



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

**APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE DISEÑO GRÁFICO-INDUSTRIAL PARA EL
DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE LÍNEA DE PIEZAS
ARTESANALES, SISTEMA DE EMPAQUE Y EMBALAJE E IMAGEN
CORPORATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL ESPERANZA NEGRA
(GAEN), BASADAS EN LA CULTURA DE LA COMUNIDAD DE
MASCARILLA, CANTÓN MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los
requisitos establecidos para optar por el título de
Licenciado en Diseño Gráfico e Industrial**

Profesora Guía

MDi. Arq. María Claudia Valverde Rojas

Autor

Juan José Rosales Ortega

Año

2016

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

María Claudia Valverde Rojas

Master en Diseño, Línea Investigación y Nuevas tecnologías

C.I.: 171309201-1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Juan José Rosales Ortega

C.I.: 171476153-1

AGRADECIMIENTO

A cada persona que con su consejo y sabiduría supieron guiar este trabajo y a las situaciones que dejaron todo su aprendizaje en el camino recorrido.

Juan José

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a todas las personas que apoyaron con sus conocimientos, experiencias y sabiduría para la realización del mismo.

Juan José

RESUMEN

Con el antecedente de que en Mascarilla, Valle del Chota, se han elaborado artesanías en barro, principalmente las conocidas “máscaras africanas” como parte de un proyecto local por rescatar la identidad afrochoteña, este trabajo de titulación busca desarrollar una propuesta de empaque e imagen corporativa para la asociación Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), alineando la investigación y propuesta a los objetivos comunicativos que tiene la asociación. De esta forma, en este trabajo se desarrollaron los elementos visuales de empaque e imagen que puedan agregar valor a la artesanía de GAEN, sin interferir en su identidad y valor cultural. La propuesta desarrollada ha considerado aspectos como la cultura, identidad y autonomía de los autores artesanos de GAEN, para que brinde un apoyo y agregue valor a su artesanía sin violentar su esencia.

ABSTRACT

As part of an ongoing cultural project in Mascarilla, Valle del Chota, there has been a handicraft production specially known for the making of “African masks”. The main objective of this cultural project is to recover the local African identity and cultural heritage. Therefore, this graduate project proposes a packaging and corporate image design for the artisans group Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), keeping both the investigation carried out and the final design proposal aligned to what GAEN aims to communicate. The visual elements proposed in this graduate project have been developed so that they add value to the handicraft production of GAEN without interfering directly in its own cultural and identity value. The design proposal in this project considered the cultural, identity and autonomy aspects of the artisans of GAEN, so that it does not violate them.

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO 1 Memorias Artesanales	5
1.1. La artesanía	5
1.1.1. Orígenes de la artesanía.....	5
1.1.2. Artesanía en barro.....	7
1.1.3. Procesos de producción artesanal en barro.....	9
1.2. Producción artesanal ecuatoriana.....	10
1.2.1. El sector artesanal ecuatoriano.....	10
1.2.2. Principales producciones artesanales en Ecuador	11
1.2.3. Producción de artesanías en barro en Ecuador.....	11
1.2.4. Posicionamiento de las artesanías ecuatorianas en el mercado	13
1.3. Grupo Artesanal Esperanza Negra	17
1.3.1. Historia, desarrollo y crecimiento	17
1.3.2. Trabajo con la comunidad.....	22
1.3.3. Producción artesanal.....	23
1.4. Análisis de la identidad corporativa actual de GAEN.....	24
1.4.1. Elementos existentes de su imagen.....	24
1.4.2. Estudio cromático.....	27
1.4.3. Estudio de papelería	28
1.4.4. Unidad e imagen global.....	29
1.4.5. Análisis FODA de la imagen corporativa actual de GAEN.....	30
1.5. Análisis de las artesanías de GAEN	31
1.5.1. Rasgos Culturales	31
1.5.2. Análisis morfológico de las artesanías	33
1.5.3. Análisis cromático de las artesanías	35
1.5.4. Clasificación de las artesanías.....	36
1.6. Producción cultural.....	37
1.6.1. Extracción y tratamiento de los materiales.....	37
1.6.2. Proceso de modelado de las máscaras	38

1.6.3. Acabados	41
1.7. Imagen en el mercado	42
1.7.1 Imagen actual de los productos	42
1.7.2. Conclusiones.....	44
2. CAPÍTULO 2 Diseño y Cultura.....	45
2.1. Fundamentos de la identidad corporativa	45
2.2. Imagen Corporativa.....	46
2.3. Marca	48
2.4. Diseño Artesanal	50
2.4.1 Intervención del diseño en la artesanía.....	50
2.4.2. Identidad y tradición	54
2.4.3. Elementos y principios del diseño artesanal	56
2.5. Packaging.....	60
2.5.1. Historia	60
2.5.2. Análisis del grupo objetivo.....	62
2.5.3. Elementos visuales del packaging	63
2.5.4. Diseño de packaging.....	69
2.3.5. Diseño ecológico	71
3. CAPITULO 3 Metodología	79
3.1. Planteamiento del problema	79
3.1.1. Objetivo general	79
3.1.2. Objetivos específicos	80
3.1.3. Variables dependientes.....	80
3.1.4. Variables independientes	80
3.1.5. Alcance.....	80
3.1.6. Objeto de estudio	81
3.1.7. Unidad de análisis.....	81
3.1.8. Situación Inicial	81
3.1.9. Situación actual.....	82
3.1.10. Situación ideal.....	82

3.1.11. Enfoque	82
3.2. Análisis de la condiciones	82
3.2.1. Investigación bibliográfica	82
3.2.2. Investigación de campo.....	83
3.2.2.1. Entrevista de preguntas abiertas.....	83
3.2.2.2. Observación estructurada	83
3.2.3. Análisis de mercado	83
3.2.3.1. Benchmarking competitivo	83
3.2.3.2. Benchmarking funcional	87
3.2.3.3. Análisis FODA	90
3.2.3.4. Conclusiones	93
3.2.3.5. Encuesta de preguntas cerradas	93
3.2.4. Definición del problema	93
3.2.4.1. Análisis e interpretación de resultados cualitativos.....	93
3.2.4.2. Análisis e interpretación de resultados cuantitativos.....	97
4. CAPÍTULO 4 Propuesta Artesanal.....	105
4.1. Diseño de marca	105
4.1.1. Objetivos Comunicativos de GAEN.....	105
4.1.2. Bocetaje	108
4.1.3. Selección de alternativas	110
4.1.4. Logotipo.....	111
4.1.5. Cromática	117
4.1.6. Tipografía	118
4.1.7. Elementos de la marca.....	119
4.2. Manual de Identidad Corporativa	120
4.2.1. Papelería corporativa	120
4.2.2. Packaging.....	127
4.2.2.1. Diagnóstico del sistema.....	129
4.2.2.2. Determinación de la fragilidad del producto	131
4.2.2.3. Evaluación impacto ambiental.....	134
4.2.2.4. Alternativas estándar	134

4.2.2.5. Optimización del espacio de carga.....	135
4.2.2.6. Diseño.....	135
4.2.2.7. Prototipado	152
4.2.2.7.1. Componentes del empaque.....	152
4.2.2.7.2. Producción del empaque	156
4.2.2.8. Evaluación ambiental.....	174
4.2.2.8.1. Costo de producción del empaque	174
5. CAPÍTULO 5 Conclusiones y Recomendaciones	182
5.1. Conclusiones.....	182
5.2. Recomendaciones.....	183
REFERENCIAS.....	184
ANEXOS	191

INTRODUCCIÓN

En el año 2011, el Ministerio de Cultura realizó una primera aproximación a la construcción de una cuenta satélite de bienes y servicios culturales en el Ecuador, buscando medir la actividad económica vinculada al sector cultural. Los resultados muestran que el peso estimado de las industrias culturales en el PIB en el año 2009 fue del 1.7%. En términos comerciales, Ecuador es importador neto de bienes y servicios culturales, principalmente de Estados Unidos (29,1%), Panamá (27,1%), China (11,2%) y Colombia (5,1%) (Plan del Buen Vivir, 2013, p. 187).

Ahora bien, Ecuador cuenta con producciones artesanales distintivas de cada región, ya que cada una cuenta con su materia prima propia. Como indica el análisis del sector artesanal realizado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2013, p. 3), las producciones artesanales principales del Ecuador son los productos de tagua, los sombreros de paja toquilla y las artesanías de barro. El Ecuador es un pueblo ceramista por excelencia que cuenta con una de las cerámicas más antiguas de América (5,000 años A.C). Provincias como Manabí, Guayas, Azuay, Cotopaxi, entre otras, se dedican a la transformación de la arcilla y barro en artesanías, tal es el caso de la comunidad de Mascarilla, ubicada en el cantón Mira, provincia del Carchi.

En Mira se han desarrollado diseños propios de artesanías, principalmente máscaras, hechas en barro, loza y porcelana, y existen actualmente varios talleres en la zona que se dedican a esta producción artesanal.

Actualmente, la asociación "GAEN" (Grupo Artesanal Esperanza Negra), lidera la formación y capacitación de nuevos grupos en Mascarilla, interesados en recuperar todo el bagaje cultural afro-ecuatoriano, mediante la producción de artesanías en barro a través de diversas técnicas creativas, que permitan

además sustentar las débiles economías de las comunidades afro-ecuatorianas de la zona.

Con el creciente interés de los miembros de la comunidad de capacitarse en la artesanía en barro han incrementado los ingresos económicos familiares, según Betty Acosta, representante de la asociación GAEN.

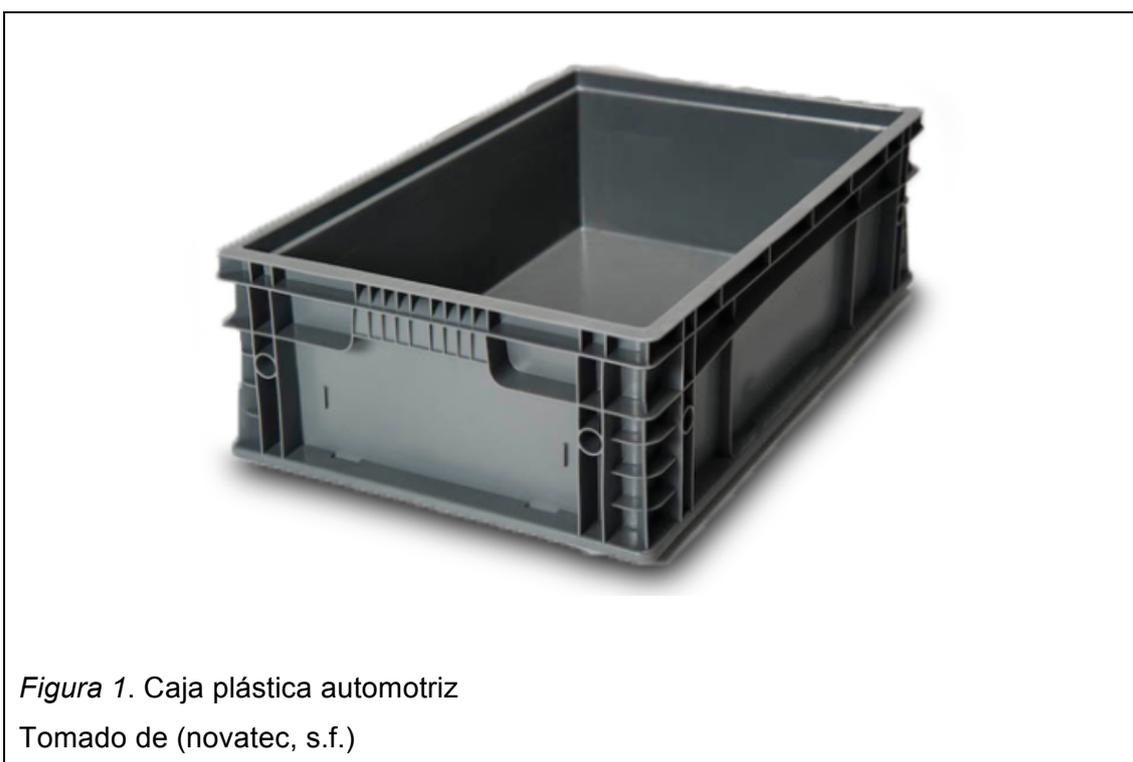
No obstante que la asociación GAEN ha participado en ferias a nivel nacional e internacional y sus máscaras de barro son comercializadas por medio de varias fundaciones (como la fundación Sinchi Sacha), ésta no cuenta con una imagen corporativa propia para sus productos artesanales que le permita tener una mayor presencia en el mercado, lo que a su vez limita la producción local artesanal. Esto deriva en un desconocimiento general de la artesanía de Mascarilla a pesar que varios de sus productos se exponen en dichas ferias. Además, la producción de GAEN es completamente artesanal, por lo tanto cada pieza elaborada es original y única. Esto complica la elaboración de un empaque y embalaje único para las piezas artesanales de GAEN ya que sus tamaños varían y el empaque de un producto es muy importante para transmitir la identidad de su autor, así como la protección del mismo. Por esto es esencial la aplicación de técnicas de diseño industrial que permitan resolver este problema.

La artesanía de Mascarilla es un ejemplo de cómo se ha descuidado la imagen de la producción artesanal nacional, que aunque se realicen ferias en donde se exponen sus productos, la falta de diseño en su identidad corporativa hace difícil que se conozca el origen de las piezas artesanales, esto debilita la producción de los artesanos autores y su aporte a la economía.

Por lo expuesto anteriormente, en los últimos años se ha buscado un fortalecimiento del diseño en la cadena productiva artesanal, para que ésta amplíe su alcance a la gran industria. Este fortalecimiento en el diseño innovador artesanal, en conjunto con una política cuidadosamente diseñada de

sustitución de importaciones, podría tener un importante impacto económico y lograr desarrollar a la artesanía como un medio de producción alternativo y patrimonial. (Plan del Buen Vivir, 2013, p. 187).

La producción local artesanal de Mascarilla representa un importante ingreso económico para la comunidad y la originalidad y detalle de las piezas producidas han permitido que sean además un atractivo turístico en el cantón Mira. En el cantón Mira se produce el 1.19% de la producción de artesanías de barro del país, y parte de la producción local artesanal de Mascarilla se exporta a Italia y Canadá, principalmente. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013, p. 7). Para el envío de sus artesanías hacia el exterior, GAEN usa cajas plásticas similares a las que se muestra en la imagen siguiente:



Este tipo de cajas plásticas, si bien protegen la artesanía en cierto grado, son pesadas y no contienen ningún tipo de información de la artesanía. Sus dimensiones son 54.36 x 33.02 x 17.27 cm.

Por lo tanto, es necesario desarrollar la imagen corporativa que permita al mercado descubrir fácilmente el origen de las piezas artesanales elaboradas por el grupo GAEN en Mascarilla a través de elementos de su imagen, como un empaque diseñado específicamente para las piezas de GAEN, lo que podría fomentar no solo una mayor producción artesanal local, sino también impulsar aun más a la artesanía como un atractivo turístico importante de la zona que represente más ingresos económicos. Esto también podría derivar en la innovación y mejoramiento de los procesos de producción artesanal de GAEN (si la asociación así lo decide) para ajustarse a la nueva demanda, jugando un papel fundamental la inclusión del diseño dentro de los mismos.

Finalmente, al aplicar técnicas de diseño gráfico e industrial dentro del desarrollo de la identidad corporativa y procesos de producción artesanal de GAEN, se puede lograr que los demás talleres artesanales locales tomen como referencia este desarrollo para innovar en sus propios productos y procesos artesanales.

CAPÍTULO 1

Memorias artesanales

1.1. La artesanía

1.1.1. Orígenes de la artesanía

“(…) la utilidad de pura subsistencia fue el móvil de los productos (…) que actualmente nos parecen artesanales o estéticos.” (Acha J., 1995, p. 43).

Las artesanías desde sus orígenes fueron concebidas para satisfacer necesidades utilitarias del ser humano. La etimología de la palabra artesanía deriva del latín “artis-manus”, que significa “arte con las manos”. Por lo tanto, hablar de artesanía comprende trabajos y obras hechas a mano, con poca o nula ayuda de maquinaria. Tomando la definición de artesanía del Manual de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad elaborado por FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías) y SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social) en México, la artesanía:

“Es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural; en este sentido, puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien, como implemento de trabajo. En la actualidad, la producción de artesanías se encamina cada vez más hacia la comercialización. La apropiación y dominio de las

materias primas nativas hace que los productos artesanales tengan una identidad comunitaria o regional muy propia, misma que permite crear una línea de productos con formas y diseños decorativos particulares que los distingue de otros.” (FONART y SEDESOL, 2013, p. 14)

No se sabe exactamente hace cuánto tiempo pero los primeros artefactos hechos a mano datan de la prehistoria, llevando aproximadamente 40 000 años de práctica. Juan Acha (1995, p. 42), empero, dice que inicialmente para el ser humano no se trataba de que las cosas fueran bellas o no, ya que aun no existía en su mente la conciencia de belleza de naturaleza estética. La conciencia estética vendría después, cuando el hombre aprendiera la diferencia entre el agrado estético de belleza y el de utilidad, más tarde y de forma paralela desarrollando su capacidad manual y visual, la sensitiva y la racional, y finalmente surgiría la conciencia artesanal en el Neolítico (5000 a 3000 a.C.).

Se puede ver entonces que los objetos artesanales inicialmente no eran concebidos como manifestaciones “bellas”, al menos no conscientemente, de los pensamientos o identidades de sus autores, tenían un enfoque más hacia la funcionalidad. Se buscaba en la artesanía satisfacer el primero y fundamental factor que permitía la interacción entre el ser humano con la naturaleza y entre sí: la conservación y reproducción de la especie, la satisfacción de sus requerimientos básicos de alimentación, refugio y abrigo, mediante el uso y manipulación de los elementos naturales que le ofrecía el medio ambiente. (Turok M., 1988, p. 16).

Aun así, desde la época del Neandertal (150000-30000 a.C.) se conoce que éste empieza a desarrollar y perfeccionar herramientas y su capacidad de figurar la realidad desde su percepción, de plasmar sus pensamientos y memorias en objetos que realizaba a mano. “La capacidad de sentir del hombre, su sensibilidad, constituye la única posibilidad de las artesanías, de

las artes y de los diseños para diferenciarse de las ciencias, caracterizadas por la razón.” (Acha J., 1995, p. 46).

Es gracias a esa capacidad de figurar (representar gráficamente la realidad visible por medio del recuerdo, la visión o la inventiva) que el ser humano empieza a darle un carácter mágico y comunicativo a los objetos que hace. De igual forma comienza a darle ornamentación a sus objetos para agregarles belleza y se origina la clasificación de los objetos artesanales según su uso: ritual, ceremonial, utilitario y estético.

En resumen, la artesanía nació con fines puramente prácticos y de supervivencia del ser humano, que fue evolucionando de la mano con el desarrollo de su conciencia hacia propósitos comunicativos. Es decir, los objetos artesanales se convirtieron en medios para transmitir un mensaje, y ese mensaje hasta la actualidad habla el lenguaje de la cultura de cada artesano.

1.1.2. Artesanía en barro

“[...] toda historia de la sociedad humana puede ser conocida necesariamente a través del estudio de la cerámica.” (Fundación Paul Rivet, 1992, p. 7).

En los inicios de la cultura el hombre vio la necesidad de transformar lo natural en artificial para satisfacer primero necesidades básicas y más tarde necesidades expresivas, por esto creó la primera substancia artificial: la cerámica. Logró esto mediante la combinación de la tierra, el agua, el fuego y el viento. Es entonces cuando intuitivamente el hombre comienza a manifestar sus conocimientos básicos en este material y con imaginación expresa sus instintos vitales. Asimismo, con la arcilla empezó a fabricar objetos que le facilitaban la vida cotidiana al igual de convertirse en un medio de expresar sus primeras interpretaciones estéticas de lo bello y lo sagrado. (Fundación Paul Rivet, 1992, p. 7).

En Suramérica se sabe que el arte en barro Valdivia es el más antiguo conocido hasta la actualidad, siendo una cultura ubicada geográficamente en la zona costera del Ecuador y cronológicamente en el Formativo Temprano, entre 3200 y 2300 a.C. Las figurillas de cerámica hechas a manos por la cultura Valdivia tuvieron una fuerte influencia en la América antigua debido a las interacciones entre la región serrana y la costa del Ecuador con la sierra Norte del Perú, hasta el resto de desarrollos culturales del Noreste de América del Sur. (Sánchez E., 1988, pp. 30-33).

Así pues, puede entenderse que la manipulación del barro como medio de expresión cultural en el Ecuador es una de las más antiguas, y su desarrollo a través de los siglos en las distintas regiones del país le ha permitido mantenerse como uno de los sectores artesanales más importantes.

Es importante mencionar de manera breve, que existen también producciones artesanales en el Ecuador que no llevan tantos años de historia, pero que han llegado a convertirse en referentes culturales de comunidades, como las del Valle del Chota, en donde la artesanía en barro surgió hace menos de dos décadas. A pesar de esto, y durante su corta trayectoria, ha tenido una gran relevancia dentro del desarrollo de la identidad cultural de la región. En una entrevista para un artículo publicado por el diario El Norte, Betty Acosta, representante de GAEN, dice:

“Nosotros antes no sabíamos de dónde veníamos ni cómo llegamos aquí. Nunca aprendimos esto en las escuelas. Entonces, a base de estas artesanías nos dio el interés de conocer de dónde venimos y de qué parte de África. Hemos descubierto talentos que han venido de nuestros antepasados y nosotros hemos descubierto a nuestro pueblo.” (El Norte, 2012).

En el caso de GAEN, aprender la técnica de moldear arcilla no solo les ha permitido desarrollar su creatividad artística y producir un objeto que puede

venderse, sino que ha generado interés en la población de Mascarilla por aprender acerca de su historia. Sumado a esto, dependiendo de la temporada del año, GAEN puede vender más de 300 dólares en un solo día, por ejemplo, cuando llegan grupos de turistas a la tienda en Mascarilla. Esto representa un importante aporte a la economía familiar y de la comunidad.

1.1.3. Procesos de producción artesanal en barro

El proceso que llevan todas las piezas de barro pasa por varias fases que se elaboran cuidadosamente para obtener un objeto final de calidad. Estas fases son:

1. Extracción y preparación de la arcilla: lo primero es la extracción de la arcilla. Se la extrae de lugares específicos, ya que existen arcillas que no resultan favorables de usar por sus propiedades (exceso de sal en la arena, por ejemplo). Posteriormente se limpia la arcilla para eliminar materias ajenas como piedras, vegetación, etc. Existen impurezas en la estructura de la arcilla que pueden darle una coloración u otra. Luego, la arcilla se amasa para que la humedad y partículas se distribuyan homogéneamente, eliminando burbujas de aire en su interior que pueden provocar explosiones en la pieza al momento de quemarla en el horno.
2. Composición o modelado: una vez que se ha obtenido la masa adecuada, ésta es modelada manualmente o con el uso de diversas herramientas, como por ejemplo el torno, para la elaboración de vasijas de barro principalmente. Durante el modelado de las piezas se usa agua para mantener la plasticidad de la arcilla, evitando que se rompa o raje.
3. Secado y Pulido: la pieza se deja secar al aire hasta que se endurece lo suficiente y adquiere un “estado de cuero”. En este estado las piezas son muy quebradizas. Al terminarla, se deja secar nuevamente hasta que pierda la humedad restante, quedando con un aspecto similar al

hueso. Una vez seca totalmente, adquiere mayor dureza, y se procede a pasar una lija fina y esponja húmeda para pulirla.

4. Horneado: en el horno, la pieza de barro pierde completamente su humedad química y toma mayor resistencia. En el caso de la cerámica, se requieren horneados posteriores, aunque también depende del proceso que al artesano siga (las artesanías en barro de Mascarilla, por ejemplo, se queman en el horno solo una vez, ya que no se usan esmaltes o tintes que requieran de un segundo horneado).

En la preparación de la pasta cerámica existen principalmente: elementos plásticos, elementos magros y elementos fundentes. Son estos tres ingredientes de la pasta que determinan la calidad del producto cerámico final. Los elementos plásticos son las arcillas y caolines que le dan a la pasta su plasticidad. Los elementos magros o desengrasantes son la sílices, trozos molidos de terracota, la arena y las arcillas silíceas. Estos elementos reducen la excesiva plasticidad, aumentando la porosidad y el secado del objeto. Los elementos fundentes son las micas, la cal, los fosfatos, los vidrios pulverizados, etc.

1.2. Producción artesanal ecuatoriana

1.2.1. El sector artesanal ecuatoriano

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones realizó en el 2013 un análisis a profundidad del sector artesanal con un enfoque hacia la exportación, esto es, considerando los productos del sector que se exportan actualmente. Según este análisis, todas las regiones del Ecuador cuentan con materia prima única que permite la producción de artesanías en cada una de ellas.

1.2.2. Principales producciones artesanales en Ecuador

La siguiente tabla muestra los porcentajes de participación en exportaciones de los principales productos del sector artesanal ecuatoriano, según el análisis del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2013, p.3):

Tabla 1. Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos del sector

Miles USD							
Grupo de productos	2008	2009	2010	2011	2012	% Participación 2012	TCPA 2008-2012
Sombreros de Paja Toquilla o Mocora	4,113	5,443	8,195	13,109	9,425	43.79%	23.04%
Tagua y otros materiales vegetales o minerales	8,091	5,965	5,965	14,136	8,733	40.57%	1.93%
Cerámicas	3,077	1,063	1,063	1,852	1,771	8.23%	-12.89%
Joyería y demás manufacturas	1,004	595	595	693	1,072	4.98%	1.65%
Artículos de madera	614	628	628	334	233	1.08%	-21.57%
Artículos para festividades	131	84	84	128	207	0.96%	12.08%
Artículos de cestería	36	29	29	54	71	0.33%	18.33%
Pinturas y Dibujos	67	114	114	126	11	0.05%	-35.66%
	17,133	13,921	19,117	30,432	21,523	100%	5,87%

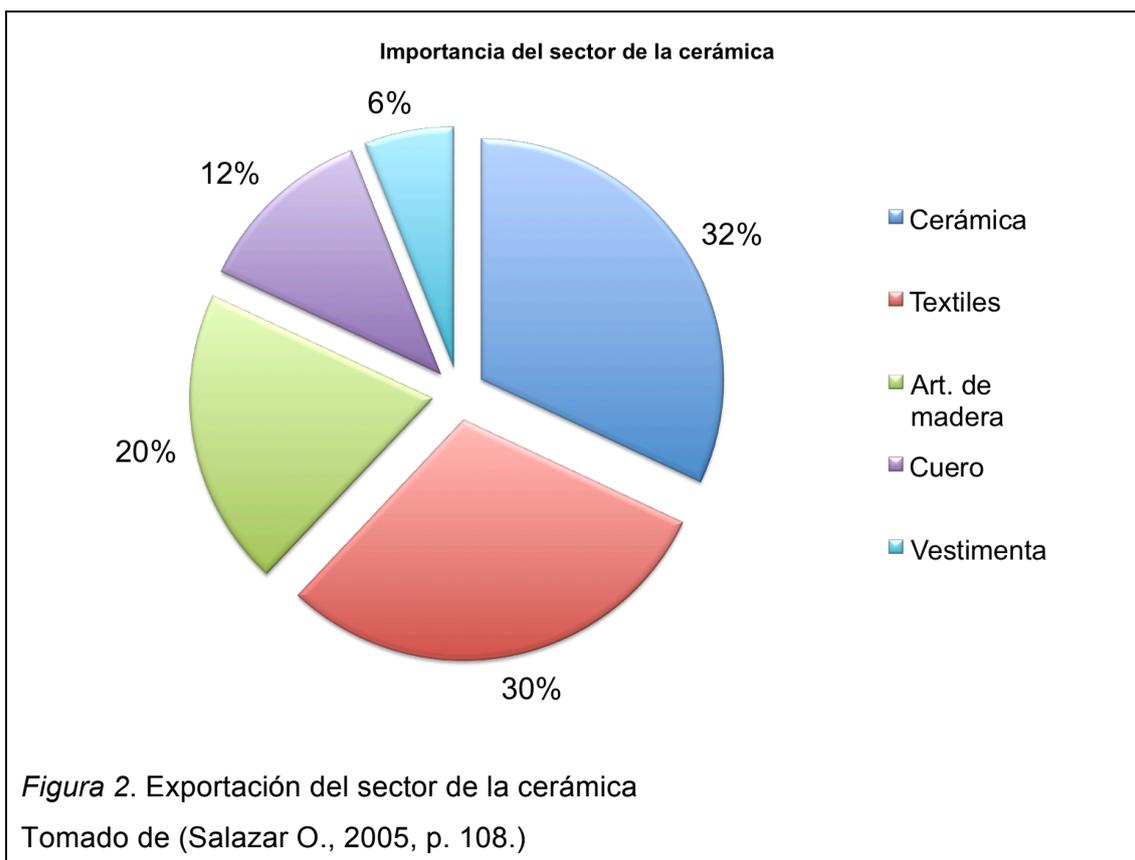
Tomado de Análisis del Sector Artesanías, 2013, p. 13.

1.2.3. Producción de artesanías en barro en Ecuador

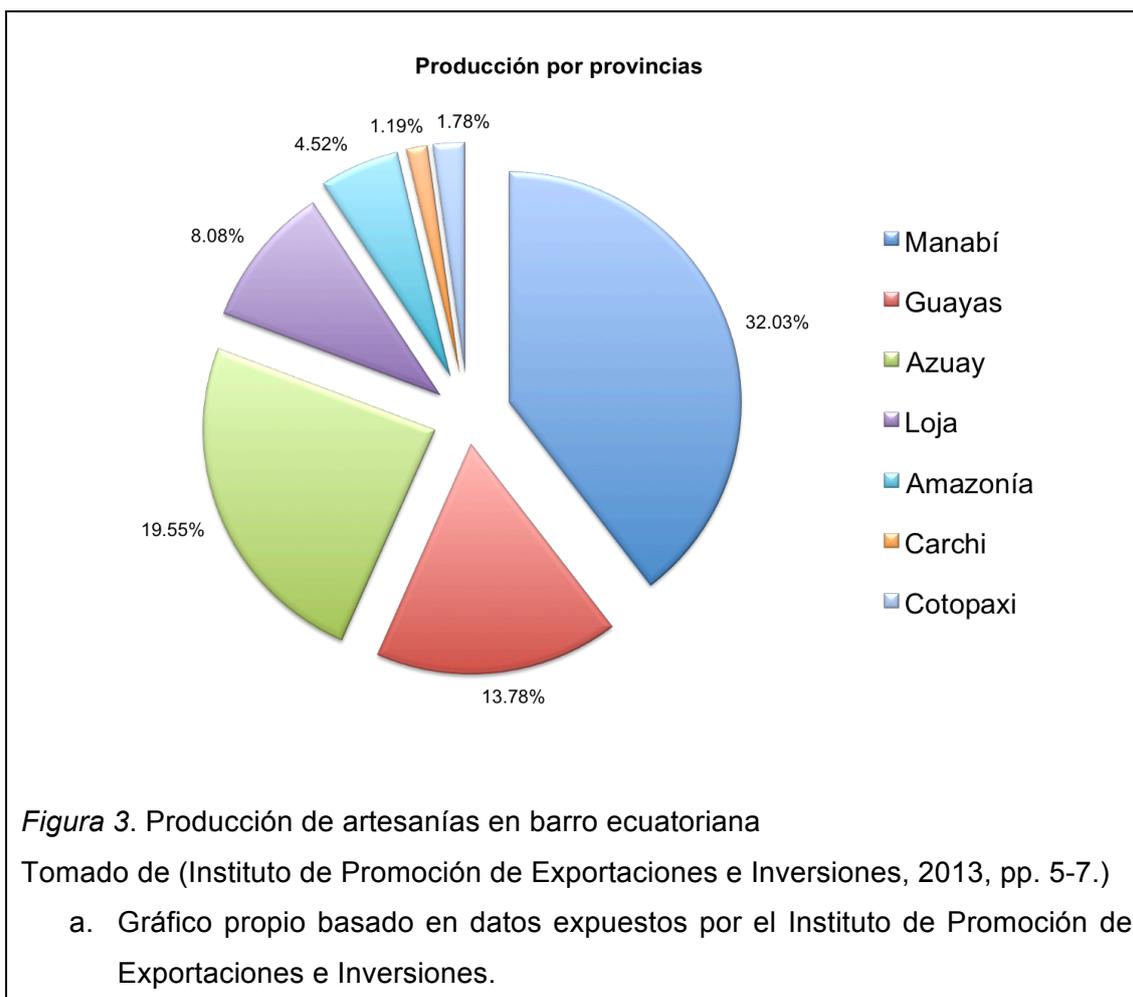
El Ecuador es un pueblo ceramista por excelencia que cuenta con una de las cerámicas más antiguas de América (5,000 años A.C). En la región Sierra, la cerámica se trabaja hasta hoy con técnicas ancestrales, manteniendo una tradición de tipo familiar que se transmite de generación en generación. Casi todas las provincias del Ecuador se dedican a la transformación de la arcilla y

barro en artesanías. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013, p.6).

A continuación se muestra la importante cantidad de exportación que tiene el sector de artesanías de cerámica:



Así mismo, los porcentajes que tienen las principales provincias productoras de artesanía en barro dentro de la producción nacional son:



1.2.4. Posicionamiento de las artesanías ecuatorianas en el mercado

La producción artesanal también ha tenido una tendencia al crecimiento respecto a sus exportaciones. En la siguiente tabla se muestran los países que más compraron del sector artesanal del Ecuador entre los años 2008-2012:

Tabla 2. Principales destinos de los productos del sector artesanal ecuatoriano.

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS PRODUCTOS DEL SECTOR ARTESANAL							
Valor FOB Miles USD							
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008-2012	Participación 2012
ITALIA	2,632	2,260	3,539	6,572	2,800	1,56%	13.01%
ESTADOS UNIDOS	1,562	1,602	1,658	2,528	2,392	11.24%	11.11%
HONG KONG	1,167	1,074	1,394	3,334	2,200	17.17%	10.22%
JAPÓN	241	440	629	1,471	1,817	65.72%	8.44%
COLOMBIA	880	318	525	1,416	1,368	11.66%	6.36%
FRANCIA	270	573	1,043	1,321	1,273	47.34%	5.92%
ESPAÑA	1,127	858	777	1,332	1,217	1.93%	5.65%
CHINA	679	298	595	2,877	982	9.66%	4.56%
ALEMANIA	457	690	972	1,910	942	19.82%	4.38%
TURQUÍA	87	52	184	680	850	76.61%	3.95%
BRASIL	263	340	469	614	564	20.94%	2.62%
PANAMÁ	91	73	91	1,162	561	57.43%	2.61%
CHILE	255	152	284	432	547	21.01%	2.54%
CORE DEL SUR	297	33	174	880	542	16.23%	2.52%
REINO UNIDO	233	291	313	564	520	22.15%	2.42%
PERÚ	306	462	308	418	573	11.51%	2.20%
VENEZUELA	1,135	284	236	332	392	-23.33%	1.82%
MÉXICO	797	249	399	420	296	-21.94%	1.38%
ARGENTINA	74	75	182	179	210	29.92%	0.98%
PORTUGAL	76	34	53	4	166	21.40%	0.77%
Los demás países	4,500	3,763	5,291	1,997	1,412	-25.16%	5.56%
TOTAL	17,133	13,921	19,117	30,432	21,523	5.87%	100.00%

Tomado de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013, p. 17.

Como se puede observar, destaca la participación de Italia con un 13.01%, seguido de Estados Unidos con 11.11% y Hong Kong con 10.22% de participación.

Por otro lado, Ecuador tuvo el 1.98% de participación en el mercado mundial como país exportador de artesanías, con 36,390 Miles USD en el 2011. El grupo de exportadores es liderado por México con una participación del 43.02% (792,389 Miles USD). Es evidente la notoriedad del sector artesanal mexicano en el mercado mundial más aun cuando en ese país se han realizado numerosas investigaciones y publicaciones respecto a la artesanía, algunas de ellas usadas en esta investigación, además de un intenso fomento y desarrollo del artesano y su producción, que a su vez debe su crecimiento en gran parte a la inclusión del diseño en la artesanía (diseño artesanal) y la capacitación formal del artesano, además de una fuerte consolidación de la

identidad de los productos artesanales mexicanos, algo que no ocurre en gran parte del sector artesanal del Ecuador.

Por otra lado, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2013, p. 31) explica que no se presentan restricciones a las artesanías ecuatorianas para su ingreso a los países compradores, salvo ciertas regulaciones en cuanto a seguridad del consumidor y ciertos requisitos de responsabilidad con el medio ambiente. Los estados miembros de la Unión Europea “deben adoptar medidas para evitar la formación de residuos de envases e impulsar los sistemas de reutilización de envases, reduciendo así su impacto sobre el medio ambiente.” (EUR-Lex, 2014.). Entre dichas medidas están:

- Los envases deben indicar la naturaleza del material o los materiales de envasado para facilitar su identificación y clasificación. El marcado debe colocarse en el propio envase o en una etiqueta claramente visible.
- Limitar el peso y volumen de los envases al mínimo.
- Reducir al mínimo el contenido de sustancias peligrosas del material del envase y sus elementos.
- Diseñar un envase reutilizable y valorizable.

Estas son exigencias en los mercados de destino de las artesanías exportadas a los Estados de la Unión Europea para que los materiales que se usen en su elaboración no deterioren el medio ambiente y/o que su producción sea sustentable. De la misma manera, existen requisitos que los productos exportados deben cumplir para poder ingresar a los países de la UE, como son requisitos de empaque y etiquetado y certificaciones orgánicas y de comercio justo (FAIRTRADE).

Asimismo, “la Unión Europea (UE) aplica el régimen comunitario de comercio exterior. “En general no existen restricciones o barreras para el ingreso de productos ecuatorianos, pero los requisitos de calidad o inocuidad son altos además de que los importadores suelen exigir sus propios estándares. Los

países miembros de la UE otorgan tratamiento preferencial (0 arancel) a la mayoría de productos procedentes de países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).” (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013, p. 31).

