de la realidad social a la cual está enfocado este trabajo. Este método crea una base de datos en el individuo que luego será utilizado de manera práctica en el trabajo. La observación se dará acabo con lo que se conoce como inmersión inicial en el campo. Es así que el centro de esta investigación estará conformado con las experiencias que en este caso, yo como investigadora, tendré con cada participante o sujeto de estudio.

Durante el desarrollo de esta participación lo más importante que se construirá con los sujetos de estudio será una relación que ayudará a proveer los datos necesarios para construir el desarrollo de esta investigación. Cabe recalcar que esta investigación será de carácter cualitativo. El enfoque cualitativo se caracteriza por la interpretación, la observación y el estudio de los sujetos de una manera naturalista, es decir se estudia a los sujetos en su ambiente natural, sin ninguna influencia lo que permite una mejor forma de recolección de datos. También debo mencionar que no es el fin de este método aplicado en este trabajo el desarrollar o generalizar de manera probabilística los resultados, más bien lo que se busca es obtener muestras representativas del grupo focal de estudio (en este caso gente colombiana viviendo en Ecuador).

Es así que se podrá observar cómo interactúan tres realidades en este trabajo, la de los sujetos de estudio, la mía (como investigadora) y una tercera realidad que es el producto de la interacción entre mi realidad y la de los sujetos. Todo esto será analizado de una manera interpretativa que dará origen a conclusiones sólidas. Y por último se desarrollarán entrevistas a sujetos que representarán ese muestreo

en esta investigación. Las entrevistas serán de carácter informal y se las realizará en ambientes naturales del sujeto en donde se podrá sentir cómodo y seguro al compartir la información a cada pregunta.

Una de las mayores ventajas del uso de la entrevista en un trabajo investigativo de enfoque cualitativo es que se puede observar al sujeto de estudio en sus eventos ordinarios y cotidianos. Muchas de las investigaciones confunden la entrevista con algo meramente superficial y técnico. Pero la entrevista, específicamente en este trabajo, es una herramienta que se desarrolla de manera informal y en ambientes naturales y totalmente conocidos por el sujeto de estudio.

La entrevista consiste en la interacción entre dos sujetos (en este caso yo como investigadora y la gente colombiana que fue entrevistada para la recolección de información). Este interactuar permite que el investigador pueda formular preguntas de carácter personal que muchas veces es muy delicado hacer. Estas preguntas son proporcionadas de forma verbal lo cual permite una interacción con el sujeto a diferencia de las encuestas. Otro de los puntos más importantes de la entrevista como tal es que permite que el investigador vaya al escenario o ambiente del sujeto, no el sujeto donde el investigador. Así se puede estudiar a las personas en el contexto de su pasado (en este caso cómo la gente colombiana vivía en su país) y cómo lo hacen ahora (en el Ecuador) Todo esto ayuda a construir la realidad social en la que se encuentran actualmente y cómo esto afecta a su identidad como individuos sociales.

El enfoque cualitativo brinda una de las mejores condiciones de investigación al investigador, pues como dice Sampieri en su trabajo del inicio del proceso cualitativo, los planteamientos que se dan en el desarrollo del trabajo no son tan específicos. Esto ayuda a que el investigador pueda ir descubriendo elementos y conceptos que tal vez en un principio no los considero. Igualmente este enfoque que ha sido aplicado a este trabajo permite a diferencia de los otros métodos,



que durante la búsqueda lo que se haga sea examinar un mundo social y al final desarrollar una teoría que esté acorde con este mundo.

En otras investigaciones lo que se trata de hacer es iniciar ya con una teoría particular y durante el desarrollo del trabajo lo que se trata de hacer es comprobarla. Lo maravilloso de este método es que se va descubriendo cosas mientras se interactúa con los sujetos de estudio. Es así que durante la mayoría de entrevistas que se realizó a personas colombianas que residen en el Ecuador, se fue descubriendo cosas nuevas y elementos nuevos que dan respuesta a la temática de este trabajo. Finalmente, considero que este punto es el que le da mayor valor a este trabajo como tal.

El enfoque cualitativo lo que hace es basarse en la recolección de datos y perspectivas basadas en las emociones, vivencias, significados, entre otras cosas del sujeto de estudio. A diferencia de otras investigaciones, este trabajo no trata de estandarizar o sólo tomar mediciones de datos, lo que se ha enfocado el desarrollo de este trabajo es en la esencia del ser humano como tal. El considerar al ser humano, por sus vivencias, por lo que cree, por lo que ama como una fuente de información es el valor agregado de esta investigación.

6.4 Entrevistas realizadas

6.4.1 Introducción descriptiva

Se realizaron entrevistas a gente colombiana que actualmente es miembro oficial de diferentes iglesias evangélicas aquí en el Ecuador como la Iglesia de La Viña ubicada en Tumbaco en la calle Francisco de Orellana y Comunidad de Dios. Una de las principales características que buscaba en los sujetos de estudio era que tuvieran memoria y recuerdos tangibles de lo que fue su vida en Colombia y cómo ha sido su vida en la actualidad en el Ecuador. Otra de las características que buscaba era que no fuera gente que estuviera involucrada en cosas ilícitas aquí en el Ecuador, pues el enfoque de mi trabajo era la construcción de la identidad de gente colombiana que simplemente llegó al Ecuador ya sea por trabajo o por circunstancias que les convirtió en migrantes en otro país. La gente que fue entrevistada tiene una edad promedio entre 26-36 años de edad. Un elemento clave que busque en el desarrollo de este trabajo fue la representación de género, por lo que se entrevistó a una mujer y a un hombre para tener diversidad de respuestas y también analizar el factor género en toda la investigación. Algo muy importante

que se debe mencionar es que para que las personas accedieran a ser entrevistadas y compartir su historia, fue necesario entablar una relación que se dio lugar a través de la iglesia y de las relaciones cotidianas que se presentaron. Más adelante se explicará cuál fue la observación participativa y cómo se dio esta interacción con los sujetos.

6.4.2 Descripción: Observación participativa, etnográfica del (espacio, actores y situaciones)

Entrevista #1

Entrevistado: Samy Ariza Quiroz

Ciudadanía: Bogotá, Colombia

Edad: 36 años

Lugar de trabajo: Administrador en Especialidades Juveniles, creador y Manager en Canchas y Estadios Portátiles

Formación Educativa: Universidad Militar Nueva Granada, Colegio Lausana, Colegio Agustiniانو Norte

Fecha de Nacimiento: 30 de Noviembre de 1977

Entrevista #2

Entrevistada: Maritza Ortega

Ciudadanía: Putumayo, Colombia

Edad: 26 años

Lugar de trabajo: Peluquería María Mendoza

Para la realización de este trabajo decidí incorporarme a una iglesia llamada La Viña ubicada en Tumbaco en la calle Francisco de Orellana en la cual varios de sus miembros son colombianos y en la actualidad residen en Ecuador. Decidí asistir a esta iglesia a principios del semestre y fue así que poco a poco fui conociendo a cada miembro de la Iglesia. La Viña es caracterizada por ser una iglesia muy pequeña y familiar. El Pastor Contag es el Pastor principal de la iglesia y uno de sus hijos (Manuel Contag) está actualmente casado con una chica colombiana. Es ahí donde conocí a mi primer entrevistado Samy Ariza Quiroz, pastor de jóvenes y miembro de la Iglesia. Asistí cada domingo de los últimos 4 meses en donde pude presenciar una interacción invaluable entre ecuatorianos y colombianos. Pude





percibir cada domingo que la nacionalidad dejaba de importar y lo que importaba era estar unidos como familia y amar a un mismo Dios. Muchos de los miembros de la banda que tocaba las canciones de adoración cada domingo eran de Colombia y por supuesto había ciertos domingos en los cuales nos visitaban familiares de los miembros de la Iglesia que no vivían en el Ecuador pero que venían a visitar a su familia. Además a principios del semestre empecé a trabajar en una Agencia de Diseño llamada FOCUS en donde me hice gran amiga de mi jefa Sharom Flores, chica guatemalteca de 26 años de edad que reside en el Ecuador.

Al ser extranjera pude conocer a varias personas de diferentes países como Costa Rica, Guatemala, Colombia, etc. Durante mis horas de almuerzo pude conocer a una chica llamada Maritza Ortega, colombiana residente en el Ecuador de 26 años de edad quien se convirtió en mi segunda entrevistada. Para la realización de la primera entrevista accedí al hogar de Sammy Ariza Quiroz en Cumbayá, Lumbisí condominio Villa Andaluz. Me llamó mucho la atención del lugar en el que vivía Sammy, creo que uno de los estereotipos que tenía arraigado en mí era que todo migrante es pobre y de escasos recursos pero Sammy vive en un sector muy bonito y en un conjunto muy residencial. Tiene su propia casa y un gusto exquisito por la decoración. Accedí a su domicilio por la noche ya que era el único espacio disponible que tenía por el momento. Los actores involucrados en esta entrevista fueron Sammy, mi papá y yo (es así que durante la entrevista se escuchan sonidos y la voz de una tercera persona que es mi papá). Fue hermoso ver que justo el día que fui para entrevistarlos, algunos miembros de su familia de Colombia estaban en la casa visitándole y pude apreciar lo mucho que lo quieren y lo mucho que quieren al Ecuador.

Para la realización de la segunda entrevista, invité a mi jefa Sharom Flores y a Maritza Ortega a un almuerzo y comimos los famosos tamales cerca del lugar en el que las tres trabajamos. Durante el desarrollo de la entrevista se puede escuchar sonidos pertenecientes al restaurante por ejemplo el momento en el que nos traen la comida e igualmente se escuchan la voz de una tercera persona que es mi jefa Sharom Flores. Uno de los aspectos más positivos durante el desarrollo de esta entrevista fue que al ser mi jefa guatemalteca, yo ecuatoriana y la entrevistada colombiana se creó un ambiente muy internacional que ayudó a que Maritza Ortega se sintiera muy cómoda en compartir su opinión.

6.4.3 Análisis de la información en relación con la teoría

Entrevista # 1

Fue muy interesante entrevistar a una persona con mucho apego a sus creencias espirituales ya que la mayoría de respuestas que recibí tuvieron un enfoque de aprender a acomodarse a las circunstancias que se presentan en la vida. Relacionando lo que Stuart Hall mencionaba en su trabajo acerca de la importancia de la identificación o reconocimiento que se da cuando un individuo se relaciona con gente diversa a él, creo que Sammy es un claro ejemplo de esto.

Durante el desarrollo de la entrevista, lo que mencionaba Sammy es que para él fue muy importante asimilar la realidad en la que vivía en el presente. Decía que el comparar puede llegar a carcomer tu vida porque nunca estarás satisfecho con las cosas que se presentan. He aquí la importancia de la observación que decía Stuart Hall, el observar el comportamiento, el actuar, el sentir, etc. de una nueva sociedad en la que estás siendo parte es imprescindible para que puedas distinguir factores comunes o diferenciales. Eso fue lo que explicaba Sammy que hizo después de haber pasado por un tiempo muy difícil los primeros años. Ahora lleva 11 años en el país y ha llegado a entender que por alguna razón Dios ha escogido esta tierra para que él viva aquí, mañana podría ser en otro lado del mundo pero lo importante es adaptarse.

