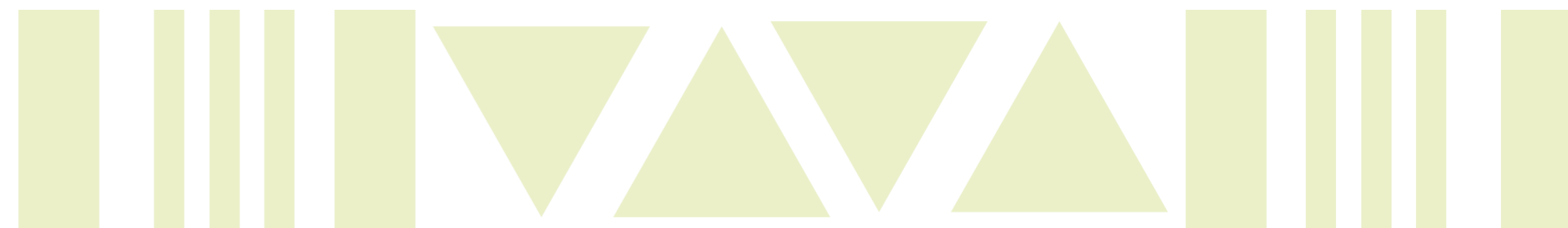


PACHTA





Universidad San Francisco de Quito

Estudios Avanzados en Diseño

Ana Herrera Quelal

PACHA



1 Identidad.

La identidad es una de las palabras que ha formado parte de una serie de discursos políticos, sociales, antropológicos, culturales, etc. “Todo el mundo la busca y cree encontrarla, piensa haberla perdido y poder recuperarla”¹ (Gómez, 2000). Existen una serie de calificativos que hacen uso de la palabra identidad: identidad cultural, racial, genética, nacional, popular, etc.; sin embargo ninguno de estos adjetivos han hecho que se logre construir un verdadero concepto sobre la identidad.

Sin embargo, al analizar distintos autores y estudiosos que han tratado de generar una explicación que defina a la identidad, nos hemos topado con estudios como

¹ Dicho por Pedro Gómez García en su libro *Las ilusiones de la Identidad*, el cual es un resumen de una serie de resultados obtenidos por el grupo de investigación Laboratorio de Antropología Cultural en la línea de trabajo “Estudio pluridisciplinar acerca de la identidad” de la Universidad de Valencia.

la fenomenología² la cual explica a que el ser humano es una entidad intencional “ Su naturaleza consiste en estar relacionada con los otros y con el mundo como una persona encarnada” (Olivé, 1994) , mientras que la vida mental, es aquella que se entiende como la vida interior, totalmente ajena a la participación que tenemos en el mundo.

Esta particularidad hace que la persona deje a un lado sus creencias sobre el entorno que la rodea y se enfoque en la vida mental como la serie de sucesos que no ocurren en el tiempo físico si no en el interior de la conciencia alimentando al ego, el que demuestra quienes realmente somos. Por lo tanto nuestra identidad solo la vivimos dentro de nuestras cabezas, y lo que proyectamos como sujetos en el mundo real son tan solo consecuencias del entorno.

Otro punto de vista que afirma que la identidad

² Fenomenología: Ciencia de la filosofía que estudia los fenómenos.

es la consecuencia de factores externos a los cuales estamos expuestos en la vida diaria es la psicología grupal.

El psicólogo Tajfel³ quien menciona que “las condiciones sociales en las cuales viven los grupos de gente determinan en gran parte sus creencias y la medida en que se comportan” (Blanco, 2005). Otro grupo de importantes psicólogos del siglo pasado como Vygotski, Asch, Lewin alegan que es necesario dar un vistazo a lo que sucede alrededor del sujeto para poder comprender lo que hace y mas no analizar lo que piensa y como se siente en el interior. Por lo que la identidad está más allá de la persona y su realidad se encuentra profundamente atada al grupo al q pertenece; no siempre actuamos llevados por motivos personales, a veces tiene más peso las razones que se encuentran fuera de nosotros. (Blanco,2005)

³ Psicólogo polaco famoso por ser el principal desarrollador de la Teoría de la Identidad Social.

