

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Inkari  
Moda Cultural otavaleña**

**Edwin Julián Muenala Morán**

**Diseño Gráfico : Diseño Comunicacional**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciado en Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Quito, 18 de diciembre de 2022

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Inkari Moda Cultural otavaleña**

**Edwin Julián Muenala Morán**

**Nombre del profesor, Título académico**

Rodrigo Muñoz Valencia MFA

Quito, 18 de diciembre de 2022

## © DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Edwin Julián Muenala Morán

Código: 00208786

Cédula de identidad: 1004465975

Lugar y fecha: Quito, 18 de diciembre de 2022

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## RESUMEN

Inkari es una marca de ropa de moda otavaleña masculina, la cual resalta el sentido de pertenencia a través de la modernización de patrones tradicionales en sus prendas. La marca se enfoca en los hombres jóvenes pertenecientes a la cultura Kichwa Otavalo, con una edad promedio de 15 a 25 años, que es un público que se encuentra buscando su propia identidad dentro de la sociedad. El objetivo principal de la marca es rescatar el orgullo cultural que se ha deteriorado en las nuevas generaciones otavaleñas durante las últimas décadas de hibridación, debido a la influencia de modas externas globales y acciones propias de la cultura como la migración “mindalae” característica de este grupo étnico.

**Palabras clave:** Marca, ropa, patrón, hibridación, Otavalo, moda.

## ABSTRACT

Inkari is an Otavalo men's fashion clothing brand, which highlights the sense of belonging through the modernization of traditional patterns in their garments. The brand focuses on young men belonging to the Kichwa Otavalo culture, with an average age of 15 to 25 years, which is a public that is looking for their own identity within society. The main objective of the brand is to rescue the cultural pride that has deteriorated in the new Otavalo generations during the last decades of hybridization, due to the influence of external global fashions and actions of the culture itself, such as the "Mindalae" migration characteristic of this ethnic group.

**Key words:** Brand, clothing, pattern, hybridization, Otavalo, fashion.

**TABLA DE CONTENIDO**

Introducción	8
Desarrollo del Tema	10
Conclusiones	22
Referencias bibliográficas	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. Logotipo.....	15
Figura #2. Variantes de logotipo.....	16
Figura #3. Pat Zampoña.....	17
Figura #4. Pat Chakana.....	18
Figura #5. Prendas Colección 1.....	19
Figura #6. Panel 1940.....	21
Figura #7. Panel 1980.....	22
Figura #8. Panel 2000.....	22

## INTRODUCCIÓN

La identidad cultural del pueblo otavaleño ha mutado su valor e importancia para las nuevas generaciones, especialmente dentro de los hombres. Se asocian varios factores a este desgaste cultural, por ejemplo, la falta de costumbre para usar su vestimenta típica, el no saber hablar su lengua madre como es el “kichwa” e incluso la desaparición de la trenza como símbolo cultural masculino; estas son prácticas que afectan directamente a los más jóvenes dentro de la cultura otavaleña. En el siguiente trabajo se ha tomado como prioridad la vestimenta, la cual se ha visto influenciada por modas extranjeras que han acaparado la aceptación juvenil y a su vez han opacado la ropa tradicional.

La cultura otavaleña es una de las etnias más representativas del Ecuador tanto a nivel local como en el extranjero, se los considera una cultura globalizada gracias al comercio exterior que se ha practicado por varias décadas. El ser “mindalaes” como se conoce en el idioma Kichwa a las personas que viajan por comercio, ha permitido crear esta conexión con otras culturas del mundo Dando como resultado una aculturación por influencia externa sobre la propia cultura originaria. Esto se ha visto evidenciado en las generaciones más jóvenes, con sus diferentes expresiones y prácticas que salen del contexto propio tradicional, considerando elementos como la vestimenta tradicional, como poco funcional en las actividades contemporáneas.