He aquí la importancia de un segundo concepto que Jorge Enrique Adoum menciona y que a través de Sammy pude entenderlo mejor. Hay algunos rasgos que se los absorbe de la cultura en la que estás siendo parte, en este caso Sammy de la cultura ecuatoriana. Sammy menciona en el desarrollo de la entrevista que ha llegado a amar la comida ecuatoriana y que hasta ha ganado peso por eso. El hecho de que hayas nacido en otro país y que en la actualidad vivas en otro no significa que dejes de pertenecer a tu tierra de origen. Para Sammy, el ecuatoriano necesita más identidad pues como ponía de ejemplo hay ciertos ecuatorianos que van a España sólo por tiempos cortos y pierden totalmente su acento y adquieren uno nuevo. Sammy decía y se ponía como ejemplo que el hecho de que este en Ecuador no significa que él deje de ser colombiano y que pierda ciertas características que lo hacen así. Ha aprendido a adaptarse y no se trata de imponer una cultura





dominante sobre la otro, es simplemente el intercambio que hace a una experiencia única y que como decía Samy ayuda a entender a la otra persona y no comparar cosas que simplemente son diferentes.

Entrevista # 2

Tuve un contraste muy interesante al realizar la entrevista a Maritza Ortega. Mientras Samy venía de Bogotá, una ciudad extremadamente grande y muy activa, Maritza Ortega provenía del campo de Colombia (específicamente de Putumayo y como lo explica en la entrevista) vino acá a Ecuador cuando tenía 5 meses de embarazo y su bebé nació en el Oriente.

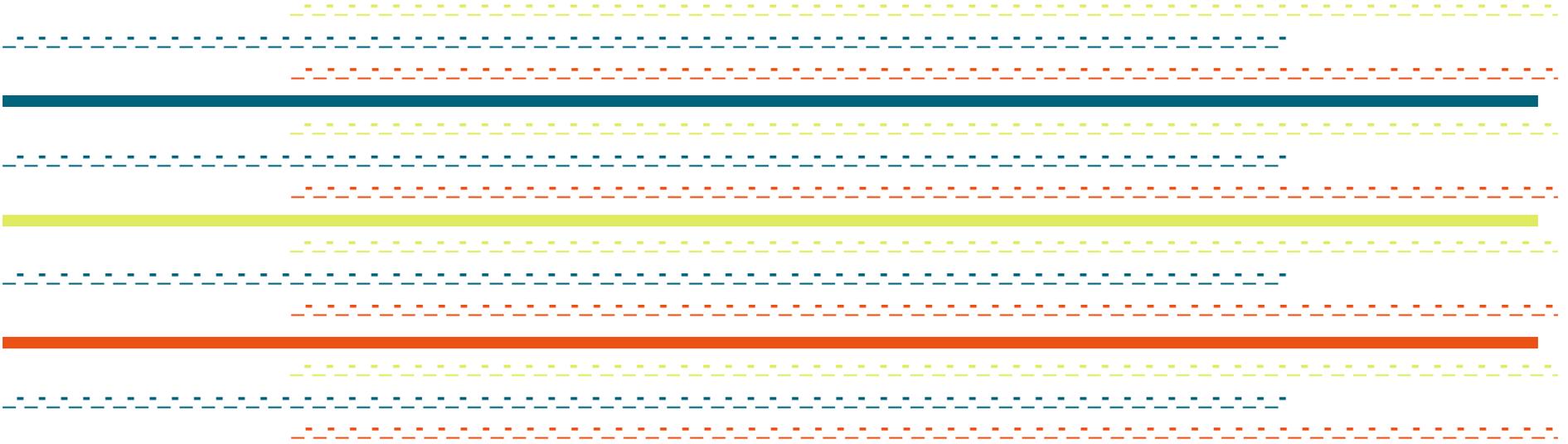
Como se puede escuchar en el minuto 00:1:55 (Ortega, entrevista 2013) Maritza no tenía idea de lo que era Ecuador. Su conocimiento se basaba únicamente en que la gente ecuatoriana era: muy apagada y aburrida. Durante el desarrollo de toda la entrevista pude escuchar su acento colombiano muy marcado, podría decir que hasta más marcado que el de Samy (pero se debe recalcar que los dos sujetos de estudio provienen de diferentes partes de Colombia).

En el minuto 00:4:17 Maritza menciona lo siguiente “ [...] porque la cultura de allá es super diferente que la de acá” (Ortega, entrevista 2013). Maritza contrastó mucho más las diferencias de los dos países a diferencia de Samy. Mientras Samy no comparaba mucho Ecuador con Colombia porque su posición se basaba mucho en el entender una cultura diferente, Maritza mostró un aspecto más crudo de los dos países. Igualmente pude percibir el uso de ciertos vocablos que son de uso más frecuente en Colombia que en Ecuador. En el minuto 00:5:43 (Ortega, entrevista 2013) Maritza nos comparte más sus experiencias negativas del trato al cliente acá en Ecuador y hace uso de la palabra *madrugados*.

Considero que Maritza es un claro ejemplo de lo que se mencionó anteriormente como “desterritorialización de las culturas” que ocurre cuando los jóvenes (en este caso Maritza) deciden migrar a otros países, dejando su tierra de nacimiento pero llevando sus culturas con ellos. Maritza, una gran luchadora, valiente, mujer cristiana compartió igualmente algunas de las experiencias que ha tenido con la discriminación aquí en el Ecuador hacia el colombiano. Muchos de los estereotipos arraigados en la mente de la gente aquí es que los colombianos son

gente mala, delincuentes, las mujeres prostitutas y los hombres drogadictos. Me llamó la atención descubrir que al hablar de Ecuador como nación se referían los dos entrevistados como un paraíso.







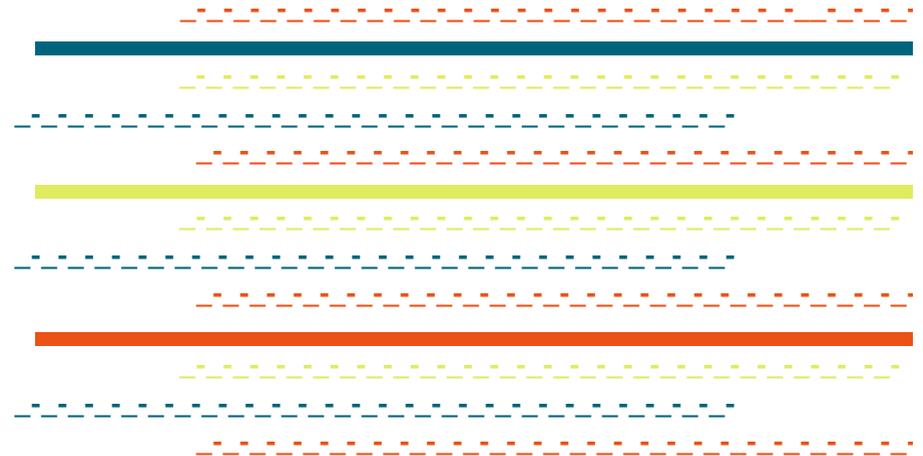
7. CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS





7.1 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

Con el tiempo que pasé conociéndoles a los dos entrevistados tanto en mis horas de almuerzo como cada domingo en los cultos dominicales que asistía a La Viña, pude percibir ciertas características que demostraron que hay una absorción de las dos culturas en su identidad. Elementos como la comida, las respuestas a mis preguntas en cuanto a qué representa Ecuador y Colombia en sus vidas, la aceptación de ciertas palabras que se mencionaron en las dos entrevistas como la palabra mande (minuto 00:3:19 - Ariza, entrevista 2013). Pero su lazo con su patria de nacimiento sigue presente en ciertos aspectos como: su acento, el uso de ciertos modismos de Colombia, el trato hacia los clientes, su ciudadanía, entre otras cosas. Pude percibir que no hay una frustración con Ecuador, sus imaginarios eran ajenos a la realidad del Ecuador cuando llegaron pero no afectó su visión de permanecer en el país. La influencia de los medios de comunicación en cuanto a sus imaginarios del Ecuador era muy limitada porque según la perspectiva de los dos entrevistados hay muy poca publicidad del Ecuador (minuto 00:14:23- Ariza, entrevista 2013). También se pudo percibir que los dos entrevistados mencionaron que Ecuador es falto de identidad como tal, la gente muchas veces no se siente orgullosa de decir que es ecuatoriana.





8. DISEÑO





8.1 PROPUESTA DE DISEÑO

Después del análisis de la información que pude recoger a través de entrevistas e inserción al campo, he decidido presentar una propuesta de diseño que se fundamenta en el tema de la construcción de la identidad y cómo ésta se ha ido fusionando con la identidad de otras personas extranjeras que han venido al país.

Mi investigación de campo se enfocó en gente Colombiana como un muestreo de gente extranjera aquí en el Ecuador, mi propuesta de diseño se enfocará en la fusión que ha tenido, la identidad ecuatoriana, con todos los extranjeros que han decidido venir al Ecuador. A través de esta investigación pude observar que es a través de las relaciones humanas que una identidad puede llegar a ser construida. En el caso de los Colombianos inmigrantes aquí en el Ecuador, su experiencia, su creación de imaginarios y su choque con la realidad aquí en el Ecuador ha permitido que arraiguen su identidad de Colombia añadiendo su identidad ecuatoriana adherida en la actualidad. Pude percibir que son ciertos elementos y productos que uno puede encontrar en la casa de una persona extraña los que te demuestran quién es esa persona, cómo es, qué le importa en la vida, etc.

Es por eso que mi propuesta de diseño va fundamentada en la creación de una marca que venda productos elaborados por los mismos ecuatorianos y gente extranjera, en un trabajo colectivo. La marca fundamentará las raíces del Ecuador pero el mensaje claro será el de unidad. Los diseños serán propuestos por un estudio morfológico presentado de tres grupos étnicos representativos de la Sierra, Costa y Oriente. Este estudio representará un poco de la percepción de la identidad ecuatoriana ofrecida a millones de inmigrantes que vienen a visitar el Ecuador (en este estudio gente colombiana únicamente). Y estos diseños podrán ser aplicados en objetos que el cliente (en este caso gente extranjera y ecuatorianos que accedan a la página web de la tienda) escojan. Se ofrecerán productos innovadores en los cuales podrán aplicar los diferentes patrones y diseños obtenidos del estudio morfológico de los grupos étnicos. Todo este proceso representará el proceso de construcción de identidad, es decir, la influencia de lo conocido como son nuestras raíces históricas y esa mezcla que se da con lo nuevo que llegas a conocer por experiencia (en este caso los productos en donde aplicarán lo que escojan).

El público objetivo, en un inicio, serán estudiantes universitarios entre los 19 a 26 años de edad que quieran comprar objetos originales y que tengan un toque de lo que es el Ecuador. Lo original y único de este proyecto es que los mismos clientes

tendrán pequeños toques o detalles creados por ellos mismos en sus objetos. La necesidad de comunicar un mensaje a través del diseño es fundamental y en éste caso será:

Sé el protagonista de tu historia, de tu vida... de tu identidad.

Todo en esta vida debe cumplir una funcionalidad y lo que se busca en este proyecto es que permita que la gente sepa y conozca de un lugar específico, en donde se ofrecen diseños únicos, limitados y de un valor extra que hacen que seas original y diferente.