La palabra identidad es un sinónimo de una característica muy personal, la que trata de diferenciarte como individuo ante el resto de seres humanos que físicamente parecen ser idénticos. Sin embargo, gran parte de estas interpretaciones ubican a la palabra identidad como la consecuencia de relacionarse con un mundo externo; posiciona al ser humano como una esponja en medio de un mar de información, en el cual somos capaces de absorber y asimilar comportamientos, creencias, ideas etc. Todo esto parece tener sentido puesto que el ser humano es una especie que se caracteriza por la necesidad de ser social y compartir sus ideales con grupos que tengan afines a sus creencias.

Sin embargo, cuando usamos la palabra identidad para explicar de donde vinimos y por qué nos diferenciamos de los demás, el contexto se torna más personal, y usamos adjetivos que definen desde nuestra nacionalidad creencias

religiosas, tendencias políticas e incluso el lenguaje e idioma que utilizamos para poder expresarnos. Por otro lado, identidad no solo define de el lugar de nacimiento, esta palabra puede llegar a definir nuestra posición socio-económica otorgándonos un estrato social y posiblemente cultural. Pero una vez más toda la discusión se reduce a una sola pregunta ¿de dónde somos capaces de obtener todas estas características que nos identifican como seres humanos individuales distintos unos de otros?, y la respuesta afirma la idea principal de todas las tesis que se han expuesto hasta el momento: nuestro entorno.

1. Definición del concepto de identidad.

Existen diversas definiciones de identidad, entre ellas su comprensión etimológica la

cual se deriva del latín *Idem*, que significa semejanza a algo o alguien constituido desde el exterior y lo que nos rodea (Amparán, 2002). Otras definiciones como las sociológicas alegan que la identidad es la construcción y deconstrucción contante en el seno de los intercambios sociales (Amparán, 2002). Definiciones psicológicas afirman que la identidad es la consecuencia de la influencia de los grupos primarios; los cuales se caracterizan por ser los primeros en intervenir en la configuración de la naturaleza social de la persona, a los secundarios quienes son los que se desarrollan y crecen alrededor he influenciados por el grupo primario. (Blanco, 2005)

Estas básicas definiciones comienzan a dar forma a mi proyecto de dos maneras: Blanco al mencionar que los grupos primarios intervienen en la configuración de la

naturaleza social de la persona, determina que gran parte de los seres humanos posemos información básica que define quienes somos, de donde venimos, a qué raza o nacionalidad pertenecemos, el idioma que hablamos, etc.

Por otro lado, tenemos las definiciones sociológicas que nos dicen que la identidad esta forjada por los intercambios sociales a los que nos sometemos los seres humanos durante nuestras vidas; lo que establece que existe otra cara de la identidad que depende de nuestra relación día a día con el mundo exterior, el cual nos dotará de nuevas características como consecuencia de la empatía con otros grupos sociales con los que convivimos a diario.

2. Definición de concepto de identidad personal.

Después de analizar varios textos y puntos de vista que existen de la definición de identidad, comprendí que esta no tiene un solo contexto ni peor aun un solo significado a cual la sociedad se pueda aferrar para poder definirse cuando hablan de identidad. Sin embargo, todas las postilaciones que hemos revisado hasta ahora poseen una idea común, cuando se habla de identidad se recurre al mundo que nos rodea para poder empezar a definirla.

Nuestras acciones y forma de pensar se ven influenciadas por el entorno en el que nos hemos desenvuelto a medida que se desarrollan nuestras vidas. Al parecer, el pilar básico que determina quienes somos se encuentra forjado por decisiones ajenas a nuestra voluntad en un principio, como por

ejemplo el país donde nacimos, el idioma que nuestros padres nos enseñaron etc.; y por otro lado esta la estructura que yace sobre este pilar básico, el cual se encuentra determinado por todos aquellos grupos sociales que han pasado por nuestras vidas a medida que crecemos, como por ejemplo la escuela donde estudiábamos y los amigos con los que nos relacionábamos, el colegio, la universidad, el trabajo y nuestro entorno en general.

Consecuentemente y por lo que me siento más cómoda cuando se habla de identidad cuando se la trata desde un punto de vista psicológico, el cual define que los seres humanos somos y nos comportamos como todo aquello que nos rodea, y que nuestra identidad puede ser arrebatada como re-implementada debido a que somos seres que necesitan de la relaciones sociales para desarrollarse y desenvolverse, y que estar relaciones grupales son las que

determinan quienes somos.