Resulta ahora oportuno detallar las condiciones actuales en las que se encuentra la producción artesanal ecuatoriana, específicamente en el sector de cerámica, analizando sus fortalezas y debilidades y las implicaciones que éstas tienen para el sector. Según el trabajo de investigación realizado por el economista Omar Silva Salazar (2005, p. 120) las principales fortalezas del sector cerámico ecuatoriano son:

- Facilidad para obtener la materia prima (arcilla preparada, pigmentos, etc.) producida localmente, además de estar disponible en la misma región de la mayoría de artesanos (las montañas de arena de Mira, por ejemplo, proveen de la materia prima para obtener el barro usado en las artesanías de Mascarilla).
- Existen programas de venta de materias primas, capacitación y comercialización a cargo de organismos y ONGs, como el CIDAP, IADAP, Fundación Paúl Rivet, entre otros. Esto permite el desarrollo de conocimiento, particularmente en el aspecto de administración del negocio de los artesanos, nuevas y mejores técnicas de producción, mejor presentación de los productos y nuevos canales para su comercialización.
- Con la mayor exigencia del consumidor de productos artesanales, se ha buscado la mejor en calidad y uso de materiales no tóxicos o dañinos para el medio ambiente.

De modo contrario, el sector cerámico del Ecuador también presenta debilidades que han evitado un mayor alcance de las producciones artesanales

hacia mercados más amplios, entre las que Omar Silva Salazar (2005, p. 122) menciona:

- Falta de unión entre los artesanos, provocando esfuerzos aislados de promoción que pocas veces se mantienen.
- Dificultad para posicionar la imagen del país como origen de las artesanías.
- Los canales de venta no siempre son favorables para el artesano, llegando incluso a la explotación y la conversión del artesano a obrero.
- Ausencia de páginas Web, directorios, catálogos.
- Dependencia excesiva de intermediarios, que muchas veces se apoderan de la mayor parte de ganancias de la venta de artesanías (explotación del artesano).
- Pérdida de incentivos para continuar con la actividad artesanal. Por ejemplo, existen artesanías del Carchi con una importante trascendencia histórica que están perdiéndose a causa de esto, como el caso del instrumento *la bomba*.
- Las artesanías en barro rara vez cuentan con un empaque apropiado y suele usarse cajas plásticas que resultan pesadas y no protegen el producto (ver Figura 1, pag. 4).

1.3. Grupo Artesanal Esperanza Negra

1.3.1. Historia, desarrollo y crecimiento

El Grupo Artesanal Esperanza Negra se formó en 1998 luego que un voluntario y arqueólogo belga, Marco Ghyselinckx, les enseñara la técnica de moldear la

arcilla al pueblo afro de Mascarilla, en el cantón Mira, provincia del Carchi. Esta iniciativa tuvo fundamentalmente dos objetivos principales: primero, rescatar y fortalecer la identidad del pueblo afro descendiente de Mascarilla que se había desvanecido debido a más de trecientos años de esclavitud, y segundo, brindar una fuente alternativa de trabajo.

La técnica de cerámica, en conjunto con el interés permanente sobre todo de las mujeres de Mascarilla por agruparse y aplicar su creatividad, representa un medio de expresión cultural de los artesanos de la comunidad, y en cada pieza, en cada máscara y objeto artesanal, expresan ideas, emociones, recuerdos ancestrales y talentos que buscan rescatar todo el bagaje cultural del pueblo negro de Mascarilla. Esta nueva producción material podría entonces convertirse en un vehículo para la transmisión del patrimonio cultural intangible del pueblo afrochoteño.

La UNESCO, en su Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, define al patrimonio inmaterial como:

“Todo aquel patrimonio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidos de generación en generación y que infunden a las comunidades y a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana.” (UNESCO, 2015.)

De acuerdo a lo anterior expuesto, las artesanías en barro de GAEN se han convertido justamente en un medio que transmite su identidad.

Ahora bien, antes de la intervención de Marco Ghyselinckx, en Mascarilla y el resto del Valle del Chota ya existían tradiciones culturales, principalmente en la música y la danza como “La Bomba”, que es un género musical propio del Valle del Chota y también es el nombre del tambor elaborado artesanalmente

con el que se la toca. Sin embargo, a nivel manual no existía ningún tipo de producción, a pesar que las montañas alrededor de Mascarilla son llenas de arena apropiada para la obtención de la arcilla, materia prima de la cerámica. Según Marco, esta ausencia de expresiones artesanales culturales se debía a todo el proceso de esclavitud que vivió el pueblo negro de la zona, que se remonta a 1575, cuando llegan los primeros esclavos negros por vía privada, principalmente de dos zonas africanas: de Guinea y de Angola. Más tarde, a partir de 1620, los jesuitas empiezan a comprar propiedades en el Valle del Chota y a mixtificar la mano de obra esclavista con trabajo indígena (Noboa, F., s.f.). Esta mixtificación se la hacía con la intención que los esclavos pierdan su idioma, religión, cultura e identidad, y que lleguen exclusivamente para trabajar.

Como parte de un estudio para saber el origen histórico de las comunidades negras en el Valle del Chota, Marco Ghysseleinckx buscó el lugar de proveniencia de los ancestros de los afro ecuatorianos de la zona para saber qué tipo de artesanía se fabricaba en su lugar africano de origen y poder reproducirlas localmente, pero resultaba difícil saberlo con exactitud debido a que se trataba de una mezcla de razas provenientes de diferentes partes de África.

Ante esta situación, se eligió la máscara para elaborarla artesanalmente, que es un objeto simbólico común en todas las etnias africanas. Según Rebirth Africa, el origen de las máscaras no se sabe con exactitud pero data más allá de la época paleolítica. Las máscaras suelen estar presentes en las ceremonias y rituales africanos, por ejemplo, para suplicar a los dioses por lluvia y tierra fértil. (ehowenespanol.com, s.f). También representan un símbolo de comunicación con los ancestros, entre los vivos y los muertos. Sin embargo, en el caso de la artesanía del Valle del Chota, se tomó la máscara más como un elemento de expresión cultural y de identidad, sin ningún vínculo al culto a los ancestros como se lo hace en África debido a que en el Valle del Chota no existe esa tradición.

Seguidamente, la difusión de la técnica artesanal cerámica empezó cuando Marco Ghysseleinckx y Salomón Acosta, entonces presidente de la Federación de Comunidades y Organizaciones Negras de Imbabura y Carchi, visitaron quince comunidades de Mira, de las cuales todas mostraron interés inmediatamente a esta iniciativa, en especial las mujeres. Empieza entonces el descubrimiento de talentos dentro de esas comunidades que pasaron adormecidos durante el esclavismo. Asimismo, se nota en la producción inicial una creciente creatividad ya que ninguna máscara realizada era igual a otra y se empiezan a observar rasgos interesantes en las formas; máscaras con dos narices, dos bocas, y otras características que evocaban de cierta manera las formas del cubismo (aunque las artesanas del Valle del Chota nunca habían visto las obras de arte del cubismo). Cabe mencionar que el cubismo, movimiento artístico originado en 1907 y cuyo principal representante es Pablo Ruis Picasso, tuvo como inspiración el arte africano, específicamente las máscaras de la cultura de la etnia africana de los Fang, que Picasso había visto en el Museo de Etnografía del Palacio del Trocadero en París. Esta inspiración de origen africano en el cubismo es más notoria en el cuadro *Las señoritas de Avignon* hecho por Pablo Picasso (Fernández R., 2013).



Figura 4. Comparación *Las señoritas de Avignon* con máscara africana de la tribu de los Fang.

Tomado de (paratucolección, s.f.)

Con el paso del tiempo, sin embargo, y a pesar del inicial entusiasmo por la nueva técnica artesanal aprendida, cada vez más comunidades fueron dejando la artesanía en barro por varios factores, entre ellos la dificultad para comercializar y presentar sus productos en las ferias y mercados nacionales. Eventualmente, de las quince que eran en un principio, solo tres comunidades mantienen hasta la actualidad la producción artesanal cerámica: Mascarilla, Carpuela y San Juan de Lachas.

Más tarde, once mujeres de Mascarilla se juntan y forman el Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN), buscando ellas mismas el apoyo para poder desarrollar este proyecto artesanal. GAEN expone hasta la actualidad sus artesanías en la tienda de arte negro ubicada en Mascarilla, la misma que fue construida con el apoyo de organizaciones no gubernamentales italianas, la Fondazione San Zeno di Verona y la Associazione don Camillo Zaramella, en conjunto con el apoyo de la Prefectura del Carchi y el Municipio de Mira, y desde el 2003 trabajan en el proyecto de Revitalización Cultural que permitió también la formación de otros grupos artesanales dentro de la comunidad y del Valle del Chota, principalmente en Carpuela, Apaquí y San Juan de Lachas, así como la construcción del centro cultural ubicado en Mascarilla. (Telégrafo, 2014).

GAEN trabajó durante cuatro años con el apoyo italiano de las entidades de San Zeno y don Camillo Zaramella, financiando éstas la producción artesanal de GAEN y realizando intercambios culturales, en los que cuatro artesanas de la asociación viajaban a Italia durante un mes exponiendo las máscaras que realizaban y recibían capacitación, especialmente en los campos de administración y organización grupal que les permitió seguir creciendo como asociación. Más tarde empezarían a recibir el apoyo de la Unión Europea.

Eventualmente la relevancia de las máscaras empezó a ganar mayor presencia en los mercados y ferias nacionales, ganando también mayor difusión en los medios de comunicación, además de convertirse en un atractivo turístico de la

región. Entre las numerosas visitas extranjeras que ha tenido la artesanía de Mascarilla está la de la infanta Elena de Borbón el 2 de junio del 2014. Su visita como directora de Proyectos Sociales y Culturales de la Fundación Mapfre (que continúa dando apoyo a GAEN) tenía planificada visitar varios proyectos solidarios y conocer los programas de emprendimiento de la comunidad, entre ellos la artesanía de GAEN (El Comercio, 2014).

1.3.2. Trabajo con la comunidad

Durante gran parte de su historia, la comunidad de Mascarilla dependió de la agricultura como única fuente de ingresos económicos. El desarrollo de la producción artesanal buscó desde un principio proveer de una fuente alternativa de ingresos económicos, sobre todo para las amas de casa. Esto permitió disminuir las brechas de género y fortalecer el rol de la mujer en la comunidad. Hace pocos años existían siete asociaciones en Mascarilla que se dedicaban a diferentes producciones artesanales, entre las que se encontraban la elaboración de tejidos, cerámica, champú, etc. A pesar que actualmente algunas de estas producciones han desaparecido, la cerámica se mantiene en constante desarrollo. Gracias a esto, GAEN también se dedica a transmitir sus conocimientos de la artesanía cerámica a otros miembros de la comunidad, promoviendo el trabajo con los niños y personas con discapacidad, así como la educación artesanal mediante campamentos vacacionales en los que participan niños y jóvenes de Mascarilla y de otras comunidades.

De la misma forma, en abril del 2005 se inauguró la posada El Patio de mi Casa para fomentar el etnoturismo, que permita un constante intercambio cultural como parte del proyecto de Revitalización Cultural del que GAEN ha sido parte fundamental, y que ha recibido a varios voluntarios nacionales y extranjeros interesados en aprender y compartir, que además brinden un apoyo a la recuperación cultural de la región. El centro El Patio de mi Casa cumple un papel de albergue y biblioteca para estas personas, contando con habitaciones donde pueden hospedarse hasta siete personas. También suelen hospedarse personas que trabajan en campamentos vacacionales en Yachay.

En las instalaciones del centro también se llevó a cabo el evento de presentación y entrega de los estudios para la rehabilitación del antiguo trapiche de Mascarilla, que contó con la participación de Inés Pazmiño, directora ejecutiva del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), el entonces alcalde de Mira, Fausto Ruiz, Plutarco Viveros, presidente de la comunidad de Mascarilla, el grupo consultor del proyecto y la comunidad.

Cabe mencionar brevemente que el trapiche de Mascarilla es un referente identitario que manifiesta costumbres a través de lo que fue la dinámica del trapiche en su momento. Su rehabilitación tendrá un uso cultural, siendo un proyecto que nació de la comunidad en su proceso de rescatar su identidad y manifestaciones ancestrales. En la propuesta del grupo consultor del proyecto, el trapiche pasaría a ser un museo que contaría con área de resguardo, espacio para expresiones culturales, bodega, área de venta y exposición de artesanías, cocina, área recreacional y parqueo. El mantenimiento de las instalaciones adicionales sería ejecutado por la comunidad de Mascarilla. (La Hora, 2013).

El turismo comunitario también es parte del atractivo en Mascarilla llevado a cabo por miembros de GAEN, en donde los turistas pueden hospedarse en alguna de las cuarenta camas de las familias de la comunidad que ofrecen en sus casas, permitiendo al turista compartir y convivir con la gente del lugar (elcomercio, s.f). También pueden participar en actividades deportivas, aprender a hacer las máscaras de barro, bailar La Bomba y otro tipo de expresiones culturales en las que Betty Acosta, miembro representante de GAEN, en conjunto con sus compañeras y el resto de la comunidad se esmeran por hacerlas memorables.

1.3.3. Producción artesanal

GAEN empezó produciendo exclusivamente máscaras, con modelos básicos y que en un inicio eran muy pesadas y sin mucha calidad. No tomó mucho tiempo para que el diseño de las máscaras mejore y el grupo incursione en la

elaboración de otros objetos artesanales, algunos de carácter utilitario para hogar como porta inciensos y platos. También elaboran actualmente bisutería utilizando materiales naturales, como las conocidas semillas *lágrimas de San Pedro* que se encuentran en la zona.

En la tienda de GAEN se exponen las artesanías elaboradas por cada miembro de la asociación, cada uno cuenta con un espacio en las paredes del local y tiene su propia “línea” de artesanías. Hay miembros de GAEN que producen más cantidad de objetos, y se puede apreciar un estilo de cada miembro del grupo.

1.4. Análisis de la identidad corporativa actual de GAEN

1.4.1. Elementos existentes de su imagen

Entidades como la Fundación Mapfre y la Fundación Sinchi Sacha han brindado apoyo en varios aspectos a varios grupos artesanales, especialmente en el área de comercialización e imagen de los productos. GAEN cuenta con ciertos elementos de Identidad físico-visual gracias a ese apoyo, como son:

Tabla 3. Análisis de Identidad físico-visual actual de GAEN

LOGOTIPO	SÍMBOLO	TIPOGRAFÍA																																	
 <p>Este logotipo lo conforman una abstracción de una máscara africana y el nombre de Arte Negro, que representa a la producción artesanal general del Valle del Chota, no a GAEN específicamente.</p> <p>La máscara del logotipo, según miembros de GAEN, no representa al "estilo" de las máscaras de Mascarilla, sino a las máscaras africanas.</p>	 <p>arte negro Typodermic Coolvetica</p>																																		
APLICACIONES																																			
	 <p>Bolsas</p>	 <p>Aplicación monocromática</p>	 <p>Aplicación monocromática</p>	 <p>Aplicación monocromática</p>	 <p>Señalización</p>																														
COLORES CORPORATIVOS																																			
	 <table border="0"> <tr> <td>C</td> <td>M</td> <td>Y</td> <td>K</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>100</td> <td>92</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>R</td> <td>G</td> <td>B</td> <td></td> </tr> <tr> <td>212</td> <td>31</td> <td>46</td> <td></td> </tr> </table>	C	M	Y	K	11	100	92	2	R	G	B		212	31	46		 <table border="0"> <tr> <td>C</td> <td>M</td> <td>Y</td> <td>K</td> </tr> <tr> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>R</td> <td>G</td> <td>B</td> <td></td> </tr> <tr> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> </tr> </table>	C	M	Y	K	100	100	100	100	R	G	B		0	0	0		
C	M	Y	K																																
11	100	92	2																																
R	G	B																																	
212	31	46																																	
C	M	Y	K																																
100	100	100	100																																
R	G	B																																	
0	0	0																																	
	 <table border="0"> <tr> <td>C</td> <td>M</td> <td>Y</td> <td>K</td> </tr> <tr> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>R</td> <td>G</td> <td>B</td> <td></td> </tr> <tr> <td>255</td> <td>255</td> <td>255</td> <td></td> </tr> </table>	C	M	Y	K	0	0	0	0	R	G	B		255	255	255																			
C	M	Y	K																																
0	0	0	0																																
R	G	B																																	
255	255	255																																	

En la primera tabla se analiza cómo está conformado el logotipo con el que GAEN presenta sus productos al mercado. Este logotipo se lo usa en el *packaging* y elementos de señalización.

Tabla 4. Análisis de Identidad físico-visual actual de GAEN

LOGOTIPO	SÍMBOLO	TIPOGRAFÍA
		<p>Prenton RP Condensed UltraBlack</p>
APLICACIONES		
<p>El logotipo lo forman las iniciales de "Grupo Artesanal Esperanza Negra" y la figura abstracta de 3 personas.</p> <p>La figura evoca el trabajo en equipo hacia un mismo objetivo de la asociación.</p> <p>La tipografía es una variación de la tipografía Prenton RP Condensed</p>	 <p>Tarjeta de presentación</p>	
COLORES CORPORATIVOS		
	<p>C 11 M 100 Y 92 K 2</p> <p>R 212 G 31 B 46</p>	 <p>C 100 M 100 Y 100 K 100</p> <p>R 0 G 0 B 0</p>
	<p>C 9 M 64 Y 100 K 1</p> <p>R 222 G 117 B 38</p>	 <p>C 0 M 0 Y 0 K 0</p> <p>R 255 G 255 B 255</p>

En la segunda tabla se analiza al logotipo que fue diseñado en base a algunas ideas propuestas por GAEN a una imprenta para hacer sus tarjetas de presentación, una de esas ideas fue el uso de alguna de sus máscaras más distintivas, como se puede apreciar en el diseño de la tarjeta de presentación. Sin embargo, este logotipo solo es usado en la tarjeta y, salvo el uso de la misma paleta cromática, no se relaciona en nada al logotipo con el que se comercializan y exponen las artesanías de GAEN en el mercado (ver Tabla 3).

Es evidente la falta de coordinación en la gestión de imagen corporativa de GAEN, más aun cuando el logotipo usado en las bolsas y señalización no es precisamente de la asociación, sino de las artesanías del Valle del Chota en general, y que de hecho está destinado a la promoción de la Fundación Sinchi

Sacha. El logotipo de Arte Negro no representa a GAEN, y tampoco representa con precisión a las máscaras de la región, sino que su forma evoca más a las máscaras africanas, según explican integrantes de GAEN.

1.4.2. Estudio cromático

La paleta cromática parece ser el único elemento constante tanto en el logotipo de Arte Negro como en el de GAEN, a excepción del color naranja que solo se observa en el segundo. Los colores negro, blanco, rojo y naranja son los colores más usados dentro de la artesanía y arte africano, incluyendo las máscaras. Estos colores se han mantenido incluso en las obras de artistas

La siguiente tabla muestra el significado de los colores de la imagen corporativa actual de GAEN

Tabla 5. Simbología de los colores presentes en la imagen corporativa actual de GAEN

El color naranja evoca calor, con relación al Sol y al fuego, también simboliza positividad, creatividad, espiritualidad y alegría.	El negro transmite misterio y magia, masculinidad y muerte, prestigio y seriedad. En África simboliza la edad y sabiduría.	El rojo representa fortaleza y valentía, emociones fuertes, riqueza, lujo, poder. Provoca creatividad. En Sudáfrica es el color del luto	El blanco evoca pureza, bondad, paz, respeto. En África simboliza la muerte y los ancestros, muy usado en las máscaras ceremoniales

Tomado de (maritriniger, 2012.)

Los colores descritos forman parte importante en la identidad artística africana. Aunque en Mascarilla, o Ecuador, los colores no necesariamente tengan las mismas connotaciones, al combinarse con los rasgos de las artesanías siguen

evocando ese origen africano, esa memoria ancestral de los antepasados del pueblo afro descendiente de Mascarilla. Consecuentemente, se usan estos colores, principalmente el rojo y negro, dentro de la imagen actual con la que GAEN elabora y presenta sus productos. Las máscaras de GAEN están pintadas usando esta misma paleta cromática y es uno de sus distintivos.

1.4.3. Estudio de papelería



La ilustración de la máscara impresa en las bolsas representa una máscara africana, no una máscara elaborada por GAEN, similar a la que se muestra a continuación:



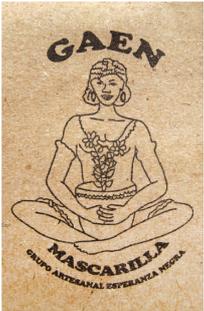
Figura 6. Máscara decorativa africana

Tomado de (paratucoleccion, s.f.)



Las etiquetas de piezas más recientes son colgantes y hechas de papel kraft . Existen piezas que tienen perforaciones para colgar la etiqueta, afectando el acabado de las mismas. En la información en el interior de la etiqueta se usa una tipografía Sans Serif. Están hechas de papel kraft.

Etiquetas



Esta ilustración solo se usa en las etiquetas recientes para las piezas artesanales. No existe ninguna variación cromática o formal de la ilustración.

Figura 7. Estudio de papelería

1.4.4. Unidad e imagen global

Dentro de la imagen corporativa actual de GAEN no existe coherencia ni unidad. Esto se debe a que la asociación no fue la que diseñó su imagen y elementos gráficos, sino que principalmente el logo de Arte Negro y las bolsas

de empaque fueron provistos por la Fundación Sinchi Sacha. Estos elementos de imagen corporativa dados por la fundación tienen además propósitos promocionales de la fundación más que de la asociación GAEN, y por lo tanto, no representan necesariamente la identidad de los artesanos.

1.4.5. Análisis FODA de la imagen corporativa actual de GAEN

Tabla 6. Análisis FODA de la imagen corporativa actual de GAEN

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene el respaldo de la imagen de la fundación Sinchi Sacha. • Como es un aporte de la fundación, la asociación GAEN no cubre los gastos de producción de los elementos de imagen corporativa. • Sinchi Sacha tiene presencia y conexiones fuertes en el mercado que puede beneficiar la difusión de los elementos de imagen corporativa que produce para los artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los artesanos de GAEN no se sienten identificados con los elementos de imagen corporativa que les brinda la fundación Sinchi Sacha. • GAEN depende completamente de la disponibilidad de la fundación para producir y distribuir las bolsas de empaque, tarjetas, etc. • Los elementos de imagen corporativa no contienen ninguna información respecto a la artesanía que contiene o de sus autores artesanos, salvo la dirección en Mascarilla y números de teléfono.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de gobierno del Carchi para promocionar las artesanías locales y las fundaciones que brinden apoyo. • Interés de los artesanos por aprender sobre la importancia de tener su propia marca e imagen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Otras asociaciones ceramistas, como Artesanías Coangue, en Carpuela, están empezando a diseñar su propia marca e imagen corporativa, sin depender de terceros. Esto podría fortalecer y promover que los compradores nacionales y extranjeros los reconozcan fácilmente.

1.5. Análisis de las artesanías de GAEN

1.5.1. Rasgos Culturales

Las artesanías elaboradas por GAEN, principalmente las máscaras, se han convertido en un símbolo identitario del pueblo afro de Mascarilla. Para Betty Acosta, representante de GAEN, cada máscara que hace toma su forma gracias a varias fuentes de inspiración, desde imágenes que aparecen en sus sueños hasta llegar a tener cierta similitud con los rostros de sus familiares y amigos.

Para los miembros de GAEN, las máscaras llevan consigo una fuerte representación de la cultura de su pueblo. Muchas de las máscaras tienen una expresión alegre, algo con lo que se identifican los habitantes del Valle del Chota y que lo manifiestan en sus fiestas y eventos culturales. Según José Franklin Chalá Cruz, la cultura y cosmovisión afrochoteña está en el saber y saber hacer en el cosmos en perfecta armonía con la madre naturaleza, y comunicar su espíritu a través de los diversos elementos que yacen en ella. Justamente la forma de producir las máscaras de GAEN (totalmente artesanal), los materiales usados y sus formas son esa comunicación cultural de los artesanos a través de la armonía con el cielo, el aire, la tierra, el agua, el fuego y los animales. (Chalá F., 2013, pag. 58), y lo que la naturaleza les provee para realizar su artesanía, es decir, los materiales naturales como la arcilla, *lágrimas de San Pedro*, fibras naturales como la cabuya, etc. GAEN también relaciona sus artesanías de barro con otras expresiones culturales de la zona, como *La Bomba*, ya que para los miembros de la asociación cada expresión cultural lleva consigo rasgos de la vida cotidiana de los habitantes de Mascarilla y del Valle del Chota, y en conjunto forman una representación del estilo de vida afrochoteño, de la liberación y recuperación de su identidad.

Asimismo, las artesanías de GAEN buscan participar del linaje de los antepasados de los pueblos afrochoteños y su herencia cultural manifestando en sus diseños elementos y representaciones formales de las tradiciones de

las comunidades. Por ejemplo, antes la forma de vestir de las mujeres afrochoteñas era muy colorida; blusas con vuelos y adornos de encaje, faldas anchas y a veces con delantal, sobre todo si había fiesta. También eran parte de la vestimenta las chalinas, velos y pañoletas (FECONIC, 2005, p. 49) y algunos de estos elementos son usados como elementos decorativos en el diseño de las artesanías de GAEN, particularmente los aretes y pañoletas, que les dan una apariencia a las máscaras y esculturas de barro artesanales que se identifica con las costumbres nuevas y las más tradicionales de la comunidad. Para GAEN, cada material usado, cada elemento que conforma sus artesanías representa de una u otra forma su cultura y estilo de vida, aquello que los representa como afroecuatorianos.



Figura 8. Esculturas de cerámica hecha por GAEN.



Figura 9. Máscaras con pañoleta y palos hecha por GAEN.

1.5.2. Análisis morfológico de las artesanías

La mayoría de las máscaras de GAEN tienen una forma larga y delgada, llegando a medir hasta 61 cm de alto, debido a que los soportes sobre los que trabajan la arcilla suelen ser tubos PVC, tejas, o simplemente sobre una mesa.

Ciertos rasgos de las máscaras son exagerados, principalmente los labios, nariz y ojos. Cada artesano miembro de GAEN mantiene un cierto estilo en sus máscaras, algunos prefiriendo formas redondas y expresiones alegres (ver Figura 13) y otros optan por formas más abstractas y minimalistas (ver Figura 14).



La exageración de los rasgos en las máscaras es principalmente por motivos de expresión simbólica de cada artesano de GAEN. Es decir, en esos rasgos buscan expresar sus sentimientos respecto a ciertos eventos (ojos grandes y con expresión alegre, por ejemplo, para expresar alegría y positivismo), ya sean cotidianos o de su historia como pueblo afro.

Otro patrón que se ve en las máscaras es la repetición de ojos, bocas, narices, que evocan de cierta forma al arte del cubismo. A veces, esa repetición se debe a que el artesano busca plasmar varios personajes en una misma máscara, casi siempre de su familia o de alguna historia de la comunidad.



Figura 11. Máscaras artesanales de GAEN.

1.5.3. Análisis cromático de las artesanías

Los colores principales en todas las artesanías son el rojo, el naranja, el marrón y el negro. Ambos colores representan características con las que el pueblo afrochoteño se identifica, como el amor, la armonía con la tierra y naturaleza, la sabiduría en sus costumbres. También se usan otros colores, como el amarillo, el blanco y el celeste, aunque son solo usados en pequeños detalles para dar contraste. Los colores más claros usualmente están en las pañoletas, aretes y demás ornamentos de la máscara.



Figura 12. Máscaras artesanales pequeñas con ornamentos hechas por GAEN.

1.5.4. Clasificación de las artesanías

La asociación GAEN no ha clasificado internamente su producción artesanal, y tampoco está interesada en la realización de un catálogo nuevo. Según Marco Ghysseleinckx, la asociación había hecho anteriormente un catálogo de sus artesanías. Sin embargo, algunos clientes empezaron a pedir piezas artesanales específicas para ser reproducidas. Esto no agradó a la asociación ya que consideran que cada pieza debe ser única, por lo que tampoco usan moldes para las máscaras (aunque sí para objetos más pequeños, como las muñecas y figuras de barro).

No obstante, para esta investigación se han clasificado las piezas artesanales, específicamente las máscaras, según sus tamaños en centímetros:

Máscaras pequeñas: 61 x 20 x 12 cm

Máscaras medianas: 35 x 20 x 12 cm

Máscaras grandes: 20 x 15 x 12 cm

Estas medidas se definieron solamente como una guía referencial de las dimensiones de las máscaras y sus variaciones, para de esta forma poder diseñar el empaque que pueda adaptarse de la mejor forma posible al tamaño de las máscaras.

1.6. Producción cultural

1.6.1. Extracción y tratamiento de los materiales

La principal materia prima de las artesanías de GAEN es la arcilla, que la extraen principalmente de las montañas de Ambuquí. De la misma manera, las cuerdas de cabuya, lágrimas de San Pedro (semillas), fibra de cabuya, son materiales obtenidos localmente, ya sea en estado natural como las semillas o comprados como la fibra de cabuya. Estos materiales son usados como ornamentos para las máscaras principalmente, y casi nunca reciben ningún tratamiento para que mantengan su apariencia natural.



Figura 13. Montañas de Ambuquí.

Tomado de (tripadvisor, s.f.)

Según Marco Ghyssele, la arena para la arcilla se la obtiene principalmente de las montañas de Ambuquí ya que la arena de las montañas de Mascarilla contienen demasiada sal, lo que termina afectando negativamente a la masa

homogénea necesaria para que las piezas artesanales no “exploten” al momento de quemarlas en el horno, y para que su moldeado sea óptimo.



Figura 14. Semillas lágrimas de San Pedro

Tomado de (guayacanexport, s.f.)

1.6.2. Proceso de modelado de las máscaras

El primer paso consiste en aplastar y tamizar la arcilla para obtener una masa homogénea que permita un correcto moldeado. La arcilla que GAEN usa es de tipo marga de color gris, debido a que esta arcilla es idónea para trabajar en alfarería.



Figura 15. Arcilla gris

Una vez que se ha obtenido la masa apropiada, el artesano empieza a modelarla. Según artesanos de GAEN, cada miembro tiene su propio estilo.

Generalmente parten de una idea general de lo que quieren que su máscara represente, pero el diseño de la misma va cambiando mientras el artesano va haciéndola. Además, un aspecto peculiar es que el diseño de la máscara a veces se transforma según las herramientas y materiales que el artesano tenga a la mano, es un proceso de completa espontaneidad e inspiración del momento. Se parte de una base uniforme de arcilla sobre un soporte, casi siempre teja o un tubo (por eso que las máscaras sean generalmente largas y cóncavas)



Figura 16. Allanamiento de la arcilla

Seguidamente el artesano empieza a dar forma a los elementos básicos de la máscara, como boca, ojos y nariz. Es en esta parte que el artesano empieza a imprimirle su sello a la máscara y donde decide qué rasgos resaltará más según lo que busque comunicar con su diseño.

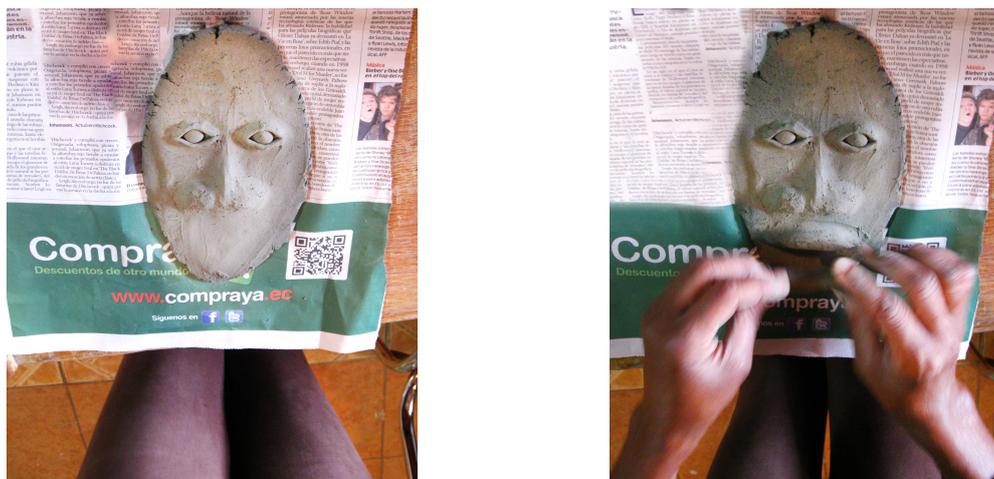


Figura 17. Modelado de la máscara

A continuación se hace el proceso de alisado, principalmente usando los dedos y un poco de agua. Justo antes de alisar la superficie de la máscara, el artesano suele biselar los bordes de la misma para darle forma al contorno, el cual dependerá asimismo de lo que el artesano busque expresar.



Figura 18. Alisado de la máscara

Finalmente se dan los acabados, que de la misma forma son espontáneos a cómo el artesano vaya trabajando. En ocasiones, el artesano hará cambios en las texturas, formas, aumentará o quitará elementos incluso después de haber terminado la máscara.



Figura 19. Acabados de la máscara

Cuando la máscara está terminada, se la deja secar al aire libre de 2 a 3 días. Seguidamente se la coloca en un horno de leña para el cocido. GAEN se encuentra actualmente gestionando la obtención de un horno eléctrico. Finalmente, se pinta la máscara con betún. También suele usarse pinturas acrílicas de distintos colores pero solamente para detalles y decoraciones de la máscara.

1.6.3. Acabados

Los acabados de las máscaras es uno de los aspectos en donde GAEN ha innovado más recientemente. En las máscaras elaboradas actualmente se incluyen pañoletas, aretes, collares, palos, fibras como la cabuya para darle “cabello” a algunas máscaras, semillas como las *lágrimas de San Pedro*, y

otros elementos que casi siempre son naturales y de la zona. Esto representa esa relación entre la naturaleza y sus elementos y las artesanías de GAEN.



Figura 20. Acabados de la máscara

1.7. Imagen en el mercado

1.7.1 Imagen actual de los productos

Las máscaras de GAEN también son vendidas mediante los canales de comercio justo (*fairtrade*) de la fundación Sincha Sacha. En la tienda-museo Tianguéz, ubicada en la iglesia de San Francisco en el Centro Histórico de Quito se exponen y venden varias máscaras de GAEN y de otras asociaciones de artesanos del Valle del Chota bajo la marca de Arte Negro.

La imagen de Arte Negro es genérica para todas las artesanías provenientes de comunidades afro en el Valle del Chota. Las bolsas con las que se venden las artesanías en el Tianguéz son las mismas que la fundación da a GAEN para su tienda en Mascarilla.



Figura 21. Bolsas para artesanías de GAEN en el museo-tienda Tianguéz

La bolsa claramente no representa a GAEN como asociación y a veces la tienda de Tianguéz no dispone de las bolsas de Arte Negro y tiene que vender las artesanías de GAEN en bolsas con la imagen de la tienda, como la que se muestra a continuación.



Figura 22. Bolsas para artesanías de GAEN en el museo-tienda Tianguéz

Consecuentemente, la asociación GAEN como tal no tiene imagen dentro del mercado fuera de Mascarilla, los clientes de la tienda Tianguetz no ven en el empaque ningún tipo de información respecto al origen de las artesanías de GAEN.

1.7.2. Conclusiones

Después del análisis realizado, se puede concluir que:

- El principal problema de GAEN es que sus productos no constan de marca o imagen corporativa propia, dificultando la identificación de GAEN como productora de los mismos.
- Los elementos de imagen corporativa, como packaging y tarjetas de presentación, no son adaptados a las artesanías de GAEN, por lo que no cumplen eficazmente su función.
- La presencia en el mercado de las artesanías de GAEN es importante, pero la asociación no se beneficia de ello debido a que sus artesanías se venden por medio de terceros, quienes muchas veces terminan poniendo su imagen sobre las artesanías.
- Debido a la falta de estudio acerca de la identidad de la asociación y su artesanía, el apoyo de las fundaciones muchas veces termina violentando esa identidad de los artesanos de GAEN.

CAPÍTULO 2

Diseño y Cultura

2.1. Fundamentos de la identidad corporativa

“Corporativo” significa asociado, común, colectivo. (Bürdek, 1994, p. 278). Toda empresa tiene su propia identidad corporativa, conformada por sus valores, competencia, cultura organizacional y demás rasgos internos. Estos rasgos de su identidad se manifiestan hacia el exterior (consciente o inconscientemente) mediante sus productos y determinan la “imagen” con la que se percibe la empresa dentro del mercado. Para que exista unidad en su identidad corporativa, entonces, los productos de una empresa deben expresar su mensaje central (su filosofía) de forma que sea perceptible para el usuario. (Bürdek, 1994, p. 279). Cada acto comunicacional de una empresa u organización transmite su identidad corporativa. Lo mismo sucede en los grupos artesanales, en donde sus productos (su artesanía) reflejan la identidad de sus autores y sus características.

La producción artesanal refleja su cultura e identidad no solo en el producto terminado, sino también en sus procesos de producción que pueden manifestarse en sus texturas, colores, acabados y apariencias de los materiales, muchas veces de manera evidente. Puede decirse que estos procesos, que llegan a convertirse en tradiciones, representan la personalidad de un grupo artesanal, su forma de hacer sus objetos, que los distinguen de los demás. Desde los materiales seleccionados hasta los acabados obedecen a esas tradiciones que su cultura les ha heredado y es esto lo que forja la Identidad Corporativa de cada artesano o grupo artesanal, pues es aquello que los identifica, que los define. Consecuentemente, la identidad de sus productos artesanales se manifestará en la Imagen Corporativa con la que se los posiciona en el mercado.

2.2. Imagen Corporativa

Paul Capriotti define a la imagen como “la estructura o esquema mental que una persona, grupo de personas o entidades (un público) tiene sobre un sujeto (una organización, producto, servicio, ciudad, país, etc.), compuesta por un conjunto de asociaciones que dichos públicos utilizan para identificar, diferenciar y evaluar a dicho sujeto de otros.” (Capriotti 2009, p. 102).

En el caso de la producción artesanal, generalmente existen artesanos o asociaciones y grupos artesanales que se dedican a la producción de la misma artesanía, muchas veces dentro de la misma comunidad, y es justamente la imagen que cada artesano dé a sus productos propios lo que le permite diferenciarse del resto dentro del mercado.

Ahora bien, se habla de que existen tradiciones y métodos que los artesanos heredan de su cultura para realizar sus artesanías. Cada paso de una producción artesanal tiene su razón de ser, tiene su por qué, y son los productos acabados, con todas sus características, los que demuestran esa razón de ser de cada proceso artesanal. Es importante entonces que su Identidad Corporativa se manifieste en una Imagen Corporativa con el mismo grado de congruencia. En otras palabras, mostrar al mercado aquello que los diferencia de los demás.