8.2 Sistema Producto

El sistema producto consiste en tres aspectos importantes que se deben desarrollar: producto, servicio y comunicación. En este caso, el producto que ofrezco a través de la creación de este proyecto son tres categorías de productos, es decir: iluminación, cerámicas y cubrecamas (cada sección ofrece dos productos a su vez). Estos productos se los encontrará en el servicio personal que ofrezco a través de la creación de la página web www.mia.com, en donde los usuarios podrán diseñar sus propios productos. La comunicación que utilizaría para difundir el proyecto, comenzaría con la creación de la marca-producto y la conexión de la página web hacia las redes sociales (en este caso Facebook y Twitter). A través de esto se daría a conocer nuestra marca y nuestro servicio en las redes de nuestro público target (estudiantes universitarios entre los 19 a 26 años). Esta red de servicio tendría un feedback que se fundamentaría en los testimoniales que presentaría la página web, en donde se podría analizar cómo nuestro servicio y los productos finales funcionaron para cada usuario y también nos daría un ranking de cuán satisfactorio es lo que ofrecemos en la página web para llegar a obtener el producto final.





8.3 Productos Ofrecidos

La tienda virtual estará dividida en tres secciones: la primera será la sección de iluminación, en donde se ofrecerán dos tipos de productos: lámparas y módulos LED. La segunda sección es la de cerámicas, en donde de igual manera se ofrecerán dos tipos de productos: baldosas y tazas. Y por último, la sección de cubrecamas, con sus dos productos: almohadas y plumones.

8.3.1 Primera Sección-Illuminación

1. Lámparas
2. Módulos LED

8.3.2 Segunda Sección-Cerámicas

1. Baldosas
2. Tazas

8.3.3 Tercera Sección-Cubrecamas

1. Almohadas
2. Plumones

8.4 Tienda Virtual

La manera en la que las personas podrán acceder a estos productos será simplemente accediendo a la tienda virtual, es decir entrando a la página web www.mia.com. En esta tienda encontrarán una explicación dentro del menú principal de cómo surgió todo el concepto del proyecto, igualmente encontrarán información de la investigación que se hizo para obtener los diseños y patrones que podrán utilizar. En los siguientes templates lo que se encuentra son las tres diferentes secciones en las que se divide la tienda virtual en la que los usuarios observan los productos ofrecidos que podrán escoger. Los clientes podrán jugar con todos los diseños que quieran y así la página será el medio en el que podrán compartir sus mejores diseños, a través de redes sociales como Facebook. La manera en la que podrán comprar sus productos será ingresando sus datos personales y sus datos de pago (es decir tarjeta de crédito). La manera de entrega será personal, es decir los productos llegarán a la casa de cada comprador. Podemos mencionar a empresas famosas que igualmente manejan este mismo sistema de pago y de entrega como en amazon.com.





9. CREACIÓN DE MARCA





9.1 CREACIÓN DE LA MARCA

Para el desarrollo de la marca se analizaron diferentes nombres que tuvieran relación con la temática, en este caso la construcción de la identidad ecuatoriana. Es así que se pensó en palabras claves como: tiempo, identidad, crear, familia, propio, mezcla, etc. Es así que se llegó a escoger nombres posibles para la marca, dentro de estos estuvieron los siguientes:

1. **Pacha:** Significa tiempo – días – meses
2. **Ayllu:** Su significado es familia
3. **Walpana:** Significa crear
4. **Mía:** Su significado está arraigado a algo que tiene un sentido de pertenencia.

Finalmente se decidió que el nombre más apropiado para la marca era MIA. Su significado engloba mucho de lo que la identidad brinda a las personas, un sentido de pertenencia. Y de igual manera, la palabra mia hace énfasis al objetivo de la tienda virtual, que es el hacer algo tuyo, propio, personal, etc. aplicando tus diseños escogidos en los productos que ofrece la tienda.

Estos fueron los resultados de la creación de la marca:





9.2 MANUAL DE IDENTIDAD

LOGOTIPO: Definición

El logotipo es un elemento fundamental para el desarrollo y evolución de MIA. Este elemento tendrá como función generar percepción de excelencia y reconocimiento de la Tienda Virtual. Es por eso que se debe seguir su correcto uso en todas las aplicaciones que la marca de la empresa pueda tener.

El logo de la Tienda Virtual MIA no podrá ser alterado y deberá seguir el correcto uso de la paleta de colores que más adelante se explicará. Todas sus aplicaciones deberán ser elaboradas a full color.

En este trabajo investigativo se podrá encontrar adjunto las explicaciones para el uso correcto del logotipo de la Tienda Virtual MIA.



Tamaño del logotipo: El logo fue construido con una altura y ancho de 7x : 4,8x. Estas medidas jamás podrán ser alteradas.



LOGOTIPO: Tamaños y área de protección

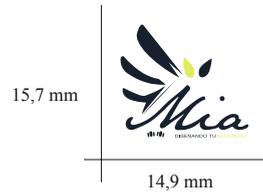
Área de protección: El logo debe estar libre de fotografías, o cualquier otro elemento que no sea parte de su estructura. Siempre debe ser presentado de forma clara, visible y debe destacar en cualquier aplicación que tenga.

Su área de protección está representado con la unidad de medida x equivalente a 1 en el logo corporativo. El espacio de protección requerido es 1x horizontalmente y 7x verticalmente en la parte superior y 3x en la parte inferior.





Medida mínima: La proporción mínima del logo para aplicarlo será de 15,7868 mm de altura y 14,905 mm de ancho.



LOGOTIPO: Colores / Blanco y Negro

La cromática establecida no podrá ser cambiada o alterada por motivos legales y de diseño de la agencia.

Color de Fondo: El logo mantendrá un fondo blanco con la tipografía de su respectivo color Pantone.

Logotipo Negro: Para reproducciones en blanco y negro, el logo corporativo deberá ser producido en color negro. No se permitirá que se realicen degradados o producciones en colores grises.

Logotipo Blanco: Si las aplicaciones son en fondos negros, el logotipo deberá ser producido en color blanco.

Color corporativo



Fondo invertido negro



Logotipo negro





TIPOGRAFÍA CORPORATIVA:

Manual: La tipografía usada para el manual de identidad corporativo de MIA es Helvetica Neue una tipografía que se la puede descargar o que muchos ordenadores ya la tienen instalada en su registro.

Papelería: La tipografía usada para la papelería en general de MIA es igualmente Helvetica Neue.

Tipografía Alterna: La tipografía que se podría utilizar como una tipografía alterna para la papelería sería Helvetica.

Helvetica Neue

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
1234567890**

Helvetica

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
1234567890**

COLORES CORPORATIVOS:

En este manual se provee una tabla cromática en donde se muestran los colores que se utilizarán en el logo de MIA. Para esto se utiliza una tabla dividida en colores CMYK, RGB y Bronswer Safe y están especificados con cada uno de sus valores.

Sistema de colores	CMYK	RGB	Bronswer Safe
Colores Corporativos			
	C: 27% M: 0% Y: 77% K: 0%	R: 205% G: 2017% B: 87%	CDD957
	C: 92% M: 75% Y: 50% K: 60%	R: 27% G: 39% B: 55%	1B2737



10. ESTUDIO MORFOLÓGICO



10. ESTUDIO MORFOLÓGICO

10.1 Grupos representativos de la Sierra, Costa y Oriente

Para el desarrollo del sistema-producto, lo que se decidió hacer fue escoger un grupo representativo de la Sierra, de la Costa y de la Amazonía. El escoger un grupo de las tres partes más importantes del Ecuador, brindó una idea de cuál era la cromática, el diseño y la morfología que se utiliza en el Ecuador dentro de estos grupos más representativos de lo que se considera como la historia de la cultura del Ecuador. Este tema tiene un vínculo principal con la construcción de la identidad ecuatoriana que percibimos, porque es a través de estas representaciones que las personas logran asimilar ciertos aspectos de lo que es ser ecuatoriano y los fusiona con sus propias creencias y sus propias visiones.

OTAVALEÑOS

A pesar de que han habido muchos estudios de la cultura otavaleña y muchas personas en la actualidad consideran que dentro de los indígenas sólo se ha dado importancia a este grupo étnico. Lo que no se debe olvidar es la gran influencia que este grupo ha creado en la actualidad, no sólo en su medio pero también han logrado sobrepasar las barreras nacionales y han logrado llegar mucho más allá del territorio ecuatoriano. Su influencia es tan notoria, que casi todo el producto nacional en cuanto a souvenirs ecuatorianos para personas extranjeras que deciden visitar el país, provienen de Otavalo. Es por esta razón, que se consideró imprescindible escoger a este grupo étnico para el análisis morfológico del sistema-producto.

10.1.1 Características de los Otavaleños

El enfoque de este trabajo no es profundizar en la historia de los otavaleños, sólo mencionaremos puntos importantes que tengan relación o algún efecto en el estudio morfológico que mostraremos en el siguiente capítulo de su cultura que se lo ve reflejado en su vestimenta.

Algo que se debe conocer de este grupo es que la gente usa blusas confeccionadas a mano, hechas de algodón y unos pantalones anchos que sólo llegan hasta la

media pierna. Los hombres llevan ponchos de lana, muy pesados para protegerse del frío. Llevan su cabello en una trenza y usan sandalias de tela que igualmente son confeccionadas a mano. Por otro lado, las mujeres usan un chal que lo llevan en los hombros sobre una blusa blanca bordada a mano que es rica en colores y formas (muy representativas de los elementos de la naturaleza y en sí de la cosecha que hacen todos los años). Como viven a una gran altura (aproximadamente 2500 a 3500 m) sus confecciones son casi siempre de un telaje grueso, es decir lana.

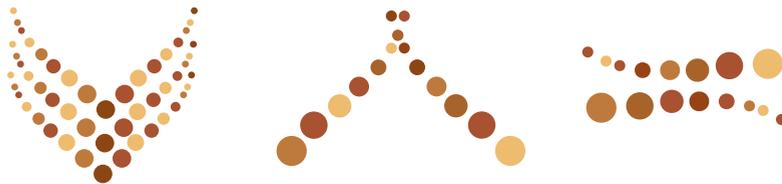
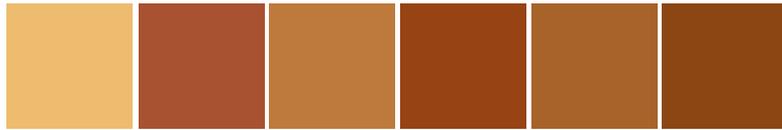
Dentro de sus actividades principales está la confección artesanal de tejidos (nuestro principal estudio y enfoque de este estudio morfológico). Dentro de sus telares podemos observar como ciertos elementos están siempre presentes en el diseño de sus telas. Estos elementos están siempre relacionados con lo que es la agricultura por ejemplo: el cultivo de maíz, frijoles, papas, pimientos, cebada, trigo y quinua. etc. Y lo que más tratan de hacer es representar de una forma realística todas estas actividades. La producción de tejidos, sombreros o el tallado de madera, piedra o cuero representan la forma de vida de este pueblo, su religión, mitos e imaginarios.

10.1.2 Elementos representativos en su vestimenta

1. Walca

Walca es el nombre asignado a los collares que utilizan las otavaleñas. Usualmente son elaborados a base de vidrio y muchas veces estas piezas son bañadas en oro. Dentro de sus creencias el tener un collar más largo, que de más vueltas al cuello, representa riqueza.