3. Determinación del enfoque.

Quiero enfocar mi proyecto en joyería ya que la joyería a formado parte importante del desarrollo de la identidad de la sociedad desde la era de piedra hasta la actualidad. Durante los distintos periodos de historia las joyas han servido para identificar clases sociales, culturas y etnicidades mediante la creación de distintos objetos de valor simbólico que determinaban el lugar de procedencia de una tribu hasta el jefe de hogar de una comunidad, así como también las coronas usadas por los reyes en las monarquías, o las reliquias preciosas que hacen de la iglesia una institución poderosa, hasta las culturas africanas que adornan sus cuerpos con cerámicas brillantes para distinguir jerarquía en

las tribus a las que pertenecen (Gandara).

Con el paso de los años estos instrumentos de diferenciación servirían para distinguir grandes grupos sociales alrededor de todo el mundo, he incluso determinarían el comienzo y el final de épocas en la historia de la humanidad. Por lo tanto, confío que el uso de este instrumento como parte de mi proyecto dará un resultado interesante al momento de aplicarlo a mi idea principal la cual se basará en la migración en el Ecuador y cómo se vive la migración indígena en Europa. Usaré textos de la FLACSO, que recopilan trabajos y publicaciones del Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales, el cual reunió a un importante número de investigadores de America Latina, América del Norte y Europa que discutieron sobre el pasado y el presente de los flujos migratorios así como las consecuencias como desigualdades

sociales y globalización, lo que me dará una pauta para determinar si la influencia de grupos sociales ajenos a nuestro lugar de procedencia es capaz de cambiar identidades tan arraigadas como las indígenas en cuanto a su idioma, costumbres y vestimenta . Otro de los textos hace referencia a la experiencia del ecuatoriano indígena (específicamente indígenas de la provincia del Cañar) en España.



2 Símbolos de identidad y la globalización

La identidad de los seres humanos se forja por la influencia de los grupos primarios y secundarios que se encuentran presentes durante el desarrollo de nuestras vidas, también menciona que parte importante de nuestra existencia se basa en la identificación o asociación de determinados grupos para reafirmar nuestra autoestima, así lo menciona el psicólogo Tajfel en su teoría sobre el comportamiento de grupos e identidad social. Estos grupos han sido capaces de no solo influir en nuestros ideales, han formado sistemas que hacen que nos diferenciamos unos con otros en cuanto a creencias y valores de forma visual. Consecuentemente, uno de estos sistemas han sido las

joyas, vestimentas y adornos corporales que han existido desde los orígenes de la humanidad “Ya en tiempos del Paleolítico el hombre usaba objetos naturales minerales y animales como ornamento personal, para reforzar su imagen o su personalidad” (Dejoyas).

Con el fenómeno de la globalización actualmente se ha logrado difundir y transformar los distintos símbolos, atuendos y joyas que han formado parte de muchas culturas alrededor del mundo en elementos de uso contemporáneo; por ejemplo influencias africanas o de la antigua roma en las pasarelas de la industria de la moda.

El principal protagonista de este fenómeno es la globalización. La definición de globalización está establecida como “la tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”. El

término globalización actualmente no sirve solo para referirse a la integración económica de las naciones sino también a la apertura de fronteras en cuanto a la cultura de las sociedades, tecnología, alcance a la información y la creación de lo que actualmente podemos denominar como culturas híbridas. (Real academia de la lengua española)

Este ha sido capaz de lograr que imágenes de los rincones más pequeños del planeta se difundan con gran rapidez alrededor del mundo, generando que culturas ajenas a estas imágenes deseen adaptar estos símbolos y características como la forma de vestir, telas, tejidos, adornos corporales, joyas, etc., a la vida cotidiana. Es así como, por ejemplo, los elementos de la cultura africana han sido adaptados a la vida contemporánea en prendas de vestir y accesorios. “In the 2009 spring season, African style is a drumbeat through

the clothes and accessories. Surprisingly it isn't about the ethnic. Instead, it is the sculpted geometric shapes of Africa and its rich spicy colors that are the strongest forms of identity” Suzy Menkes, New York Times.

Al mismo tiempo, no solo se marcan tendencias y se difunden elementos emblemáticos de otras culturas, muchas veces se reproducen artículos a los que se les da significados “John Galliano brought Africana to Dior, once again by the shoes, which had fertility symbols carved into high heels” (New York Times). Sin embargo, la problemática de este fenómeno trasciende en el hecho de que, a pesar de que se llegan a conocer todas estas características de distintas culturas, poca es la información que se obtiene o transmite en cuanto al verdadero significado que inspiraron estas piezas. El uso contemporáneo de estas piezas nos ha hecho perder la noción de su verdadero valor en el lugar donde nacieron

estos elementos que forman parte de un sistema de identidad.