Capriotti (2009, p. 12) también plantea que la gestión de la identidad de una organización y su comunicación a sus públicos busca la identificación, diferenciación y preferencia de la organización. Una buena Imagen Corporativa en los públicos permite a la organización:

- Ocupar un espacio en la mente de los públicos. Si bien un artesano o grupo artesanal produce una artesanía que resulte conocida para muchas personas, el hecho que tenga Imagen Corporativa hace que el artesano mismo sea quien también esté presente (que exista) en la

mente del público, no solamente su artesanía. Esto lo hace ser identificado dentro de un mercado competitivo y cambiante.

- Facilita la diferenciación de la organización de otras entidades, por medio de un perfil de identidad propio, duradero y diferenciado, creando valor para los públicos. La Imagen Corporativa de un artesano crea valor para sí mismo y para el público y es este valor mutuo el que diferencia a un artesano de los demás.
- Disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra. Una Imagen Corporativa fuerte y consolidada del artesano facilita la decisión de compra de las personas.
- Actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor. La gente tiende a elegir un producto artesanal sobre otros en el mismo lugar de venta (ferias artesanales) si ya tienen en mente la Imagen Corporativa del artesano fabricante.
- Lograr vender mejor. La inversión en el diseño de imagen de un artesano o grupo artesanal representa un *plus* de marca para la gente, por lo que puede vender a precios más altos en relación a otros productos artesanales similares.
- Atraer mejores inversores. La Imagen Corporativa de una grupo artesanal lo hace conocido en el mercado, por lo que los inversores pueden mostrar más interés.
- Conseguir mejores trabajadores. Una buena Imagen Corporativa de un grupo artesanal puede convertirlo en una entidad de referencia, por lo que personas con mejor perfil profesional preferirán trabajar en ella por sobre otras.

Cada objeto realizado por GAEN tiene la cultura de la comunidad de Mascarilla incrustado en él. Desde los materiales seleccionados hasta los acabados obedecen a las tradiciones que su cultura les ha heredado, a los mensajes que las artesanas de GAEN buscan transmitir a través de su artesanía.

Un objeto artesanal contiene rasgos de la cultura del artesano que lo construye, por lo tanto contiene historicidad, comunica y expresa un mensaje: transmite su identidad. Asimismo, los medios por los cuales se expresa la identidad del artesano o grupo artesanal (aparte del objeto artesanal en sí) deben ser congruentes, deben tener, o al menos alinearse, a la identidad de su autor. La importancia de un diseño eficaz de la imagen corporativa de un grupo artesanal se manifiesta principalmente en las tendencias de los mercados hacia lo “hecho a mano”, debido a la originalidad de los objetos hechos de esta forma.

2.3. Marca

Joan Costa dice que “lo que no puede ser representado globalmente ni directamente (la empresa), ha de ser evocado por medios simbólicos. Así que el principio consistirá en “visualizar la identidad por símbolos: símbolos icónicos, símbolos lingüísticos, símbolos cromáticos.” (Joan Costa, 1987, p. 91).

Un objeto artesanal contiene un universo cultural que su autor intenta transmitir y que debido a su vastedad solo puede hacerlo de manera simbólica, siendo la artesanía precisamente uno de los símbolos que representan ese universo cultural; es en la forma y función de una artesanía en donde se “lee” la cultura de un artesano. Con esta misma intención de comunicar puede decirse que todos los símbolos expresados por el artesano son parte de un lenguaje cultural (incluyendo aquellos que el artesano pueda no haber construido conscientemente, como su imagen actual en el mercado). Es decir, cada

elemento visual que se asocie con un artesano está comunicando de alguna forma su identidad cultural.

Es evidente entonces que los elementos de su imagen corporativa son parte del lenguaje cultural del artesano, tienen una significación asignada según la semiótica de su cultura. Iuri Lotman (1996, p. 11) asume que “los sistemas semióticos sólo funcionan estando sumergidos en un *continuum* semiótico, completamente ocupado por formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan en diversos niveles de organización”. Por lo tanto, los elementos visuales de la Imagen Corporativa solo pueden alinearse a su identidad si mantienen ese *continuum* semiótico. Por lo contrario, los elementos de imagen que lo rompan causarán incongruencia, que resulta especialmente desfavorable para el artesano y su producción ya que evita que su imagen dentro del mercado se consolide.

Las formas en los símbolos de una cultura pueden dar origen a las formas de los elementos de la imagen corporativa del artesano, así como lo han hecho con las formas de las artesanías. Esto es porque en esas formas simbólicas se encuentra la esencia del mensaje que una cultura intenta transmitir y esto es justamente lo que el diseñador debe buscar comunicar hacia el receptor al momento de construir todo el sistema visual de la identidad corporativa para el artesano.

Si bien las formas de una artesanía son una abstracción de símbolos culturales (convirtiéndose la artesanía en un símbolo en sí), lo mismo pasa con el símbolo de la marca del artesano.

El símbolo de la marca de un artesano, como de cualquier otra organización o empresa, contiene una fuerte carga comunicacional. Su principal función es comunicar lo que el artesano es o intenta ser, lo que a su vez es un reflejo de su cultura misma. Esta comunicación debe ser eficaz puesto que el público la asocia directamente con la imagen que éste tiene del artesano. Al respecto,

Joan Costa dice que “hay razones de eficacia comunicacional, premisas y condicionantes técnicos en el diseño de programas de identidad corporativa, que aconsejan dar a los símbolos la forma sígnica (...). Hay una economía del menor número posible de elementos gráficos que lo componen (grafemas) y del menor esfuerzo exigido al receptor (perceptibilidad). En consecuencia, hay un mayor rendimiento comunicacional, que está fundado en la mayor expresividad formal, cualidad estética y capacidad de retención memorística.” (Joan Costa, 1987, p. 94).

Estos signos de identidad deben tener un fuerte impacto visual, para que el público pueda asociarlos casi instantáneamente con el artesano que representan, y permitir que el público recuerde los signos fácilmente. Para esto se necesita simplicidad y pregnancia, eliminando lo complejo, lo superfluo y cualquier elemento innecesario, optar por formas breves y compactas, e incorporar recursos cromáticos que acentúen el mensaje de los signos. Esto permite que los signos de identidad corporativa puedan ser manipulados en cuestiones de tamaño y aplicaciones sin que pierdan legibilidad ni que se deformen. Consecuentemente, al tener una forma simple y pregnante podrá reproducirse sobre varios soportes y materiales, mostrarse en todas sus variantes, resistir deformaciones al pasar del color al blanco y negro y se mantendrá siempre inteligible y reconocible. Por último, la simplicidad formal de los signos de marca facilitan su aplicación y puede establecerse una normalización de todas las piezas y soportes comunicacionales que se vayan a emplear. (Costa 1987, p. 94-95).

2.4. Diseño Artesanal

2.4.1 Intervención del diseño en la artesanía

El artesano no sigue ningún modelo impuesto más que el de su herencia cultural respecto a procesos y técnicas artesanales. Por lo tanto, un objeto artesanal se vuelve imperfecto. Ningún trabajo subsecuente del artesano será

idéntico, principalmente porque en el trabajo artesanal existe una relación entre técnica e inspiración, algo que no existe necesariamente en el diseño industrial.

La producción industrial basa las formas y funciones de sus objetos más en satisfacer necesidades de sociedades, así como tendencias de consumo y moda, que guían hacia la serialización de los objetos. La intervención del diseño en la artesanía puede brindar beneficios tanto para el diseñador como para el artesano si se consideran aspectos como valores, tradiciones, símbolos culturales, etc., propias de la cultura del artesano, de lo contrario se corre el riesgo de homogeneizar el objeto artesanal por satisfacer las tendencias actuales del mercado y robarle su valor “espiritual”, aquello que le da trascendencia al objeto no solo como artesanía, sino como símbolo cultural.

El artículo IV del código de ética profesional del Consejo Internacional para las Sociedades e Industrias del Diseño (ICSID, por sus siglas en inglés) afirma que:

“Los diseñadores industriales reconocen que los ambientes, productos y servicios creados como resultado del proceso de diseño, reflejan y ayudan a definir la identidad cultural de su territorio y secciones de la sociedad dentro de las naciones. Los diseñadores procurarán incluir y promover las tradiciones culturales de su sociedad a la vez que incorporan las mejores características de los principios y estándares internacionales.” (ICSID, 2010)

Por lo tanto, se trata de fortalecer la identidad cultural de la artesanía mediante las innovaciones que aporta el diseño gráfico e industrial, que permitan que la artesanía mantenga su valor como símbolo cultural pero también logrando una posible mejora económica del artesano o grupo artesanal.

En el Ecuador se ha empezado a revalorizar el potencial que tiene la producción artesanal. Respecto a esto, en el objetivo número 5 del Plan Nacional del Buen Vivir se plantea lo siguiente:

“El fortalecimiento del diseño en la cadena productiva es un paso fundamental para el redimensionamiento de la participación de la cultura en la economía y en la transformación de la matriz productiva, al ampliar el alcance de las artesanías a la gran industria. Tampoco podemos descuidar la tradición artesanal, marginada por la producción capitalista, como modo de producción alternativo y patrimonial. La tradición artesanal del país tiene su propio valor agregado, no solo en términos económicos, sino en términos sociales, ya que implica un conjunto de relaciones más estrechas entre la naturaleza (materia prima), el productor y el comprador. La producción cultural, tanto industrial como artesanal, genera una serie de encadenamientos con industrias y sectores de gran diversidad, por lo que tienen un enorme potencial para la transformación productiva.” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, p.187)

No obstante, la intervención del diseño en la artesanía puede resultar nociva cuando se arrebatada la originalidad y, sobre todo, la identidad de un objeto artesanal en el afán de aumentar volúmenes de producción según la demanda de nuevos mercados. Si bien la artesanía tiene actualmente una creciente necesidad de presentarse en el mercado (cada vez más globalizado), no solo para transmitir su mensaje cultural y mantenerlo relevante dentro de las sociedades sino también para conservar y mejorar sus ingresos económicos (siendo que muchas veces la artesanía es el único medio de ingresos que tiene un artesano), el diseño debe enfocarse en agregar valor a la producción artesanal en los aspectos en los que éste pueda intervenir sin necesariamente desvalorizar la identidad y el valor cultural de la artesanía. En este mismo sentido, Eduardo Barroso Neto (Barroso, 1999) plantea que dependiendo del

origen y naturaleza de un objeto artesanal éste pertenece a una categoría que define el tipo de apoyo que necesita:

Tabla 7. Mercado de Artesanía y niveles de intervención del diseño en la artesanía

NICHO DE MERCADO	TIPO DE PIEZA ARTESANAL	TIPO DE ARTESANO	NIVEL DE INTERVENCIÓN DE DISEÑO
Alto. Nicho de mercado reducido y de alto poder adquisitivo	Productos exclusivos, piezas únicas y de producción limitada. Productos arquetipos, que serán tomados como modelos para los futuros artesanos	Artistas populares, maestros artesanos.	Cuanto menos sea la influencia que el artista reciba de su entorno o del mercado, más original y única será su obra. La única intervención aceptable será en el sentido de promover, premiar o destacar. Valorar a estos artistas frente al público en general.
Medio Alto	Productos tradicionales, indígenas, de fuerte contenido étnico, también llamada "Artesanía de referencia cultural". Son piezas que exigen una gran destreza y habilidad y por lo general producidas a pequeña escala. Enseñan parte de la historia y de la trayectoria del grupo social que la produce.	Son originales de una cultura tradicional, heredada de padres a hijos, de maestros a aprendices.	La mejor intervención es la que agrega valor sin alterar la esencia original de los productos, como empaques adecuados, sellos de procedencia, etiquetas resumiendo un poco la historia del mismo. Se pueden hacer intervenciones directamente en los productos para atender a ciertas demandas específicas del mercado, pero es necesario respetar las características del proceso de producción y preservar los principales elementos de referencia cultural. El proceso de rediseño debe hacerse en conjunto con el artesano. Cambios graduales y ocurren solamente en una pequeña parte de la producción. Renovación de catálogo no mayor al 20%.
Medio	Artesanía contemporánea, urbana. También conocida como "Artesanía de Creación". Su valor comercial está en gran medida, terminada por el equilibrio entre el valor expresivo (referentes estéticos y culturales) y el valor de uso.	Producida por individuos con una base cultural y tecnológica más amplia. El artesano es un aspirante a empresario.	En este nivel las intervenciones pueden ser totales y radicales, yendo de la sustitución de la materia prima, pasando por la racionalización de la producción, diseño de nuevos productos, estrategias comerciales, hasta la gestión de negocio.
Bajo	Productos típicos de una determinada región, tales como: dulces, compotas, jaleas, vino, licores, aguardiente, frutas secas o procesadas, flores deshidratadas, esencias, etc.	Artesanos tradicionales que producen de acuerdo a lo aprendido de generación tras generación. Producciones a pequeña escala.	Propuesta de sistemas de promoción y que sumen valor agregado, incluyendo empaques, etiquetas, rótulos y campañas publicitarias, stands de ventas y todo tipo de material promocional. Optimizar los procesos de producción, incorporación de nuevas tecnologías, reduciendo etapas en el proceso, disminuyendo tiempos y mejorando la calidad.
Muy bajo, precios muy bajos, accesibles a todo el mundo	Artesanía de producción a gran escala, la industria del "souvenir" y recuerdos, también denominada "artesanía estereotipada". En general son productos banales, de bajo costo y grandes volúmenes, que vulgarizan elementos típicos de la cultura local. Estos productos pueden producirse independientemente de su lugar de origen.	Mano de obra con baja instrucción. Muchos denominan esta producción como "industriaria" por la introducción de principios "dordistas tayloristas" a la producción manual.	En este nivel, el mejor apoyo es la introducción de métodos y técnicas modernas y eficientes de gestión empresarial o la propuesta de productos con un diseño de acuerdo a su público consumidor.

Tomado de (silvananavarro, 2014.)

- b. Cuadro propio de Silvana Navarro hoyos basado en Eduardo Barroso Neto, Diseño y Artesanía: Límites de Intervención (1999).

Como se puede observar en el cuadro, el grado de intervención del diseño dentro de una producción artesanal depende del mayor o menor grado de valor cultural del objeto. También cabe recalcar que mientras más cerca del vértice de la pirámide (como describe Eduardo Barroso a su clasificación de estos

niveles de intervención) está un objeto o producción artesanal se puede decir que éste está más enfocado en satisfacer al artesano, y mientras más abajo de la pirámide está, más enfocado en satisfacer a la demanda del mercado.

Barroso dice que esta clasificación no es una limitación rígida para la actuación del diseñador, pero para este trabajo de investigación resulta una referencia útil puesto que propone una guía para determinar los niveles de intervención apropiados en la propuesta de diseño.

2.4.2. Identidad y tradición

Maggie Ryan Galton en su Manual de Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales afirma que las necesidades materiales y espirituales del ser humano lo han llevado a desarrollar distintas formas de adaptar la materia prima, la tecnología y las formas para que los objetos desarrollados cumplan con una función específica, con diseños singulares y únicos en cada cultura. Asimismo dice que "(...) los objetos producidos por cada sociedad han funcionado como espejos que reflejan una faceta de la identidad, cultura y tradiciones de sus productores. El diseño y la identidad cultural son conceptos íntimamente relacionados que trabajan en conjunto y se encuentran en constante evolución y transformación, debido a las circunstancias socio-económicas y políticas que nos rodean." (Galton, 2007, p. 8).

La evolución y transformación por aspectos socio-económicos que menciona Maggie Galton se evidencia en la búsqueda constante de los artesanos y grupos artesanales por posicionar sus productos dentro del mercado actual, no solamente por beneficio económico sino como una forma de comunicar su identidad a todo aquel que entre en contacto con sus objetos, todo esto mientras mantienen su identidad y tradiciones.

La herencia cultural y tradiciones que se le han sido transmitidas al artesano se mantienen como el núcleo, como la esencia en la manera de producir su artesanía, pero esto no impide la evolución de los objetos artesanales hacia

formas y funciones distintas, o la inclusión de métodos alternativos en sus procesos de producción. Sin embargo, a diferencia de los objetos fabricados industrialmente, las variaciones en los objetos artesanales terminan obedeciendo a influencias simbólicas de su cultura misma y a características de la comunidad que se identifica con ellas, más que a tendencias o demandas de los mercados. En otras palabras, es el artesano el que busca darle nuevas texturas, formas y dimensiones a sus objetos, es quien a la final decide cómo innovarlos.

“Esto es lo que vivimos hoy, el surgimiento de una nueva relación del artesano con sus materiales, sus formas de producción, su intención y su ganancia.” (Marta Turok, 1988, p. 10).

Estas variaciones se dan mediante la experimentación pieza por pieza, a través de modificaciones menores. (Dondis, 1973, p. 190). Por lo tanto se lo hace lenta y progresivamente, contrario a lo que las tendencias actuales de consumo y moda exigen a los fabricantes. Convertir los objetos artesanales de fuerte valor cultural en producciones en serie destruye la tradición e identidad que les da importancia y que los hace trascender en el tiempo, pero no buscar innovar, o en algunos casos mejorar, causa que este oficio no resulte viable para el artesano como una fuente digna de ingresos, provocando la desaparición de tradiciones artesanales.

Enfatizando lo dicho anteriormente, esta vez desde la actuación del diseño gráfico específicamente, Norberto Chaves (2001, p. 82) dice que “una práctica profesional culturalmente responsable deberá enfrentar el dilema de servir al mercado sin traicionar a la cultura en una época en la que escisión entre ambos términos parece irreversible.” Considerando ahora, a manera de ejemplo, la clasificación de Eduardo Barroso para los niveles de intervención del diseño en la artesanía y ubicándonos en el nivel medio-alto, vemos que el valor cultural de los objetos elaborados en este nivel es fuerte, son productos

tradicionales que terminan siendo una “artesanía de referencia cultural”. La artesanía de GAEN se ubica en este nivel por las siguientes razones:

- Es un producto artesanal elaborado por GAEN para rescatar y transmitir su identidad.
- Las formas, colores y demás aspectos de las piezas artesanales tienen su base en festividades, eventos, costumbres, cultura, música, etc., del pueblo afrochoteño. “Enseñan parte de la historia y trayectoria del grupo social que las produce.” (Barroso, 1999).
- Es producida en pequeña escala.

Barroso sugiere entonces que la mejor intervención a este nivel es la que agrega valor a la artesanía, sin alterar la esencia original de los objetos: diseño de empaques, etiquetas, sellos, etc. Entonces, la intervención del diseño gráfico tiene una clara delimitación, siendo que su innovación se enfocará en el aspecto de imagen del producto terminado, será un conductor para la manifestación de identidad cultural del objeto artesanal. Es decir, respetará las características formales originales del objeto. Barroso dice que sí se pueden hacer intervenciones directas en los productos, esta vez considerando la actuación del diseño industrial, pero se lo hará en conjunto con el artesano y sobre todo, de manera gradual y solamente en una pequeña parte de la producción. (Barroso, 1999).

Así pues, el desafío para el diseño consiste en “actualizar” la imagen y presentación de los objetos artesanales y, sobre todo, agregarles valor, resaltar su importancia dentro de los nuevos mercados nacionales e internacionales mediante innovación en su promoción, pero conservando su identidad regional, tradición o etnia. (Galton, 2007, p. 12).

2.4.3. Elementos y principios del diseño artesanal

La intervención del diseño en la artesanía debe hacerse respetando los elementos de identidad y tradición de la misma. Resulta esencial, pues, que se definan cuáles son estos elementos. Según Maggie Galton (2007, p. 21), éstos se encuentran:

1. En los materiales y técnicas tradicionales
2. En la formas
3. En la iconografía (decoración y ornamentación)
4. En el color
5. En el grupo étnico del productor

Estos elementos de identidad deben mantenerse ajenos a modificaciones radicales por parte del diseño si se quiere desarrollar artesanía innovadora que mantenga su identidad.

De igual forma, al aplicar los principios de diseño a la elaboración de artesanías se logra armonía y balance en éste, con impacto visual sin suprimir su valor cultural. (Galton, 2007, p. 22). Estos son:

- Línea o silueta: en el arte popular la línea se manifiesta en dos y tres dimensiones. La línea da forma, movimiento y ritmo visual a un objeto artesanal.
- Color: se refiere a la manera cómo la luz es reflejada y percibida por el ojo a partir de la superficie de una figura o forma. Se relaciona con la aplicación de tinta y pintura. En las artesanías de Mascarilla, por ejemplo, el color se ha convertido no solo en decoración sino en un aspecto simbólico y tradicional del proceso de elaboración de los objetos

(debido al tipo de tintes que se usan, por ejemplo, betún), convirtiéndolo al color en un símbolo importante de identidad de la artesanía. Además, el color puede usarse a favor de la innovación artesanal al establecer nuevas paletas cromáticas inspiradas en las tendencias actuales.

- Paletas de color: es la selección de los colores para un proyecto u objeto específicos. Las paletas pueden dividirse en:
 - Paletas Neutrales: beiges, blancos y cremas, tonos clásicos que pueden combinar con la mayoría de colores.
 - Paletas tierra: ladrillo, ocre, mostaza, tonos más orgánicos y frecuentemente asociados con los objetos hechos a mano (artesanías).
 - Paleta de blanco y negro: puede usarse en estilos minimalistas.
 - Paletas de colores fuerte y contrastantes: magentas, turquesas, buganvillas y naranjas, todos asociados a lo “tradicional”. Son tonos alegres y comerciales.

- Textura: es un elemento visual que posee cualidades ópticas y táctiles. Varía de liso hasta rasposo. La textura depende tanto de la materia prima como del tratamiento que se le dé.

- Forma: en el caso de la artesanía, la forma de los objetos depende del uso para el que fueron concebidos, que puede ser espiritual o material. Se puede intervenir en la forma pero sin afectar negativamente la identidad del objeto, por lo que conviene considerar el nivel de valor cultural que tiene.

- Valor: se refiere al grado de luz y oscuridad en un objeto. El contraste se refiere al cambio extremo de los valores de blanco y negro y todas sus tonalidades. Puede usarse para dar mayor peso visual a una determinada área del objeto artesanal.

- **Tamaño:** es la variación en la proporción de los objetos, líneas o formas y va determinado según la función del objeto. En el caso de que se modifique un objeto artesanal con una determinada función, se deberá cambiar sus medidas y, de ser necesario, adaptarlas a los estándares del mercado nacional e internacional. El tamaño resulta generalmente lo que más fácil se puede cambiar en un objeto artesanal sin afectar su esencia original ni su identidad.

Ahora bien, los elementos básicos mencionados permiten manipular a un objeto artesanal sin anular la esencia del mismo. Estos elementos se combinan con los principios de diseño para lograr armonía en la artesanía, y son:

- **Centro de interés:** es el área del objeto artesanal con mayor impacto visual. Se logra mediante el uso de color, disposición de las formas y el contraste de valores.
- **Balance:** se logra cuando se percibe la sensación de equilibrio entre el color, valores y las formas en un objeto artesanal. Puede ser simétrico, asimétrico o radial.
- **Armonía:** es la combinación de los elementos del diseño para resaltar similitudes.
- **Contraste:** es la combinación de los elementos del diseño para resaltar diferencias entre sus componentes, mediante la diversidad y cambios en la forma, el tamaño, color, dirección, textura y la posición. Esto permite incrementar el interés visual en un diseño o motivo, creando un centro de interés.
- **Movimiento direccional:** permite guiar la vista del espectador a través del trabajo, creando una sensación de acción. Toda línea tiene una dirección que evoca diferentes sensaciones, que pueden ser

manipuladas por el diseñador y artesano para darle diferente personalidad al objeto. Puede ser:

- Horizontal: evoca serenidad, estabilidad y tranquilidad
 - Vertical: evoca equilibrio, formalidad y un estado de alerta.
 - Diagonal: evoca movimiento y acción.
-
- Ritmo: se relaciona con el movimiento. Es la acomodación de los elementos que se repiten para crear un movimiento fluido con repeticiones regulares. Puede modificarse la frecuencia de estas repeticiones.

 - Proporción: se refiere a la relación armoniosa de una parte con otras o con el todo. También se relaciona con el contraste y énfasis.

Los objetos artesanales manifiestan su origen e identidad mediante los materiales, herramientas y técnicas de producción, siendo éstos herencias culturales que se transmiten de generación en generación, “son los resultados de la acumulación de experiencias, procedimientos, selección de materias primas adecuadas según su resistencia, dureza, flexibilidad, maleabilidad, blandura, rigidez, colorido, ligereza, impermeabilidad, transparencia, aroma y otras cualidades que el hombre ha descubierto de acuerdo con los problemas a los que se ha tenido que enfrentar.” (Rubín, 1974, p. 283).

2.5. Packaging

2.5.1. Historia

Según Anne Emblem y Henry Emblem (2012, p. 3), el empaque se ha venido usando desde que el ser humano empezó a hacer uso de herramientas. Con la evolución de los pueblos y ciudades, se empezó a desarrollar el comercio, lo que a su vez originó la necesidad de usar empaques como medios de transporte de mercancías. En el siglo IXX empieza a surgir el uso de la “marca”

con la que los productores diferenciaban sus mercancías de otras, que cada vez eran mayores en diversidad dentro del mercado gracias a la producción en serie que trajo la Revolución Industrial. En la actualidad, dicen Anne y Henry Emblem, el empaque juega el rol de proteger y conservar los productos, además de dar información acerca del origen del producto al consumidor. Los productores ahora invierten sus recursos en el diseño de empaques que atraigan la atención de sus clientes por sobre la de su competencia.

Como se entiende en lo anterior mencionado, los empaques ya no son solamente un medio para proteger un producto durante su transporte, sino que su diseño se ha convertido en un medio comunicativo. Bürdek afirma que “el diseño es una disciplina que no sólo engendra realidades materiales sino que también cumple una función comunicativa” (Bürdek, 1994, p. 129).

Por lo tanto, el diseño de empaques, más aún dentro de un mercado altamente competitivo y globalizado, cumple también la función de transmitir los valores de la empresa u organización (en conjunto con sus otros elementos comunicacionales) y brindar información acerca del producto (sus orígenes y características).

En el caso de los grupos artesanales, como se ha venido mencionando anteriormente, es importante que la identidad cultural que tienen sus objetos en sus formas y símbolos también sea transmitida en toda la imagen corporativa (donde se incluyen empaques y embalajes) del artesano o grupo artesanal. Al mantener esa continuidad en los elementos comunicacionales del artesano se logra que su imagen se consolide en el mercado.

Se trata de transmitir los atributos simbólicos de una artesanía y el bagaje cultural que carga hacia los todos los soportes comunicacionales, en este caso, el empaque de los objetos artesanales. Como dijo Quentin Newark, “[...] los envases, embalajes y empaquetados se utilizan para contar una historia.” (Newark, 2002, p. 124).

Recordando lo propuesto por Eduardo Barroso respecto a los niveles de intervención del diseño en la artesanía, mientras menos sean las alteraciones y menor la influencia del mercado y su entorno en el artesano, más auténtica y original será su obra, por lo que el diseño del empaque para su artesanía resulta precisamente una manera eficaz de promover, destacar y transmitir el valor cultural de ésta sin interferir en sus características originales y elementos de referencia cultural. En otras palabras, el empaque que transmita identidad agrega valor a la artesanía.

2.5.2. Análisis del grupo objetivo

Rodrigo e Isabel Martín dicen que “la mayoría de los productos de una misma categoría que existen en el mercado poseen, casi siempre, las mismas características funcionales. Es por esto que, para poder diferenciarlos, se hace necesario recurrir a atributos simbólicos, al valor de la marca y también al packaging, que permitirá configurar un elemento de diferenciación y generar una percepción determinada que contribuya a alcanzar una posicionamiento diferencial.” (Martín I. Y Martín R., 2012, p. 7).

Ya se había explicado anteriormente que existen generalmente varios artesanos o grupos artesanales que se dedican a producir el mismo tipo de artesanía dentro de una misma comunidad o región, por lo que la imagen que cada artesano le da a su producto le permite destacarse. El empaque es uno de los elementos diferenciadores.

Sin embargo, como ya se mencionó antes, en el caso de la producción artesanal, mientras mayor sea su valor cultura menor será su enfoque a transformar su esencia para tener el “visto bueno” de los mercados. Su posicionamiento en el mercado se incrementará, entonces, gracias a la intervención del diseño en lo que respecta a sus elementos de imagen, elementos que promuevan y valoren la cultura de la artesanía. El empaque buscará, pues, ser un atractivo visual que evoque la identidad global de la artesanía, de esta forma resaltando ésta sobre productos similares (por

ejemplo, artesanías similares dentro de una feria). Es por esto que el diseño de empaque obedecerá a la identidad del artesano.

Si bien el empaque de productos alimenticios, por ejemplo, debe priorizar su funcionalidad en los aspectos de conservación y protección (evitar que se pudran, contaminen, etc.) el empaque para las artesanías cumple principalmente dos funciones: proteger y comunicar. (Newark, 2002, p. 124).

Los objetos artesanales pueden ser frágiles según los materiales y procesos de elaboración que tengan, y si son adquiridos, como ejemplo, por turistas extranjeros, serán expuestos a largos viajes y manipulación (no siempre cuidadosa), por lo que la protección es prioridad en este caso. Además de eso, tomando el mismo caso que sean adquiridos por turistas, la imagen del artesano fabricante de ellas puede verse beneficiada si dentro del diseño de empaque se incluyen simbología e información respecto a las piezas, creando vínculos y pregnancia visuales entre el receptor (cualquier persona que vea el empaque) y el origen de la artesanía. En la artesanía lo más importante es transmitir la identidad de sus autores artesanos, que a su vez puede ser un reflejo de la identidad de una comunidad y su cultura.

En resumen, el grupo objetivo (compradores de la artesanía) para el caso de empaques es considerado dentro de lo que respecta crear un atractivo visual del diseño y su capacidad comunicacional (saber transmitir su valor e identidad cultural al mercado), mas no en adoptar formas o diseños industrializados que pudieran afectar negativamente la identidad de la artesanía.

2.5.3. Elementos visuales del packaging

“[...] el packaging se convierte simplemente en una forma más de comunicar de un modo útil los valores de la marca a los consumidores.” (Ambrose y Harris, 2011, p. 16).

Contar una historia, ya sea del producto artesanal o del artesano mismo, es una estrategia que el diseño de empaques puede usar para transmitir una sensación de una región concreta. (Ambrose y Harris, 2011, p. 34). Esta historia puede contarse mediante los varios elementos visuales de color, formas, gráficos, fotografías, textos, etc., que conforman la imagen total del empaque.

Según Ambrose y Harris, un envase se compone de su aspecto físico y su diseño. El aspecto físico es su forma y ergonomía, mientras que el diseño se refiere a los gráficos que explican la historia al consumidor. (Ambrose y Harris, 2011, p. 138).

- Forma y narrativas

La forma del empaque pretende estar en armonía con la narrativa de la marca, es decir, las principales cualidades que ésta busca comunicar. Las curvas, por ejemplo, evocan sensualidad, las líneas rectas en cambio sugieren modernidad. Las formas que se usen pueden partir de alguna referencia histórica respecto al producto, pueden convertirse, en el caso de la artesanía, en una extensión de la comunicación simbólica cultural del objeto artesanal.

- Ergonomía

Un diseño ergonómico en el empaque permite que su interacción con el usuario sea lo más cómoda y segura posible. Una artesanía debe cuidarse de impactos, rayones y otras lesiones que pueda sufrir durante su transporte.

Los arriba descritos son los elementos esenciales del aspecto físico del empaque. A continuación se explicarán los aspectos de diseño:

- Técnica

Esto se decide determinando primero cual es el atributo del producto que más debe promocionarse. Se puede usar texto, imágenes o combinar ambas.

- Fotografía e ilustración

La fotografía generalmente se usa para mostrar el detalle y calidad de un producto. La ilustración permite una mayor libertad imaginativa por parte del usuario o receptor. La tipografía también puede manipularse para crear un efecto gráfico e interpretarse incluso como imagen. Estas técnicas también pueden combinarse para que cada una se perciba de manera diferente a lo usual.

Debido al vasto aporte gráfico que pueden brindar la fotografía e ilustración dentro del diseño de un empaque para la artesanía, resulta oportuno desglosar ciertas consideraciones y aspectos de ambas al momento de aplicarlas en el diseño de un empaque para la artesanía. En base a lo planteado por Ambrose y Harris, estas son:

- Fotografía

La fotografía tiene un gran aporte comunicacional dentro del empaque para transmitir información, evocar emociones mediante el uso de impresiones brillantes que capten la atención del consumidor y además ayuda a crear la identidad visual de la marca.

- Emociones o naturaleza muerta

Una fotografía puede ser informativa al mostrar el producto y sus detalles, educativa si se usa para explicar su uso o forma de manipular,

o incluso emotiva al provocar estímulos en los usuarios. Las formas en los objetos artesanales de por sí ya son un estímulo visual que son interpretados de diferente forma por cada persona.

- Recorte

La forma de recortar una fotografía define el centro de interés visual en ésta, eliminando o restringiendo lo que no es tan importante. Pueden usarse herramientas como la regla de los tercios y la regla de los impares que permitan lograr diseños llamativos y más o menos dinámicos.

- Estilo

Se puede añadir cualidades distintas a una fotografía según el estilo en la que se imprima: reportaje, lomografía, a todo color, escala de grises, sobresaturación, hiperrealista. La sensación que las fotografías evoquen depende de su estilo. El uso de colores generalmente evoca una sensación más cálida que el blanco y negro. Mantener un estilo único como marca ayuda a ser identificados con mayor facilidad por los consumidores.

- Contraste

El contraste se refiere a la percepción de zonas claras y oscuras dentro de una composición. Permite de esta forma dar mayor impacto visual a diferentes áreas de la imagen. Dentro de los diseños artesanales en barro se utiliza mucho el contraste cromático para resaltar áreas del objeto, generalmente entre negros y colores tierra (matices anaranjados, terracota, etc.), Particularmente en la artesanía de barro se aprovechan los contrastes de los colores naturales de los materiales usados, y estos mismos colores pueden combinarse armoniosamente en una ilustración.

- Enfoque

Determina qué parte del contenido de una imagen está enfocado o desenfocado mediante la manipulación de la profundidad de campo. Una profundidad de campo pequeña fuerza al espectador a enfocar su atención en el tema central de la historia que se esté contando en la fotografía e ignorar el fondo.

- Perspectiva

Permite mostrar al producto desde diferentes ángulos, que pueden alterar enormemente la forma en la que es percibido. Los objetos artesanales de cerámica tienen tres dimensiones, y su identidad se percibe de formas diferentes desde el ángulo que se lo vea.

- Ilustración

Una de las mayores ventajas de la ilustración dentro del diseño de empaques es que puede al mismo tiempo crear un atractivo visual así como informar. La simplicidad de una ilustración permite transmitir fácilmente una idea o concepto, pudiendo ser realista o abstracta, además permite una libertad creativa que puede aprovecharse para comunicar valores de un producto en lugar de solamente dar información específica. La simbología de una cultura es rica en formas que pueden representarse en una ilustración. Asimismo, las distintas técnicas de ilustración, como el grabado y la litografía, producen sensación diferentes.

- Personificación

Al elegir un estilo de ilustración particular, se puede usar ese diseño en otros productos de la misma marca o categoría. De esta forma se puede

lograr “personificar” un estilo de ilustración con la marca, es decir, que las ilustraciones del empaque sean un referente de la marca que los compradores pueden usar para identificar.

Ya se ha mencionado antes que la tipografía puede ser manipulada extensamente para lograr distintos efectos y funciones, volviéndose informativa o ilustrativa, o ambas.

- Tipografía

La tipografía desempeña el papel comunicativo en el diseño de empaque, provee información de seguridad, fecha de fabricación, información del producto. La tipografía también puede transmitir la identidad cultural del producto y debe hacerlo de manera clara para ser atractiva. Si, por ejemplo, se piensa describir el proceso de producción para un objeto artesanal en la etiqueta del mismo, entonces la tipografía debe ser legible y comunicar satisfactoriamente tanto la información como la identidad de marca del artesano.

- Personalidad de fuentes

“Los tipos no sólo comunican lo que se dice sino también cómo se dice”. (Ambrose y Harris, 2011, p. 158). Las tipografías poseen estilos y cualidades tan diversas como las sensaciones que provocan. Existen tipografías que pueden percibirse como sobrias, y otras como más joviales y relajadas. La elección o creación de una fuente tipográfica depende de las cualidades que busque expresar la marca del artesano, como puede ser una combinación entre sus rasgos culturales ancestrales y su enfoque hacia una artesanía de vanguardia, moderna (innovaciones en su artesanía).

- Escala

Los tamaños de punto, o escalas, de una tipografía pueden usarse la manipular la legibilidad y jerarquía de una pieza de texto. El cuerpo de un texto también puede permitirle actuar como un elemento gráfico por si mismo. La referencia histórica que una fuente tipográfica pueda evocar (tipografías clásicas o con rasgos étnicos, por ejemplo) pueden resaltar la identidad de “tradicional” del artesano.

El éxito del diseño del empaque dependerá no solo de que cada uno de los elementos mencionados funcione de manera óptima individualmente sino también de que se combinen con coherencia y armonía como un todo. Se debe lograr un equilibrio en el que todos lo elementos funcionen y se combinen satisfactoriamente. Además, suele crearse una imagen “héroe” para el empaque, esto es, una única imagen que encierra la esencia de la marca. (Ambrose y Harris, 2011, p. 170).

2.5.4. Diseño de packaging

“[...] un embalaje eficiente se convierte en un factor indispensable para poder competir en calidad”. (Navarro et al, 2007, p. 3).

Uno de los pilares del diseño es su capacidad de generar creatividad, no solamente usarla como una herramienta. Es ese desarrollo en la creatividad innovadora del diseño que ha llevado a que el empaque para las artesanías en la actualidad juegue un papel que se extiende mucho más allá de solamente proteger al objeto artesanal, se ha convertido en un medio por el cual la “personalidad” de la marca del artesano puede potenciarse y alcanzar un mercado más amplio.

No obstante, el *packaging* para las artesanías no ha alcanzado un nivel de innovación (en forma o diseño) tanto como en los empaques para objetos industriales. Justamente por tratarse de objetos artesanales, hechos a mano y

con una carga cultural que no se debe atropellar por el afán de llevarlos a la gran industria, es que el diseño puede intervenir con propuestas que agreguen valor a la artesanía, y al mismo tiempo, ser responsables en cuanto a la utilización de los materiales y procesos de producción de los empaques.