2. Cushma

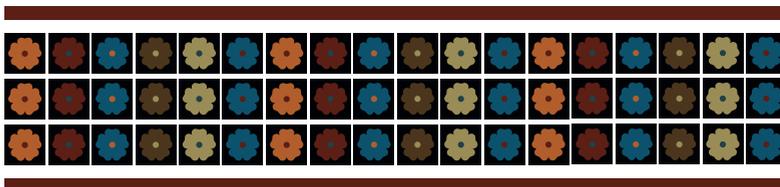
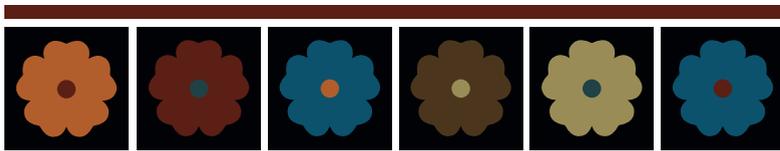
Cushma es el nombre asignado a las blusas que utilizan las otavaleñas. Estas blusas son de color blanco y son elaboradas con encajes y bordados de colores que son hechos a mano. Todas las decoraciones que son hechas a mano representan símbolos de la naturaleza y es su forma de reflejar la conexión que existe entre el pueblo y la Pachamama. Estas decoraciones son hechas con hilos muy finos y delicados que provienen de la seda. Para las otavaleñas el llevar estas blusas no sólo es una manera de vestir, pero representa su cultura. Desde la conquista española hasta sus primeras conexiones con la Pachamama.





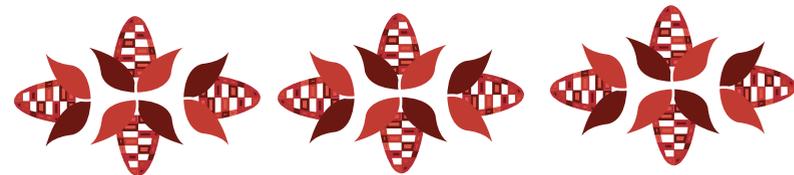
3. Anaco

Anaco es el nombre asignado a las faldas que utilizan las otavaleñas. Este anaco que utilizan las mujeres es de color negro. Estas vestimentas representan el trabajo en telas que hacen los otavaleños pues los anacos son prendas hiladas y tejidas en telar



4. Manillas

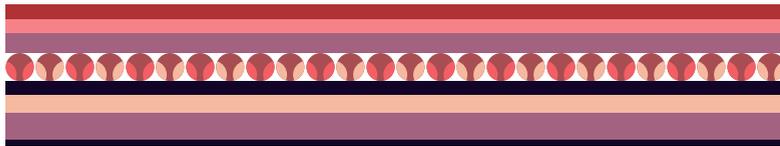
Manillas es el nombre asignado a las pulseras que utilizan las otavaleñas. Estas pulseras son hechas de coral (por eso el color rojizo que tienen). Las otavaleñas utilizan una en cada muñeca como una representación de la liberación indígena que tuvo su pueblo.



5. Alpargatas

Alpargatas es el nombre asignado a las zapatillas que utilizan las otavaleñas. A pesar de que antiguamente los otavaleños no usaban zapatos, las alpargatas se han convertido en una representación más de su cultura. Su forma y color es muy representativo de lo que es la unión familiar.





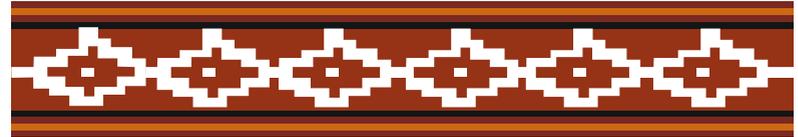
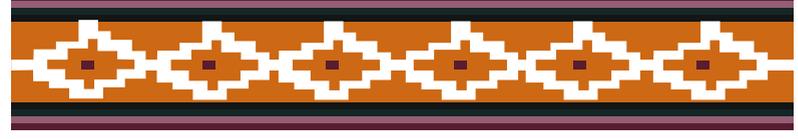
6. Fachalina

Fachalina es el nombre asignado a una tela de casimir que utilizan las otavaleñas. Si las mujeres utilizan esta fachalina de lado demuestran a la sociedad su soltería, pero si las mujeres la utilizan de frente, la sociedad comprende que están casadas o comprometidas.



7. Mamachumbi

Mamachumbi es el nombre asignado a una tela que sirve como una correa para sostener el anaco. El mamachumbi es usualmente de colores y tratan de combinarlo con el tipo de blusa que llevan puestas.





8. Cabello trenzado

El cabello trenzado es muy representativo de la cultura indígena, pero está en su verdadero significado el valor que tiene para la sociedad ecuatoriana. El cabello trenzado representa una cadena de fuerza y de unidad que siempre ha caracterizado al pueblo indígena.



9. Aretes largos

Todo lo relacionado a joyas siempre ha sido una demostración del status social que tienen las personas. De igual manera, dentro de la comunidad otavaleña, mientras más joyas (en este caso aretes) demuestra tu status económico. Muchos de estos aretes son bañados en oro.





MONTUBIOS

Los montubios fueron un grupo de la Costa que surgió en la época cacaotera. Se conoce que los montubios fueron el resultado de mezclas que se dieron entre las sociedades nativas serranas con los esclavos negros que se encontraban en la Costa, criollos, mestizos y españoles. Una de las actividades más importantes que realizan los montubios es el rodeo, el cual se ha convertido en uno de los más grandes iconos de la tradición de este pueblo.

10.1.3 Características de los Montubios

Uno de los símbolos más característicos de los montubios es el *Amorfino* que constituye un patrimonio oral del pueblo. El Amorfino constituye un elemento de su folclore musical y constituye en la elaboración de coplas populares improvisadas por parte de dos músicos que las usan para elogiar a mujeres o hablar de temas políticos. Se puede decir que el Amorfino es uno de los símbolos más importantes de la identidad del montubio porque es el medio que usan para expresar su forma de pensar y sus creencias en cuanto a temas relevantes.

10.1.4 Elementos representativos en su vestimenta

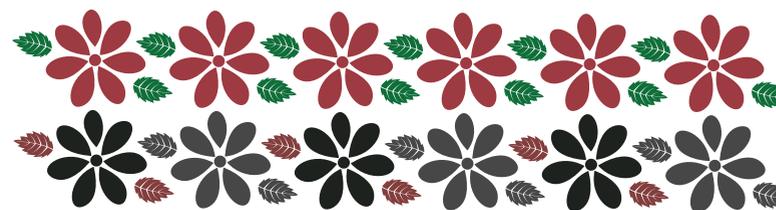
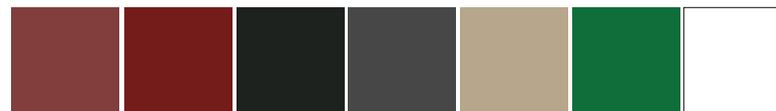
Su vestimenta se caracteriza por las siguientes prendas:

1. Blusa Blanca (mujeres)



Amorfino amorfino
1951 5 6 7 8 9

2. Falda larga en forma de abanico (mujeres)





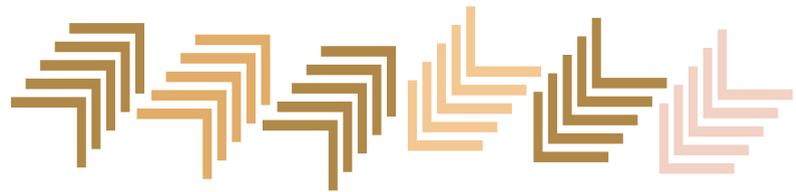
3. Pantalón de tela (hombres) Los hombres lo llevan hasta la rodilla y se arremangan hasta arriba del tobillo.



4. Camisa de algodón manga larga (hombres)



5. Sombrero de paja Toquilla (hombres)





SHUAR

El grupo indígena de la Amazonía conocido como los Shuars, han llegado a convertirse en un grupo étnico muy famoso debido a su gran capacidad de ser guerreros. Antiguamente se conocía que este grupo tomaba la cabeza de su enemigo como trofeo después de la victoria y la reducía hasta quedar en un tamaño pequeño y se llegaba a convertir como en una señal de su victoria. La vestimenta tradicional de este grupo es rica en colores, formas y significados.

10.1.5 Características de los Shuar

La vestimenta de este grupo consiste en el “karachi” y para los hombres en una falda llamada “itip”. Itip es un tipo de lienzo que en su estructura gráfica está compuesto por líneas verticales de colores morado, rojo negro y blanco. Este tipo de falda va amarrada a la cintura y su arreglo corporal se llena con representaciones de su cultura a través de colorantes vegetales y con coronas de plumas de tucanes. La mayoría de su vestimenta está llena de animales porque según sus creencias, los animales les transmiten poder y fuerza.

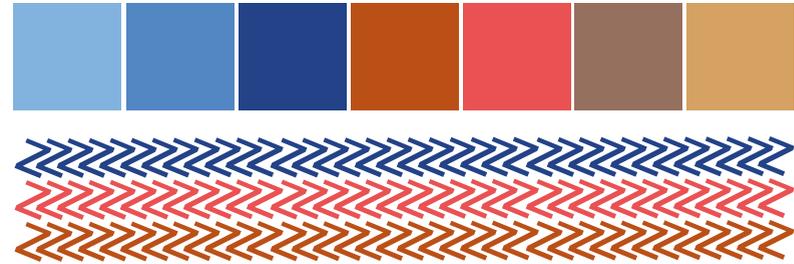
10.1.6 Elementos representativos en su vestimenta

Su vestimenta se caracteriza por las siguientes prendas:

1. Karachi (mujeres)



Foto tomada de: <http://www.geo.fr/var/geo/storage/images/voyages/>

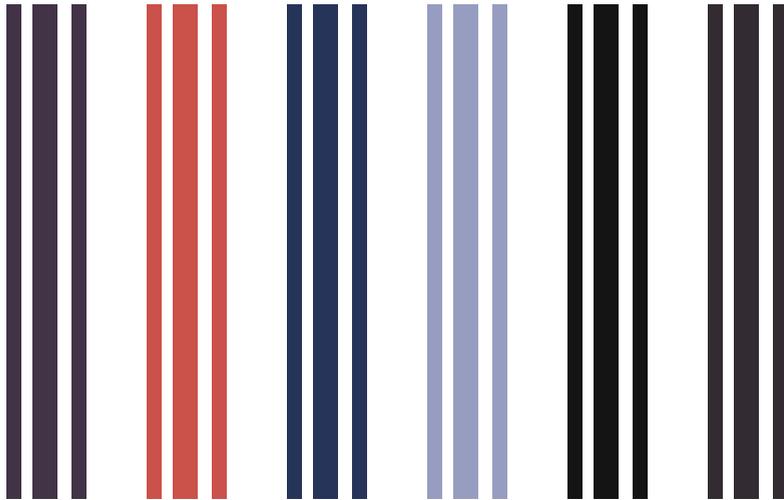
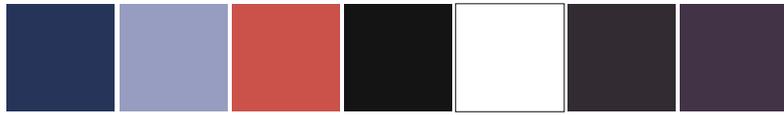


2. Itip (hombres)



Foto tomada de: <http://www.geo.fr/var/geo/storage/images/voyages/>







11. TIENDA VIRTUAL



11.1 HOME PAGE



MENU

El usuario puede encontrar información de quiénes somos, los productos que ofrecemos, su resumen de compra, testimoniales de personas que han comprado los productos y nuestra información de contacto.