Muchas de las causas que han contribuido al desarrollo de este fenómeno globalizado también incluyen factores económicos como es la generación de millonarias divisas en la industria de la moda. Esto no solo genera ganancias económicas, puesto que para que esto suceda, existen millones de personas que son influenciadas por un diverso sistema de medios que usa la industria para comercializar una variedad de productos y volverlos tendencias. “La globalización a intensificado la interculturalidad aumentando la heterogeneidad con mayores cruces de lenguas, estilos, producción y consumo” (Canclini)

Por otro lado, tenemos al Ecuador como un país diverso, conocido por ser pluricultural y multiétnico que cuenta con una gigantesca herencia en cuanto símbolos de identidad

de los distintos grupos culturales que viven dentro de este territorio. Sin embargo, escasos han sido los elementos que han podido ser trascendentales como tendencias de moda alrededor del mundo. Muchos de los símbolos de identidad que salen de nuestro territorio conservan su forma original, es decir no han sido adaptados a accesorios como zapatos o joyas para su comercialización, circulan como réplicas de elementos que representan la identidad del Ecuador.

Por otro lado el término contemporáneo parece ser el enemigo de todos estos elementos representativos de las culturas, puesto que muchos alegan que la globalización, un evento de gran transcendencia actual, “hizo que los diferentes organismos, bienes materiales y simbólicos sean más difíciles de identificar y controlar que cuando antes se operaban dentro de un horizonte nacional” (Canclini).

No obstante, no creo que lo contemporáneo sea un elemento negativo dentro de la expansión que han tenido estos elementos culturales alrededor del mundo, más bien pienso que la globalización junto con lo contemporáneo han hecho factible que muchas culturas puedan ser identificadas y reconocidas en distintos rincones del planeta. Lo esencial esta en encontrar la manera de fusionar lo contemporáneo con la historia que esta detrás de estos elementos para que no se pierda el sentido completo de la identidad y del origen de los distintos objetos que se han transformado en artículos de uso diario. Creo que es importante encontrar problemáticas causadas por la globalización y tratar de defender los fenómenos que a consecuencia de esta ocurren tales como la “glocalización” la cual busca adaptarse a un cierto entorno de características específicas diferenciándose de los demás en función de una cierta demanda.

¿Qué hace que las tradiciones junto con sus elementos de identidad , y los simbolismos que acompañan a estos puedan transformarse en elementos glocalizadores? ¿Cómo hacer que estos valores simbólicos y culturales?

Canclini menciona en su libro acerca de culturas híbridas que: las ideologías Contemporáneas creyeron que la modernización terminaría con las formas de producción, las creencias y los bienes tradicionales. Hoy existe una visión mas compleja entre tradición y modernidad, lo oculto tradicional no es borrado por la industrialización.

Parte importante de mi propuesta se basa en la expansión del conocimiento en cuanto a la pluriculturalidad y pluriétnicidad que caracterizan al Ecuador, representado a través de un elemento cotidiano como lo es un accesorio como un reloj. Esta idea ilustra de

cierta forma lo que ha mencionado Canclini y hace que la visión de tradición, globalización y modernidad se fusionen dentro de un objeto de producción en masa.

Todos los elementos de este proyecto han sido escogidos de forma objetiva con el fin de cumplir este planteamiento:

“La globalización ha creado nuevas costumbres en las culturas al tener que adaptarse a las culturas más expandidas a nivel global, como por ejemplo la cultura estadounidense que gracias a la música y el cine se ha propagado mundialmente por la aceptación de muchas naciones.” Canclini.

Esto es lo que deseo lograr con la implementación de los relojes, que a través de este objeto común, culturas pequeñas como la nuestra sean aceptadas y se propaguen a través del mundo, no solo siendo un objeto estético

y funcional, si no también que posea valor cultural y perduren en el tiempo.

3 Experiencia

Ecuador es un país que cuenta con 14 millones de habitantes dentro de su territorio tanto continental como insular: cerca de 5 millones y medio se asientan en la Sierra, aproximadamente otros 6 millones se encuentran en la Costa, en la Amazonía alrededor de 600 mil habitantes y por último la región insular con cerca de 17 mil habitantes.