El ecodiseño (del que se hablará más adelante) es en la actualidad un *must* dentro del diseño de empaques. La responsabilidad con el medio ambiente y el uso eficiente de los materiales para el empaque debe tratarse como un aspecto prioritario.

En este mismo sentido, la ventaja del empaque para artesanías culturales es que no está necesariamente destinado a grandes volúmenes de producción como en el caso del empaque de productos industrializados. Trasladar la cualidad de “hecho a mano” de las artesanías al diseño de su empaque significa alinearse a la preferencia por los materiales naturales, que generalmente carecen de tratamientos industriales contaminantes. En otras palabras, el empaque también se enfoca a tener cualidades artesanales en los materiales, formas y procesos de producción que lo conforman.

La primera función del empaque es la protección del objeto u objetos artesanales, y se debe cumplir esta función considerando los riesgos en la distribución:

- Caídas, choques y golpes
- Vibraciones
- Compresión
- Temperatura
- Agua, salitre, lluvia, inundación
- Apilamiento irregular

2.3.5. Diseño ecológico

La transformación de los materiales naturales en objetos artificiales que satisfagan las necesidades del ser humano ha llevado a una creciente demanda energética y de recursos de la naturaleza que termina teniendo un impacto negativo sobre el planeta. Los productos industriales son producidos en niveles masivos y sus desechos terminan acumulándose y contaminando. Más aun, muchos de los productos producidos en masa resultan ser superfluos, concebidos para ser desechados en un corto tiempo y reemplazados por algo “mejor” o simplemente más novedoso, carecen a veces del más mínimo contenido comunicativo trascendental.

Las objetos artesanales, por lo contrario, fueron siempre concebidos para satisfacer necesidades (materiales o espirituales) del ser humano, pero desde una relación mucho más armoniosa con la naturaleza, además de estar destinados a durar en el tiempo, particularmente los objetos de carácter religioso, cultural o tradicional. Los materiales usados casi siempre son manipulados con otros materiales naturales (la arcilla con el agua, por ejemplo) y pocas veces existe un desperdicio del material (solo se puede usar cierta cantidad de agua para una correcta producción cerámica). Así pues la artesanía nace como una vínculo integrador entre la imaginación del ser humano y los recursos naturales en el medio ambiental en el que vive.

De manera consciente o inconsciente, los artesanos han desarrollado una estrecha relación entre su mano e imaginación y lo que la naturaleza provee para que puedan expresar creativamente su universo cultural y su identidad. Es por esto, y tomando como base el concepto propuesto por Joaquim Viñolas, que se puede considerar a la artesanía en barro como un *producto ecológico*. Viñolas (2005, p. 174) plantea que un producto ecológico considera sus interrelaciones con el medio ambiente y el ser humano durante todo su proceso de producción. El producto ecológico es concebido como un sistema complejo de relaciones que tiene influencia sobre el ser humano y la naturaleza. En

cambio, los productos industriales se conciben como “realidades aisladas”, separadas del medio ambiente, destinados a ser consumidos y desechados.

Joaquim Viñolas Marlet (2005, p. 15) también dice que el concepto de *medio ambiente* no debe considerársele como algo externo al ser humano, sino concebirlo como un conjunto de relaciones en las que está incluido el ser humano. “De algún modo, todo lo que hacemos a la naturaleza nos lo hacemos a nosotros mismos y a la vez, todo lo que nos hacemos a nosotros mismos incide en ella.” (Viñolas, 2005, p. 15).

Con lo anterior mencionado, se puede concluir que todo elemento, complementario o auxiliar, que se elabore para agregar valor a un objeto artesanal (empaques, etiquetas, etc.) debe mantener aquella relación respetuosa con la naturaleza, e inclinarse hacia el uso de materiales reciclables, naturales y de bajo impacto ambiental.

Las artesanías de GAEN, por ejemplo, cuentan actualmente con algunos elementos de imagen corporativa, como folletos, bolsas y etiquetas, algunos de ellos elaborados con materiales reciclados o naturales y otros no. Usar, por ejemplo, un solo tipo de papel reciclado para toda la papelería corporativa de la asociación no solo abarata costos sino que también favorece a la imagen global de GAEN, manteniendo coherencia en el mensaje de “hecho artesanalmente” que la asociación busca transmitir. El uso de materiales naturales autóctonos de la zona puede convertirse en un rasgo distintivo de su identidad, que de hecho ya lo aplican sus artesanías (la arcilla se obtiene de las mismas montañas aledañas a Mascarilla, así como también semillas y otros materiales para sus artesanías).

En la actualidad existen ciertas “tendencias” en los distintos campos del diseño, en este caso del diseño artesanal, que están relacionados con el ecodiseño. Estas tendencias marcan aspectos positivos y negativos, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 8. Aspectos positivos y negativos desde la perspectiva ecológica en el diseño

NUEVA ARTESANÍA	
Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Permite la integración entre mente-mano-herramienta-materia-proceso • Recoge la sabiduría relativa a los materiales que proviene del pasado • Aprovecha las soluciones tipológicas históricamente heredadas • Acostumbra a trabajar con materiales naturales y autóctonos • Su lógicas es, por lo general, inherentemente cualitativa • Es capaz de recoger la experiencia del usuario en relación con el producto • Su reducida escala física a nivel productivo supone generalmente unos impactos ecológicos moderados • Mayor “impermeabilidad” a las modas y tendencias efímeras • En principio, los productos artesanos tienen un marcado carácter individual 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producción mucho más baja • Los costes de fabricación tienden a ser más elevados (aunque no siempre) • Los tiempos productivos son más largos • Mayores dificultades para incorporar nuevos materiales y/o tecnologías • Nivel de precisión más bajo

<ul style="list-style-type: none"> • Mayores posibilidades de personalización de los productos • Mayor nivel de implicación e identificación del artesano en relación con su obra 	
---	--

Tomado de Joaquim Viñolas Marlet, 2005, p. 257

Existen ciertos aspectos dentro de la producción de artesanías en barro que pueden considerarse tener cierto impacto ambiental negativo, como el uso de energía eléctrica en los hornos eléctricos para la quema de piezas cerámicas. Sin embargo, productores artesanales como GAEN mantienen su producción a niveles medios o bajos, lo que reduce drásticamente la cantidad de energía usada. Incluso algunos artesanos siguen usando hornos de leña, dependiendo del tipo de piezas que elaboren.

Ahora bien, resulta oportuno analizar por separado los aspectos conflictivos que el diseño gráfico y el diseño de envases y embalajes pueden traer consigo si no se los aplica con responsabilidad ecológica:

Para el diseño gráfico:

Aspectos conflictivos

- Índices demasiado altos de consumo de papel y sus derivados, causando deforestación y desequilibrio ambiental. El papel reciclado supone un ahorro del 60% de energía.
- Uso de sustancias tóxicas, como cloro, mercurio, bromo, entre otros, como agentes blanqueantes y para dar ciertas características al papel.

- La mayoría de las tintas sintéticas son altamente tóxicas.
- La saturación de mensajes de baja calidad comunicativa que causan un entorno contaminado en el sentido semiótico y semántico, provocando obsolescencia comunicativa y física.
- Alta dependencia del papel como soporte físico.

Directrices ecológicas para un diseño gráfico respetuoso con el medio ambiente:

- Profundizar en los aspectos comunicativos de los mensajes gráficos, para evitar caer en la obsolescencia gráfica y la vacuidad de los mensajes.
- Considerar los condicionantes ergonómicos de percepción visual vinculados a los mensajes.
- Experimentar con papeles alternativos (reciclado, artesano o de algodón).
- Buscar alternativas al soporte de papel siempre que sea posible.
- Considerar desde el principio qué tipo de papel comunica lo que se pretende.
- Considerar el formato de los diseños para reducir el consumo de papel y minimizar los recortes sobrantes.
- Usar tintas sin metales pesados con base de agua o vegetales (soja) biodegradables.

- Concebir etiquetas colgantes o atadas en lugar de etiquetas adhesivas.

En cuanto al diseño de envases y embalajes se puede decir:

Aspectos conflictivos

- La mayoría de envases y embalajes son concebidos para un solo uso.
- Muchos de los envases y embalajes están hechos con materiales no renovables.
- Los envases vacíos suelen ocupar el mismo espacio físico que cuando están llenos, gran parte de los residuos sólidos urbanos provienen de ellos.

Directrices ecológicas para un diseño de envases respetuoso con el medio ambiente:

- En general son mejores los formatos grandes ya que resultan mas eficientes.
- Usar siempre materiales reciclados, o al menos reciclables.
- Disminuir la heterogeneidad de los materiales en el envase y embalaje, ya que esto permite mayor simplicidad en el proceso de reciclaje. Si esto no es posible, cada material debe poder separarse y reciclar con facilidad. De hecho, desde este punto de vista el mejor envase es el de un solo material.
- No usar materiales tóxicos o contaminantes.

- Ajustar la durabilidad de los materiales a la vida útil del producto que contienen.
- Incluir en el diseño del envase toda la información respecto a éste que el usuario pueda necesitar: materiales del que está hecho, estrategias de recolección y manipulación del envase antes y después de usarse el producto, si el producto incorpora algún *plus* medioambiental (papel 100% reciclado, por ejemplo), si es rellenable, reutilizable, recambiable, entre otros.
- La forma del envase debe ser congruente con la estrategia comunicativa global del producto.
- Los materiales deben ser durables y con buena presencia para fomentar su reutilización por parte del usuario.
- El papel en el envase debería incorporar la máxima cantidad posible de fibra reciclada, sin tratarse con plásticos o barnices sintéticos.

Estas consideraciones y directrices ecológicas planteadas por Joaquim Viñolas (2005, p. 50) ilustran un panorama claro, no solo de la situación actual del diseño y los objetos, sino de todas las alternativas disponibles que existen. El problema es que a pesar de la vasta variedad de alternativas ecológicas para reemplazar o al menos disminuir el uso derrochador de materiales tóxicos y contaminantes, no se ha fomentado su uso debido al exigente (en cuanto a demanda) mercado actual. La producción industrial ha provocado un desarrollo enorme respecto a las tecnologías para el diseño de envases y embalajes y las artes gráficas, y casi siempre estas tecnologías se aplican sin criterio al sector artesanal, obteniendo una incongruente relación entre el objeto artesanal y el resto de elementos de su imagen. Por qué una artesanía de barro (material natural) se promociona con folletos impresos en papel couché o satinado? Este

papel resulta muy difícil de reciclar, contradiciendo lo ecológico del objeto artesanal.

“Los objetos creados por el hombre de forma artesanal tienen un carácter individual, presentan rasgos diferenciadores que los hacen únicos.” (Viñolas, 2005, p. 50). Es precisamente por esa individualización que no se pueden usar, por ejemplo, empaques industrialmente hechos de materiales sintéticos cuya producción representa un alto impacto económico y ambiental para empacar un producto artesanal hecho de materiales naturales y procesos artesanales. De hecho, la realidad es que muy pocos artesanos tienen los recursos económicos y de información como para diseñar un empaque que se acomode a su alcance económico y que representa justamente la identidad de lo que producen: lo artesanal. Los puntos antes mencionados deben aplicarse en el diseño de todos los elementos de imagen corporativa del artesano para lograr un diseño ecológico.

CAPITULO 3

Metodología

3.1. Planteamiento del problema

La preferencia por la importación de producción extranjera afecta negativamente a la producción nacional ya que limita la inversión y el desarrollo en el sector. Esto se debe principalmente a la falta de innovación, difusión y promoción de los productos ecuatorianos, principalmente los elaborados artesanalmente.

Asimismo, se observa una falta de coordinación y organización, principalmente para posicionar la imagen del país como origen de las artesanías. Esto es consecuencia directa de la falta de identidad corporativa de los productores artesanales, ausencia de catálogos, páginas Web, etc. (Salazar, 2005, p. 99). Debido a esto, y aunque ya se ha empezado a considerar el inmenso potencial que tienen las industrias culturales dentro de la transformación de la matriz productiva ecuatoriana, su aprovechamiento aun es deficiente debido a que la producción artesanal aún es marginada por la producción capitalista. Consecuentemente, la relación entre las industrias artísticas y culturales con la economía y sociedad se ve debilitada.

3.1.1. Objetivo general

Desarrollar una propuesta de sistema de packaging, imagen corporativa y línea de piezas artesanales basadas en la cultura afro-ecuatoriana de la Comunidad de Mascarilla, mediante la aplicación de técnicas de diseño gráfico e industrial para el Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN) que le permita fortalecer su imagen dentro del mercado.

3.1.2. Objetivos específicos

4.1.2.1. Analizar la situación actual de la producción de artesanías del grupo GAEN, sus técnicas artesanales utilizadas y la presentación de sus productos en el mercado.

4.1.2.2. Identificar los conceptos y técnicas de diseño aplicables para el desarrollo de una propuesta de sistema de packaging e imagen corporativa para el grupo GAEN.

4.1.2.3. Diseñar una propuesta innovadora de packaging e imagen corporativa para el grupo GAEN.

3.1.3. Variables dependientes

4.1.3.1. Consolidación de la imagen corporativa de GAEN.

4.1.3.2. Innovación en la presentación de las artesanías de GAEN.

3.1.4. Variables independientes

4.1.4.1. Diseño gráfico-industrial

4.1.4.2. Diseño artesanal

4.1.4.3. Piezas Artesanales

4.1.4.4. Imagen Corporativa

3.1.4.4. Packaging

3.1.4.5. Cultura afro-ecuatoriana de la comunidad de Mascarilla

3.1.5. Alcance

El proyecto de diseño de identidad corporativa y línea de piezas artesanales para el grupo GAEN tuvo un enfoque mixto y un alcance:

Exploratorio: se analizó desde el punto de vista del diseño un sector artesanal poco explotado en el país.

Descriptivo: se detalló la situación actual del sector artesanal cerámico, las necesidades productivas del grupo objetivo de artesanos, las tendencias dentro del diseño de artesanías y las actividades que puedan resolver la problemática del proyecto.

Se usaron datos de los procesos de producción y materiales utilizados por el grupo GAEN, datos de venta, datos de los miembros de GAEN y datos respecto al turismo en la región, con énfasis en el atractivo turístico que representa el sector artesanal en Mascarilla. Se obtuvieron los datos e información necesaria principalmente de La Prefectura del Carchi, el Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte y el Ministerio de Cultura y Patrimonio. Se utilizó también la información que el mismo grupo GAEN tiene respecto a sus artesanías y de las personas que capacitaron a los miembros de la asociación.

Se hizo un análisis tipológico y tabulación de las artesanías en su estado actual. Se realizó un reporte fotográfico del proceso de fabricación de una máscara artesanal hecha por GAEN.

Se realizó una tabulación con los resultados obtenidos en las pruebas de la propuesta de packaging para las piezas artesanales.

3.1.6. Objeto de estudio

Artesanos miembros del Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN) de la Comunidad de Mascarilla.

3.1.7. Unidad de análisis

Compradores de las artesanías hechas en Mascarilla, tanto turistas nacionales como extranjeros.

3.1.8. Situación Inicial

En términos comerciales, Ecuador es importador neto de productos artesanales. Esto se debe principalmente a la falta de identidad corporativa e

innovación de los productores artesanos, lo que dificulta la difusión de sus productos en el mercado nacional e internacional, como es el caso de las artesanías hechas en Mascarilla.

3.1.9. Situación actual

Existen iniciativas y leyes que fomentan la producción de bienes y servicios culturales, pero se han enfocado más en los sectores priorizados (cine, música...), dejando a un lado al sector artesanal cerámico, sobre todo en comunidades pequeñas como Mascarilla, a pesar de que su valor cultural es importante.

3.1.10. Situación ideal

Un mayor alcance de la producción artesanal cerámica de Mascarilla hacia el mercado nacional e internacional, potenciando la innovación en la imagen de los productores artesanales cerámicos de GAEN.

3.1.11. Enfoque

La investigación del proyecto se realizó con un enfoque mixto, para recolectar, analizar y tabular los datos cuantitativos y cualitativos obtenidos que permitan comprender la situación del objeto de estudio del proyecto planteado.

3.2. Análisis de la condiciones

3.2.1. Investigación bibliográfica

Este tipo de investigación se usó para recopilar información que permitió entender los aspectos trascendentales de la cultura afro en el Valle del Chota y las manifestaciones de éstos dentro del contexto social de esa región. Además, se consultaron autores dentro del campo del diseño gráfico y diseño industrial para obtener los conceptos, teorías y metodologías necesarias para resolver la problemática de este proyecto.

3.2.2. Investigación de campo

3.2.2.1. Entrevista de preguntas abiertas

Las preguntas abiertas de la entrevista permitieron recopilar información verbal directamente de antropólogos y autoridades que han estudiado la condición de las comunidades en el cantón Mira. Se buscó obtener información relevante principalmente acerca de la historia, identidad y cultura de Mascarilla y Mira, y también acerca de los aspectos económicos y sociales más importantes a considerar para este proyecto. La entrevista también se la hizo a la representante de la asociación GAEN, permitiendo de esta forma entender la situación de la artesanía local de Mascarilla desde un punto de vista externo e interno a la comunidad.

3.2.2.2. Observación estructurada

Se utilizó este método para comprender a profundidad la problemática del proyecto desde un punto de vista interno a la asociación. Se registraron los aspectos más importantes del proceso de producción de una máscara artesanal de GAEN, posteriormente analizando los resultados cualitativos y cuantitativos obtenidos de las observación para determinar los aspectos en los que la inclusión del diseño pudo dar mayor aporte.

3.2.3. Análisis de mercado

3.2.3.1. Benchmarking competitivo

GAEN tiene como competencia directa a Artesanías Coangue, ubicada en Carpuela, Valle del Chota.

Artesanías Coangue lleva el mismo tiempo que GAEN elaborando máscaras y artesanías en barro. Aunque las técnicas y procesos de elaboración de las artesanías son prácticamente las mismas entre ambas asociaciones, son los acabados y formas los que hacen la diferencia.



Figura 23. Artesanías Coangue



Figura 24. Máscaras hechas por Artesanías Coangue

Artesanías Coangue ha adoptado el uso de moldes para algunas de sus máscaras y piezas artesanales, sobre todo muñecas, lo que les ha permitido reproducir ciertos modelos en mayores cantidades según los pedidos, e igualmente la fundación Sincha Sacha vende algunas de sus piezas.



Figura 25. Muñecas de Artesanías Coangue

La representante de Artesanías Coangue es Alicia Villalba, quien explica que sus piezas ya son conocidas y atraen a un considerable número de turistas. El costo de las piezas va desde 1 dólar hasta 80 dólares. Además, han incursionado hace pocos años en la elaboración de trajes y vestidos similares a los que usan las mujeres afrochoteñas en las fiestas locales que también son vendidos en la tienda.



Figura 26. Máscaras de Artesanías Coangue

Hace aproximadamente seis meses, Artesanías Coangue empezó a gestionar el desarrollo de su propia marca. Alicia Villalba comenta que este proceso se lo ha ido haciendo con recursos de la asociación ya que consideran importante que sus artesanías carguen su propia marca. Asimismo, la asociación planea desarrollar su propio empaque con su marca e imagen, ya que no les gusta el hecho de usar las bolsas que fundaciones como Sincha Sacha les provee porque consideran que las mismas buscan promocionar la imagen de la fundación más que la de los artesanos.

Artesanías Coangue ha dado un fuerte enfoque a la innovación de sus artesanías, especialmente en el uso de materiales alternativos como se puede observar en sus máscaras, esto con iniciativa de sus miembros artesanos. La tienda de Artesanías Coangue tiene una mejor iluminación natural que la de GAEN y mayor decoración interna, además que los exhibidores tiene una apariencia más limpia y organizada (ver figura 26).

Finalmente, Artesanías Coangue no cuenta aun con página web pero tiene página en Facebook, que es actualizada periódicamente.



Figura 27. Página de Facebook de Artesanías Coangue
Tomado de (Facebook, s.f.)

3.2.3.2. Benchmarking funcional

Existen productores artesanos que han logrado un mayor alcance de su artesanía hacia los mercados nacionales e internacionales, valiéndose principalmente del impulso de la imagen de su producto. Tal es el caso de los sombreros Homero Ortega.

Cabe aclarar que Homero Ortega no es un competidor directo de GAEN. Sin embargo, el análisis que sea realiza a continuación permite entender de mejor forma cómo un producto artesanal se beneficia económicamente y mejorando

la imagen que sus clientes tienen del mismo cuando se invierte en innovar su presentación (empaques, etiquetas, etc.).

Homero Ortega se ha convertido en un referente ecuatoriano a nivel nacional e internacional en lo que respecta la elaboración de sombreros de paja toquilla (*panama hat*). La empresa lleva cuarenta años produciendo y exportando sombreros y mucho de ese éxito se debe al impulso que se ha dado a su marca. Los productos de Homero Ortega cuentan con etiquetas, empaques, página web y catálogos en línea y ha incursionado en la elaboración de otros objetos como carteras y artículos para mujeres y hombres, combinando la paja toquilla con otros materiales como el cuero.

El administrador de la tienda-museo Tianguéz, Eduardo Castro, comentó durante las encuestas realizadas en el lugar que los sombreros que el Tianguéz vende son de mucha mejor calidad que los de la tienda Homero Ortega. No obstante, los turistas se ven más atraídos hacia los sombreros de Homero Ortega gracias a su exposición a la marca de la empresa, a la presentación del producto y al atractivo diseño de sus *showrooms*. Los sombreros del Tianguéz no tienen un empaque propio o etiquetas.



Figura 28. Etiquetas de sombreros Homero Ortega

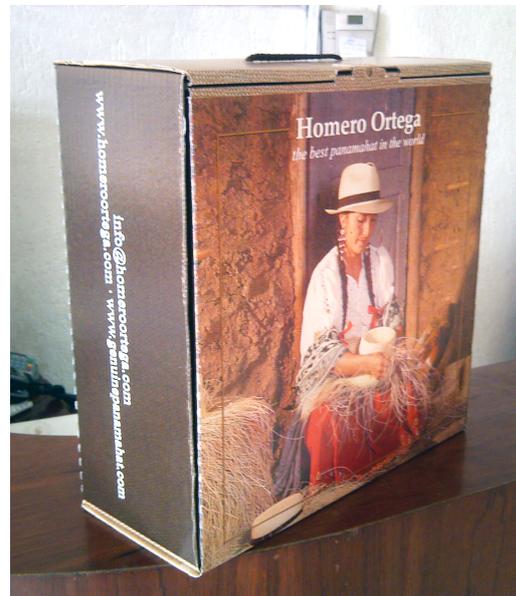


Figura 29. Empaques de sombreros Homero Ortega



Figura 30. Etiquetas de sombreros Homero Ortega

3.2.3.3. Análisis FODA

Tabla 9. Análisis FODA de la empresa Homero Ortega

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con imagen corporativa que tiene un fuerte posicionamiento dentro del mercado. • Los <i>showrooms</i> en Quito y Cuenca tienen una importante afluencia de clientes, principalmente extranjeros, de un medio y fuerte poder adquisitivo. • Variedad en diseños de sombreros, tanto para hombre como para mujer. • Capacidad para producir grandes cantidades de sombreros en un muy corto tiempo. • Tienen Certificación de Calidad ISO 9001 – 2000 para diseño, 	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad del producto final no es la más alta en el mercado • Imagen de un “sombrero de calidad regular”, según la opinión de sus clientes que también han comprado sombreros de paja toquilla de otros artesanos. • No disponen de un catálogo en las tiendas, solo en su página web. • No todos los productos tienen un empaque rígido. • El empaque para los sombreros es mucho más grande y más pesado que cualquier sombrero.

producción y exportación de sus productos.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de gobierno para impulsar el producto nacional. • Convenios disponibles con guías y agencias de turismo para llevar turistas a las tiendas de Homero Ortega. • El centro histórico de Quito es un destino turístico muy importante. • Fuerte poder adquisitivo del mercado meta . • El <i>Panama Hat</i> es reconocido mundialmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen varios modistas y diseñadores internacionales que han creado su marca bajo el comercio justo (<i>fairtrade</i>) y tienen mayor acogida internacionalmente. • Existen sombreros de paja toquilla de mucha mejor calidad, como los vendidos en la tienda Tianguéz, de Sinchi Sacha, y cuyo precio es más bajo en relación a los de Homero Ortega.

Tabla 10. Análisis FODA de la asociación GAEN

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte contenido cultural de las piezas artesanales. • Las máscaras son reconocidas nacional e internacionalmente. • Originalidad de cada pieza. • Interés de los integrantes de la asociación por mejorar su producción artesanal. • Apoyo de voluntarios nacionales y extranjeros. • Importante presencia en los medios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incapacidad para producir volúmenes grandes en poco tiempo. • Las máscaras más grandes toman varios días (una semana aproximadamente) en hacerse. • Solo se usan moldes para piezas más pequeñas que no se venden a menudo. • Poca confianza de GAEN hacia proyectos, ferias y distribuidores que muestren interés en su artesanía. • Ausencia de imagen corporativa.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo continuo del gobierno del Carchi para fomentar la producción y comercialización de las artesanías de la región. • Apoyo de varias fundaciones hacia los artesanos de Mira, como Mapfre y Sinchi Sacha. • Algunas agencias de viajes incluyen en sus paquetes 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen proyectos actualmente por parte del municipio de Mira que busquen el desarrollo de la comunidad de Mascarilla como atractivo turístico • Fuerte competencia dentro del sector artesanal cerámico. • El comercio justo, o <i>fairtrade</i>, no siempre se practica en la

turísticos visitas a Mascarilla.	<p>realidad, a menos que el distribuidor de la artesanía sea miembro de la World Fair Trade Organization.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de convertir a las artesanas de GAEN en “obreras” si no se respeta su rol como comunicadoras de cultura a través de su artesanía.
----------------------------------	--

Tabla 11. Análisis FODA de la asociación Artesanías Coangue

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte contenido cultural de las piezas artesanales. • Las máscaras son reconocidas nacional e internacionalmente. • Originalidad de cada pieza. • Interés de los integrantes de la asociación por mejorar su producción artesanal. • Enfoque de su artesana representante hacia la innovación y mejoramiento de sus artesanías. • Uso de moldes para cumplir con producciones mayores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las máscaras más grandes toman varios días (una semana aproximadamente) en hacerse. • Ausencia de imagen corporativa. • Poco o nulo apoyo por parte de fundaciones. • Dificultad para ubicar la tienda por falta de señalética.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo continuo del gobierno del Carchi para fomentar la producción y comercialización de las artesanías de la región. • Apoyo de varias fundaciones hacia los artesanos de Mira, como Mapfre y Sinchi Sacha. • Algunas agencias de viajes incluyen en sus paquetes turísticos visitas a las comunidades del Valle del Chota. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existen proyectos actualmente por parte del municipio de Mira que busquen el desarrollo de la comunidad de Mascarilla como atractivo turístico • Fuerte competencia dentro del sector artesanal cerámico. • El comercio justo, o <i>fairtrade</i>, no siempre se practica en la realidad, a menos que el distribuidor de la artesanía sea miembro de la World Fair Trade Organization. • La falta de conocimiento respecto al tema puede llevar a una deficiente gestión de su imagen y

	marca y hacer que la asociación “se quede fuera” del mercado.
--	---

3.2.3.4. Conclusiones

Con los análisis realizados se puede concluir lo siguiente:

- El desarrollo y promoción de la imagen corporativa de un artesano o grupo artesanal permite un mayor alcance de su producto hacia mercados nacionales e internacionales.
- Existen oportunidades, como las que brinda el comercio justo y las fundaciones como Sinchi Sacha, para la producción artesanal.
- Cuando los turistas ya han tenido contacto con la imagen del artesano, es más fácil que compre una pieza artesanal al llegar a la tienda.

3.2.3.5. Encuesta de preguntas cerradas

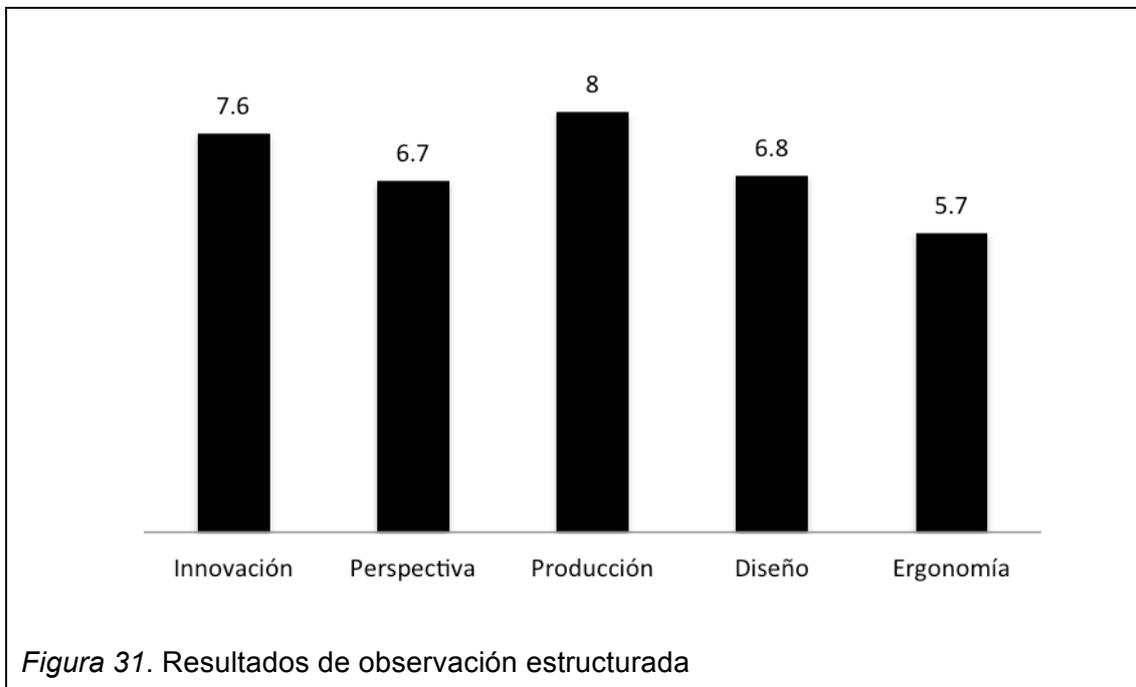
La encuesta fue realizada a una muestra representativa de los clientes de las artesanías de GAEN. La encuesta se realizó a los clientes que visitaban la tienda de GAEN en Mascarilla y a los clientes del museo-tienda Tianguéz en el centro histórico de Quito, parte de la Fundación Sinchi Sacha, que es distribuidor de las artesanías de GAEN mediante el Comercio Justo. Las preguntas se enfocaron en los factores gráficos y ergonómicos que más importancia daban los clientes de GAEN al momento de adquirir sus artesanías, cuyos resultados fueron analizados para determinar los requerimientos de diseño de la propuesta.

3.2.4. Definición del problema

3.2.4.1. Análisis e interpretación de resultados cualitativos

Se analizaron los aspectos más importantes dentro del proceso de producción de una máscara artesanal elaborada por miembros de GAEN. Estos datos permitieron determinar aspectos de la producción de GAEN que más pueden beneficiarse de la introducción del diseño.

Para analizar estos factores, se usó la técnica de investigación de observación estructurada, la cual permitió analizar en vivo el proceso de elaboración de una máscara de GAEN.



La gráfica muestra los resultados obtenidos de la observación estructurada, tabulados en sus categorías y puntajes promedios obtenidos de 7 de los 11 miembros de GAEN. La clasificación usada en la observación estructurada fue de una escala de 1 a 10, donde 1 significaba “bajo”, 5 significaba “medio”, y 10 significaba “alto”. Con esta escala, se pretendió calificar según criterios de diseño a los 7 integrantes de GAEN mientras realizaban una máscara artesanal y obtener las variables cualitativas ordinales necesarias para diagnosticar los aspectos en la producción y características de la artesanía de GAEN que más beneficio puedan sacar de la intervención del diseño.

Seguidamente se analizará las variables cualitativas ordinales que estos resultados representan y cómo afectan a la producción artesanal de GAEN.

- Innovación: el promedio entre los 7 miembros de la asociación es de 7,6 que puede representar que, en general, GAEN presenta un grado medio

de innovación. Las herramientas usadas eran casi las mismas para todos los participantes de la observación estructurada. Lo detalles y acabados se lograban usando prácticamente las mismas técnicas y herramientas. Según Betty Acosta, apenas hace poco habían logrado conseguir un horno eléctrico, siendo éste la única herramienta eléctrica que usan.

- **Perspectiva:** el promedio es 6,7. Esto representa un nivel medio, que significa que en general la asociación no tiene una perspectiva clara del mercado o de alternativas de métodos producción.
- **Producción:** se refiere a qué tanto conocían los participantes respecto a la técnica artesanal y su contenido cultural, afectando esto directamente a la calidad de sus objetos. El nivel de producción promedio es 8, siendo el promedio más alto de la observación estructurada. El nivel alto de producción se debe a que la asociación se ha mantenido unida e interesada en el reconocimiento de sus raíces ancestrales y culturales.
- **Diseño:** se refiere a los aspectos esenciales de composición en el diseño que pudieron observarse en los trabajos de los participantes. La capacitación brindada a GAEN ha permitido que sus miembros conozcan las bases de color, armonía, etc. De manera particular se menciona que, en general, el desarrollo de una idea o concepto antes de empezar la elaboración de la máscara fue casi nulo. Según los participantes, la máscara es algo totalmente espontáneo, las formas las van dando en la marcha, muchas veces modificando varias veces una misma área de la máscara.
- **Ergonomía:** este es el puntaje más bajo. Se observa que el nivel de ergonomía de las artesanías es medio. Cabe aclarar que en este aspecto se tomó más en consideración otros objetos ya terminados, como carteras de tejidos naturales, porta inciensos, ceniceros, etc. Las

máscaras son elementos estéticos, no están destinadas a cumplir una función específica para el consumidor.

Inicialmente se planteó como parte del presente proyecto proponer una línea de piezas artesanales innovadoras. Los resultados de la observación estructurada y los demás conceptos aplicables para la innovación de la artesanía de GAEN detallados en los capítulos anteriores sirven como una referencia si es que en un futuro se buscara la intervención del diseño directamente en la producción artesanal de la asociación. Se han podido observar sectores en la producción de GAEN que pueden beneficiarse de la intervención del diseño, por ejemplo, en los acabados y detalles de las máscaras. Sin embargo, después de toda la investigación realizada se concluyó que la propuesta de piezas artesanales innovadoras no es factible por las siguientes razones:

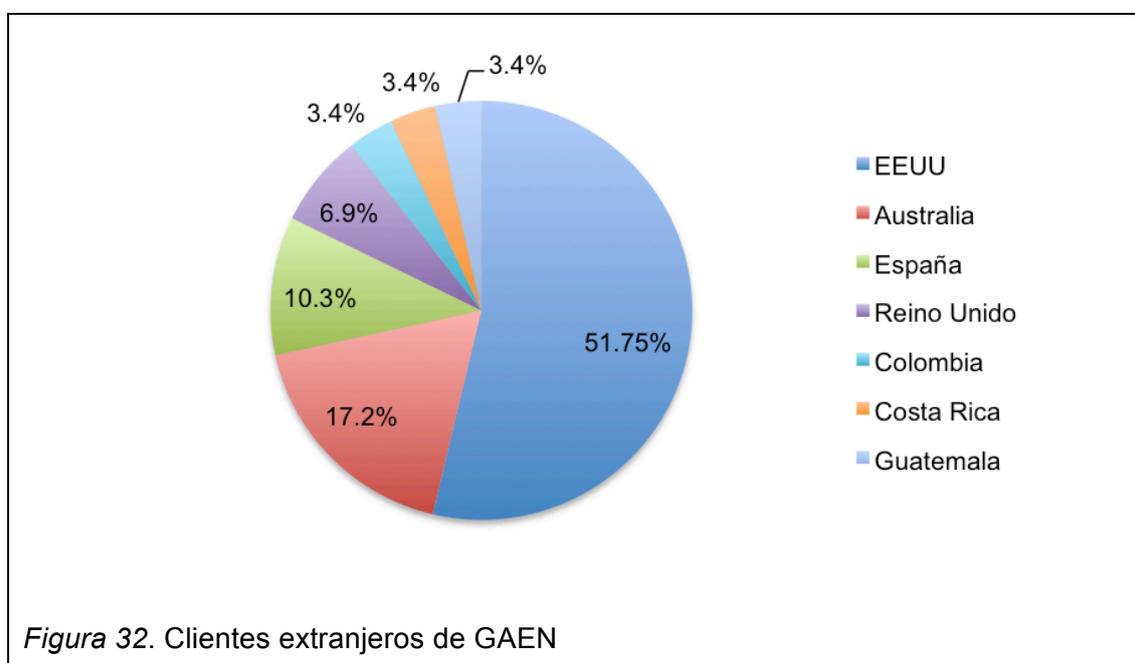
- Una intervención directa en la producción artesanal de GAEN, como comentan los autores citados en esta investigación, es algo que se debe hacer con mucho cuidado, lenta y progresivamente y siempre trabajando conjuntamente con el artesano. Esto porque la artesanía de GAEN es de alto valor cultural.
- Betty Acosta, representante de GAEN, durante la entrevista explicó que la artesanía de GAEN tiene principalmente un propósito de comunicación cultural, además de que como autoras de su artesanía son quienes a la final deciden qué aspectos o procesos cambiar, innovar o eliminar dentro de su producción artesanal. Al menos por el momento, la asociación no está interesada en intervenciones directas a sus productos, principalmente las máscaras de barro.
- Marco Ghysseleinckx, antropólogo quien capacitó a las comunidades del Valle del Chota en la técnica de modelado de arcilla, durante su entrevista explicó que este tipo de producciones artesanales

representan para las comunidades un medio de manifestación y rescate de su cultura. Por lo tanto, aunque puedan plantearse proyectos a estas comunidades, a la final son los artesanos quienes deciden hacia dónde llevar su producción.