EJEMPLARES DE PRODUCTOS

El usuario puede observar en el Home Page ciertos ejemplares de diseños de productos. Esto sirve para dar una idea de la excelencia de nuestros productos finales con sus respectivos acabados.

REDES SOCIALES

En toda la estructura de la página web en la parte superior-derecha se podrán observar siempre nuestros links a Facebook y Twitter que los usuarios podrán usar para conectarse a nuestras redes sociales.

11.2 NAVEGACIÓN



NAVEGACIÓN

La navegación de toda la página web es muy sencilla para que el usuario pueda encontrar todo lo necesario de la manera más rápida y eficaz.

IDIOMAS

La página web presenta dos diferentes idiomas, a saber español e inglés. Así cualquier persona extranjera también podrá acceder a este servicio.

DISEÑO PÁGINA WEB

Todo el diseño de la página web demuestra parte del estudio morfológico que se hizo para obtener los diferentes diseños y patrones.

11.3 ¿QUIÉNES SOMOS? / INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

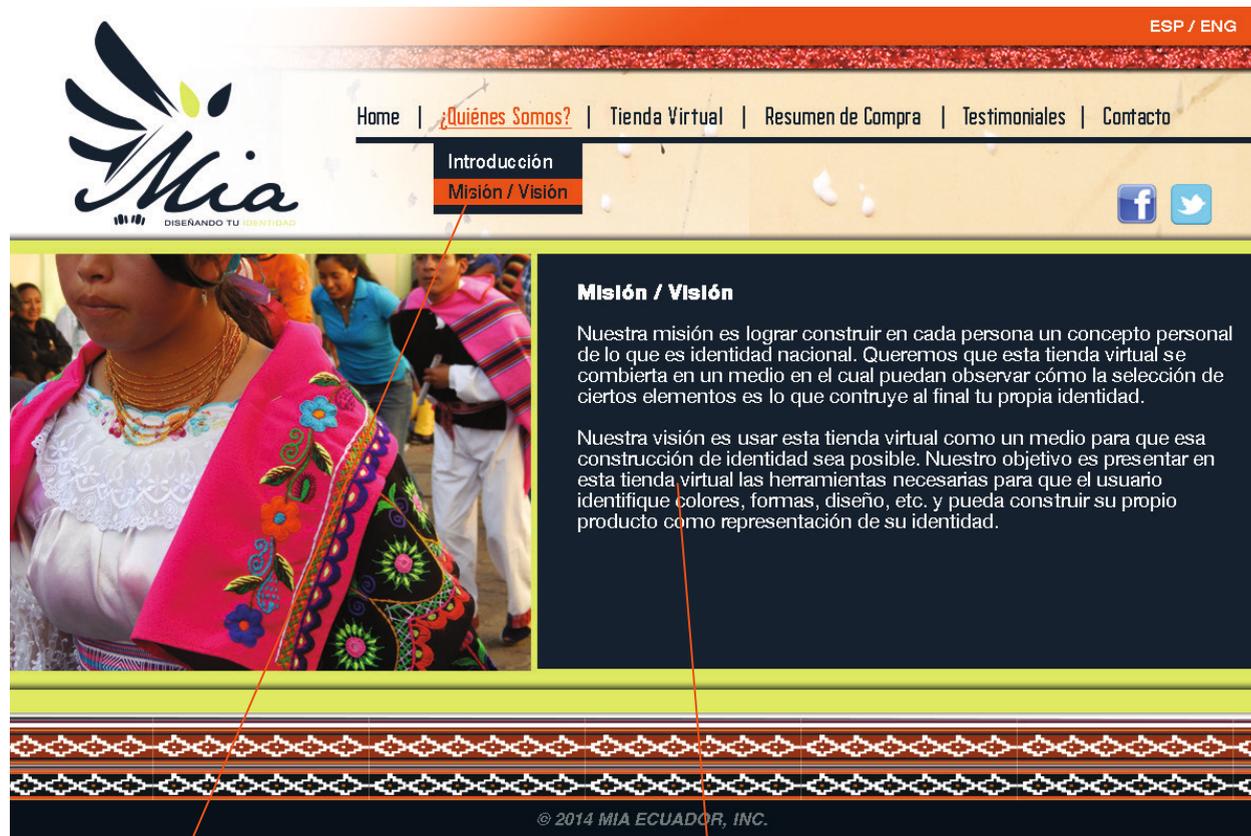
El usuario podrá encontrar una pequeña presentación de quiénes somos y de dónde surgió la idea del proyecto.

INVESTIGACIÓN

Igualmente el usuario podrá encontrar información de la investigación previa que se hizo para la realización del proyecto y de los diferentes diseños que podrán aplicar a los productos.



11.4 ¿QUIÉNES SOMOS? / MISIÓN Y VISIÓN



MISIÓN Y VISIÓN

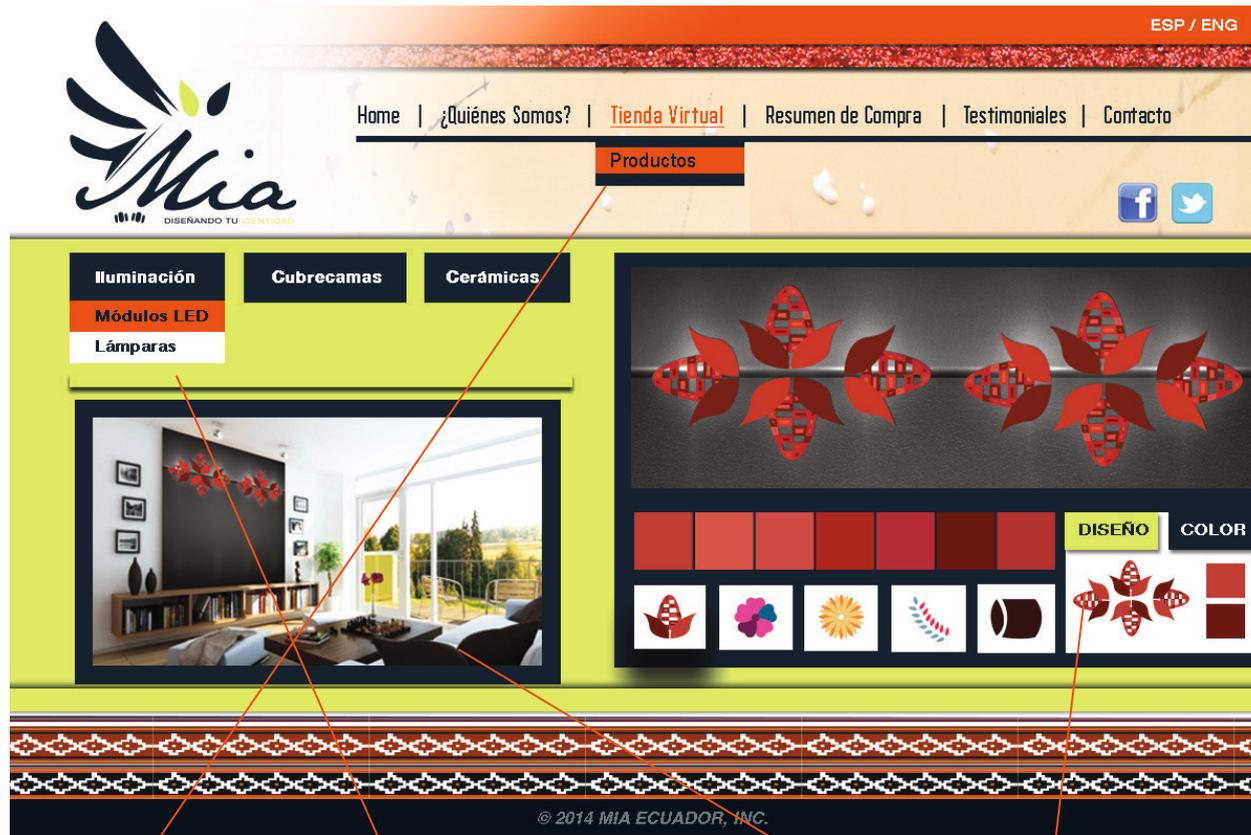
La página web contiene la misión y la visión del servicio que ofrecemos a los usuarios que se lo puede encontrar en el botón de quiénes somos en el menú principal.

CONCEPTO

Se desarrolló el concepto principal del proyecto en la parte de misión y visión: la construcción de la identidad ecuatoriana.



11.5 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / ILUMINACIÓN / MÓDULOS LED



PRODUCTOS

En la tienda virtual podrán observar los usuarios las tres categorías de diferentes productos que ofrecemos: iluminación, cubrecamas y cerámicas.

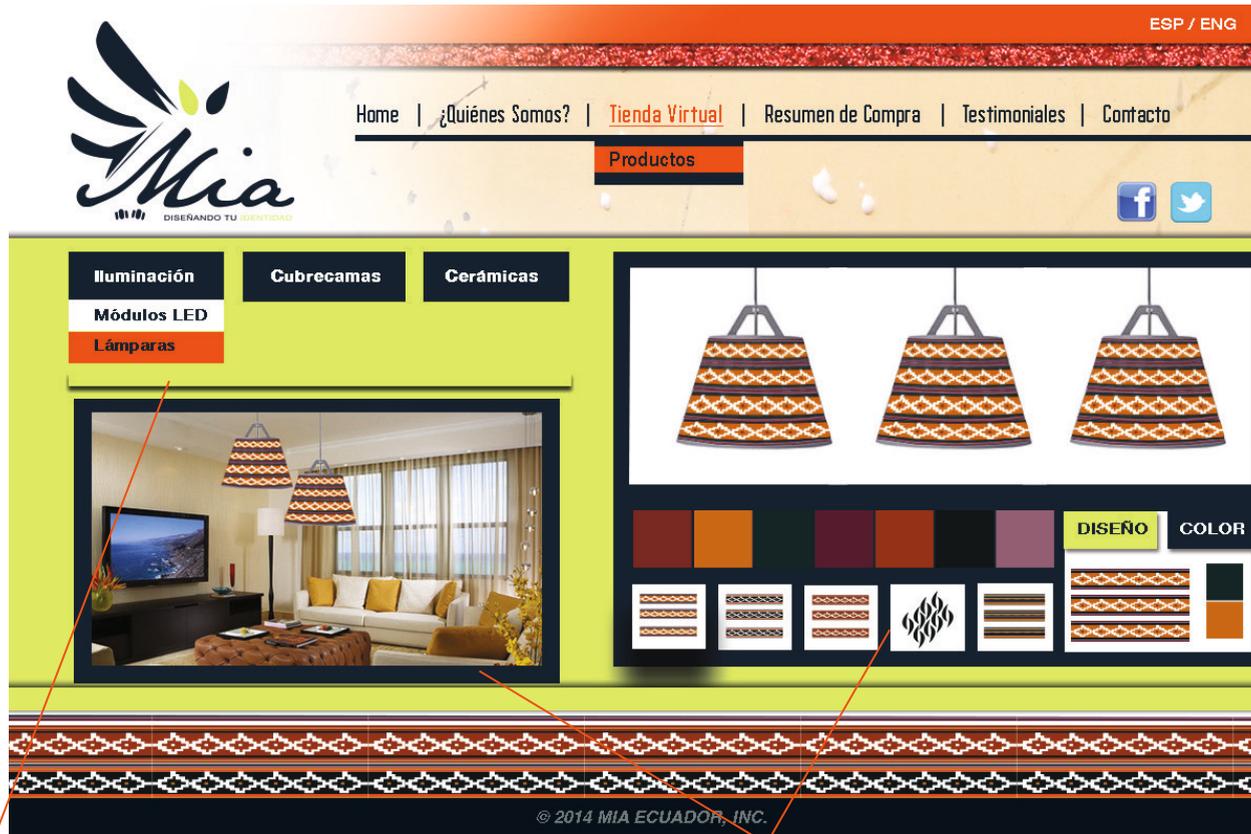
MÓDULOS LED

Dentro de la primera categoría, que es iluminación los usuarios podrán encontrar los Módulos LED (ellos podrán escoger el diseño y el color).