Vale recalcar que el Ecuador debido a su aventajada posición geográfica, cuenta con una gran diversidad climática, de flora y fauna, e incluso gran diversidad demográfica; por lo que en el Ecuador contamos con

14 nacionalidades indígenas que conservan sus tradiciones, pensamiento y cultura. En la sierra ecuatoriana encontramos a los Otavalos, Salasacas, Cañaris, en la Amazonía contamos con Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo. Los Tagaeri, parientes de los Huaorani, conforman parte de estas culturas pero han decidido quedarse como grupo no contactado con la civilización. En la costa Chachis, Tsáchilas y Huancavilcas. Los afroecuatorianos también ocupan un porcentaje en el territorio ecuatoriano especialmente asentados en las provincias de Imbabura y Carchi (sierra), y en Esmeraldas (Costa). (Revista Yachaikuna, 1 marzo 2001).

Con estos datos puedo respaldar mis métodos de exploración al mencionar que el Ecuador es un país diverso. Con esta investigación también obtuve el número de culturas que habitan nuestro país; estos datos serán utilizados para

realizar las encuestas que determinarán el conocimiento de las personas con respecto a las distintas etnicidades, de las cuales escogeré las 3 más populares para materializar el proyecto. El fin de realizar esta experiencia es ingresar al mercado artesanal que se encuentra ubicado en el sector de la Mariscal y formar parte de la rutina que se vive dentro de este lugar, con el fin de observar el intenso intercambio (compra y venta) con el público extranjeros y nacional de artesanías que representan la identidad del Ecuador a través de elementos que han identificado y diferenciado a las nacionalidades indígenas dentro de nuestro país.

Objetivos de la investigación:

- Observar el flujo de artesanías que salen del mercado artesanal en manos de extranjeros y de nacionales.

- Lograr determinar los objetos con más acogida entre el público, sin importar el tipo de objeto (ropa, accesorios, cuadros, adornos, joyas, tejidos, comida, objetos religiosos, etc.)

- Identificar las distintas emociones de los consumidores al observar y explorar la variedad de artesanías que existen en el mercado.

- Observar las distintas emociones que generan los objetos comprados en los consumidores.

Posterior a la investigación determinar:

- Objetos más vendidos/comprados

- Objetos con menor acogida ¿Porqué?

- Materiales de las artesanías con mayor y menor acogida

Reglas de la observación:

Realizar visita de exploración:

- Horarios de apertura y cierre del mercado
- Determinar “hora pico” de afluencia de clientes
- Tipo de clientes (estrato, nacionalidad)
- Identificar distribución de espacios
- Visitar el mercado artesanal durante 2 semanas
- Realizar los objetivos establecidos para la investigación
- Documentar a través de fotografías y videos

• **Resultados:**

La experiencia en el Mercado Artesanal se desarrolló durante los días viernes, sábado y domingo de la semana dos y tres del mes de octubre.

-Segunda semana de octubre: Viernes 7 de octubre/ 11h40

Visita exploratoria: en esta se determinaron

los datos que corresponden a los objetivos previamente establecidos.

-Horarios de Atención:

Lunes a domingo de 10h00 – 18h00

La atención a los visitantes es constante , incluso durante hora de almuerzo.

- Hora pico (afluencia de clientes)

La hora donde se realiza la mayor cantidad de visitas es variable, este factor depende muchas veces del clima para establecer un horario de afluencia de personas al mercado. Sin embargo existe un promedio entre 11h00 – 16h00., horario en el cual se ve mayor movimiento.

- Tipo de clientes

Este dato también depende de otros factores como la temporada alta y baja de turismo. A pesar de que en Quito el turismo es constante, la mayor afluencia de extranjeros se ve entre los meses de junio hasta septiembre y

de diciembre a enero (temporadas altas). Al mercado también accede turismo local el cual es constante durante el año.

Los estratos sociales de los clientes que visitan el mercado artesanal también son variados. Observé gente de clase alta, media alta, media y media baja.

- Distribución de espacios:

El mercado cuenta con una división de espacios según las artesanías que se venden. Los corredores están clasificados entre prendas de vestir, joyería fina, joyería artesanal (tawa, semillas,etc), artículos como esculturas, cuadros, artículos de cuero. adornos corporales, dulces nacionales, etc.