Después de realizar el respectivo diagnóstico de la problemática, nace INKARI: una marca de ropa de moda otavaleña masculina que, a través de la modernización de patrones tradicionales y prendas de vestir, resalta el proceso de hibridación cultural en el que vivimos. La marca busca acoplarse al diario vivir, pero sin olvidar el valor representativo de la propia cultura en la convivencia social globalizada. Para el desarrollo de las prendas, se crearon

patrones basados en iconografía y objetos representativos de la Cultura Otavalo, los cuales sus procesos de diseño serán presentados más adelante.

## DESARROLLO DEL TEMA

### Desarrollo de entrevistas

En el momento de buscar evidencia con respecto a la problemática definida, el primer paso que realizamos fue establecer un rango de edad focal, diviso en donde afecta más este problema. Los jóvenes Kichwas Otavalo hombres que se encuentran entre los 15 a 25 años de edad, son los que menos se sienten identificados con su propia cultura, al encontrarse en una etapa ambigua de búsqueda y formación de su propia identidad frente a la sociedad, por lo que experimentan diferentes formas de expresión externas a su propia cultura como por ejemplo la vestimenta y su influencia de modas occidentales.

Para el momento de realizar las entrevistas, como punto de partida se enfocó en saber el motivo principal del por qué la juventud de kichwas otavaleños ha dejado en cierta forma de usar la vestimenta tradicional, aquí se llegó a la conclusión de que 7 de cada 10 hombres indígenas otavaleños afirman haberse sentido discriminados por usar su traje típico. En cierta forma, el buscar tener la aceptación de la sociedad mestiza ecuatoriana ha hecho que lastimosamente se menosprecie el valor histórico y cultural de símbolos representativos como la vestimenta de un pueblo. Este fue el dato más relevante que se obtuvo de las entrevistas, aun así, se puede añadir que otro dato en particular que marcó diferencia y llamó la atención fue la falta de comodidad con la forma de la vestimenta para las actividades del diario vivir, a diferencia de la moda femenina otavaleña la cual sí ha evolucionado en cuestiones de diseño, texturas y estilos en las últimas décadas.

### Definición del problema

Según datos del Observatorio Jurídico para la Vigilancia y Protección de Derechos Colectivos de la Universidad de Otavalo (2018), el rango de la migración transnacional de la población

otavaleña generalmente se realiza a edades de entre los 16 y 34 años. Es decir, su vida migratoria comienza mayormente en su etapa de la adolescencia y juventud motivada por sus padres, familiares o conocidos. Este proceso migratorio principalmente está asociado a la búsqueda de un beneficio económico familiar, basado en el negocio comercial de textiles, música y artesanía local. Esta práctica se ha convertido hasta cierto punto en una tradición cultural característica en los kichwas otavalos; creando así una construcción social permanente de identidad indígena en movilidad, lo que a su vez, desencadena una serie de problemas identitarios directos en quienes emigran y su influencia directa en su círculo familiar, este patrón se repite de manera constante y secuencial en la mayoría de familias otavaleñas. Una de las formas de expresión no verbales que más cambios ha tenido a raíz de la práctica mindalae, ha sido la vestimenta característica de este grupo étnico del norte ecuatoriano, y esto en especial se lo puede apreciar en los jóvenes de la cultura, quienes al estar tan expuestos a influencias de culturas externas han optado por acoplarse a distintas modas y estilos ajenos a su esencia cultural (Subía, 2021).

### **Definición de público objetivo**

Tomando en cuenta los datos mencionados anteriormente, definimos como público objetivo a los jóvenes kichwas otavaleños hombres que están en un rango de edad de 15 a 25 años. Muchos de los jóvenes que pasan alrededor de estas edades se ven influenciados por modas extranjeras con el hecho de querer buscar su “identidad”, se puede decir que tienen una rebeldía ante su propia cultura identitaria, por lo que comienzan a experimentar con diferentes gustos, no solo de la vestimenta, sino también de peinados, música o idioma, actitudes con los que pretenden identificarse y diferenciarse de los demás. Son pocos los que tratan de buscar la identidad a la que pertenecen sin dejarse influenciar por los demás, alejándose del término “estar a la moda”. Lo curioso de nuestro público objetivo, es que en

algunos casos después de experimentar por algunos años con diferentes modas extranjeras, regresan a querer forjar su verdadera identidad kichwa.