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final.

11.6 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / ILUMINACIÓN / LÁMPARAS



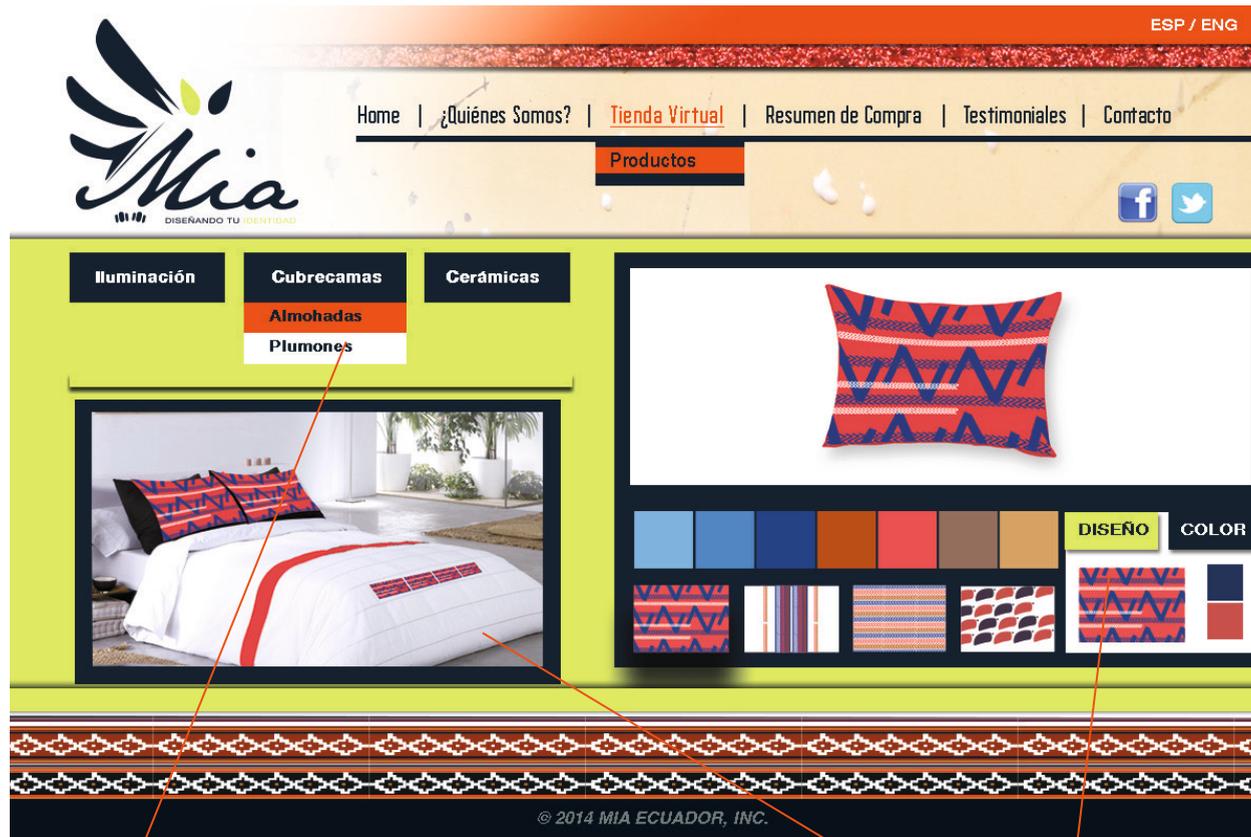
LÁMPARAS

Como segundo producto de la primera categoría de iluminación están las lámparas. De igual manera, los usuarios podrán diseñar su propia lámpara.

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final. Siempre podrán verificar lo que escogieron en el cuadro de Diseño / Color.

11.7 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / CUBRECAMAS / ALMOHADADAS



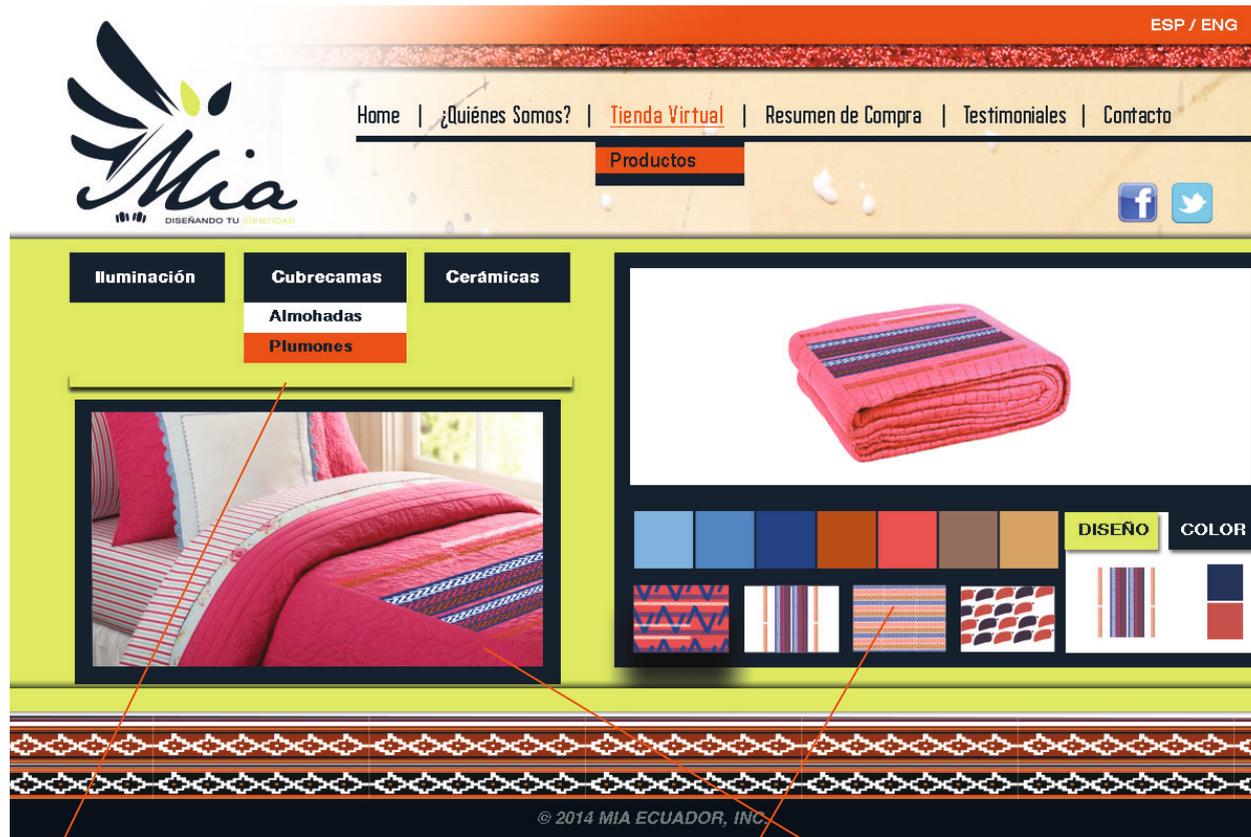
ALMOHADADAS

Dentro de la segunda categoría, que es cubrecamas los usuarios podrán encontrar almohadas (ellos podrán escoger el diseño y el color).

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final. Siempre podrán verificar lo que escogieron en el cuadro de Diseño / Color.

11.8 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / CUBRECAMAS / PLUMONES



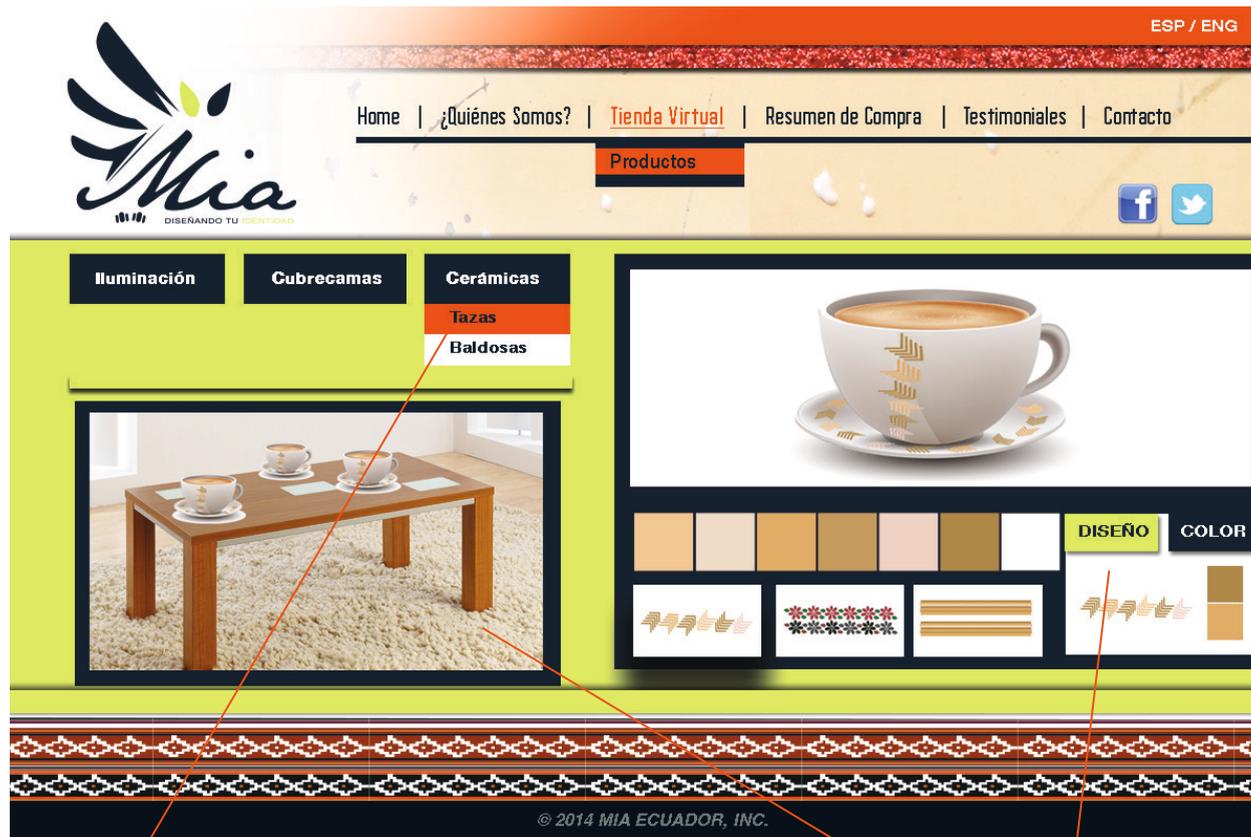
LÁMPARAS

Como segundo producto de la segunda categoría de cubrecamas están los plumones. De igual manera, los usuarios podrán diseñar su propio plumón.