Sábado 8 , viernes 14, domingo 16

- Flujo de artesanías

Durante estos días pude observar que las artesanías que mas se comercializan en el

mercado artesanal son artículos relacionados con vestimenta como sacos de alpaca, blusa de lienzo, pashminas, ponchos, sombreros de paja toquilla, artículos de cuero como carteras, billeteras, zapatos.

Por otro lado y en un grado menor de consumo están las artesanías como esculturas, souvenirs, cuadros, alfombras, platos decorados, espejos; también joyería artesanal como artículos anillos, collares, aretes de tawa, semillas, madera, alambre, chaquiras, mullos de todos los tamaños, chumbis (fajas) gualcas, de concha, etc. Y por último están los instrumentos musicales, dulces tradicionales y las joyas finas de plata.

Las emociones de los consumidores fueron las siguientes: muchos de los extranjeros que visitan el mercado por primera vez se encuentran sorprendidos por la variedad y el colorido que hay en los distintos pasillos del mercado,

muchos de ellos dan un primer recorrido antes de empezar a realizar las compras. La mayoría de veces los visitantes extranjeros regresan a los pasillos de souvenirs, y continúan haciendo compras por los pasillos de ropa y al final regresan a la sección donde se encuentra la bisutería artesanal.

Por lo que más sienten curiosidad son por los adornos como cuadros, esculturas religiosas y artículos con motivos artesanales y souvenirs del Ecuador; los artículos de vestir y accesorios también producen gran interés. Muchos de los visitantes admiran las texturas y patrones de los distintos tejidos y la calidad artesanal que poseen los productos.

En cuanto a los consumidores locales, ellos se dirigen principalmente a los pasillos donde se encuentran las joyería artesanal y joyería fina. Algo que distingue a los consumidores locales es que, mas que sorprenderse por la calidad y

el valor de las artesanías, se sorprenden por los precios de los objetos. También consumen artículos como los souvenirs y gran parte son comprados con el fin de enviarlos al extranjero. Los artículos de vestir también son populares entre los clientes locales, estos compran pashminas, bufandas, ponchos, pantalones, sombreros de paja toquilla (los más baratos), bolsos.

Por otro lado esta el intercambio cultural que se da con la compra y venta de los distintos productos artesanales. Tras volver a revisar esta experiencia, gran parte de los elementos que se encuentran a la venta en este mercado forman parte de los accesorios, joyas, y vestimenta parte de la cultura de algunas etnicidades en el Ecuador.

Sin embargo, todos los productos que están a la venta carecen de información sobre el verdadero valor tras el objeto ya sea este una

camisa de lino bordada a mano, o un collar de gualdas Otavalo. Por lo que es fundamental para la realización de este proyecto fomentar el conocimiento del valor simbólico que se encuentra detrás de estos trabajos artesanales.



4 Diseño

Para empezar a materializar mi proyecto, tomé dos ideas principales que adquirí en el proceso de investigación. La primera trata sobre darle un valor agregado a los accesorios y elementos que son reproducidos en masa artesanalmente, ya que en el proceso de experimentación quedó claro que muchos de estos elementos son comercializados sin otorgarles el valor cultural que existen detrás de ellos. Como segunda idea está el objetivo de hacer que todos estos valores prevalezcan a las impericias del tiempo, y que se encuentren constantemente recordándonos por qué forman parte de la identidad, no solo de la cultura indígena a la que pertenecen estos accesorios, si no también a la

identidad a la cual nos encontramos ligados por haber nacido y formar parte de la historia de este país.

Como parte de la solución del diseño, debía encontrar un objeto que sea capaz de materializar estas dos ideas, por lo que todo el concepto de mi proyecto se iba a ver reflejado en un reloj, en donde las manillas que sujetan a la maquina contarían la historia de los adornos que forman parte de la vestimenta de los pueblos indígenas en el Ecuador. Este elemento me permitió, no solo darle el valor simbólico del material que se usaría para representar a los distintos accesorios de las culturas indígenas, también le dio un valor extra en donde pude materializar mi idea de que la historia detrás de estos objetos perdure en el tiempo.

Una vez resuelto el objeto de diseño, tuve que darle un nombre a todo el proyecto, al cual le otorgué el distintivo de PACHA.