3.2.4.2. Análisis e interpretación de resultados cuantitativos

La encuesta se realizó a 80 clientes de GAEN, cuyos resultados muestran lo siguiente:

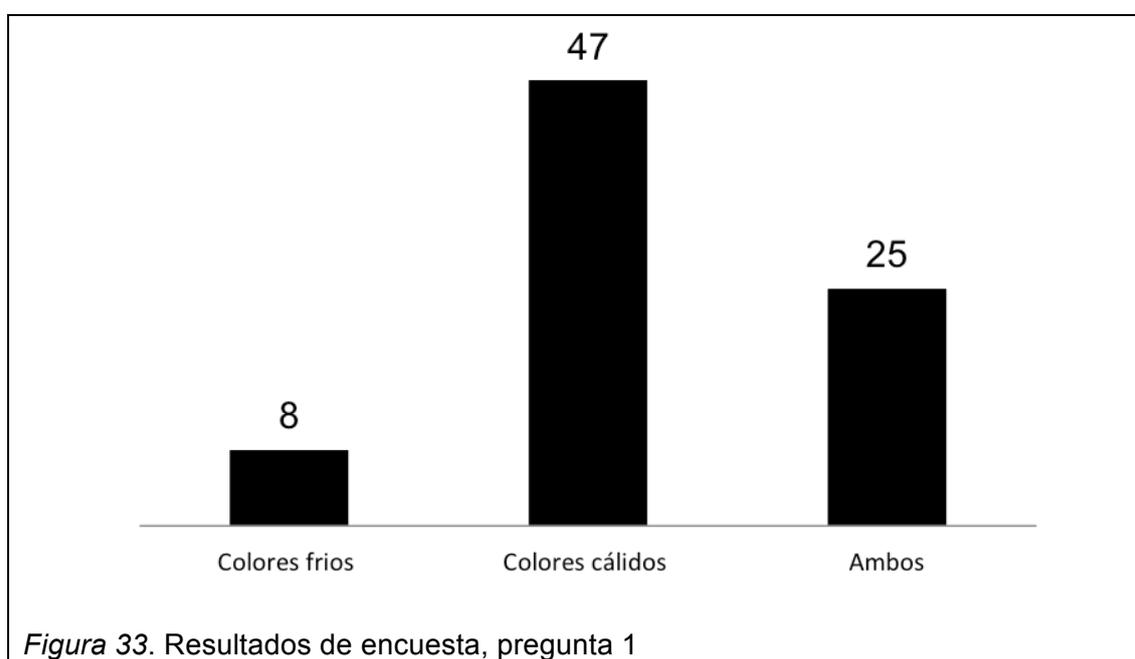
El 63,75% del total de clientes encuestados son nacionales, y el 36,25% son turistas extranjeros. Cabe mencionar que la mayoría de compradores de artesanía en barro del museo-tienda Tianguetz son turistas extranjeros, los visitantes nacionales de la tienda no compran artesanía en barro a menudo. De los clientes de GAEN extranjeros encuestados se observó que la mayoría son de Estados Unidos. El siguiente gráfico muestra la cantidad de clientes extranjeros de GAEN según su nacionalidad:



Por otro lado, la edad promedio de los clientes es de 43 años. Es importante distinguir que los principales compradores de las artesanías más grandes (y

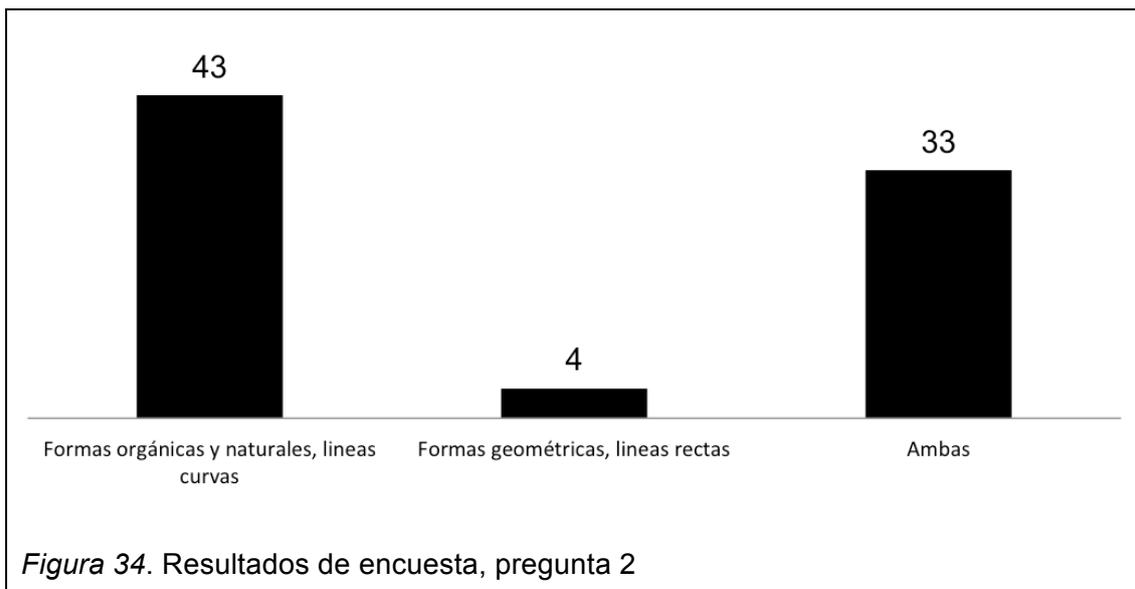
costosas) de GAEN, son adultos de edades entre 50 y 70 años, o mayores a 70 años. Se consideró este aspecto principalmente en el diseño ergonómico del empaque. Los compradores más jóvenes generalmente compran artesanías más ligeras y pequeñas, como collares, aretes, figuras de barro pequeñas, etc. A continuación se analizan los resultados de las preguntas de la encuesta:

1. Qué colores representaría para usted la artesanía en barro?



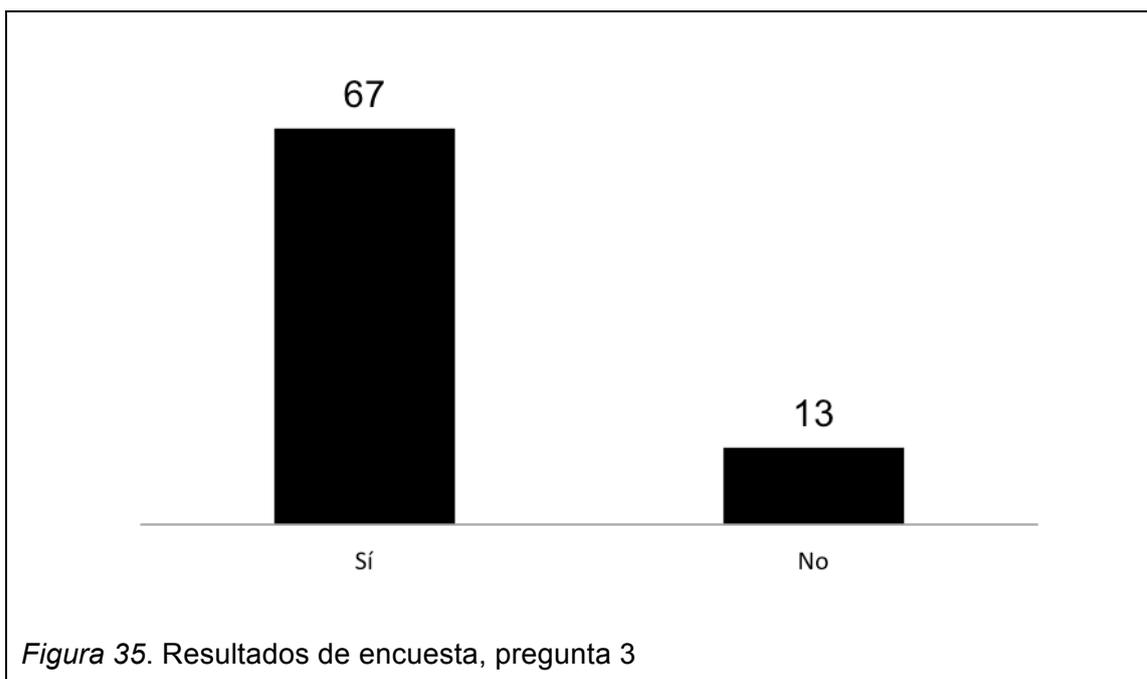
La mayoría de encuestados relacionan los colores cálidos con la artesanía en barro. Manteniendo esta gama de colores en toda la imagen corporativa de GAEN y su artesanía en barro permite crear pregnancia y relaciona la tonalidad cromática de la imagen con el significado de la cromática en las artesanías de barro. Los tonos de rojo, naranja, amarillos y marrones evocan, como se mencionó en el capítulo 1, calor y se relacionan con el Sol y el fuego, la positividad, espiritualidad y la alegría, características que José Franklin Chalá (2013, p. 59) dice que representan al espíritu del pueblo afrochoteño.

2. Qué tipos de formas relaciona más usted con las artesanías en barro?



La mayoría de encuestados relaciona las formas orgánicas con la artesanía en barro. GAEN hace todas sus máscaras y la mayoría de sus objetos de forma completamente artesanal, y cada forma es única y espontánea. Estas formas orgánicas también deben manifestarse en la imagen con la que GAEN presenta su imagen.

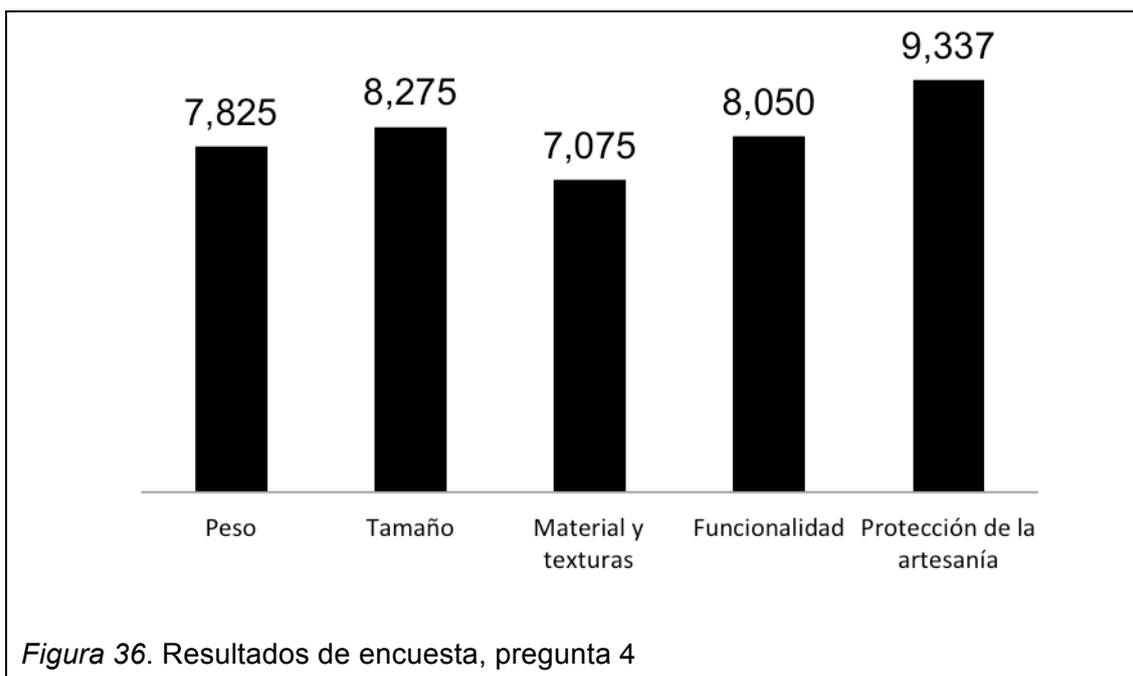
3. Qué tan importante resultan para usted los siguientes factores al Momento de cargar/manipular un empaque de artesanías de barro? Utilice una escala del 1 al 10, donde 10 significa "Muy importante" y 1 significa "Nada importante":



Como se observa, la protección de la pieza cerámica es el factor más importante, para clientes nacionales y extranjeros de GAEN. La funcionalidad del empaque (que tenga agarraderas, que sea fácil de armar o desarmar, etc.) y el tamaño (que no sea demasiado grande o pequeño en relación a la pieza artesanal) también resultaron ser importantes debido principalmente a que los compradores de las piezas de GAEN casi siempre cargan más de una bolsa o maleta, por lo que el empaque no debe sumar una carga pesada e incómoda más. Finalmente, las texturas y materiales del empaque fueron considerados como menos importantes por los clientes de GAEN.

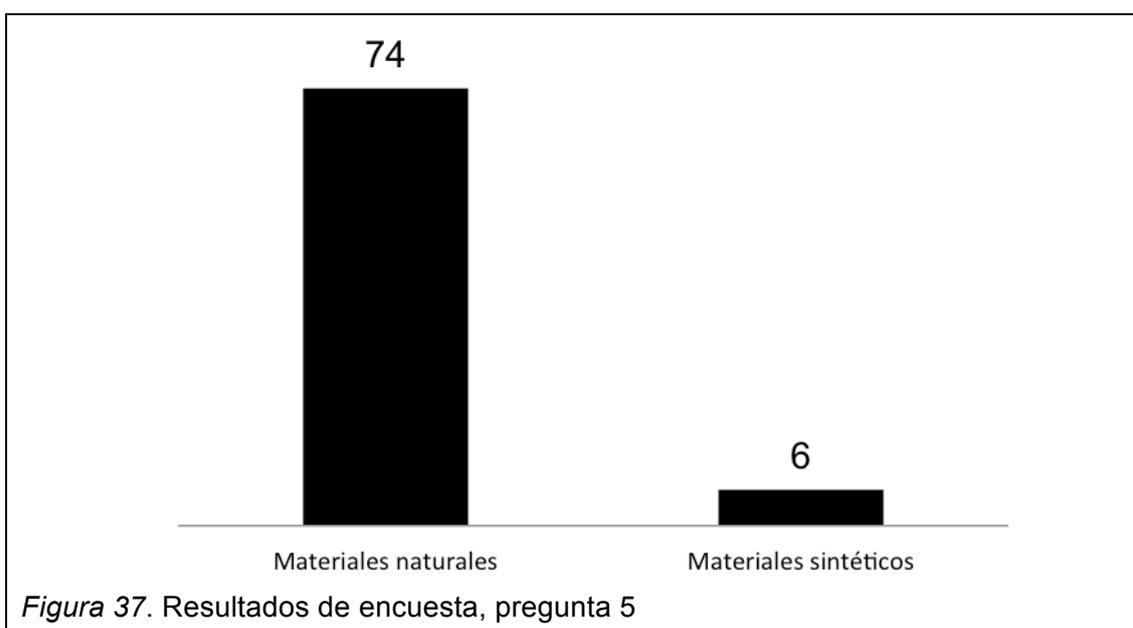
Actualmente, los clientes luego de comprar una máscara de GAEN u otra pieza artesanal de cualquier tamaño, ya sea en la tienda de Mascarilla o en el museo-tienda Tianguetz, deben cargarla en las fundas mostradas anteriormente (ver Figura 24), envueltas en espuma de poliuretano o plástico burbuja.

4. Cuál de los siguientes tipos de materiales prefiere o preferiría usted que estén hechos los empaque para artesanías en barro?



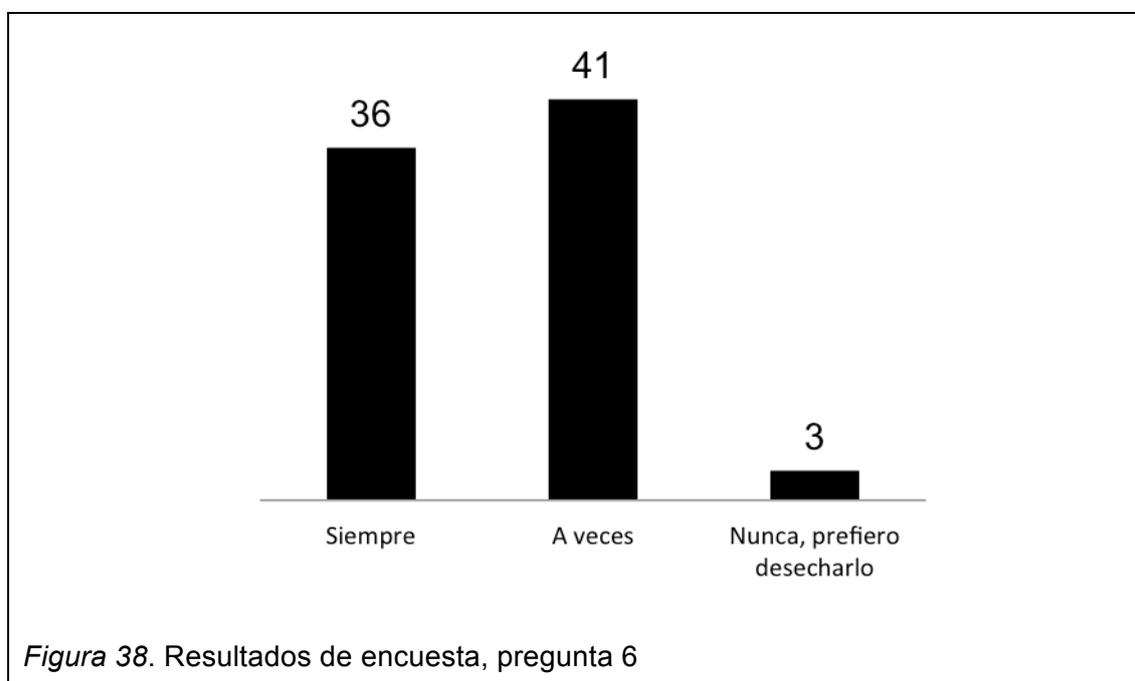
Claramente los materiales naturales son la elección mayoritaria de los clientes de GAEN para que estén hechos los empaque de sus artesanías. Cabe aclarar que los encuestados preferían los materiales naturales siempre y cuando brinden la protección suficiente para los objetos que contienen, o que sean materiales reciclados y reciclables.

5. Qué tan frecuente consume o prefiere los empaque diseñados de tal forma que puedan reusarse y/o reciclarse (que sean ecológicos)?



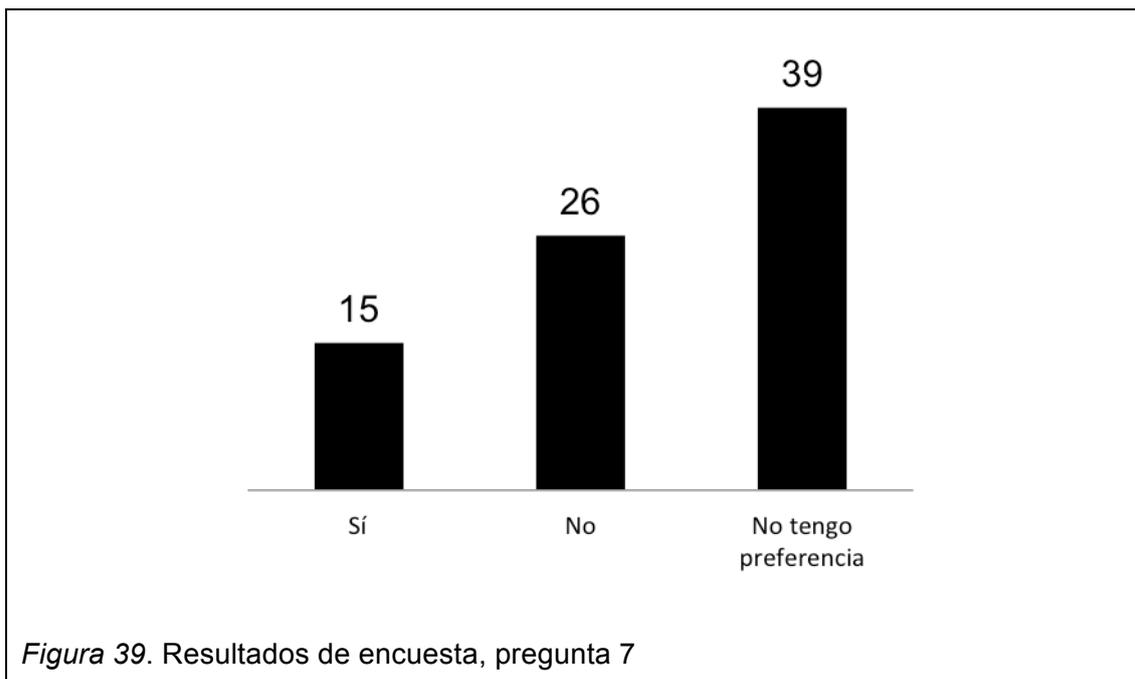
Apenas 3 de los encuestados prefiere desechar completamente un empaque. La mayoría prefiere empaques reciclados y reusables, siempre o a veces. La importancia de un empaque para artesanías que sea ecológico no solamente se manifiesta en el respeto al medio ambiente, sino también en la posibilidad de que el empaque perdure por más tiempo como un objeto visible para el receptor, creando mayor pregnancia de la imagen del artesano en el empaque.

6. Prefiere usted que el empaque de artesanías muestre todo el tiempo el objeto que contiene (que sea transparente, por ejemplo)?



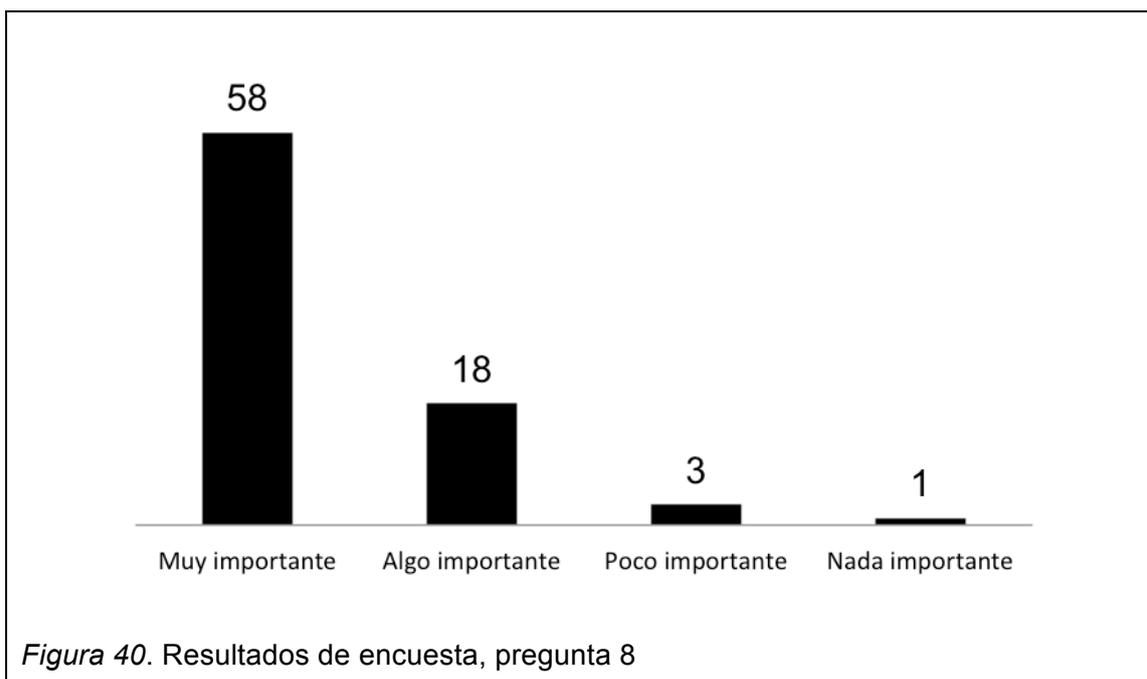
No existe una preferencia en los encuestados respecto a este aspecto del diseño de empaque para las artesanías de barro. Sin embargo, es notable que existe un mayor número de encuestados que opina que el empaque no debería mostrar el objeto que contiene.

7. Cuán importante considera usted que el empaque muestre información acerca del artesano y/o región donde fue elaborado el objeto artesanal que contiene?



La mayoría de los encuestados opina que es muy importante que esa información se muestre en el empaque. Como se había mencionado antes, el empaque juega un papel importante en la transmisión de la identidad del artesano autor de una artesanía.

8. Cuando adquiere artesanías, qué tan frecuente tiene que transportarlas a mano por largas distancias (de una ciudad a otra, de un país a otro)?



Según los resultados, la mayoría de los encuestados tienen que cargar ocasionalmente a mano las artesanías que adquieren por largas distancias, dependiendo del tipo de visita que realicen cuando las adquieren. Por ejemplo, en el caso de los clientes de la tienda-museo Tianguéz la mayoría de compradores de artesanía son turistas que visitan la tienda como parte de los tours que se hacen por la ciudad de Quito y el Tianguéz es una de las paradas que visitan, por lo que luego deben seguir recorriendo la ciudad cargando las artesanías antes de poder llevarlas a su lugar de hospedaje. Además, muchos son extranjeros, por lo que deben viajar a otro país. Por esto, el diseño del empaque debe brindar la mayor protección para el objeto artesanal y también comodidad para el cliente.

CAPÍTULO 4

Propuesta Artesanal

4.1. Diseño de marca

4.1.1. Objetivos Comunicativos de GAEN

La asociación busca principalmente transmitir un mensaje de trabajo en conjunto por el rescate de la identidad afrochoteña. Al tratarse de una asociación de artesanas y artesanos, buscan transmitir en su imagen al público esa cualidad artesanal que lleva su producción.

En base a la investigación realizada acerca de GAEN y de lo que la asociación busca transmitir, uno de los aspectos más importantes que se definieron fue que en el logotipo no se haría una referencia directa y obvia a las máscaras. Si bien las máscaras de barro son su “producto estrella”, GAEN es parte de un proyecto más amplio que busca rescatar la identidad y cultura afrochoteña. La asociación ha sido partícipe en iniciativas locales que intentan recuperar la historia del pueblo del Valle del Chota, por ejemplo el proyecto para el rescate del trapiche. Las máscaras de barro son parte de ese rescate de la memoria del pueblo negro del Valle del Chota. Además, GAEN también elabora artesanías distintas a las máscaras, como los bolsos de cabuya.

Por las razones anteriores, se decidió plasmar en el logotipo dos mensajes principales: el rescate de la memoria del pueblo afro del Valle del Chota (el reconocimiento de su descendencia africana) y el deseo de GAEN por poder transmitir su artesanía a futuras generaciones para de esta forma mantener viva la cultura afrochoteña.

Para entender justamente las costumbres y cosmovisión del pueblo afrochoteño y poder plasmarlas en el diseño del logotipo, se tomaron principalmente como referencias el libro *Representaciones del cuerpo*,

discursos e identidad del pueblo afroecuatoriano, de José Franklin Chalá Cruz, y el libro *Discursos hegemónicos y tradición oral sobre los cuerpos de las mujeres afroecuatorianas*, de Katty Hernández.

Franklin Chalá describe otro objeto distintivo de la cultura del Valle del Chota, la *bomba*, de la siguiente manera:

“La *bomba* de El Chota es un juglar que relata mediante el canto los eventos trascendentales del colectivo afrochoteño. Musicalmente nos retrata los eventos significativos de la cotidianidad; en la *bomba* se expresa la vida diaria, en ella se sintetiza las formas de ver el mundo de la afrochoteñidad.” (Chalá F., 2013, p. 158)

Un aspecto que Franklin Chalá resalta en su libro es la armonía que siente el pueblo afrochoteño con la naturaleza, lo que él describe como el “saber y saber hacer en el cosmos en perfecta armonía nos cobijamos con el cielo, aire, la tierra, el agua, el fuego, los animales en parejas, macho y hembra (...)”. (Chalá F., 2013, p. 158). De esto se puede entender que la relación humano-naturaleza es un aspecto fundamental en la cosmovisión afrochoteña. También lo es ese “relato” de la vida diaria de los afrochoteños en su música, su artesanía y sus versos que hacen. Las máscaras de GAEN, por ejemplo, expresan historias y contienen personajes importantes para cada uno de los artesanos que las hacen.

La descripción que hace Chalá de expresiones culturales como la *bomba* va acorde a esa relación entre la mujer y el hombre del Valle del Chota con la naturaleza y de igual manera lo están las artesanías de GAEN, que buscan vincular la expresión creativa de las artesanas con lo que la madre naturaleza provee a su alrededor (arcilla, cabuya, etc.).

De igual forma, Chalá también comenta en su libro que “somos un granito de universo”, es decir, que todos y todas somos parte del todo y responsables de

todo. Los afrochoteños están profundamente emparentados con la tierra, la cual representa la matriz de donde inicia y florece la vida. (Chalá F., 2013, p. 158). Esta visión holística de percibir su entorno como un todo en relación viene desde su descendencia africana. Bartolomé Burgos, voluntario investigador de la Fundación Sur dice lo siguiente:

“La cultura tradicional africana percibe la realidad como un todo. La totalidad es la esencia de la visión africana del mundo: se trata de un concepto vitalista de la realidad que aúna Dios, la naturaleza, el grupo humano y los individuos del grupo en una red de conexiones vitales. El proyecto de Dios, el proyecto de los antepasados se tiene que respetar por completo. El hombre tiene un deber religioso hacia la naturaleza y debe vivir en armonía con la naturaleza, en simbiosis con ella.” (Fundación Sur, s.f., pag. 1).

Por su parte, Katty Hernández menciona que la población negra de la zona del Valle del Chota y Mira, provincia del Chota, desarrolló de manera muy significativa una serie de estrategias para desarrollar comunidades con identidad propia y producir y reproducir su cultura, en un contexto de permanente resistencia y lucha por su libertad, en donde las mujeres esclavizadas han jugado un rol fundamental desde la época colonial. (Hernández K., 2010, pag. 45).

En el mismo contexto, las integrantes de GAEN se sienten identificadas con la forma femenina que se le da a la naturaleza que, como ellas, contiene y “da a luz” a la vida.

En resumen, todas las manifestaciones culturales en el Valle del Chota parten de esta cosmovisión, que mira la vida como una existencia colectiva. Por lo tanto, en el desarrollo de la marca se buscó comunicar los siguientes aspectos principales:

- Trabajo en equipo hacia un mismo objetivo (colectividad).
- Relación armoniosa con los elementos de la naturaleza.

Esas características resumen el proyecto de rescate de identidad del que es parte GAEN y su producción artesanal.

4.1.2. Bocetaje

Durante el proceso de bocetaje se fueron desarrollando formas abstractas que pudieran expresar elementos icónicos representativos de la cultura y tradiciones del pueblo afrochoteño antes mencionados. Siempre se manejaron líneas curvas, que expresan feminidad (el trabajo colectivo de las mujeres de GAEN como “madres” de su artesanía, quienes dan vida a un objeto).

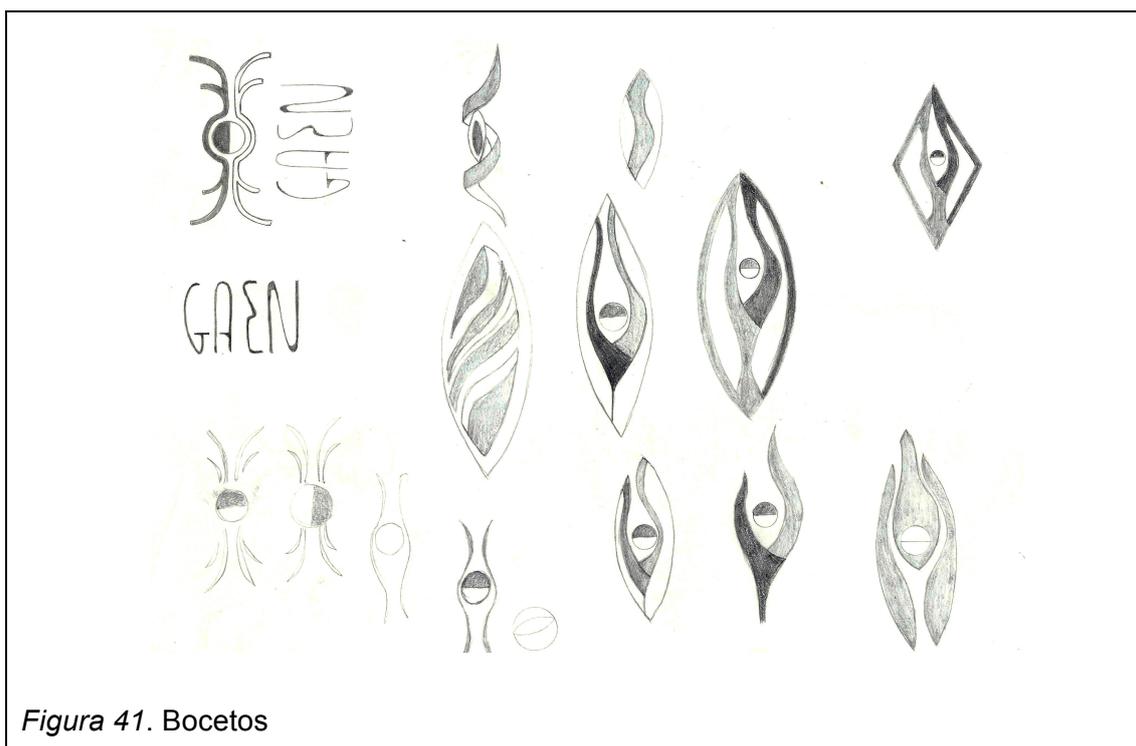
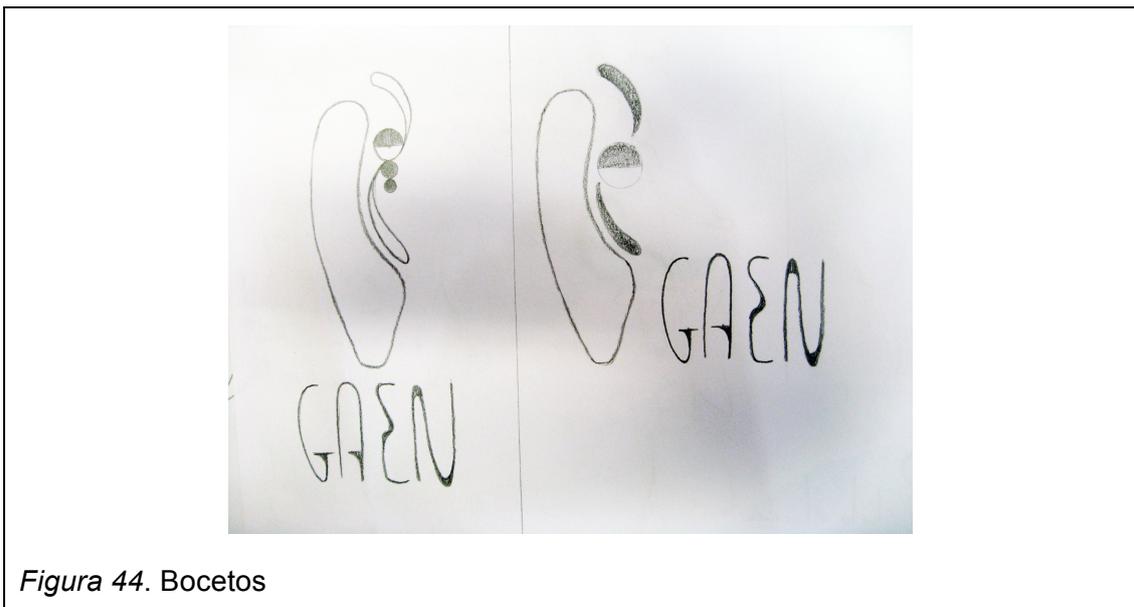
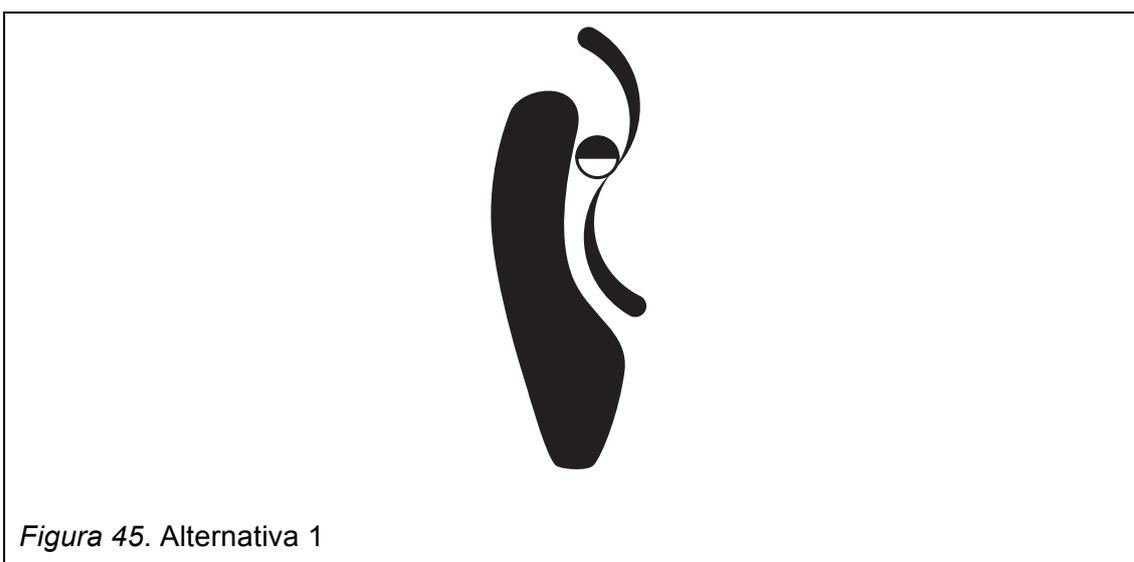


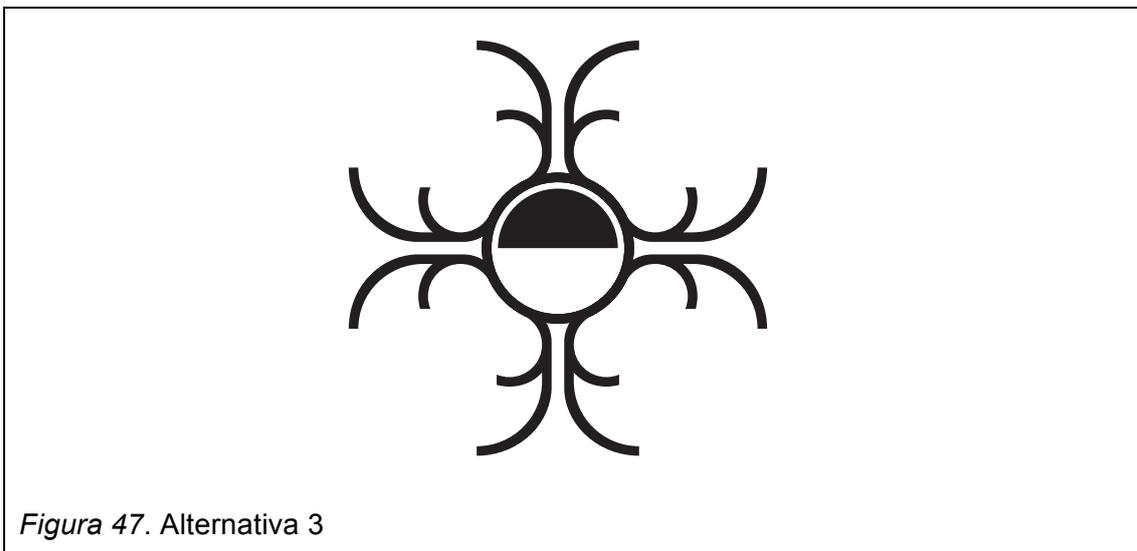
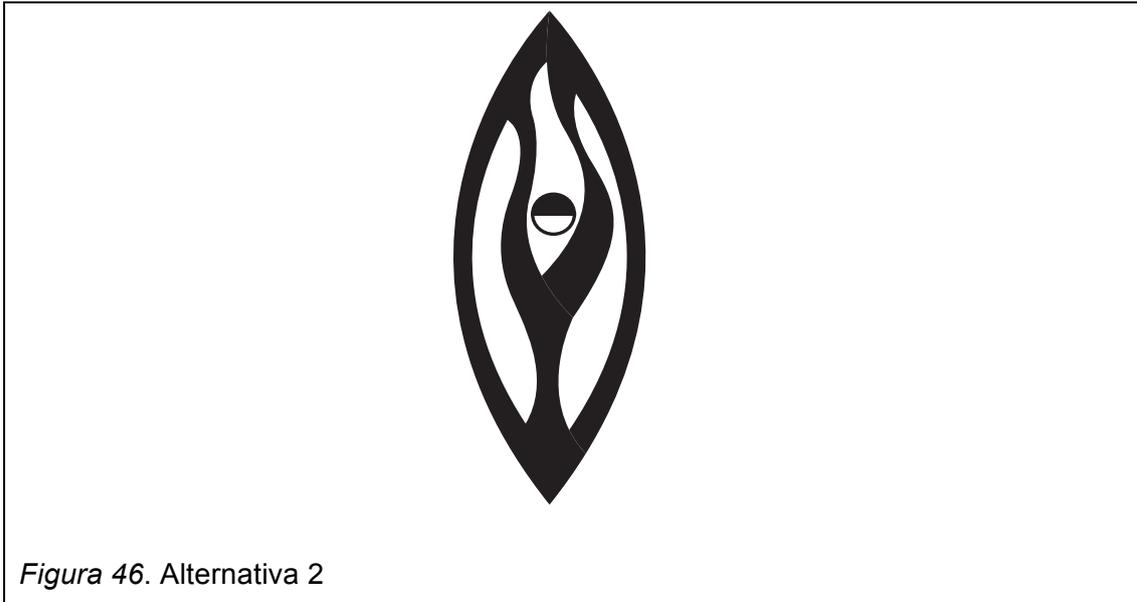
Figura 41. Bocetos



4.1.3. Selección de alternativas

Al final del proceso inicial de bocetaje, se eligieron tres alternativas para su digitalización basándose en la fuerza expresiva de los símbolos e íconos afrochoteños, en su legibilidad y en su relación con los objetivos comunicativos planteados anteriormente.