### **Insights**

En la investigación se desarrollaron encuestas dirigidas a un círculo cercano de conocidos, amigos y familiares kichwas otavalo que se encontraban dentro del rango de edad anteriormente mencionado. Las preguntas abordaron temas relacionados a identidad otavaleña, indumentarias de uso cotidiano y percepciones frente a la influencia de modas extranjeras. Determinando así tres puntos claves a destacar, el primero: **Los jóvenes han sido influenciados por modas extranjeras las cuales han sido normalizadas producto de la migración.** Hoy en día es muy común dentro de la ciudad de Otavalo ver la normalidad implantada de modas con estilos occidentales en los más jóvenes, puntualmente en el género masculino, las prendas tienen influencia directa de modas relacionadas a la cultura urbana como: el hip hop, reggae, reggaetón o skate. “Hacia 1980 los jóvenes ya no vestían con los trajes tradicionales” (Maldonado, 2004), la ropa empezó a tener una especie de hibridación con el boom de la migración a los rincones más remotos del planeta, entre los más jóvenes se comenzó a remodelar su identidad partiendo de la combinación de elementos culturales y concepciones influenciadas del extranjero.

El segundo insight definido en nuestra investigación evidencia que: **El material de la ropa tradicional no se relaciona con las actividades contemporáneas**, es decir, las telas, texturas e incluso formas que manejan la vestimenta masculina otavaleña, para el 90% por ciento de nuestros encuestados no es cómoda ni práctica a la hora de realizar actividades contemporáneas en nuestro día a día. Para llegar a esta conclusión la pregunta planteada en nuestra encuesta fue: *¿Consideras cómoda la vestimenta tradicional a la hora de realizar*

*actividades cotidianas? Si-No / ¿Por qué?* Textualizando una de las respuestas de nuestros encuestados fue, “No, ya que la mayoría de la vestimenta es blanca (alpargatas, pantalón y camisa), fácilmente se mancha y da una imagen visual negativa que te hace sentir incómodo ante los demás. También prendas como el poncho que se caracterizan por su calidez y amplitud son desfavorables en días soleados por su peso y calor que sofocan, por otra parte las alpargatas en días de lluvia son poco útiles por su forma y diseño. Esto denota que, a pesar de la evolución e implementación de nuevas telas en la vestimenta típica, también resulta poco llamativo para las nuevas generaciones el hacer uso de las prendas que engloba su traje autóctono.

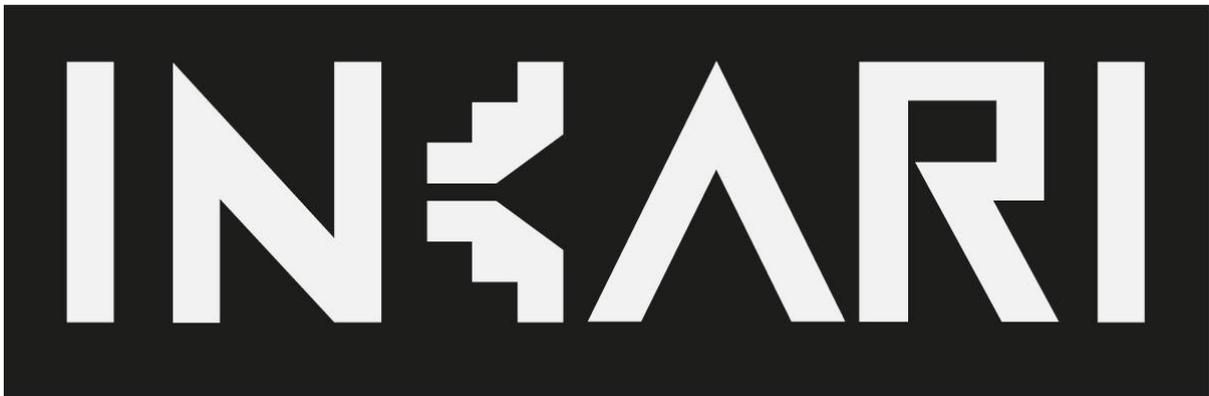
Nuestro último insight hace referencia a que: **El pueblo otavaleño es un camaleón textil, producen textiles tradicionales, pero no tiene reparo en adaptarse a las dinámicas globalizadas.** Se ha romantizado mucho en la concepción mestiza la idea de que la cultura otavaleña es un pueblo intocado en medio de los Andes, cuando en realidad es una de las culturas más híbridas y globalizadas de nuestro país y de la región Andina. Esto dentro del contexto simbólico, iconográfico y cultural, en los más jóvenes puede producir ambigüedad con su sentido de pertenencia. Referente a ello, Renato Rosaldo menciona que los kichwas Otavalo no viven: *...Una confusión de identidad, sino [que están inmersos en] un juego que funciona dentro de un repertorio cultural diverso, y hasta lo rehace. Los mismos procesos creativos de transculturación se concentran a lo largo de las fronteras literales y figurativas, donde múltiples identidades recorren la persona* (Rosaldo, 2000, p. 241).