Descripción del proyecto:

-Nombre

Escogí el nombre Pacha como la marca madre que representará a los relojes. Para este proyecto necesitaba una marca global con la cual cada reloj pueda ser identificado por lo que necesitaba encontrar un factor común el las distintas nacionalidades indígenas que inspirarían mis relojes. Uno de los factores comunes fue la Pacha Mama o la Madre Tierra, ya que todos los significados detrás de los distintos elementos que adornan a las vestimentas indígenas están relacionadas con las riquezas de la tierra.

Descripción de la marca:

PACHA es una marca nacional de relojes, que se encarga de sacar colecciones inspiradas en los accesorios y vestimentas de las culturas indígenas que habitan en el Ecuador. Su objetivo

principal es hacer perdurar en el tiempo todos los valores simbólicos que se esconden tras los materiales de los cuales artesanalmente están hechos sus relojes, y de esta manera mantener la identidad indígena del Ecuador, la cual se ha visto opacada por fenómenos contemporáneos como la migración.

Descripción del Producto:

-Las primeras tres colecciones estuvieron inspiradas en las tres comunidades indígenas más representativas del país: Otavalos, Shuar y Tsáchilas.

-Cada uno de estos relojes están elaborados con los mismos materiales de los cuales los distintos accesorios y vestimentas de las comunidades indígenas están hechos.

-Los relojes tienen empaque individual el cual está diseñado según la cromática de el material de cada reloj.

-Los empaques de estos relojes cuentan con un amplio catálogo en donde se muestran las distintas colecciones y a su vez informan el significado de los materiales de los cuales estos relojes están elaborados.

Desarrollo del Producto:

Escogí tres accesorios de la cultura Otavalo para poder hacer las maquetas de mis primeros relojes. La razones por la que escogí a esta comunidad indígena fueron por que son una de las comunidades con más movimiento artesanal y comercial en el Ecuador; por otro lado son una de las etnicidades más reconocidas tanto a nivel local como en el extranjero y por último porque los materiales de los que están hechos sus accesorios se encuentran con gran facilidad.

El proceso de elaboración fue bastante trabajoso ya que cada reloj se demoró seis horas en ser producido. Los materiales que se usaron para la

fabricación constaron de gualcas, mullos, una faja o chumbi y pequeños elementos que son usados para la elaboración de bisutería como argollas, pinzas, ganchos, etc.

El producto final representa todo el trabajo que se puso a este proyecto, desde la investigación hasta su elaboración, y lo más importante cumple con los objetivos que se plantearon en este proyecto.



5 Imágenes



Otavalo



Sartas de pequeños mullos hechos de cerámica o actualmente de plástico. Estos se enredan en las muñecas indicando el estatus social de la mujer. Mientras más vueltas de la sarta más poder económico posee la mujer.



Largos pedazos rectangulares de tela tejida por las mujeres de la comunidad. Poseen diversos colores y texturas y son utilizados generalmente para la comercialización.



Forman parte de una camisa de lino que llega a los tobillos. Bordada con hilos de colores que representan la naturaleza a la mujer.



Numerosas sartas de mullos dorados, antes hechos de oro, que adornan el cuello de las mujeres. Este representa la riqueza de la tierra, por lo que, mientras más gualcas posee la mujer más alto estatus tiene.



Tsáchila



Los hombres de la comunidad tienen su cabello con vaselina y semillas machacadas del árbol de achote, dándoles el color rojizo.

Rayas de color negro hechas de hojas de Huito que adornan el cuerpo y la cara.

Tela rectangular usada como falda tejida por las mujeres de la comunidad. En la vestimenta del hombre esta falda es de rayas negras y blancas.

Tela rectangular usada como falda tejida por las mujeres de la comunidad. En las mujeres las faldas llevan franjas de diversos colores.



Shuar

Corona de plumas



Pintura Facial



Huayruro



Fotografía: Coica.org

Corona de plumas: Realizadas con plumas de tucán u otras aves tropicales con la cual los hombres de las comunidades adornan sus cabezas.

La pintura esta hecha de colorantes vegetales y representan formas de animales como serpientes ya que se cree que así se les otorgará la fuerza de estos animales.

Semilla con la que tradicionalmente se confeccionan artesanias tanto como accesorios así como adornos para la vestimenta.



6 producto final

Al momento de materializar este proyecto, se escogió una de las comunidades más conocidas , en este caso los Otavalos, para la elaboracion del prototipo. Los materiales que se utilizaron son los que originalmente conforman los elementos ya descritos con anterioridad: gualcas, mullos de cerámica, fajas. El procedimiento fue muy laborioso y cien por ciento artesanal.