4.1.4. Logotipo

La Alternativa 3 fue elegida como el símbolo de la marca de GAEN. A continuación se explica el proceso de abstracción de formas para obtener la alternativa seleccionada y las razones de su elección.

En primer lugar se buscó plasmar la idea de “madre naturaleza”, un símbolo que representara esa fuente de vida con la que los afrochoteños mantienen relación en su vida diaria. Para las artesanías de GAEN esto representaría el



Figura 49. Símbolo Bantú de "origen de la vida"

El proceso de abstracción de este símbolo fue el siguiente:

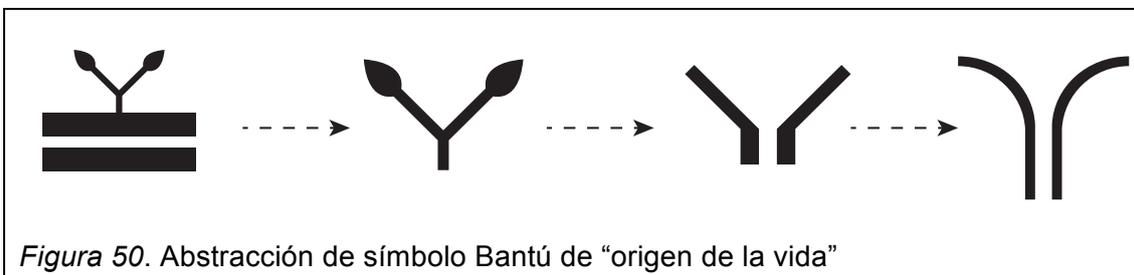


Figura 50. Abstracción de símbolo Bantú de "origen de la vida"

En la parte interior de la forma obtenida luego del proceso de abstracción se buscó representar el "vientre" de donde nace la vida. En un principio se buscó representarlo con una forma similar a un recipiente, como de una maceta para planta:

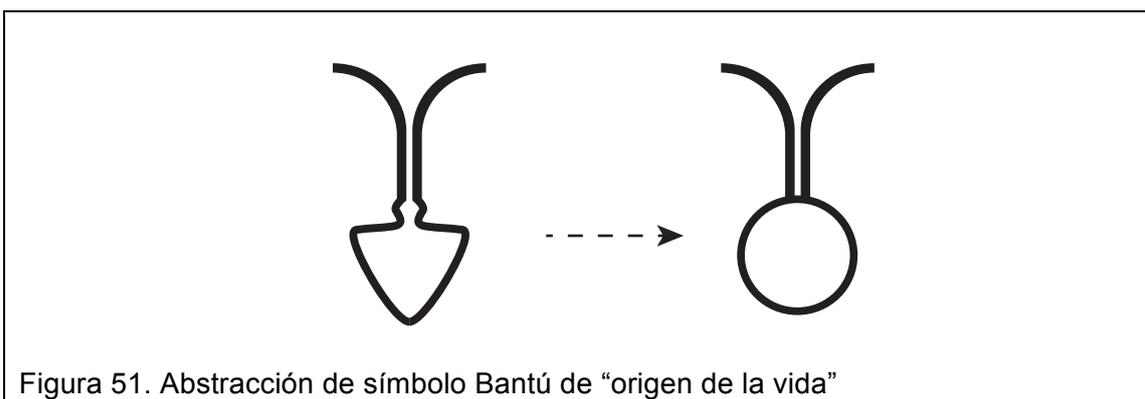


Figura 51. Abstracción de símbolo Bantú de "origen de la vida"

La forma circular nació al incluir otro símbolo bantú, esta vez el símbolo que representa "el futuro":

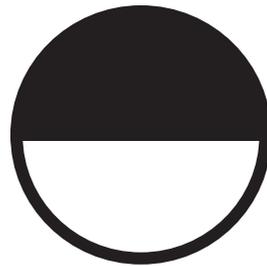


Figura 52. Símbolo Bantú de "futuro"

Uniendo ambos símbolos en sus formas ya abstractas, se obtiene la siguiente forma:

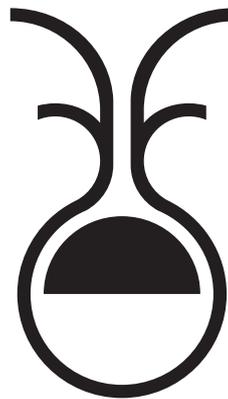
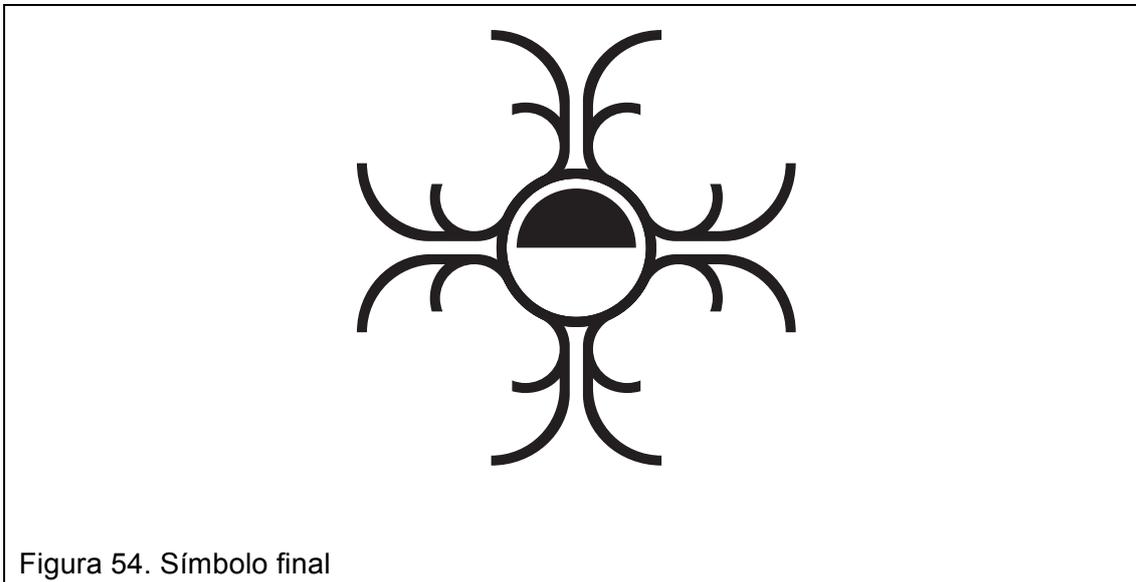


Figura 53. Abstracción de símbolos bantú

Con esta figura se buscó representar, en su forma inferior circular, el "recipiente de la vida", el "vientre" del que se hablaba anteriormente, con el semicírculo haciendo alusión a su contenido líquido vital; el agua (lo que provee el Río Chota) y al mismo tiempo mantener ese significado original del símbolo de bantú de "futuro". En las curvas superiores se buscó representar la vida que crece y se expande hacia la libertad, como las hojas y tallos de una planta que se abren.

Finalmente, para representar el trabajo en equipo, se reprodujo la figura en 360°. Con esto se logró representar la unión del trabajo de las artesanas de

GAEN hacia un mismo objetivo, hacia su “futuro”, su legado para las futuras generaciones a través de su artesanía.



De esta forma se consiguió comunicar los aspectos más importantes mencionados anteriormente: el trabajo en equipo, y la relación armónica con la naturaleza.

Ahora bien, en un principio se consideró la utilización de una tipografía ya disponible para el nombre de la marca. La tipografía sería de palo seco (sans serif). No obstante, para mantener el mensaje de “artesanal”, se decidió diseñar el nombre de la marca en una tipografía exclusiva para GAEN. Para esto, se buscaron fuentes tipográficas que pudiera reflejar una identidad afro en general. No se encontró ninguna familia tipográfica fija que represente esto o parámetros que pudieran definir que “algo es de origen afro”. Sin embargo, se encontraron afiches, posters e imágenes que hablaban acerca del pueblo afro, en donde se veían ciertas similitudes en las letras utilizadas, como sus formas alargadas, delgadas y de palo seco.



En base al “estilo” observado en varios afiches como los mostrados arriba, se diseñó la tipografía para el nombre de la marca de GAEN.

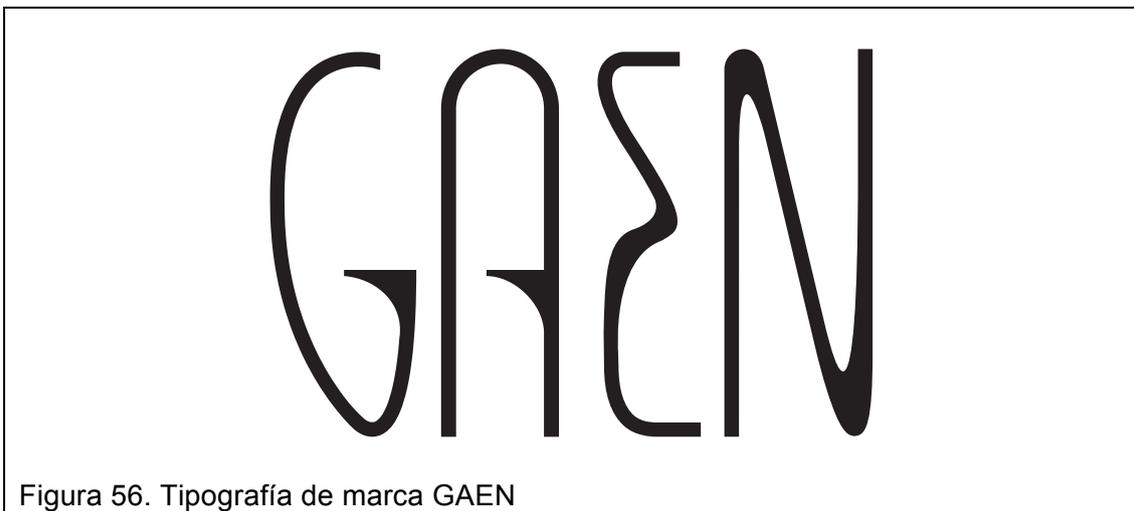




Figura 57. Logotipo final de GAEN

4.1.5. Cromática

La cromática del logotipo representa el calor del sol y la alegría del pueblo afrochoteño (naranja) combinado con el marrón que representa la relación armónica con la tierra y la naturaleza que tienen la artesanías de GAEN. Estos colores definen la paleta cromática de toda la papelería corporativa.

	C = 0% M = 42% Y = 100% K = 1%	R = 246 G = 160 B = 26	web: #F6A01A
	C = 31% M = 83% Y = 76% K = 30%	R = 135 G = 58 B = 52	web: #873A34
	C = 0% M = 0% Y = 0% K = 0%	R = 255 G = 255 B = 255	web: #FFFFFF

Figura 58. Cromática de imagen corporativa de GAEN



Figura 59. Cromática de logotipo de GAEN

4.1.6. Tipografía

La familia tipográfica corporativa principal para ser usada en los textos es la Helvetica Neue, en su versión light, regular, italic, medium, bold. De no estar disponible la familia tipográfica principal, se usará la familia alternativa Calibri, en su versión light, italic, regular y bold.

Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789 ?¿!Ç][()

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

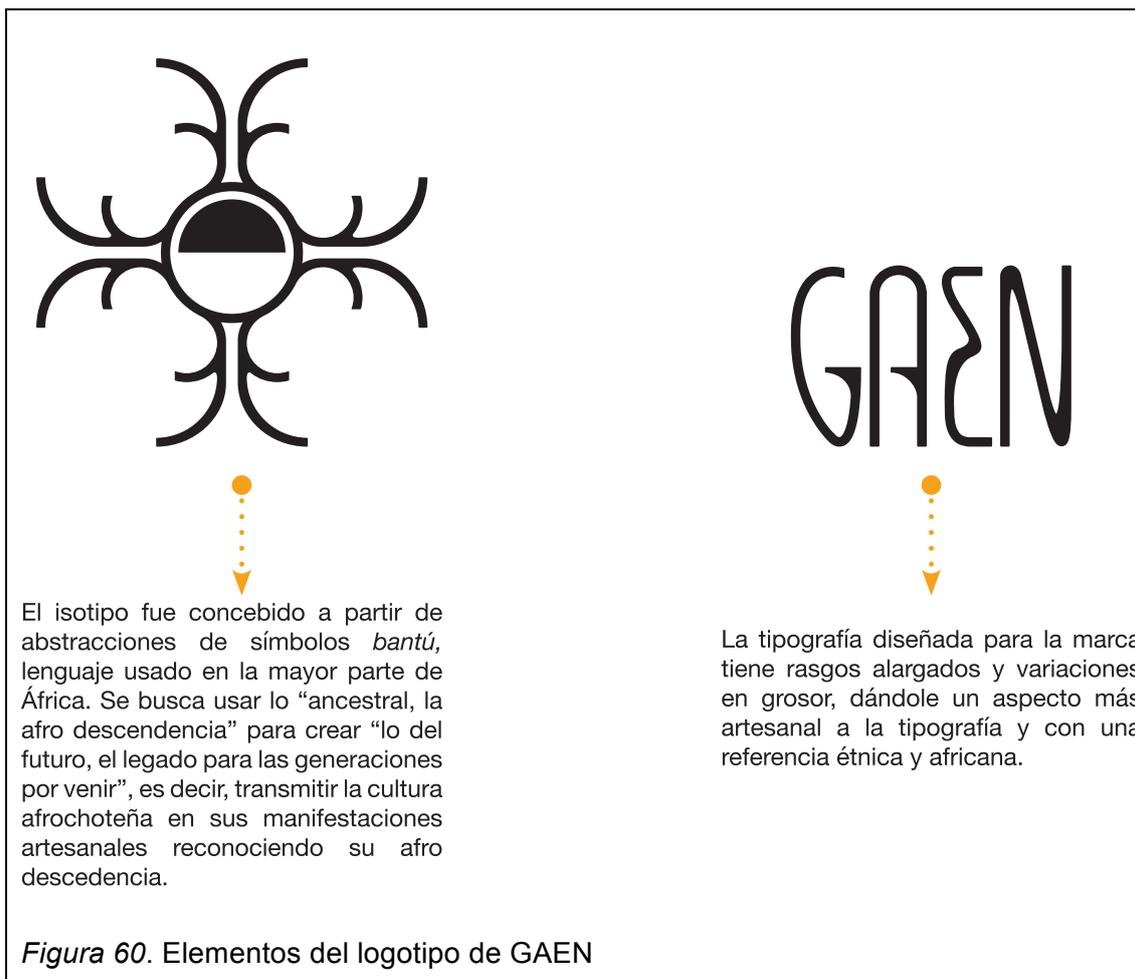
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789 ?;!Ç][()

Esta familia tipográfica fue escogida por dos razones fundamentales: su legibilidad y eficiencia sobre los soportes. El público objetivo de la artesanía de GAEN es gente adulta, entre 40 y 70 años. Por lo tanto, la tipografía debe resultar fácil de leer. Además, en el empaque se incluyó texto con un tamaño de 12 puntos, por lo que la tipografía debe mantenerse completamente legible en tamaños pequeños.

4.1.7. Elementos de la marca

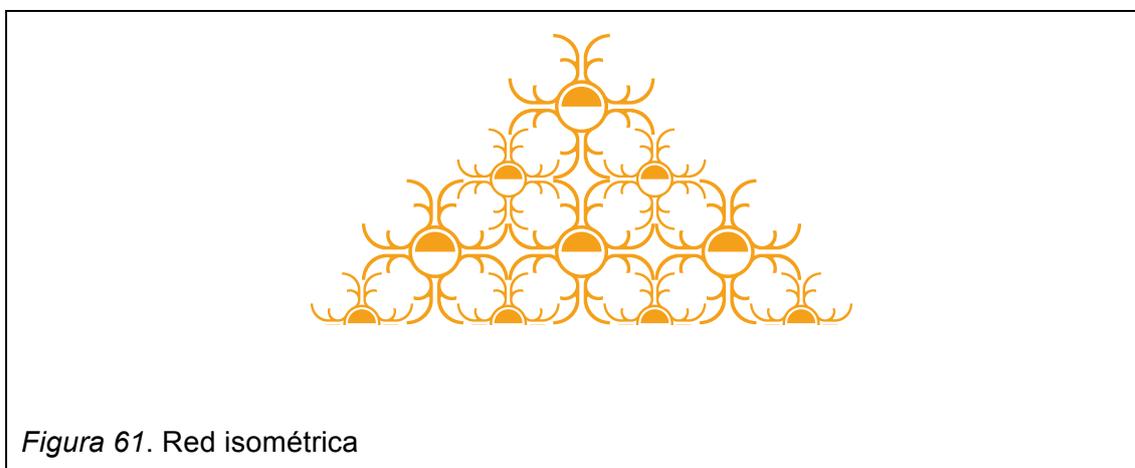
El logotipo de GAEN está compuesto por su símbolo y el nombre de la marca de la asociación en una tipografía diseñada exclusivamente para la marca, que solo debe usarse en el logotipo.



4.2. Manual de Identidad Corporativa

4.2.1. Papelería corporativa

En todos los elementos de imagen corporativa se ha usado la siguiente red isométrica:



Esta red nació bajo el mismo concepto la unión de elementos representando el trabajo en equipo. La forma piramidal representa en este caso equilibrio en las tres divisiones de la conciencia humana: materialidad (artesanía de GAEN), intelectualidad (conocimiento adquirido por los miembros de GAEN sobre su cultura y orígenes) y la espiritualidad (espíritu afrochoteño que busca la libertad) (lamerkabacosmica, s.f). Los símbolos más pequeños están al 50% de los más grandes. Su aplicación debe ser como se la muestra: los semicírculos interiores deben tener la parte de color siempre arriba.

Como parte de la propuesta del presente trabajo se realizó el manual de marca para la asociación GAEN. Este manual contiene a mayor detalle todos los elementos de su imagen, especificaciones de papeles, tamaños, planos, producción del empaque, etc. En las paginas siguientes se muestran algunos de los elementos contenidos en el manual de marca.



Figura 62. Tarjeta de presentación



Lorem ipsum dolor sit amet, mollis risus aliquam massa arcu, odio non, odio maecenas iure tellus, blandit quis aliquam leo quisque. Penatibus in urna sapien, non donec vivamus ante, iaculis quam mauris l obortis urna nec o mare, non dignissim consectetur aliquam ac egestas, massa magna tristique tellus laoreet. Varius cum nulla in voluptatum ut senectus. Urna mattis quisque vel, viverra nec nulla lacinia erat congue vel, tellus labore, donec magna adipiscing. Suscipit quis luctus natoque ut aliquet dolor, sapien odio. Aenean nulla nullam mattis mauris nunc, sodales velit urna, ultricies neque velit mauris interdum dolor, sit neque. Congue aliquam sodales tellus penatibus auctor, consequat dolor odio nulla eget, sodales non euismod faucibus dui, rutrum ipsam ante sed, lorem adipiscing est lacus pede condimentum ut. Tempus justo elit sed, ut erat pellentesque, tristique quam adipiscing purus magnis at, eleifend erat non consequat scelerisque mollis amet. Ante curabitur pellentesque. Ligula leo, id ut, elit non ante laborum, magna dui arcu quam, commodo nam velit in. Curabitur a, et natoque sed mollis mauris justo, et odio congue tellus in.

Urna quam arcu, mollis nullam aliquid. Et nunc ipsum dolor lacus nisl quis, risus suspendisse molestie sed, est pretium quis ultrices. Non impedit sapien ante nulla. Aenean phasellus, ultrices nulla tellus consectetur, a ad nascetur. Vel feugiat nulla sapien mi nibh, metus porttitor proin euismod fermentum dolor.

Non impedit sapien
tellus consectetur

Calle principal La Doloresa 062 562 079 - 0993 161 621 asociaciongaen@gmail.com w www.gaen.com
Mascarilla Y Valle del chocha Y Ecuador

Figura 63. Hoja Membretada



Figura 64. Sobre manila y sobre oficio



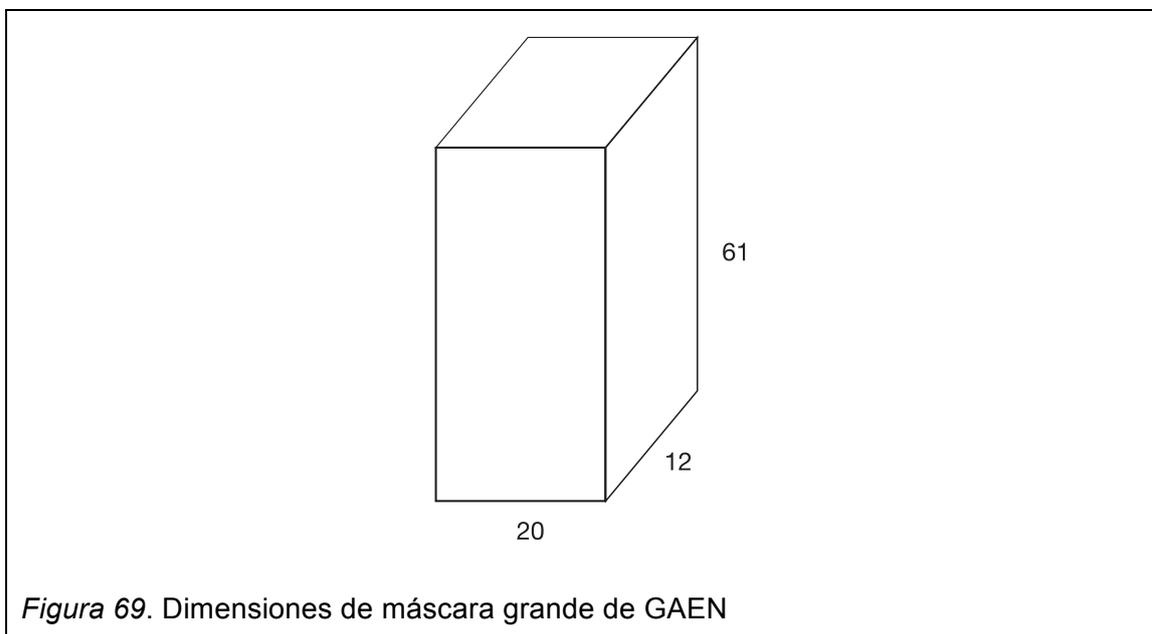
Figura 65. Papelería administrativa – factura, nota de pedido, CD.





4.2.2. Packaging

Para el diseño de empaque fue necesario realizar un análisis morfológico de las máscaras. Debido a que GAEN no usa moldes para ninguna máscara, los tamaños de éstas varían constantemente. En el Capítulo 1 se habían clasificado ya los tamaños de las máscaras. Se decidió tomar la medida máxima de la máscara más grande hecha por GAEN en los últimos 6 meses, siendo estas medidas:



La razón por la cual se consideró esta medida máxima es porque para el diseño del empaque fue necesario tener una medida de referencia que sirva de límite, para así lograr un diseño que pueda adaptarse dentro del rango máximo y mínimo.

Para lograr una correcta protección de la máscara fue necesario dar flexibilidad a la estructura del empaque, ya que el empaque debía adaptarse a un rango de medidas establecidas de referencia durante la investigación. Esta estructura flexible debía al mismo tiempo tener resistencia. Asimismo, Ciro Villamizar

Figuroa (2006, p. 14) dice que en el empaque de las artesanías se debe principalmente:

- Inmovilizar el producto
- Amortiguar al producto

Para el proceso de diseño se utilizó la Guía Práctica de Diseño de Envases y Embalaje para la Distribución de Productos, hecha por el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE). Considerando lo expuesto por esta guía y la información obtenida en las encuestas realizadas en esta investigación respecto a los principales riesgos mecánicos que los clientes de GAEN exponen a su artesanía al transportarla, se deduce que los principales esfuerzos que sufre el empaque y la artesanía de GAEN son los siguientes:

- Caídas, choques y golpes
- Vibraciones
- Compresión

De igual manera, se muestra el cuadro con la metodología utilizada para el desarrollo de envase y embalaje:



4.2.2.1. Diagnóstico del sistema

El siguiente diagnóstico es respecto al estado actual del empaque de GAEN.

- Producto:
 - Artesanía de barro.
 - Objeto sólido.
 - Se tomó el peso de 3 máscaras de barro, una pequeña, una mediana y una grande, escogiendo las máscaras más grandes disponibles dentro de cada una de esas categorías: pequeña = 0.116 kg ; mediana = 0.288 kg ; grande = 2.322 kg.
 - Formas irregulares.
 - Dimensiones no constantes.
 - Producto no portante (incapaz de soportar todo el peso de apilamiento sin sufrir ningún daño).
 - Producto frágil.

- Línea de envasado:
 - En la actualidad, GAEN usa bolsas de papel kraft para el empaque de sus productos y espuma de poliestireno. La espuma de poliestireno es un material sintético y contaminante, difícil de reciclar.
 - Sistema de envasado manual.

- Medio ambiente
 - El papel kraft de las bolsas es reciclable, la espuma de poliestireno requiere de procesos químicos para su reciclado. Por esto, el material debe cambiarse por uno menos contaminante.
 - Las bolsas de empaque están hechas de papel kraft y cuerdas de cabuya (material natural).
 - Se debe reducir (o sustituir) el tipo y la cantidad de material sintético de amortiguamiento.

- Legislación y normativa
 - Reglamento (UE) N° 1007/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, 27 de septiembre de 2011, relativo a las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles y por el que se derogan la Directiva 73/44/CEE del Consejo y las Directivas 96/73/CE y 2008/121/CE del Parlamento Europeo y del Consejo
 - Reglas de embalaje y etiquetado en los Estados Unidos (uno de los principales importadores de artesanía ecuatoriana).

- Logística y transporte
 - El empaque se lo carga a mano, a veces por largas distancias, principalmente si el comprador es turista, nacional o extranjero.
 - Modo de transporte en caso de exportar: marítimo o aéreo.
 - Tiempo de almacenaje de las artesanías en contenedores de exportación: una semana a 15 días aproximadamente.

- Almacenamiento
 - Las artesanías se almacenan en la tienda de GAEN hasta el momento que son compradas.
 - Las artesanías están colgadas en las paredes de la tienda, sobre telas.

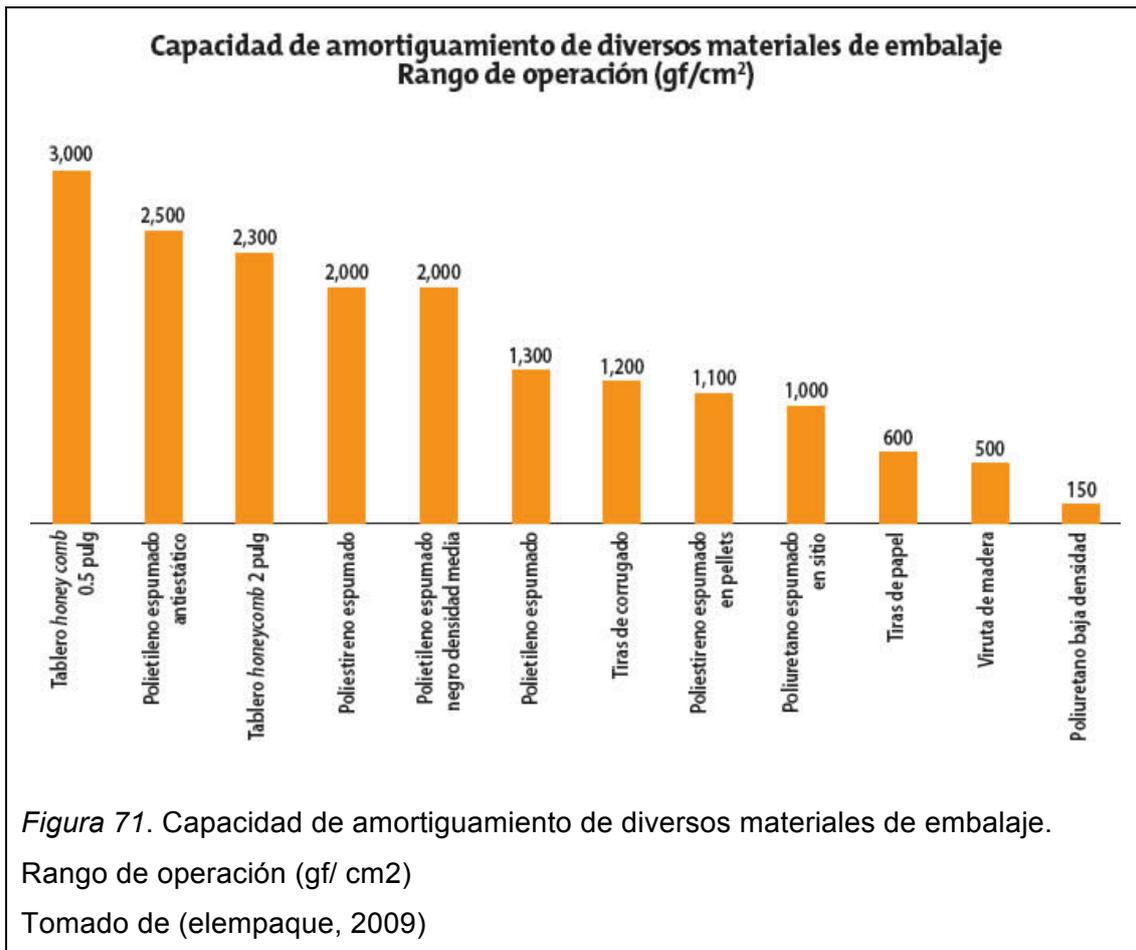
- Punto de venta
 - Las artesanías de barro de GAEN se venden principalmente en su tienda en Mascarilla y en el museo-tienda Tianguetz.

- Condiciones ambientales y acondicionamiento
 - Las temperaturas se mantienen prácticamente estables durante el transporte marítimo y aéreo para las artesanías en barro.
 - En los contenedores puede presentarse cierto grado de humedad, aunque generalmente suele estar regulado.

- Manipulación:
 - Los compradores de las artesanías en barro deben cargarlas a mano. Existe riesgo de caída de poca altura y choque durante los viajes terrestres.

4.2.2.2. Determinación de la fragilidad del producto

Según el Instituto Mexicano de Profesionales en Envase y Embalaje el rango de operación de las tiras de cartón corrugado es de 1200 gf/cm². La siguiente tabla muestra los rangos de otros materiales:



Para determinar el material de amortiguamiento adecuado para una máscara de barro de GAEN se usó el método del mismo IMPEE:

$$F_{\text{imp}} = \frac{m(100+y)}{100 A} \quad (\text{Ecuación 1})$$

Donde:

F_{imp} = Fuerza de impacto (Kgf)

m = Masa del producto (Kg)

y = Altura de caída (cm)

A = Área de impacto (cm²)

Tomando el peso de la máscara más grande (2 kg) y el área de la misma máscara grande, se tiene:

$$F_{imp} = \frac{2 \text{ kg} (100+90\text{cm})}{100 \cdot 1200}$$

$$F_{imp} = 3.16 \times 10^{-3} \text{ gf/cm}^2$$

Seguidamente, con los datos de la siguiente tabla se observa que prácticamente cualquier material puede funcionar para este objeto, debido a que el resultado de la fuerza de impacto es muy inferior a los rangos que muestra la tabla:

Tabla 12. Determinación del tipo de material de amortiguamiento y su grosor

Material de amortiguamiento	Rango máximo de oper. óptima gf/cm ²	Resiliencia %	Densidad g/cm ³	Fórmula para cálculo de grosor del material de amortiguamiento (mm)
Poliestireno espumado	2,000	100%	0.014	$G = ((Y - 159.7) / 109.8) + 5$
Polietileno espumado	900	100%	0.026	$G = ((Y + 10) / 51.4) + 7$
Polietileno espumado antiestático	2,000	100%	0.034	$G = ((Y + 260.4) / 189.2) + 5$
Polietileno negro densidad media	1,300	100%	0.031	$G = ((Y + 49.4) / 92.9) + 5$
Poliuretano baja densidad	100	63%	0.016	$G = ((Y - 48.3) / 3) + 5$
Poliuretano espumado en sitio	1,000	47%	0.023	$G = ((Y - 114.9) / 60.42) + 5$
Tiras de corrugado	1,200	20%	na	na
Tiras de papel	600	15%	na	na
Tablero honeycomb 2 pulg	2,300	5%	0.037	na
Tablero honeycomb 0.5 pulg	3,000	5%	0.013	na
Poliestireno espumado en pellets	800	5%	na	$G = ((Y + 294) / 114.17) + 5$
Viruta de madera	500	5%	na	na

Tomado de (elempaque, 2009.)

Los ensayos de caída, vibraciones y choque se lo hizo en la fase de prototipado con las alternativas de empaque junto a la máscara de barro.

4.2.2.3. Evaluación impacto ambiental

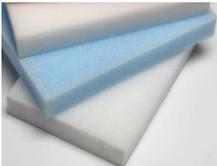
Se pretende disminuir el impacto ambiental que tienen los empaques de GAEN, conforme a las normas y regulaciones planteadas en la fase de Diagnóstico del Sistema y la gestión de residuos de envase, además de la reutilización y reciclado que permitan evitar o reducir su eliminación.

Se usaron materiales reciclables y materiales de origen natural. Esto disminuye procesos industriales contaminantes. Los procesos para obtener el empaque son mayormente artesanales. Se buscó revalorar el ciclo de vida del empaque de tal forma que no sea desechado inmediatamente y pueda perdurar en el tiempo como un objeto artesanal en sí mismo.

4.2.2.4. Alternativas estándar

La siguiente tabla muestra los materiales más usados para los objetos cerámicos, algunos más como elementos de amortiguamiento que como material de empaque.

Tabla 13. Alternativas estándar

MATERIAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Panel Honeycomb</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ligero ▶ Resistente a impacto, rayaduras y vibraciones durante el transporte ▶ Bajo costo de fabricación ▶ Fácil manipulación y versátil ▶ Cubre con normativas ambientales y ecológicas ▶ Hecho de materiales 100% reciclados y reciclables 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Puede incrementar su costo considerablemente si se usan canales pequeños. ▶ Bajo nivel de impermeabilidad ▶ Absorbe humedad, lo que hace que pierda sus propiedades mecánicas ▶ Inelástico
<p>Polietileno espumado</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Muy resistente a impactos ▶ Puede fabricarse en cualquier color ▶ Flexible y de fácil manipulación para embalar cualquier tipo de piezas cerámicas. ▶ Bajo costo ▶ Reusable ▶ No abrasivo ▶ Hecho con 2% de hidrocarburo puro, el resto es aire, haciéndolo amigable con el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ocupa mucho espacio dentro del empaque ▶ Requiere de otros materiales (como cinta adhesiva) para ser envuelto y que mantenga su forma alrededor del objeto que protege. ▶ Su uso se limita al de amortiguamiento, pero no brinda protección a elementos exteriores ni puede ensamblarse

<p>Cartón corrugado</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alta resistencia mecánica ▶ Versátil y de fácil manipulación ▶ Reciclable y biodegradable ▶ Bajo costo ▶ Flexibilidad de uso con distintos productos primarios ▶ Puede plegarse y almacenarse fácilmente 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bajo nivel de impermeabilidad. ▶ Dependiendo del grosor, puede doblarse o rasgarse fácilmente. ▶ Absorbe humedad, lo que hace que pierda sus propiedades mecánicas
<p>Plástico burbuja</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Alta resistencia mecánica ▶ Versátil y de fácil manipulación ▶ Reciclable ▶ Bajo costo ▶ Flexibilidad de uso con distintos productos primarios ▶ Transparente 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ No es biodegradable ▶ Pierde su utilidad si explotan sus burbujas ▶ Se debe usar una cantidad considerable de material para proteger objetos más delicados (como artesanías de barro) ▶ En forma de cubierta, puede dejar manchas en la superficie del objeto
<p>Papel Kraft</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Buen desempeño para la impresión ▶ Reciclable ▶ No usa blanqueadores, reduciendo más su impacto ambiental ▶ Mayor resistencia que otros papeles 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ No ofrece protección mecánica ▶ No es impermeable a líquidos. ▶ Se requieren de pegamentos y adhesivos para dar forma a un empaque de papel ▶ No soporta objetos pesados

4.2.2.5. Optimización del espacio de carga

La norma ISO 3394, propone un embalaje de dimensiones máximas de 600mm x 400m, que encajará en una estiba europea y americana sin desperdicio de espacio en la misma.