## PROCESO DE DISEÑO:

### Ideación de producto o servicio

Para desarrollar una posible solución a la problemática se implementó la metodología de Design Thinking, este proceso conectó la información obtenida de la investigación a través de una lluvia de ideas. Producto de ello se escogió la mejor opción posible en respuesta a la poca aceptación y evolución de la indumentaria masculina otavaleña en los jóvenes, y se optó por desarrollar una marca de ropa con esencia otavaleña enfocada específicamente en un público juvenil masculino. Así nace INKARI, una marca creada con el objetivo de promover y rescatar el sentido de pertenencia en la juventud kichwa masculina de Otavalo, a través de prendas que resaltan las gráficas y patrones modernizados, que caracterizan a la cultura otavaleña.

### Figura #1 – “Logotipo”



Se eligió el nombre INKARI, que significa “pureza” y es una disminución de la palabra en castellano Inka-rey, con el objetivo de darle un sentido Andino más profundo de pertenencia a la marca, en cuanto al logotipo, es un diseño de mi propia autoría, destacándose por ser geométricamente tipográfico, manejando un estilo minimalista y moderno a la vez. Dentro de su diseño destaca el uso de partes derivadas de la Cruz Andina o conocida también como “Chakana”, este elemento lo podemos observar en la forma alegórica que tiene la letra K,

diferenciándose así de las demás letras que componen la palabra. Sus letras constan de divisiones muy rectas, asemejándose a la forma lineal que tienen los diseños usados en los textiles y artesanías dentro de la ciudad de Otavalo. De fondo se maneja un rectángulo que tiene por objetivo resaltar y diferenciar el nombre de la marca en cualquier superficie que se lo incorpore. A continuación se muestran las variantes cromáticas de uso permitido para el logotipo de la marca.

**Figura #2 – “Variantes del logotipo”**



La marca se caracteriza por manejar el blanco y negro como base, sin embargo, se permite la adaptabilidad de colores según las necesidades cromáticas de las prendas u otros objetos físicos como también medios digitales. A su vez, tenemos una variante de logotipo

descriptiva sobre Inkari, con el fin de transmitir de manera más clara el concepto que maneja la marca y sus objetivos sociales.

### Patrones

Se tomaron elementos base que caracterizan de manera directa a la cultura Otavaleña y a su vez símbolos como la chakana representativa de los pueblos andinos.

La cultura otavaleña a nivel nacional no solo se caracteriza por sus textiles y artesanías, sino también por su música; por ello, como elemento central se tomó de referencia un instrumento de viento que es clásico en las interpretaciones de música otavaleña y andina, la “zampoña”. Este instrumento es la base para la creación del primer patrón gráfico, el cual incorporaremos en la primera colección de ropa cultural urbana, a través de distintas técnicas de impresión de telas como: la sublimación textil, bordados a mano, serigrafía, etc...

**Figura #3 – “Pat Zampoña”**



El segundo elemento empleado para los patrones gráficos fue la Cruz Andina, un símbolo que identifica un sentido de pertenencia mucho más amplio a nivel cultural. A este elemento se lo modificó con el fin de darle un sentir mucho más moderno a nivel gráfico.