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final. Siempre podrán verificar lo que escogieron en el cuadro de Diseño / Color.

11.9 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / CERÁMICAS / TAZAS



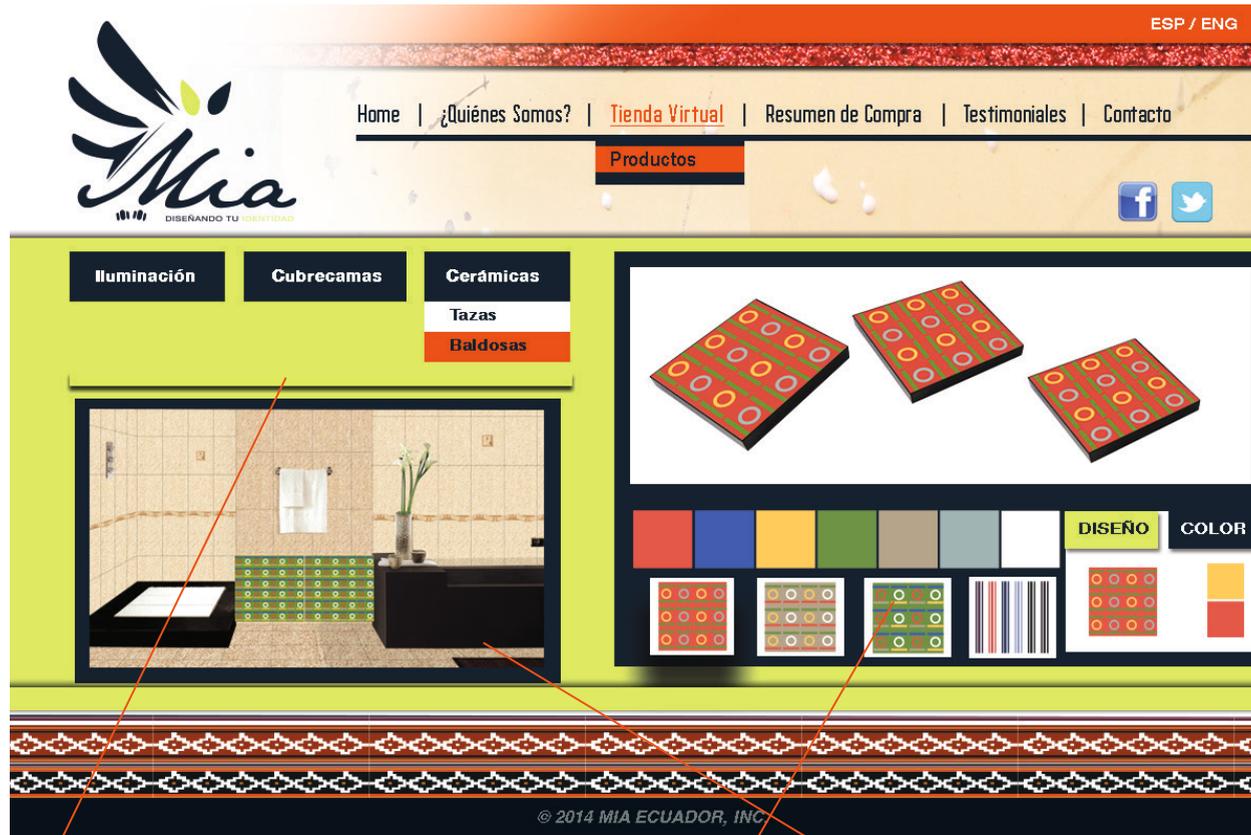
TAZAS

Dentro de la tercera categoría, que es cerámicas los usuarios podrán encontrar como primer producto lo que es tazas (ellos podrán escoger el diseño y el color).

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final. Siempre podrán verificar lo que escogieron en el cuadro de Diseño / Color.

11.10 TIENDA VIRTUAL / PRODUCTOS / CERÁMICAS / BALDOSAS



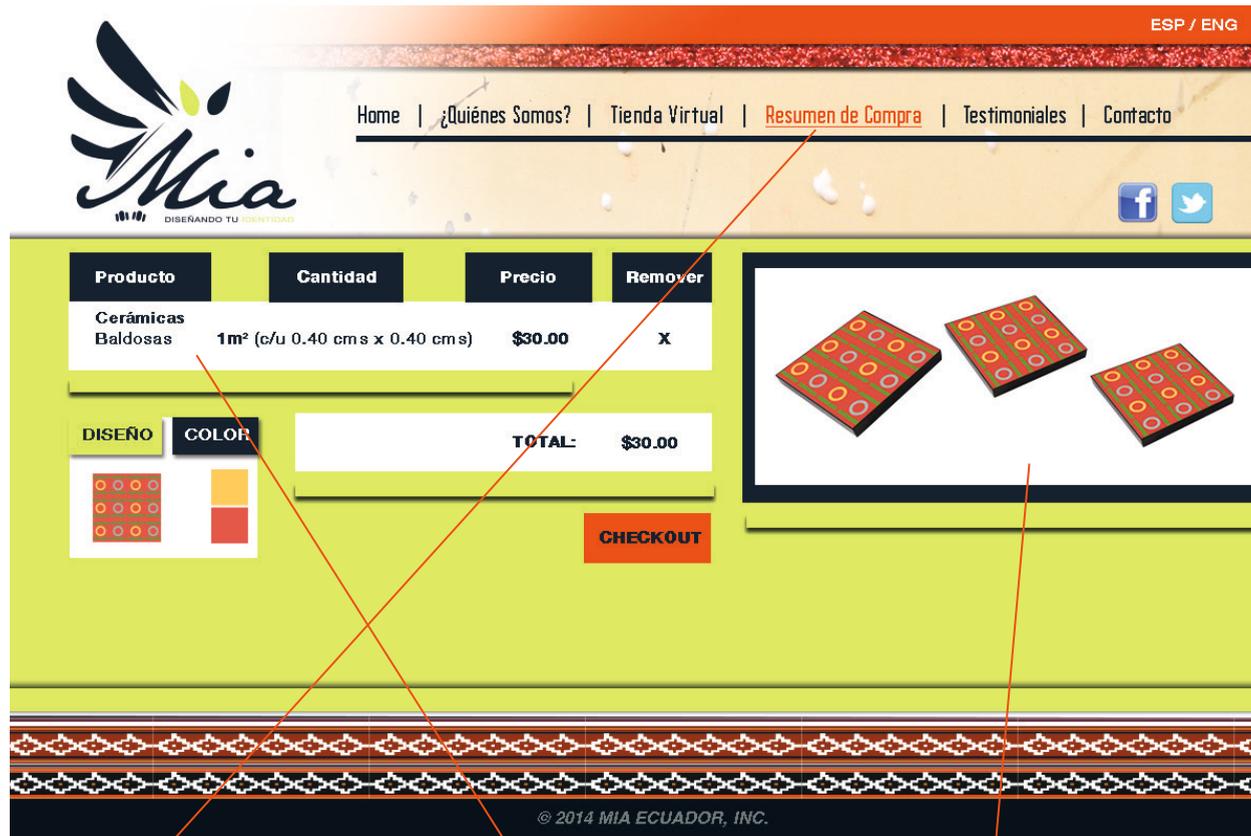
BALDOSAS

Como segundo producto de la tercera categoría de cerámicas están las baldosas. De igual manera, los usuarios podrán diseñar sus propias baldosas.

APLICACIÓN DE DISEÑO

Para la aplicación del diseño, los usuarios podrán encontrar a su derecha una paleta de colores y diferentes patrones que podrán usar como el diseño. A su lado izquierdo podrán encontrar una imagen de cómo se vería su diseño final. Siempre podrán verificar lo que escogieron en el cuadro de Diseño / Color.

11.11 RESUMEN DE COMPRA



RESUMEN DE COMPRA

Finalmente el usuario podrá acceder a su resumen de compra, en donde podrá observar la información necesaria para verificar todo lo que compró.

INFORMACIÓN DE COMPRA

En la información el usuario podrá observar qué producto escogió, la cantidad, el precio, el diseño y el color aplicado a su producto. De igual manera si algo está mal, el usuario podrá remover cuando quiera antes de adquirirlo. A su lado derecho podrá observar su producto final con su respectivo diseño y color.

11.12 TESTIMONIALES



TESTIMONIALES

La página web ofrece a los usuarios leer y ser parte de los testimonios de personas que han decidido usar nuestro servicio. Esto servirá como feedback para nuestro servicio.

FUNCIONAMIENTO DE LOS DE TESTIMONIALES

El usuario podrá usar los botones de la parte inferior izquierda para leer más testimonios de diferente gente que decidió mandarlos. Igualmente en la parte inferior derecha, el usuario podrá enviar sus comentarios relacionados a nuestro servicio y producto.

11.13 CONTACTO

ESP / ENG

Home | ¿Quiénes Somos? | Tienda Virtual | Resumen de Compra | Testimoniales | [Contacto](#)

Mia
DISEÑANDO TU IDENTIDAD

Facebook Twitter

Email: info@mia.com | miaproductos@gmail.com | **Directora General** | María Isabel Armendáriz Paredes

Telf.: 0995947611 | 2 468 901 | Fax: 123-456-7890

Nombre:

Message:

Email:

Asunto:

ENVIAR

© 2014 MIA ECUADOR, INC.

CONTACTO

Los usuarios podrán encontrar en la página web información de contacto para poder comunicarse con las personas encargadas de nuestros servicios.

ENVÍO DE MENSAJES

De igual manera, los usuarios podrán enviar mensajes para poder aclarar cualquier inquietud relacionada con su producto o con el funcionamiento de la página web. En la parte inferior izquierda podrá



12. EJEMPLARES DE PRODUCTOS

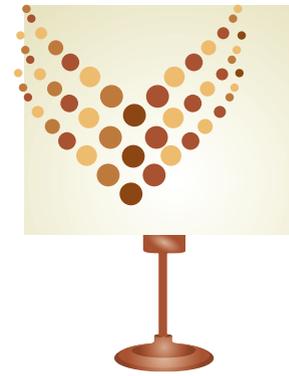
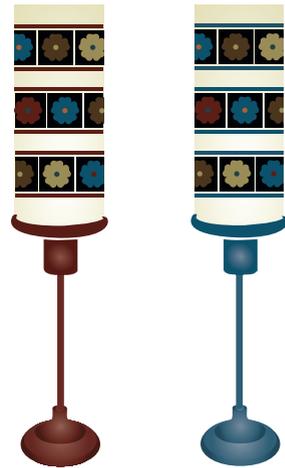