4.2.2.6. Diseño

Como resultado de las fases anteriores, se pudo determinar los siguientes requerimientos de diseño que el empaque para las artesanías de GAEN debía cumplir:

- Estar hecho mayormente de materiales reciclados y reciclables.
- Adaptarse al tamaño de cada máscara.

- Proteger la máscara principalmente de choques, caídas y vibraciones.
- Ser fácil de armar y transportar.

A continuación se muestra un análisis de las principales alternativas. En este análisis se explica el concepto, la funcionalidad y las conclusiones obtenidas en la experimentación con cada una de las alternativas previas a la propuesta final.

La primera alternativa consistió en la construcción de una caja rectangular cuyas dimensiones se definieron en 3 tamaños: pequeña, mediana y grande. Estos tamaños obedecen a los límites máximo de las medidas planteadas anteriormente de las máscaras. Para mantener la máscara inmóvil y aislada de las paredes del empaque para evitar que sufra cualquier impacto, se usó un mecanismo interior de “pinzas” en los laterales de la caja, hecho con el mismo cartón corrugado del que estaba hecho el resto de la caja.



Las pinzas sujetan a la máscara, aunque se vio la necesidad de otro par de pinzas para sujetarla en 4 puntos para mayor seguridad. De la misma forma, la

caja soportó la prueba de compresión. El problema surgió cuando se sometió a la caja a una caída libre. El impacto y las vibraciones de la caída hacía que las pinzas se doble o muevan, afectando a la máscara.



Conclusiones:

- La forma rectangular es fácil de apilar y soporta esfuerzos de presión.
- La forma de la caja no ofrece ningún tipo de amortiguamiento ante caídas o golpes. El cartón corrugado y su estructura interior es lo único que cumple esa función.
- La caja resulta demasiado grande para algunas máscaras, derivando en desperdicio de material.

Para la segunda alternativa se consideraron las deficiencias de la anterior. Se cambió la forma rectangular a una triangular buscando disminuir el tamaño del empaque y que pudiera dar mayor rigidez estructural al empaque. Para la inmovilización de la pieza artesanal se incluyó un tejido con cuerda de cabuya que amarra la máscara y la mantenía sujeta completamente contra un de las paredes del empaque.



El empaque fue diseñado para que en su forma original contenga dentro de sí a la máscara, amarrada con las cuerdas de cabuya, como se muestra en la imagen de la derecha. Al abrir el empaque se lo podía "invertir", de tal forma que la máscara quedaba descubierta, sujeta por las cuerdas y apoyada en la estructura del empaque que ahora quedaba hacia atrás. Esta idea fue concebida para que el empaque cumpla una función de *display packaging*. Sin embargo, la forma de la caja seguía siendo demasiado grande en relación al tamaño del producto. En las cajas más grandes con esta forma se observó que la rigidez triangular de la caja también se perdía. Por último, se investigó cómo se mostraban las máscaras de GAEN en su tienda en Mascarilla y en el museo-tienda Tianguetz. Se observó que siempre se las tenía colgadas, para ahorrar espacio y mostrar la máscara. Por lo tanto, era innecesaria la función de *display* que tenía el empaque.



Figura 75. Pruebas mecánicas para Alternativa 2

La forma triangular del empaque no tenía la resistencia a la compresión esperada. Además, la máscara debía amarrarse pegada a la pared del empaque, lo que la exponía a sufrir el impacto en caso de caída o golpes.

Conclusiones:

- Seguía habiendo desperdicio de material de empaque.
- Las dimensiones terminaron por incrementarse con la forma triangular del empaque.
- El sistema de amarrado sujetaba la máscara en su lugar y la protegía de vibraciones, pero la exponía a daño por impacto o caída.
- Esta alternativa incluyó dos materiales reciclables. La cabuya es una cuerda dura, resistente y liviana. Además es producida por comunidades del cantón Mira, es barata y biodegradable.
- El tejido para sujetar la máscara era sencillo pero tomaba demasiado tiempo hacerlo.

Para la siguiente alternativa se consideró el riesgo que la máscara tenía al estar pegada a una pared del empaque, se analizó cómo darle amortiguamiento a la estructura del empaque. En esta alternativa, se tomaron en cuenta técnicas de doblado para el cartón, similares a las técnicas *origami*. Específicamente, se estudió el doblado de Miura. Este doblado permite lograr una estructura que puede compactarse hasta formar un plano. En la actualidad se ha empezado a usar técnicas *origami* para el desarrollo estructural de empaques, ya que se pueden lograr formas flexibles, simples y al mismo tiempo estructurales. El plegado de Miura es el siguiente:

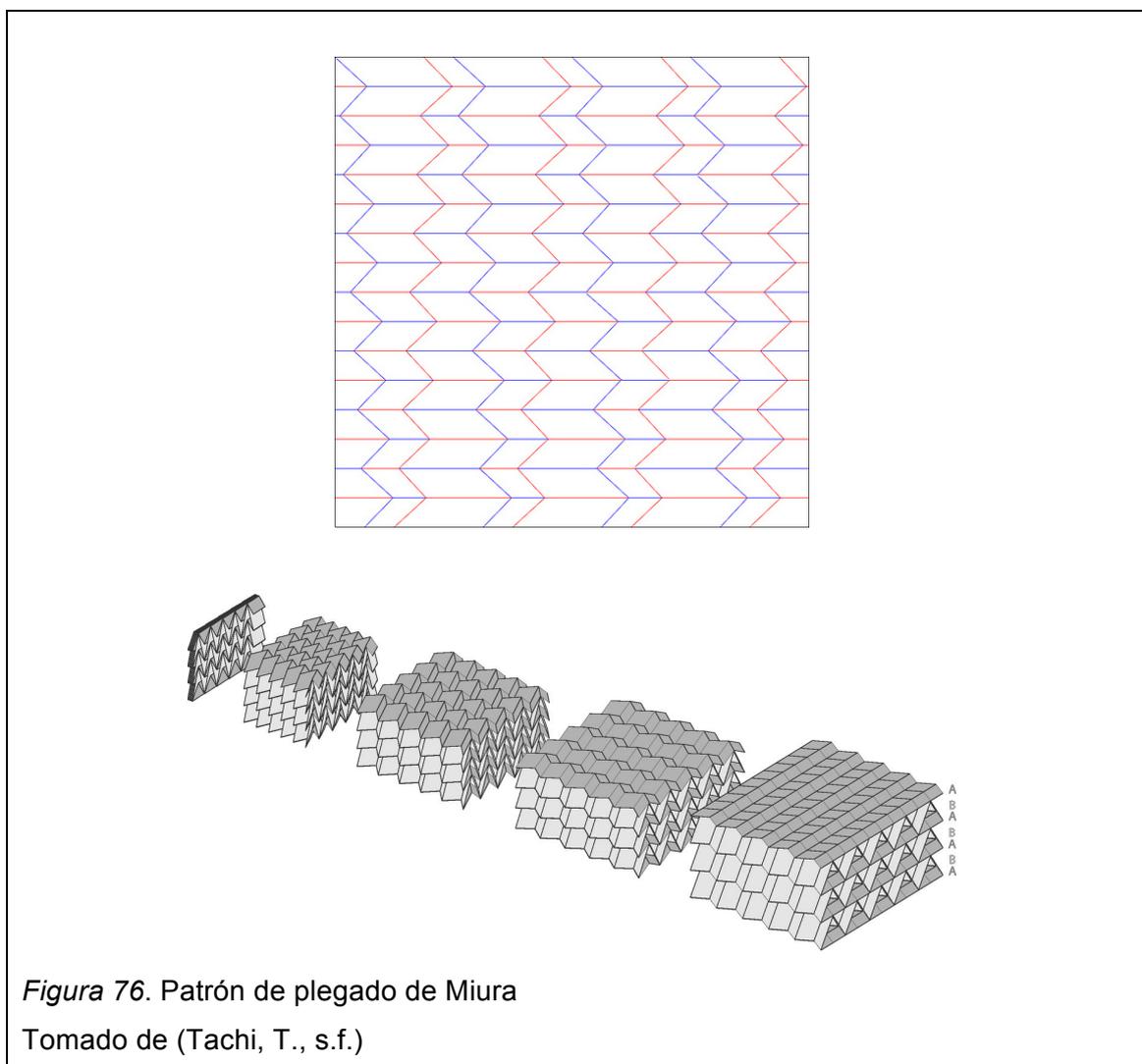


Figura 76. Patrón de plegado de Miura
Tomado de (Tachi, T., s.f.)

La estructura del plegado brinda amortiguamiento en el empaque.

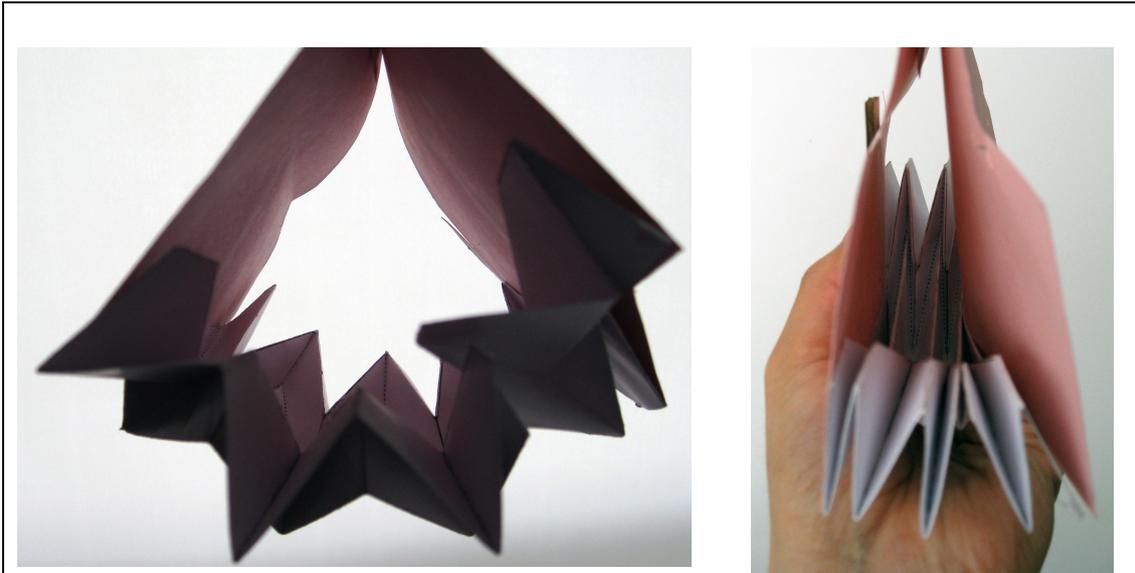


Figura 77. Aplicación de plegado de Miura en el empaque

Esta forma del empaque permitiría plegarlo para que ocupe el menor espacio posible en el almacén, y al desplegarse y meterse la máscara, la estructura brinda amortiguamiento a caídas en la cara del empaque que tiene el plegado. En esta alternativa se observó que resistía la caída desde 90 cm de altura. Sin embargo, la estructura del empaque no resistía esfuerzos de compresión, como se muestra a continuación:



Figura 78. Pruebas mecánicas para Alternativa 3

Conclusiones:

- Se observa que cuando el empaque tiene algún tipo de estructura, éste resiste mejor los impactos y caídas, pero es necesario que la estructura esté en todas las paredes del empaque para que resulte viable.
- Con alternativas como esta se logran empaques plegables, lo cual ahorra espacio cuando son almacenados.
- En la Alternativa 3 se usó el mismo sistema de amarre con cuerdas de cabuya. No obstante, se observó que el plegado Miura de la pared donde iba la máscara brindaba cierta sujeción a la misma. Resulta viable que la misma estructura del empaque cumpla las 2 funciones principales para el empaque de artesanías: sujeción y amortiguamiento.

Hasta este punto se ha concluido que sí es posible que la misma estructura del empaque proteja al objeto artesanal al mismo tiempo que se adapte a su tamaño, si es que se da flexibilidad al empaque.

Considerando los aspectos que las anteriores alternativas no podían cumplir, como adaptarse a la forma de la máscara al mismo tiempo de proporcionar la suficiente protección frente a vibraciones e impactos principalmente, se consideró finalmente el uso de una teselación regular con un material rígido pegado a un textil. De esta forma se puede obtener rigidez estructural y flexibilidad.

En la actualidad existen diseñadores que han experimentado ya con esta combinación de materiales que permiten lograr elementos “moldeables” según el uso que se busque darles. Se tiene, por ejemplo, el trabajo de Elisa Strozyk, quien ha desarrollado textiles de madera combinando piezas geométricas de madera con textiles.



Como se observa, el principio básico es la unión de piezas regulares (generalmente polígonos regulares) de un material rígido, en este caso madera, a un textil, siendo éste el que une a las piezas de madera. De esta forma, se logra que la teselación sobre el textil cobre la forma según su función (o de su contenido, en el caso de un empaque) ya que cada polígono rígido se mueve libre según el movimiento del textil.

Otro ejemplo de aplicación de teselación geométrica a cuerpos rígidos para darles flexibilidad es el “empaque universal” propuesto por el diseñador Patrick Sung. La flexibilidad se da gracias al patrón impreso en el cartón corrugado que permite que el cartón se doble y adapte a la forma de su contenido sin perder rigidez estructural y cualidades protectoras.

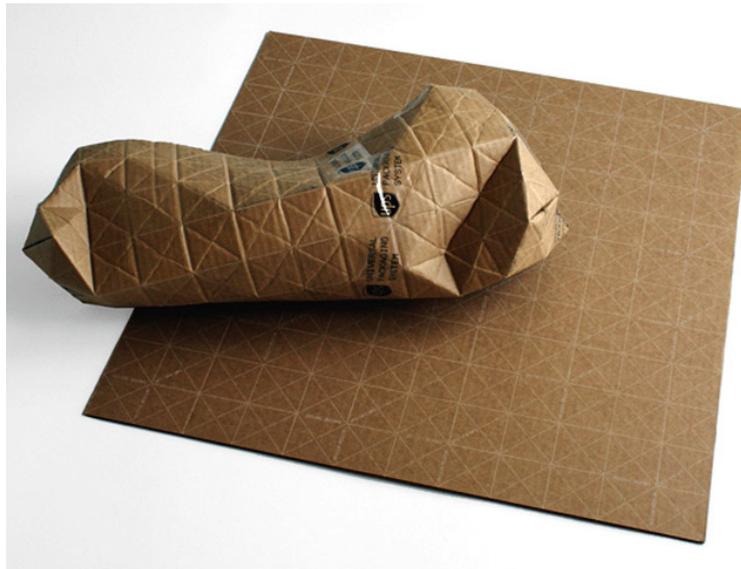
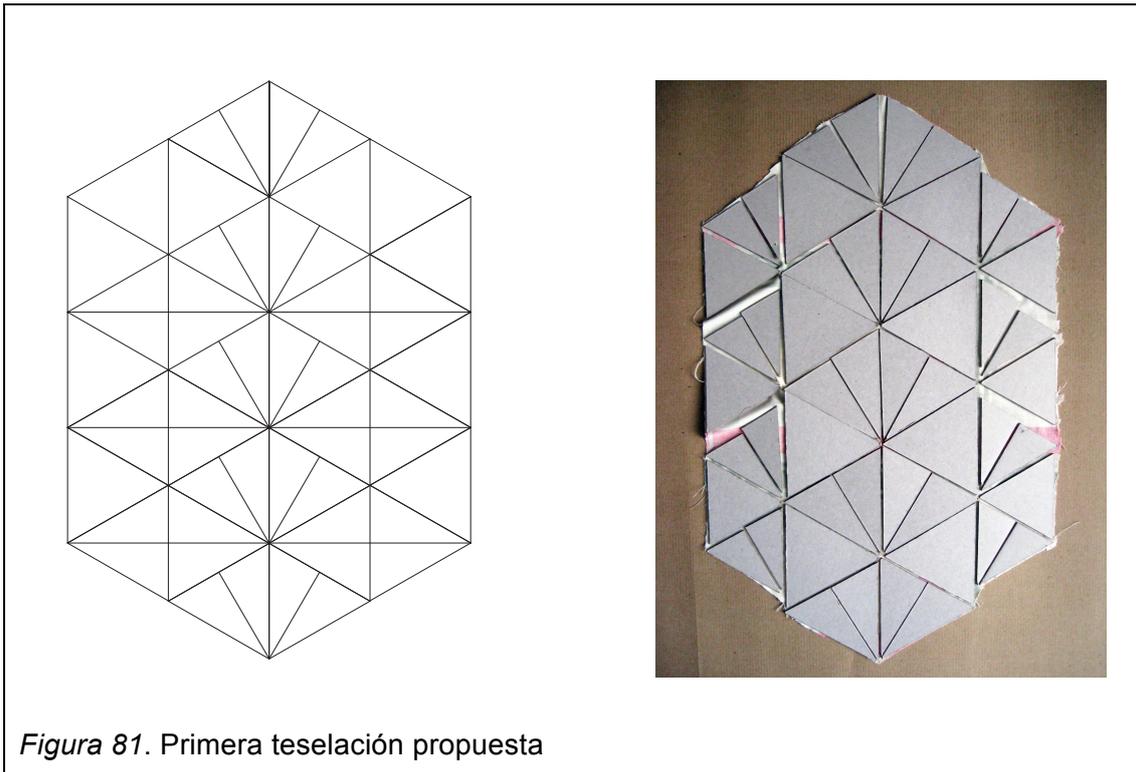


Figura 80. Empaque universal de Patrick Sung
Tomado de (ambalaj, s.f.)

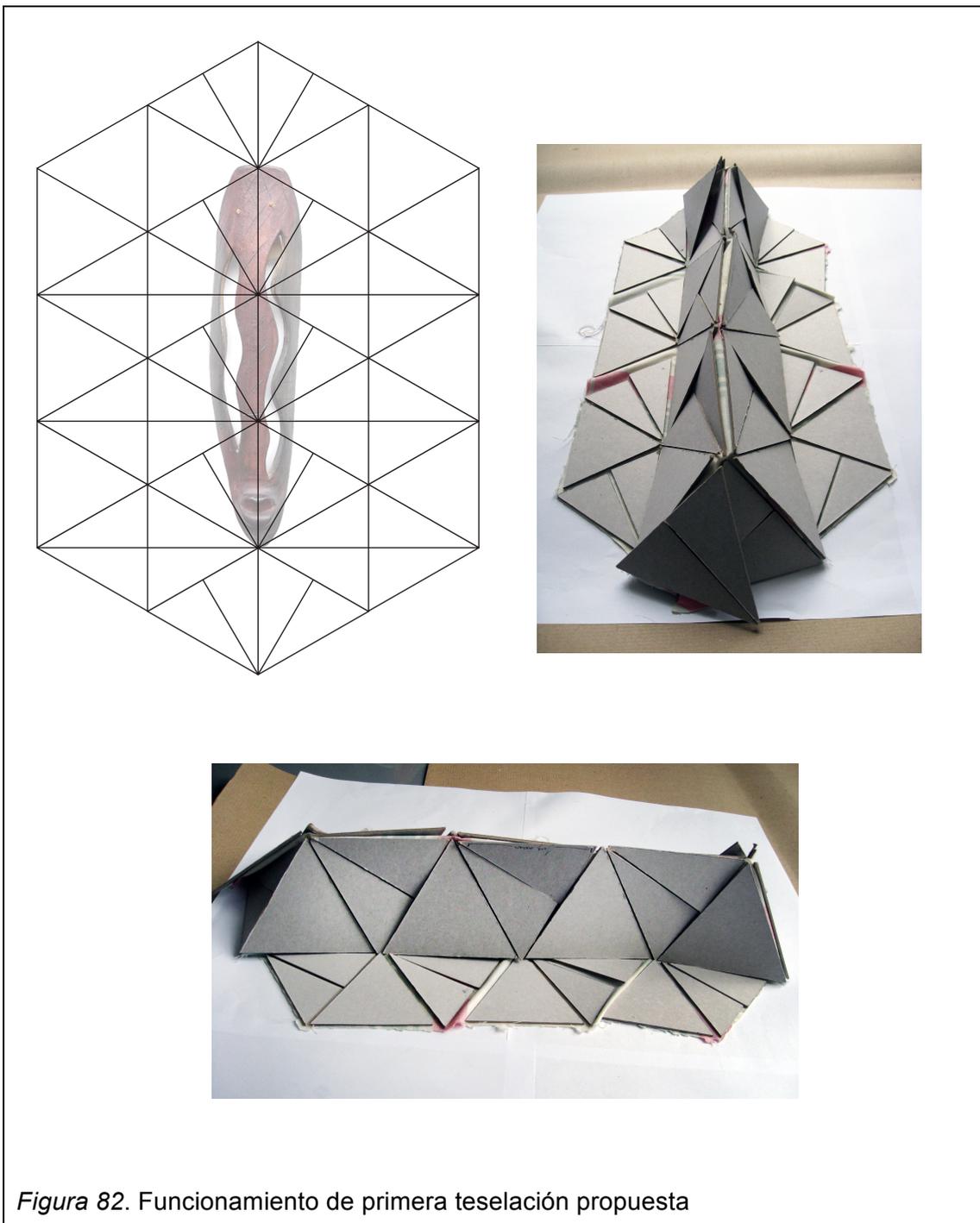
Estos sistemas teselados presentan una base conceptual para desarrollar la alternativa de empaque para las artesanías de GAEN, ya que cada pieza es distinta en tamaños. Otra ventaja de este tipo de teselaciones para empaque es que disminuye la cantidad de material de amortiguamiento (a menudo contaminante y difícil de reciclar, como el plástico burbuja o la espuma de poliuretano) que debería usarse para mantener a la pieza artesanal inmóvil y protegida a vibraciones e impactos dentro del empaque.

Pruebas físicas del empaque:

La primera teselación usada fue en base a triángulos, como se muestra en la siguiente imagen:



Esta teselación regular fue concebida a partir de las dimensiones de una máscara. Los triángulos centrales se adaptarían al frente de la máscara, los laterales al ancho de la máscara y se envolvería por detrás para “cerrar” el empaque, como se muestra:



Como se observa, los triángulos se adaptan a las dimensiones de la máscara. Sin embargo, al tomar el empaque la forma de la máscara y “pegarse” a ella, se expone la máscara a que sufra mayor cantidad de impacto en el caso de golpes o caída. Normalmente, para objetos frágiles, se usan materiales de relleno en los empaques (como plástico burbuja, papel, espuma de poliuretano, etc) que evitan que cualquier parte de la superficie del objeto esté en contacto directo con las paredes del empaque, por lo que en caso de impacto, es el empaque y el material de relleno amortiguante el que absorbe la mayor parte del golpe y vibraciones.

No obstante, durante las pruebas realizadas con este tipo de teselación, al dejar caer el empaque con el objeto de cerámica, se pudo escuchar que el objeto sufrió un fuerte impacto. No hubo fractura en el objeto pero el sonido del impacto demostró que el empaque ajustado a la forma del objeto no lo protege apropiadamente.

Por lo anterior dicho, se realizó una nueva teselación, esta vez enfocada a que forme una estructura que amortigüe el impacto de caída del empaque. Esta teselación contiene un menor número de divisiones en los triángulos centrales, buscando mayor rigidez al momento de que se arme la estructura:

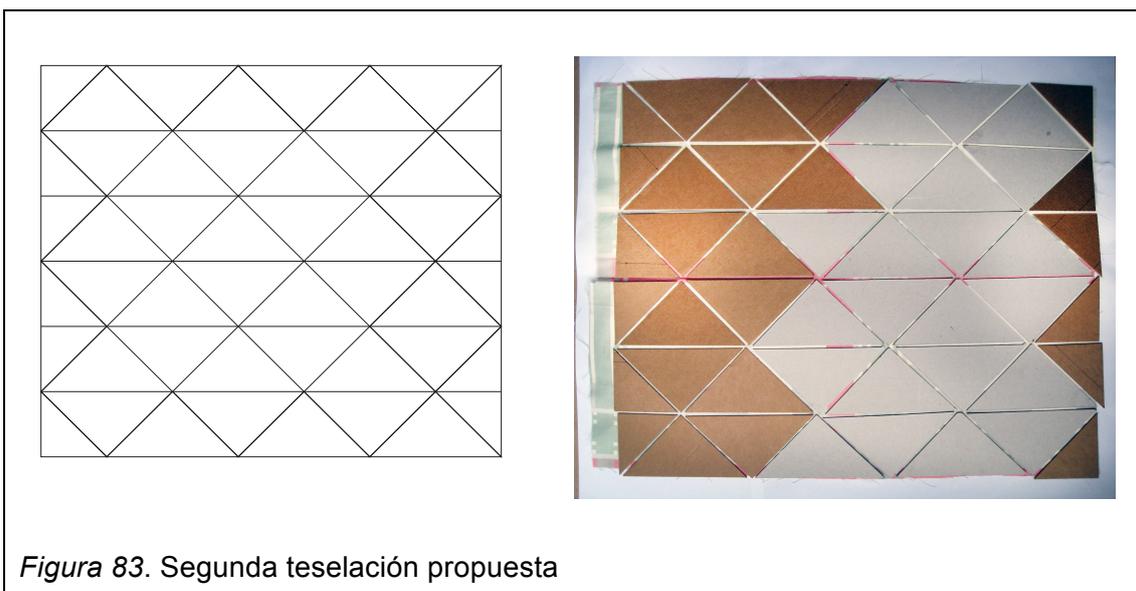


Figura 83. Segunda teselación propuesta

Esta vez el empaque se forma al enrollar horizontalmente la teselación alrededor de la pieza artesanal, como se muestra:

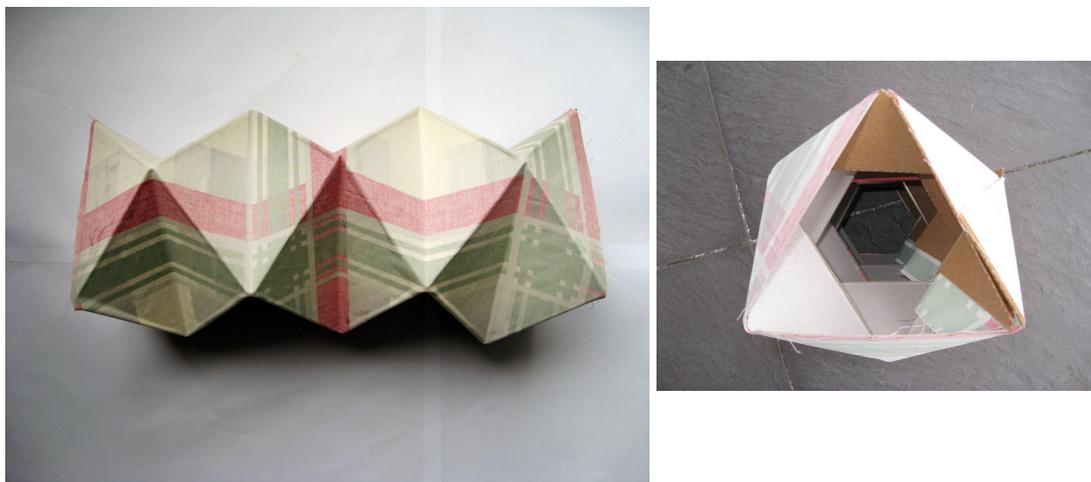


Figura 84. Funcionamiento segunda teselación propuesta

Durante las pruebas de caída y compresión se observó que la estructura del empaque le permite tolerar la caída desde 1 metro de altura, amortiguando el impacto que recibe el objeto cerámico. Sin embargo, la primera prueba demostró que el empaque, cuando contiene al objeto, se abre al momento de caer. La estructura del empaque amortigua la caída gracias a la distribución triangular de las fuerzas, en las que los vértices distribuyen el impacto en los lados del triángulo, como se explica en la siguiente figura:

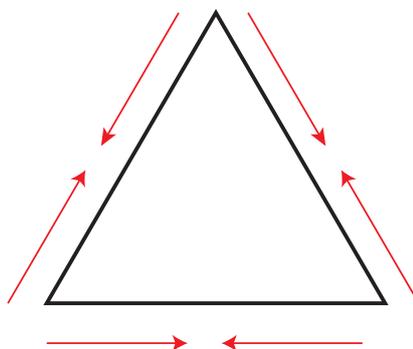


Figura 85. Distribución de fuerzas en un triángulo

El problema surge cuando el empaque no tiene un elemento o mecanismo que lo sujete en esa forma estructural, entonces al recibir un impacto o al caer, los triángulos se empujan entre sí, expandiendo el cuerpo del empaque. En la prueba de caída del empaque con el objeto cerámico en su interior se observó que el empaque se abría, como se muestra:

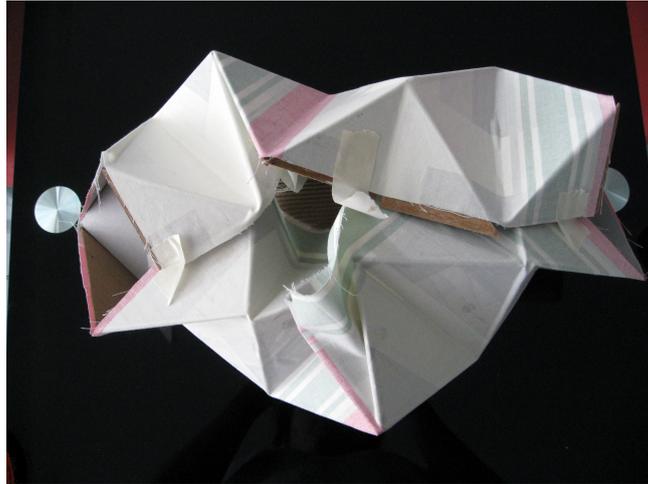


Figura 86. Ensayo de caída de Alternativa 4

Para sujetar la estructura del empaque, se probó con amarres en 6 vértices, como se muestra:

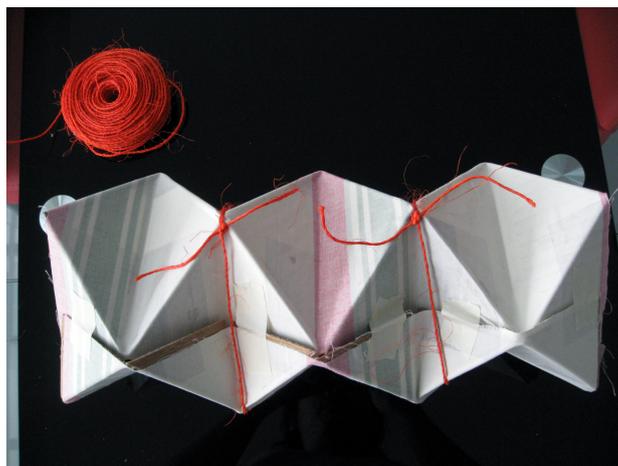


Figura 87. Amarre de empaque

El material usado fue hilo de cabuya. La fibra de cabuya tiene una buena resistencia mecánica, además de ser liviana. La siguiente tabla muestra las características mecánicas de diferentes fibras naturales y sintéticas:

Tabla 14. Características mecánicas de diferentes fibras naturales y sintéticas

Fibra	Densidad (g/cm ³)	Resistencia a la tracción (MPa)	Módulo de elasticidad (GPa)	Elongación a la fractura (%)	Absorción de la humedad (%)
Cabuya	1,3	305,15	7,5	4,96	---
Yute	1,3	393 - 773	26,5	1,5 - 1,8	12
Coco	1,2	175 - 220	4 - 6	15 - 30	10
Abacá	1,3	400 - 1289	45	2,7	8 - 10
Sisal	1,5	511 - 635	9,4 - 22,0	2,0 - 2,5	---
Algodón	1,5	393 - 773	27,6	7 - 8	8 - 25
Ramio	1,5	400 - 938	61,4 - 128	3,6 - 3,8	12 - 17
Lino	1,5	345 - 1035	27,6	2,7 - 3,2	7
Cáñamo	1,4	690	35	1,6	8
Vidrio – S	2,5	2000 - 3500	70	2,5	---
Vidrio – E	2,5	4570	86	2,8	---
Aramida	1,4	3000 - 3150	63 - 67	3,3 - 3,7	---
Carbono	1,4	4000	230 - 240	1,4 - 1,8	---

Tomado de (bibdigital, s.f.)

La cabuya es clasificada como una fibra dura y se usa principalmente en la fabricación de cordelería y elaboración de sogas. Se usan también para hacer tapetes, filtros, bolsos (shigras), entre otros. Con las características mostradas en la tabla, se decidió usar un tejido de cabuya en lugar de tela para unir las piezas triangulares. Los elementos triangulares fueron pegados con silicona para después ser cocidos a la cabuya, evitando que se desprendan.

Al enrollar y formar el empaque con los módulos cocidos a la cabuya, se observó que el empaque ganaba mucha más rigidez y amortiguamiento a caídas y choques que cuando se usó tela gracias a la estructura misma del tejido de cabuya. También se observó que la estructura interna del empaque evitaba que la máscara de barro se mueva.

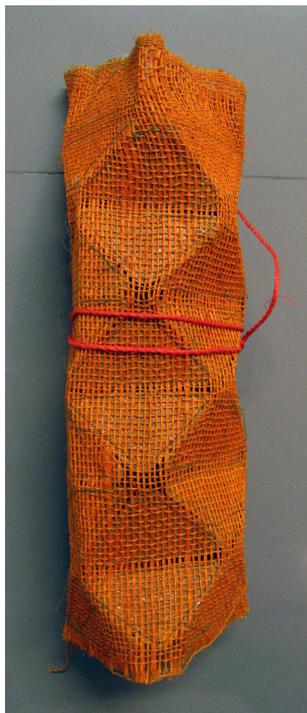


Figura 88. Armado de empaque de cabuya

A continuación se realizaron varios modelos de teselación y armado, con sus respectivas pruebas antes de definir la teselación final a usarse.

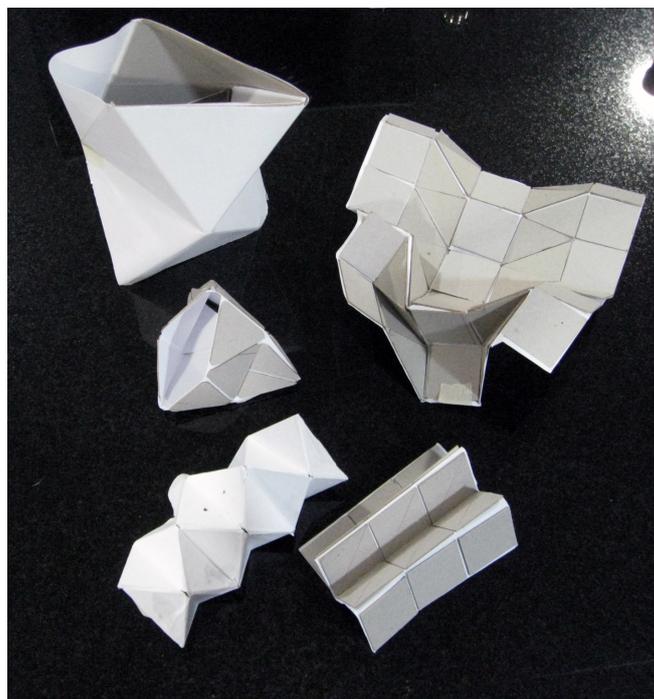


Figura 89. Modelos de teselación

La teselación planteada sería usando triángulos, siendo la alternativa que mejor funcionaba estructuralmente.

La siguiente tabla muestra la calificación, con una escala de 1 a 5, siendo 1 “malo” y 5 “bueno”, de cada una de las alternativas según qué tan bien cumplían con los requerimientos de diseño establecidos anteriormente:

Tabla 15. Calificación de alternativas

	Protección	Cantidad de materiales	Tamaño respecto a la artesanía	Total
Alternativa 1	2	2	2	6
Alternativa 2	3	2	1	6
Alternativa 3	3	2	2	7
Alternativa 4	4	4	5	13

La alternativa 4, usando la teselación, representa la alternativa más viable y cumple de mejor manera con los requisitos de diseño planteados.

4.2.2.7. Prototipado

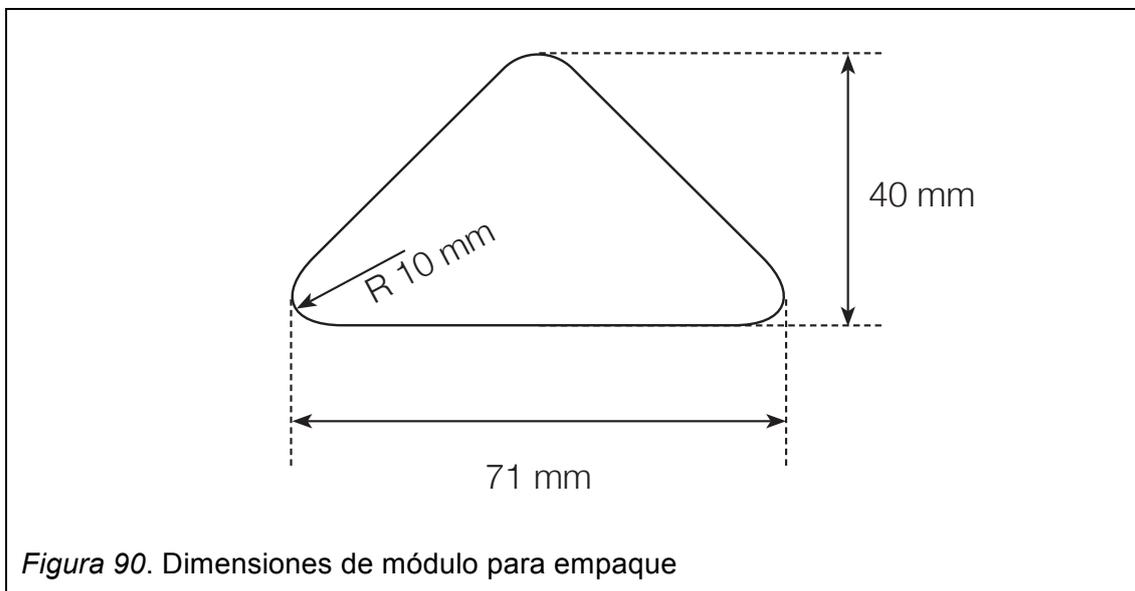
Habiendo elegido la alternativa 4, se procedió a desarrollar la idea considerando los requerimientos de diseño planteados.