Figura #4 – “Pat Chakana”

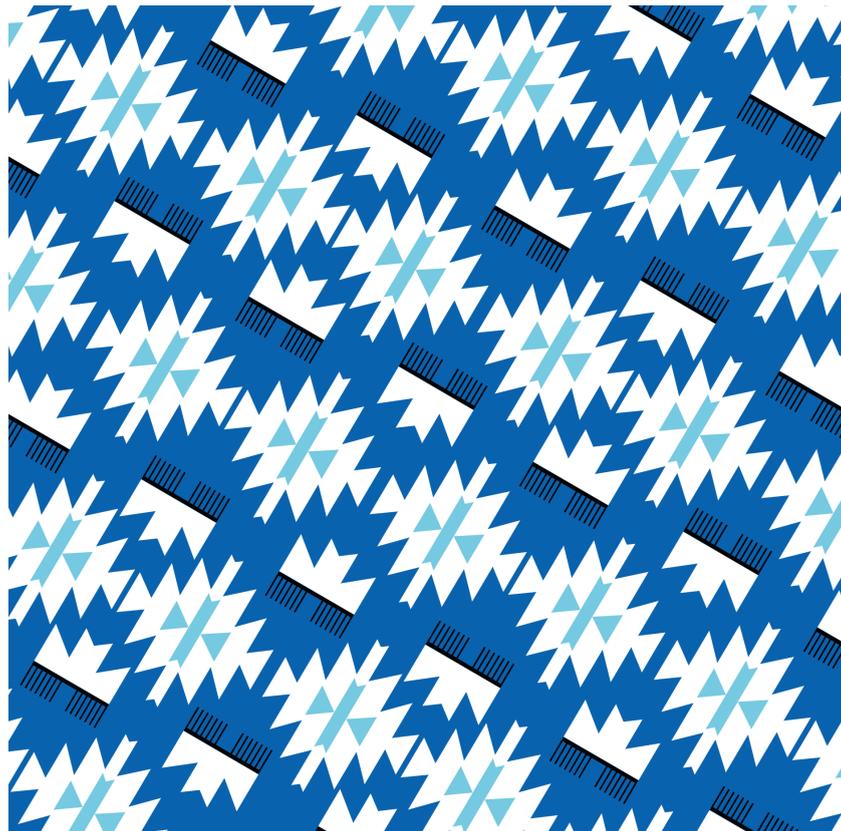
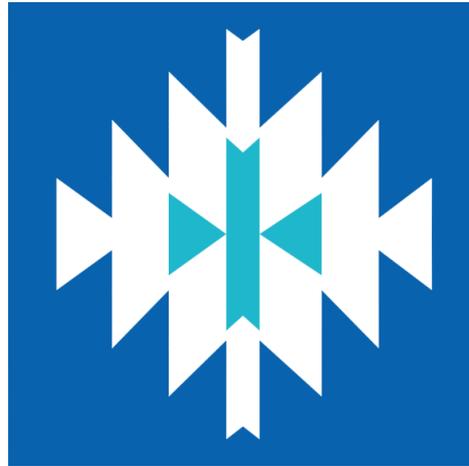
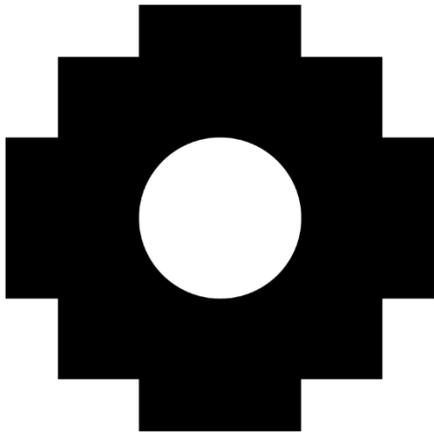


Figura #5 – “Prendas colección 1”



©ESTILO VERDE

### **Exhibición Física - Inkari**

Representar la problemática que engloba el desapego cultural en la vestimenta de los jóvenes indígenas otavaleños, es profundizar en el historial de prácticas y eventos culturales que han marcado un antes y después en la problemática. A lo largo de la investigación se ha evidenciado que la principal acción desencadenante del desapego cultural en la vestimenta es la práctica “Mindalae” que se remonta inicialmente hace más de medio siglo. Para ejemplificar la problemática y dar una respuesta contemporánea, se ha decidido evidenciar la raíz del problema a través de una línea temporal, que representa 4 épocas que desencadenaron y marcaron a la juventud masculina del pueblo Otavalo.