12.1 Ejemplares de Productos

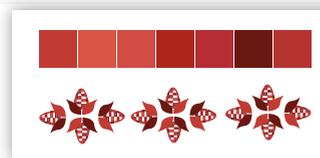
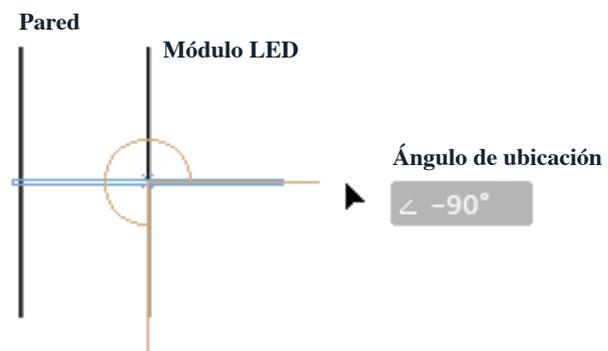
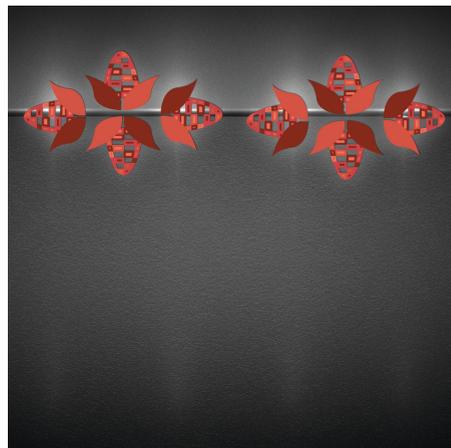
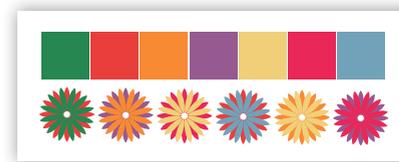
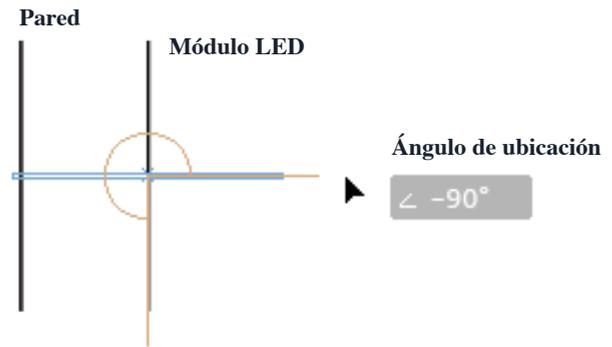
Primera Sección-Iluminación

1. Lámparas





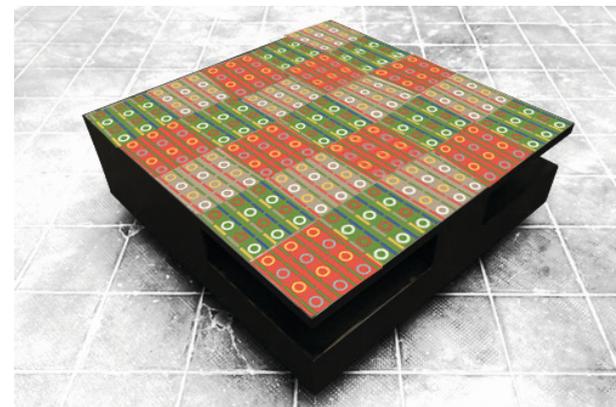
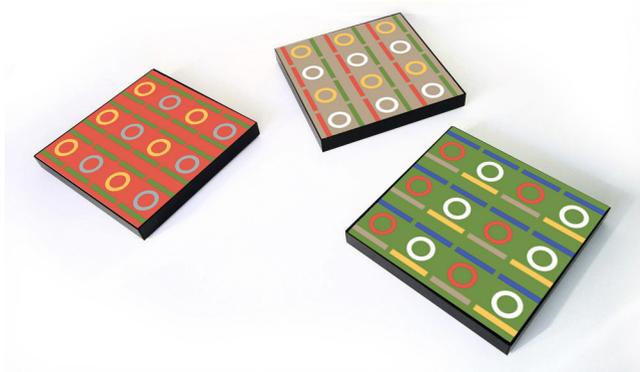
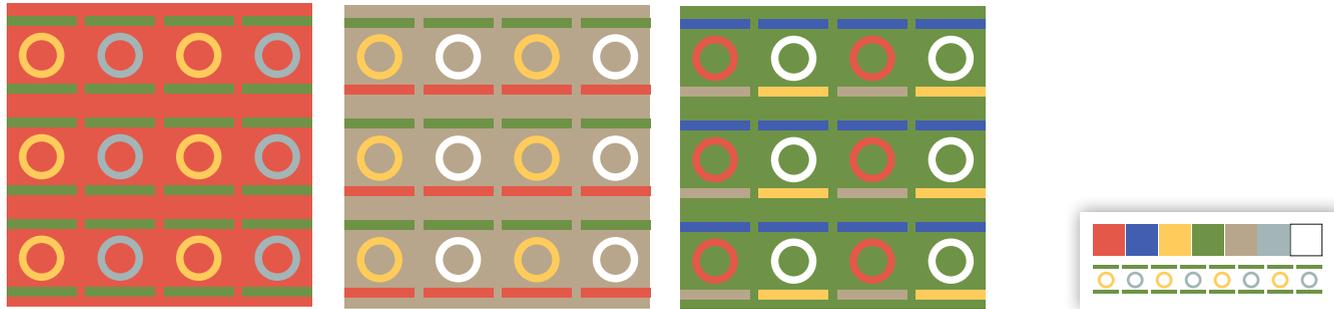
2. Módulos LED





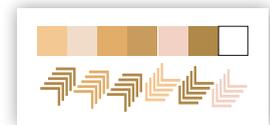
Segunda Sección-Cerámicas

1. Baldosas





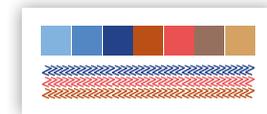
2. Tazas





Tercera Sección- Cubrecamas

1. Almohadas



2. Plumones





13. PACKAGING





13.1 Packaging

Primera Sección-Illuminación

1. Lámparas



2. Módulos LED

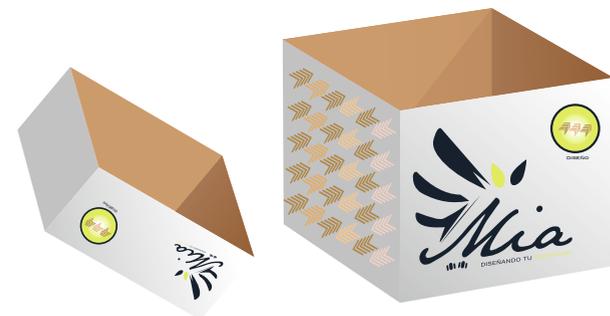


Segunda Sección-Cerámicas

1. Baldosas



2. Tazas



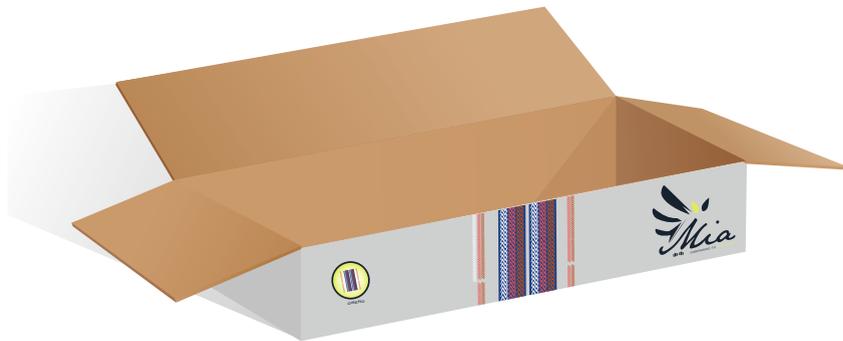


Tercera Sección- Cubrecamas

1. Almohadas



2. Plumones



Etiquetas





14. REDES SOCIALES



1. Facebook

Hermosos Cubrecamas
DISEÑADOS sólo por TÍ...

Escoge las mejores paletas de colores
para TUS DISEÑOS personales

Iluminación

Predosas Cerámicas

con los mejores PATRONES
que podrás usar...

Crear página

Anuncios

Collect Your
BONUS COINS!
★★★★★ Jackpot
Party Casino Slots

BONUS

Have you collected
your Bonus Coins
today in Jackpot
Party?

Jugar
1 000 000 personas
juegan esto

Postula Online -
UDLA
udla.edu.ec

En teoría conoces,
en la práctica

Chat (desactivado)

Mia
DISEÑANDO TU IDENTIDAD

Mia
Diseñando tu Identidad

A 2261 personas les gusta esta página
· 70 personas están hablando sobre
esto

Te gusta

Sigues esta página

Mensaje

Tienda Virtual / Productos
www.mia.com

2261

2. Twitter

Home Connect Discover Me

Search

Mia
View my profile page

31,801 TWEETS 880 FOLLOWING 6,844 FOLLOWERS

Compose new Tweet...

Who to follow · Refresh · View all

@poumcoffee
Followed by Tero Kuittinen and ot...
Follow

@jrvolpe
Follow

@thomashouston
Follow

Browse categories · Find friends

Tweets

Jon Russell @mia 13m
Te invitamos a que disfrutes de los mejores productos hechos y diseñados exclusivamente por ti.

Expand

Stuart McDonald @travelfish 31m
At a yoga for four-year-olds class. I never had this stuff as a kid!

Expand

dustin curtis @dcurtis 32m
Such a great hotel. @ Ace Hotel New York
instagram.com/p/Y9aKUAAVOU/
from Manhattan, NY

robert rabari @rabari_robert 35m
@jmitoko @RobertAlai you guy that jameson omer!!! it was too deadly
Retweeted by Robert Alai

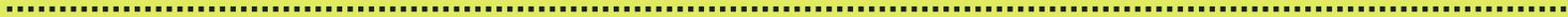


3. Fotos Comerciales





15. REFERENCIAS





REFERENCIAS

Adoum, J. (2000) Ecuador Señas Particulares. Quito: Eskeletra Editorial.

Aliaga, F, Pintos, J. L. (2012). Introducción: La investigación en torno a los imaginarios sociales. Un horizonte abierto a las posibilidades. (Spanish). Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas (RIPS), 11(2), 11-17. (EBSCO)

Appiah, K. (2007) La ética de la Identidad. Buenos Aires: Katz Editores.

De los Monteros, G., García, M., Nafarrate, J., & Esquivel, E. (2012). Imágen Turística y Medios de Comunicación. Una Construcción Social. (Spanish). Estudios Y Perspectivas En Turismo, 21(6), 1409-1432.(EBSCO)

Echeverría, M. (2013). Cultura Migratoria y Comunicación Masiva e Interpersonal en los Imaginarios Juveniles. (Spanish). México: Comunicación Y Sociedad. (EBSCO)

Handelsman, M. (2005) Leyendo la Globalización desde la Mitad del Mundo. Identidad y Resistencias en el Ecuador: Editorial el Conejo.

Hall, S. y Gay, P. (1996) Cuestiones de Identidad Cultural. Madrid: Amorrortu Editores España S.A.

[Imagen de la Vestimenta de los Shuar 1]. Acceso a Internet: Enero 2014.
Fotografía obtenida de: <http://www.geo.fr/var/geo/storage/images/voyages/>

[Imagen de la Vestimenta de los Shuar 2]. Acceso a Internet: Enero 2014.
Fotografía obtenida de: <http://www.geo.fr/var/geo/storage/images/voyages/>

Ramos, H. (2012). La identidad latinoamericana: proceso contradictorio de su construccióndeconstrucción- reconfiguración dentro de contextos globales. Quebec: Universitas Humanistica. (FLACSO)

Valdano, J. (2007) Identidad y Formas de lo Ecuatoriano. Quito: Eskeletra Editorial.

Zevallos, J. (2010) Construyendo Nuestra Identidad. Ecuador: Génesis Ediciones.