1. La primera época fue la década de 1940 en dónde la migración otavaleña comenzó sus primeros viajes de comercio textil y artesanal a países vecinos como Colombia y Venezuela.
2. El segundo espacio de tiempo representa la década de 1980 en dónde la migración juvenil con la música toma su espacio incorporando nuevos estilos musicales y a su vez nuevas modas influenciadas en culturas externas a la de origen. De igual forma prendas como el poncho pasan a ser reemplazadas por comodidad y funcionalidad a la hora de viajar y comercializar en países de climas tropicales como el Caribe.
3. La tercera época que afectó el desgaste cultural en la vestimenta masculina otavaleña fue en los años 2000, aquí las modas urbanas occidentales se normalizaron en las generaciones jóvenes urbanas y rurales de Otavalo.
4. El último espacio temporal representa la contemporaneidad actual con el nacimiento de INKARI, en dónde las generaciones más jóvenes están inmersas en toda práctica globalizada y buscan transmitir su sentir cultural a través de distintas expresiones, como por ejemplo la música, vestimenta, el arte, entre otros.

Estos espacios temporales serán físicamente representados a través de ilustraciones y fotografías que comuniquen el concepto de cada época, las gráficas están impresas en vinil adhesivo y colocados individualmente en 4 paneles verticales. Adicional a las ilustraciones planas, se sobreponen objetos físicos (tejidos, instrumentos musicales, peluca.trenza) correspondientes a la temática de cada panel.

Es importante mencionar que el último espacio temporal (2022) de la exhibición, tendrá en escena física un DJ en vivo, el cual vestirá las prendas de la colección de Inkari, y a su vez expondrá un fondo musical contemporáneo otavaleño, estas músicas representarán géneros como el electrónico, hip hop, reggae, etc.

**Figura #6 – “Panel 1940”**



Figura #6 – “Panel 1980”



Figura #7 – “Panel 2000”



## CONCLUSIONES

Tras el desencadenante histórico de prácticas y expresiones culturales que se suscitaron dentro del pueblo otavaleño, la investigación realizada para este trabajo recopila información que permite entender de una forma más simplificada y clara, el proceso de aculturación e hibridación sociocultural experimentada por los mindalaes otavaleños, que a su vez repercutió en las distintas prácticas y expresiones culturales de sus nuevas generaciones. Este documento es un punto de partida clave para futuras investigaciones que aborden tópicos referentes a la cultura indígena otavaleña y los procesos de transformación local e internacional que ha experimentado la misma.

Por último, como joven perteneciente a la cultura indígena Kichwa Otavalo, me siento enriquecido de palpar más a profundidad las raíces históricas de mi cultura, abuelos, padres e hijos, a su vez, de aportar con este proyecto y ser un precursor en el desarrollo de nuevas formas de expresión cultural que resaltan el orgullo y sentido de pertenencia en las nuevas generaciones de mi cultura Otavalo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gómez, J. (2020). *Viajes y viajeros en la región de Otavalo*. Biblioteca Cincuentenario IOA.

Maldonado, G. (2004). *De la imagen etnoarqueológica de “lo indígena” al imaginario del kichwa otavalo “universal”*. COMERCIANTES Y VIAJEROS. Recuperado 23 de septiembre de 2022, de

<https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1557>

Observatorio Jurídico Para La Vigilancia Y Protección De Derechos. (2018).

Rosaldo, R. (1989). *CULTURA Y VERDAD La reconstrucción del análisis social*.

Recuperado 4 de mayo de 2022, de

<https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1064>

Subía, S. (2021). *Vista de La trata de personas como amenaza a las redes transnacionales de migración del pueblo Kichwa Otavalo*. Iuris Dictio. Recuperado 14 de septiembre de 2022, de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1997/2459>