4.2.2.7.1. Componentes del empaque

El empaque está compuesto por 2 elementos principales: los módulos triangulares de cartón microcorrugado y el tejido de cabuya.

Los módulos están hechos de cartón microcorrugado debido a la resistencia mecánica que el cartón tiene, su bajo peso y su facilidad y versatilidad para cortar e imprimirse. Gracias a la estructura interna del cartón microcorrugado, también actúa como aislante térmico (por los canales de aire que forman sus

ondas interiores) y amortiguante. Además de esto, es reciclable. Las dimensiones de cada módulo son:



El módulo parte de un triángulo isósceles. Se hicieron pruebas con triángulos equiláteros de distintos tamaños, pero no se lograba la suficiente repetición de los módulos en el empaque para que cubran la superficie de la máscara con una estructura adecuada. Además se probó la alternativa de tejido de fique. Sin embargo, el fique no cuenta con las características estructurales de la cabuya, por lo que su capacidad de amortiguamiento es inferior.

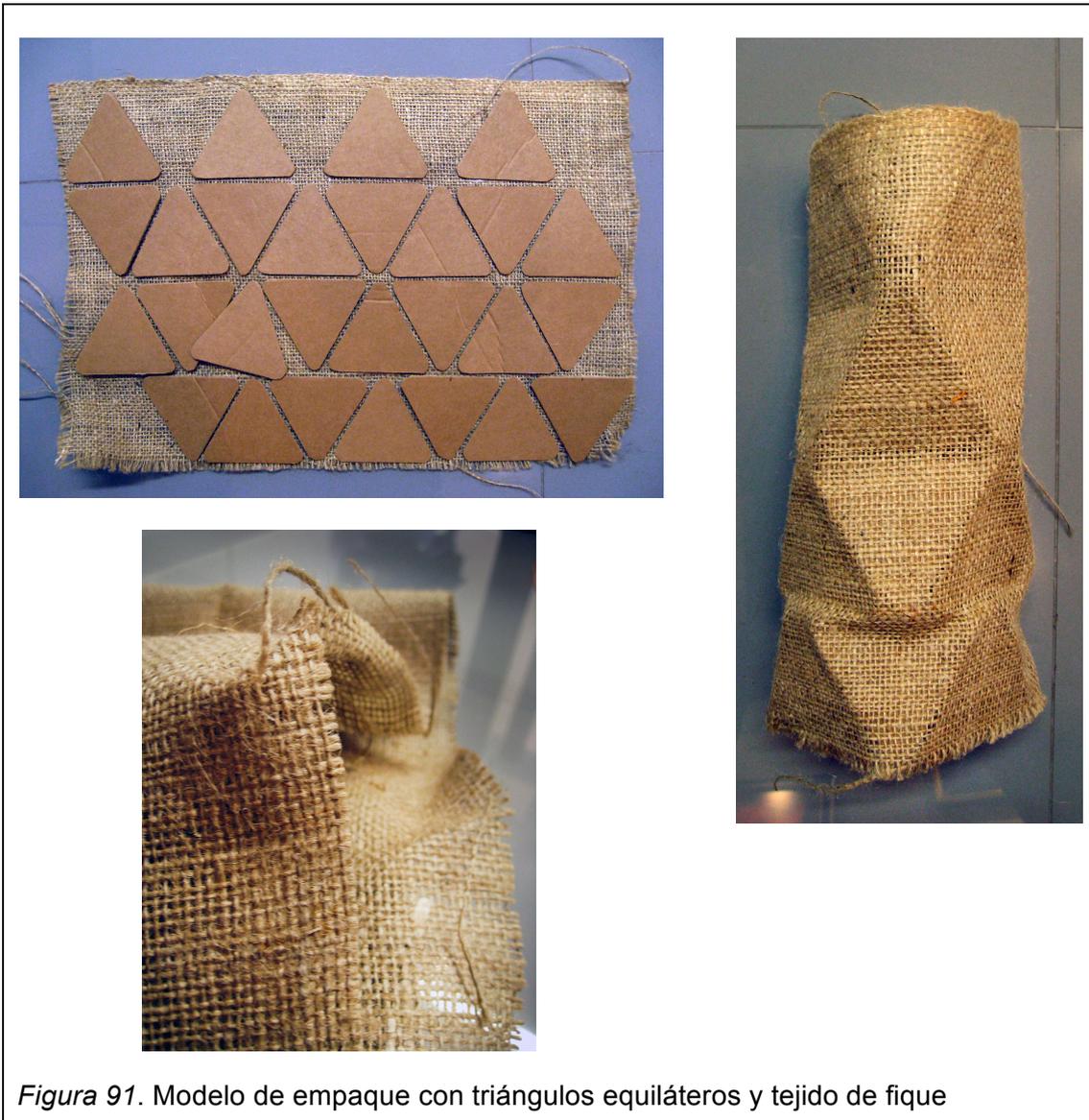


Figura 91. Modelo de empaque con triángulos equiláteros y tejido de fique

Los módulos son cortados a laser. El corte a laser es la alternativa más viable, considerando que los costos y volúmenes de producción no son tan altos como para justificar la creación de un molde de troquel. La impresión para los cartones es en serigrafía debido a que es la alternativa más económica para el volumen de producción que se necesita. Además, la impresión es blanco y negro, por lo que no hace falta una impresión offset. Todos los módulos deben tener la misma dimensión en toda la teselación para lograr la estructura adecuada que proteja la máscara.



Figura 92. Módulos de cartón micro corrugado, cortados e impresos

El tejido usado es la fibra de cabuya. Cabe aclarar que la fibra de cabuya es distinta a la fibra del fique, sus propiedades mecánicas varían y para el empaque se necesita la estructura del tejido de cabuya. Se usará la cabuya en su color natural, sin color añadido. Los tintes generalmente resultan contaminantes y pueden competir visualmente con las ilustraciones de los módulos del empaque.



Figura 93. Tejido de cabuya.

4.2.2.7.2. Producción del empaque

GAEN tendrá los módulos listos (cortados e impresos) para ser cocidos al tejido de cabuya. Los módulos primero deben pegarse con silicona a la cabuya para que permanezcan en su lugar al momento de cocer. El artesano seguirá el patrón que esta plantilla define para que los módulos queden equidistantes y en el lugar adecuado:

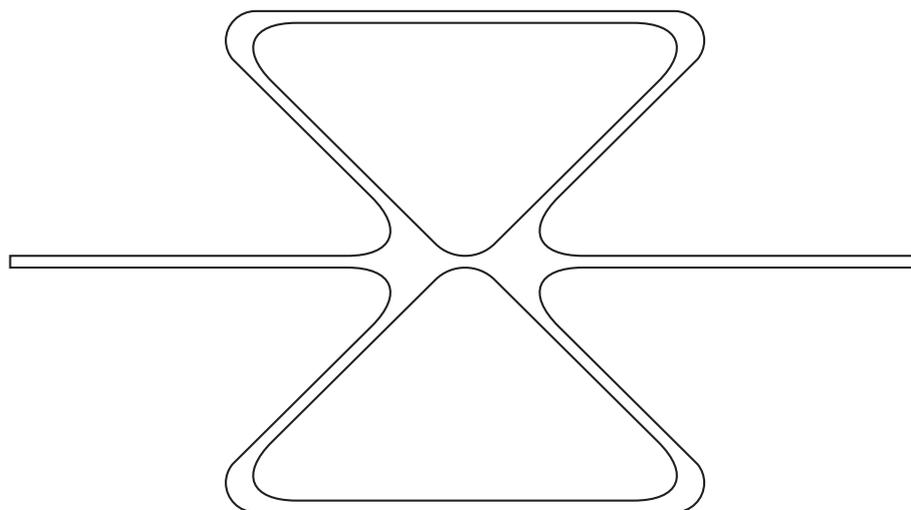
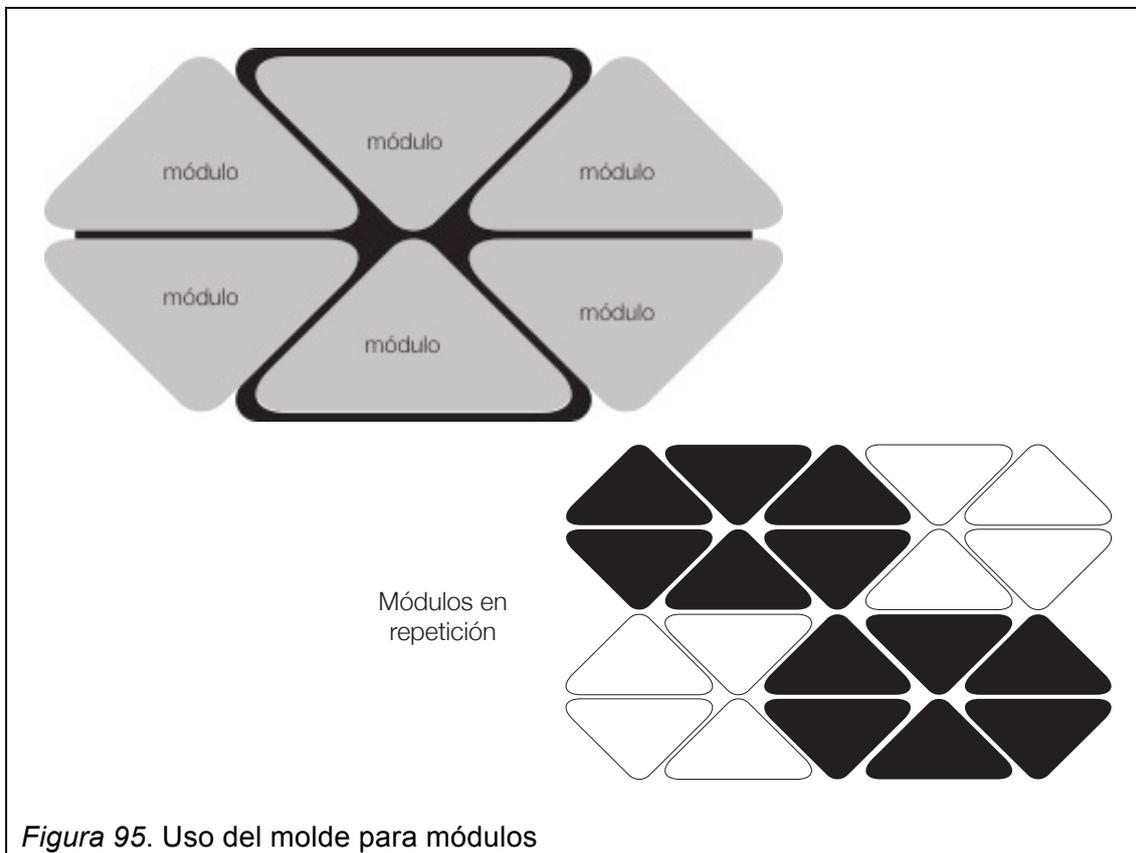
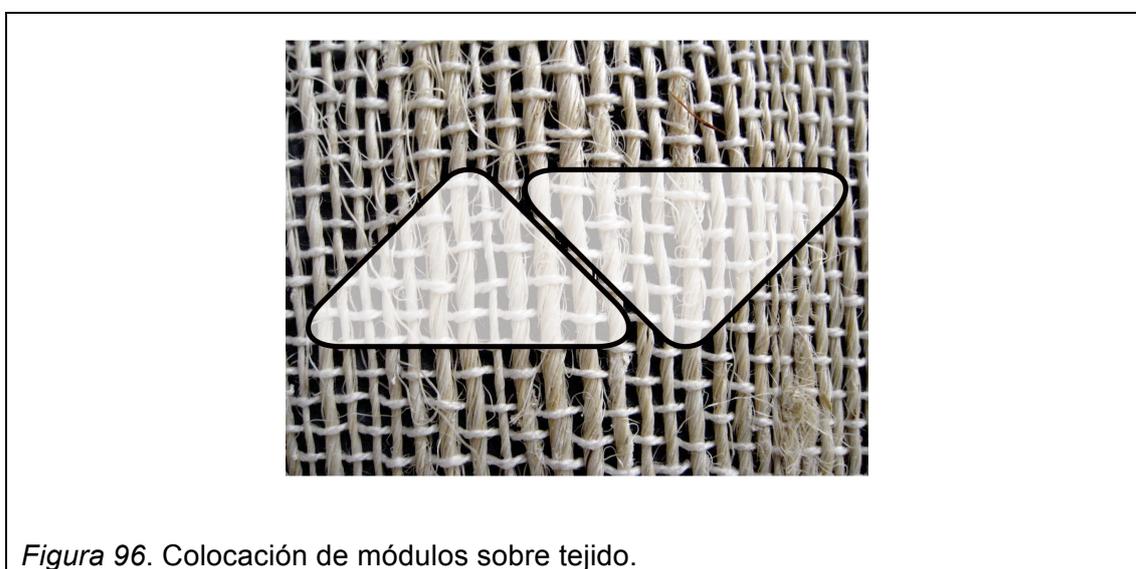


Figura 94. Molde para módulos

Esta plantilla estará hecha de un material más rígido que el cartón, como el MDF o acrílico. La manera en la que se usa el molde para acomodar los módulos se muestra en el siguiente gráfico:



Una vez que los módulos han sido colocados en su sitio, se procede a cocerlos con máquina al tejido de cabuya. Los módulos triangulares serán pegados y cocidos con su base perpendicular a la veta del tejido de la cabuya, como se muestra:



Al pegar los módulos de esta forma, al momento de envolver la máscara de barro en el empaque se logra una estructura más sólida, protegiendo mejor la artesanía. El cocido se lo hará como se muestra en la fotografía siguiente. No se debe cocer solo puntos o secciones, esto provoca que los módulos se desprendan, rompan y doblen con facilidad.

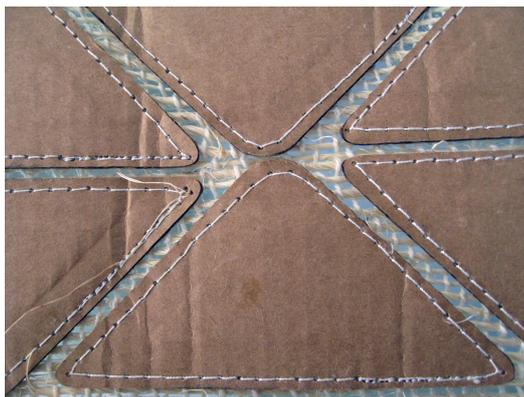
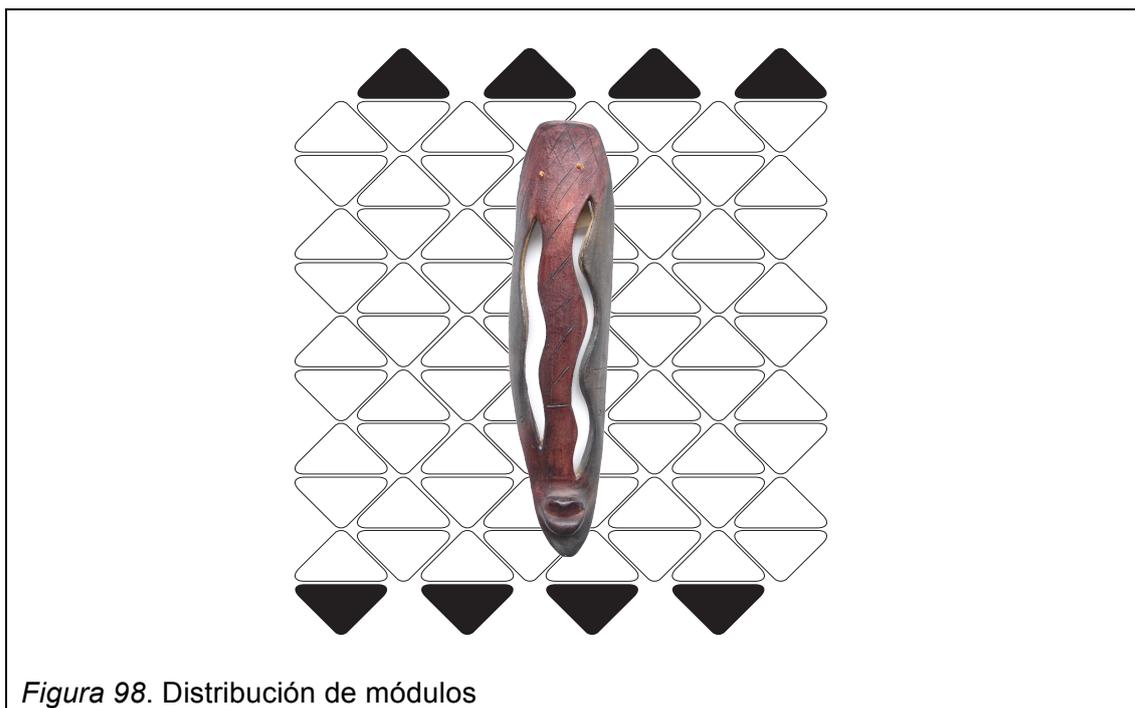
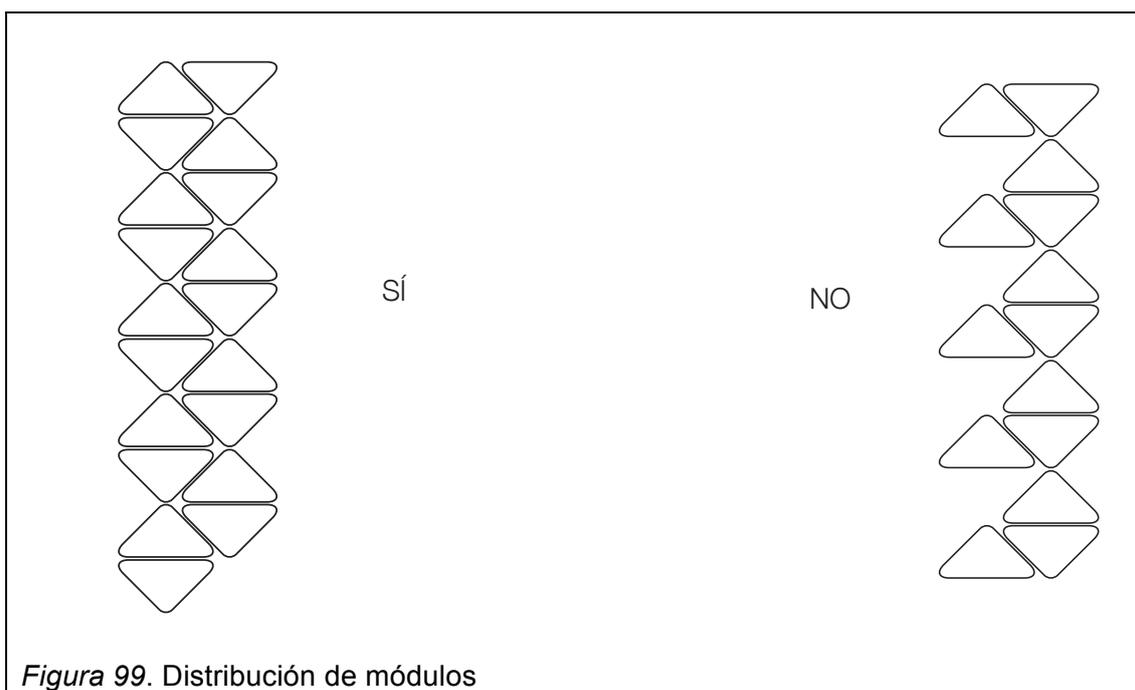


Figura 97. Cocido de módulos sobre tejido.

Para determinar la cantidad de módulos necesarios para cubrir la máscara, se debe medir el largo de la misma. Luego de que se haya cubierto con módulos la superficie de la máscara a lo largo, se añadirá una serie más de módulos horizontales. Esta serie extra será el cierre de cada extremo del empaque. Los módulos negros en el gráfico siguiente son los “extras” que cerrarán el empaque. Con esto se logra proteger del impacto a la artesanía en caso de que sufra una caída perpendicular.



En cuanto a la cantidad de módulos en sentido horizontal (a lo ancho), se ha propuesto usar un constante de 8 módulos. Con esta cantidad es suficiente para envolver las máscaras más anchas de GAEN, de hasta 21 cm de ancho. En caso de que se necesite cubrir una superficie mayor, se aumentarán los módulos acorde a las necesidades, siempre y cuando sean módulos completos y en columnas completas, como se muestra a continuación:

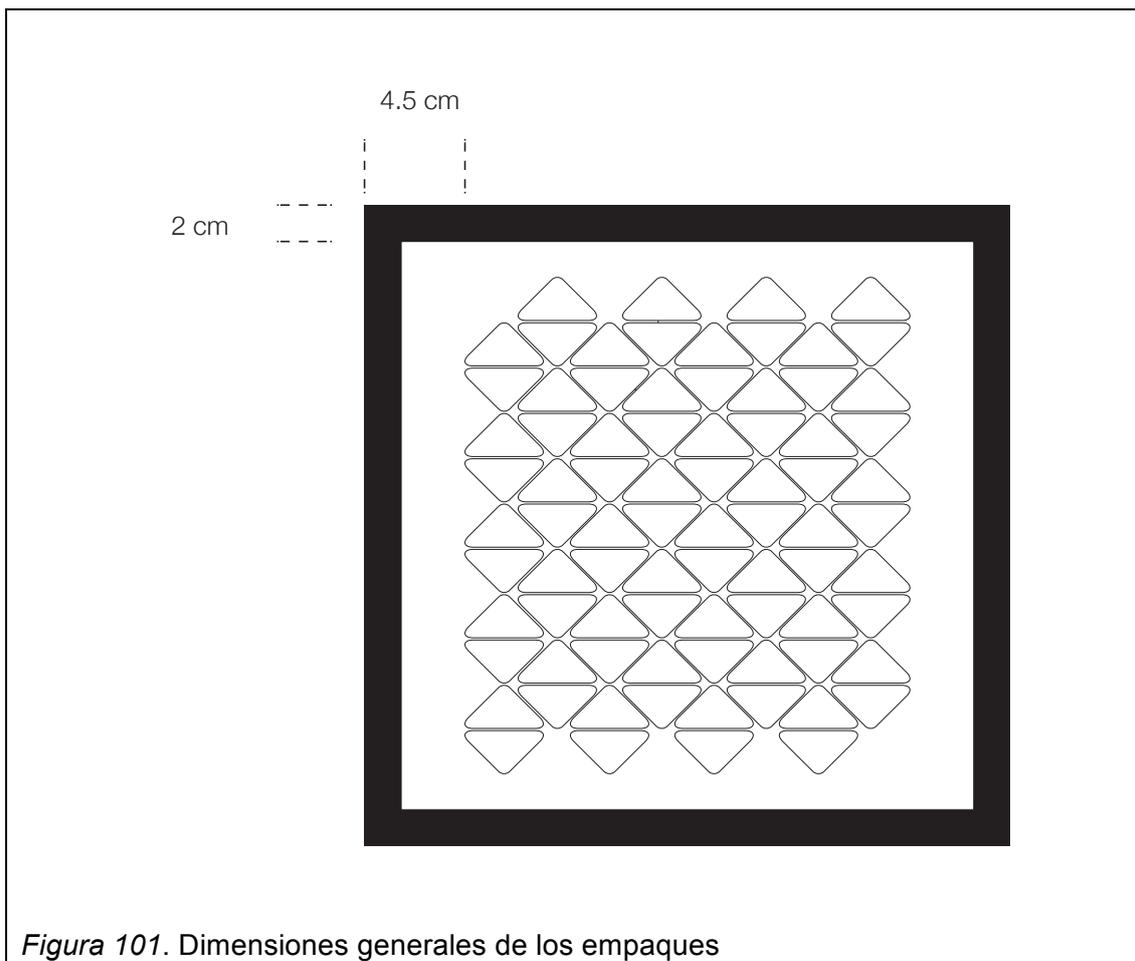


Para los ensayos de empaque se usó principalmente dos tamaños de máscaras: una mediana y un pequeña. Para la máscara mediana, cuyas dimensiones son de 9 x 35 cm, se necesitan 80 módulos. Para la máscara pequeña de 8 x 15 cm se necesitan 40.



Figura 100. Tamaño de empaque para máscara mediana y pequeña

Ahora bien, las dimensiones que se muestran a continuación se mantienen para todos los tamaños de empaque. La cantidad de módulos es lo que varía, pero las dimensiones entre el bordado y módulos y el ancho de las reatas de tela debe ser la misma para todos. En el gráfico, los bordes negros representan las reatas de tela.

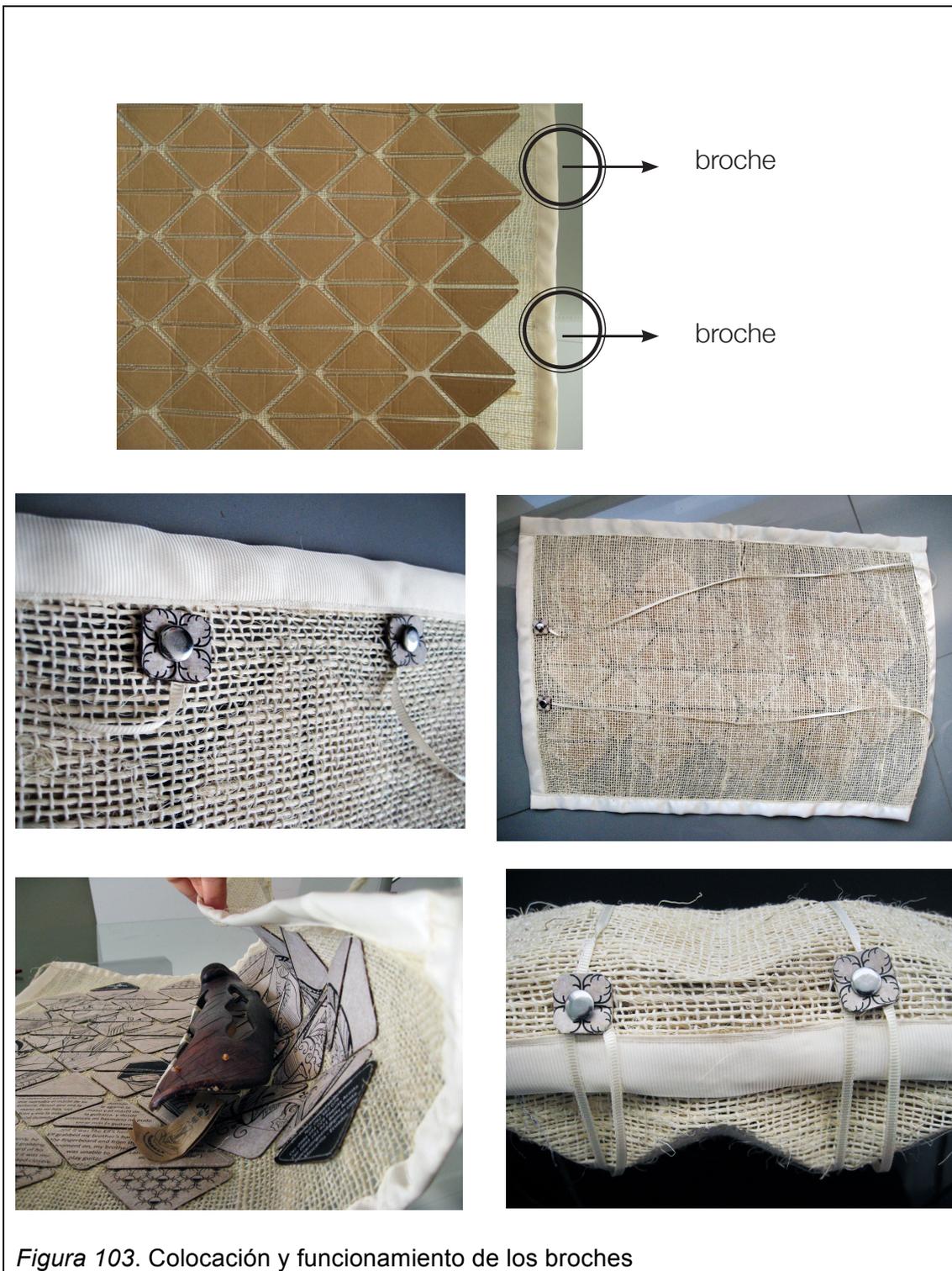


Una vez que se han cocido los módulos en el tejido de cabuya, se cubrirán los bordes con reatas de tela (de preferencia un color similar al tejido de cabuya) para poder atravesar las cuerdas de cabuya que cerrarán los extremos del empaque, como se muestra:



Figura 102. Bordado del empaque

Ahora bien, se vio la necesidad de incluir un sistema de broches que sujeten al empaque firmemente, una vez que se ha envuelto la máscara en éste. Los broches se colocarán solamente a un lado del tejido. Para los empaque pequeños, se usarán dos broches, para los medianos 3 y para los grandes 5. A continuación se muestra los lugares donde irán los broches y su funcionamiento.



Una vez que se ha sujetado los broches, se tira de las cuerdas en los extremos para ajustar y cerrar el empaque, mientras que la misma cuerda de cabuya se convierte en la agarradera del empaque. La longitud de la cuerda que pasa por las reatas del empaque, para un empaque mediano, no debe ser menor a 2

metros. Esa longitud la determinan las dimensiones del tejido ya que la cuerda debe ser lo suficientemente larga como para “rodear” el perímetro del tejido.



Figura 104. Prototipo final (pequeño)

En cuanto a la parte gráfica del empaque se ha propuesto la inclusión de ilustraciones impresas en los módulos de cartón. Las ilustraciones que se han propuesto para el empaque narran historias y cuentos del Valle del Chota, narrados por los mismos pobladores de la zona en el video documental realizado por Iván Guamán, quien busca con su trabajo rescatar la tradición oral de las comunidades afrochoteñas por su importancia cultural. Esto se alinea al objetivo de la producción artesanal de GAEN de rescatar y expresar su identidad y cultura afro.

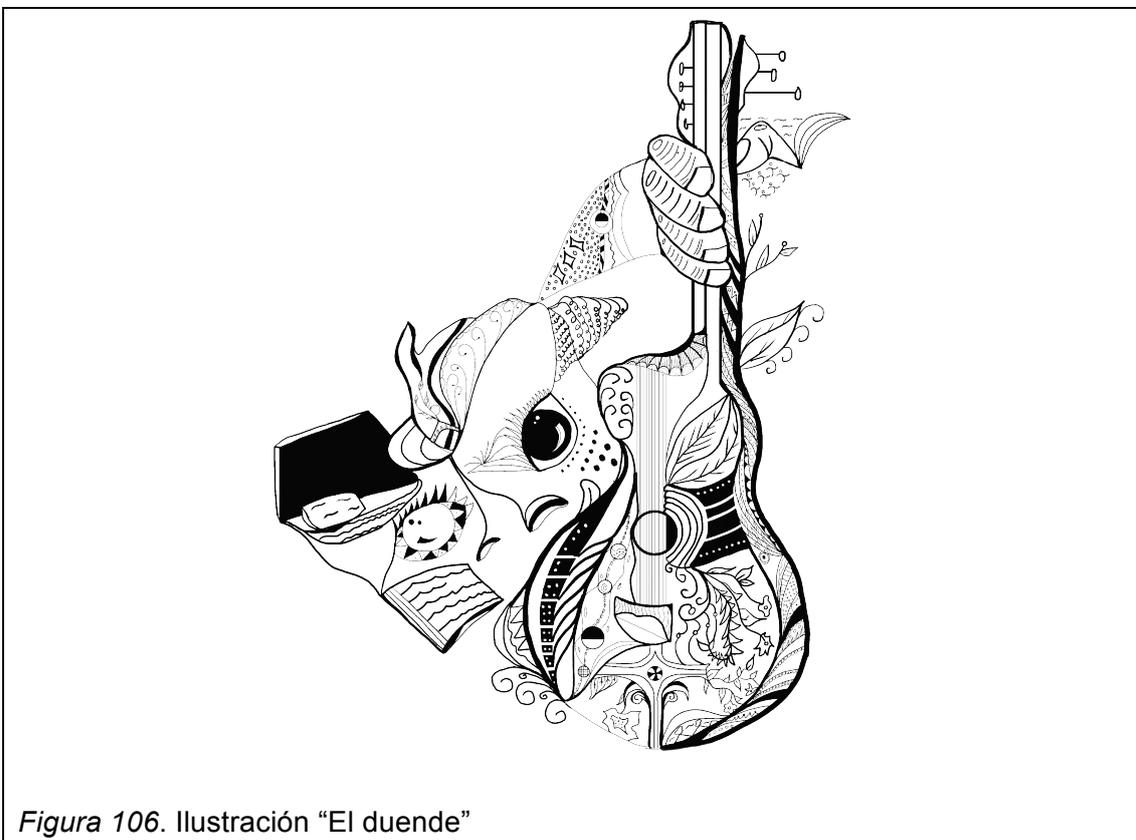
Las ilustraciones tienen un estilo inspirado en las mismas formas de las máscaras hechas por GAEN. Se observa, por ejemplo, que en un mismo rostro o parte de cada ilustración se expresan varias emociones, personajes y objetos. Algunas máscaras tienen estilísticamente un aspecto abstruso (difícil de

comprender) ya que están libre de representación. Según esto puede decirse que tienen un estilo referente al expresionismo, que busca transmitir la subjetividad de su artesano autor respecto a personas, eventos o cosas de su vida cotidiana. No buscan representar fielmente la realidad, sino lo que el artesano siente e interpreta respecto a la realidad. En el diseño de las máscaras, las artesanas de GAEN emplean la exageración y distorsión en ciertas partes, principalmente los labios o nariz, que consideran son rasgos distintivos fisiológicos y culturales de su raza. Esta misma exageración en los rasgos que más muestran expresión y las formas y texturas visuales abstractas fueron usadas para las ilustraciones: ojos grandes, abiertos, bocas grandes, labios gruesos y expresivos, etc.

Las reglas para leer un texto están mucho mejor establecidas y son más regulares que cualquier “regla” que pueda sugerirse para leer ilustraciones. A un nivel mecánico, sabemos que si leemos de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo a través de columnas bien estructuradas de texto, la materia se nos será presentada de una manera más o menos secuencial. Eso quiere decir que leyendo de esta forma, podemos estar bastante seguros de construir un significado coherente del texto. (Lockwood F., p. 297). Por esto es que aunque las ilustraciones tienen un estilo abstracto y está “divididas” dentro de los módulos, se las han colocado en las áreas que aseguren la lectura más eficaz posible y que se evidencie la jerarquía de los elementos (módulos de información, isotipo, etc.).

Los tamaños del empaque variarán según cada máscara, pero en general habrán empaques pequeños, medianos y grandes. Cada uno tendrá cierto número de módulos impresos. Entonces, por ejemplo, un empaque pequeño solo deberá contener una historia o cuento, ya que debe considerarse que cada historia o cuento está narrado en la ilustración y en texto. En un empaque mediano pueden incluirse hasta 2 historias y en un empaque grande pueden haber 3 historias.

A continuación se muestran las ilustraciones en su forma “original”.



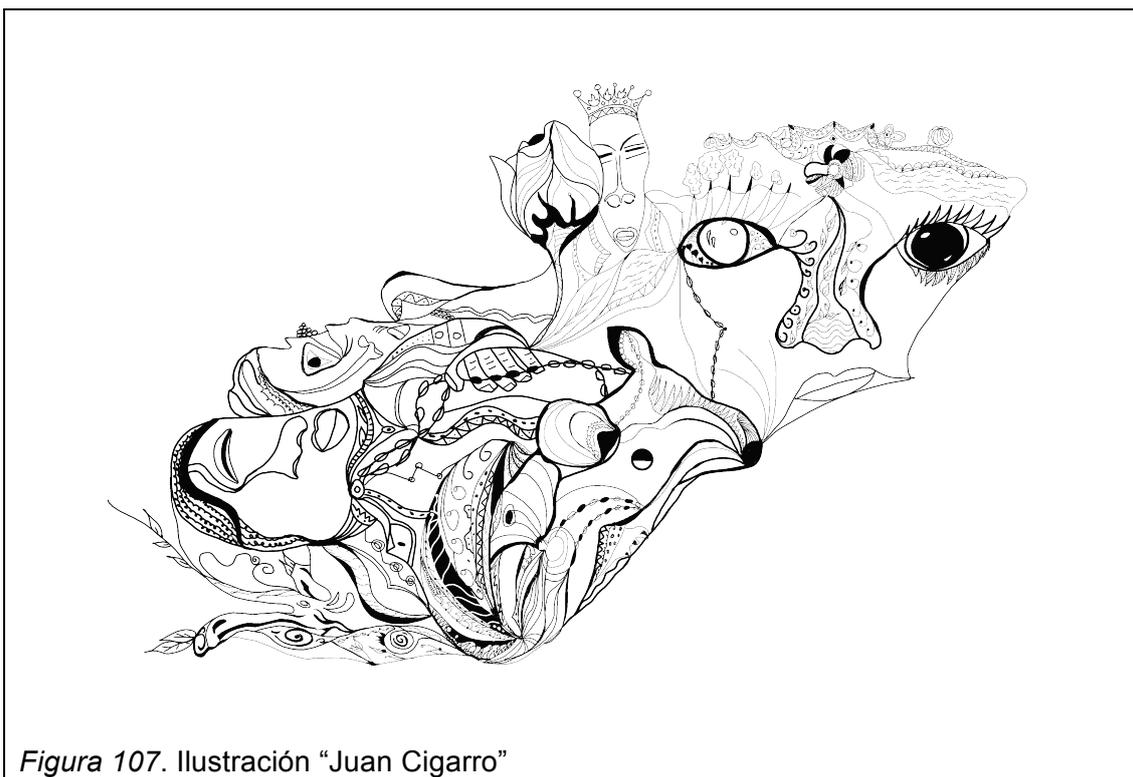


Figura 107. Ilustración "Juan Cigarro"

Para el armado del empaque, existen 5 tipos de módulos que se entregarán a GAEN ya cortados e impresos, estos son:

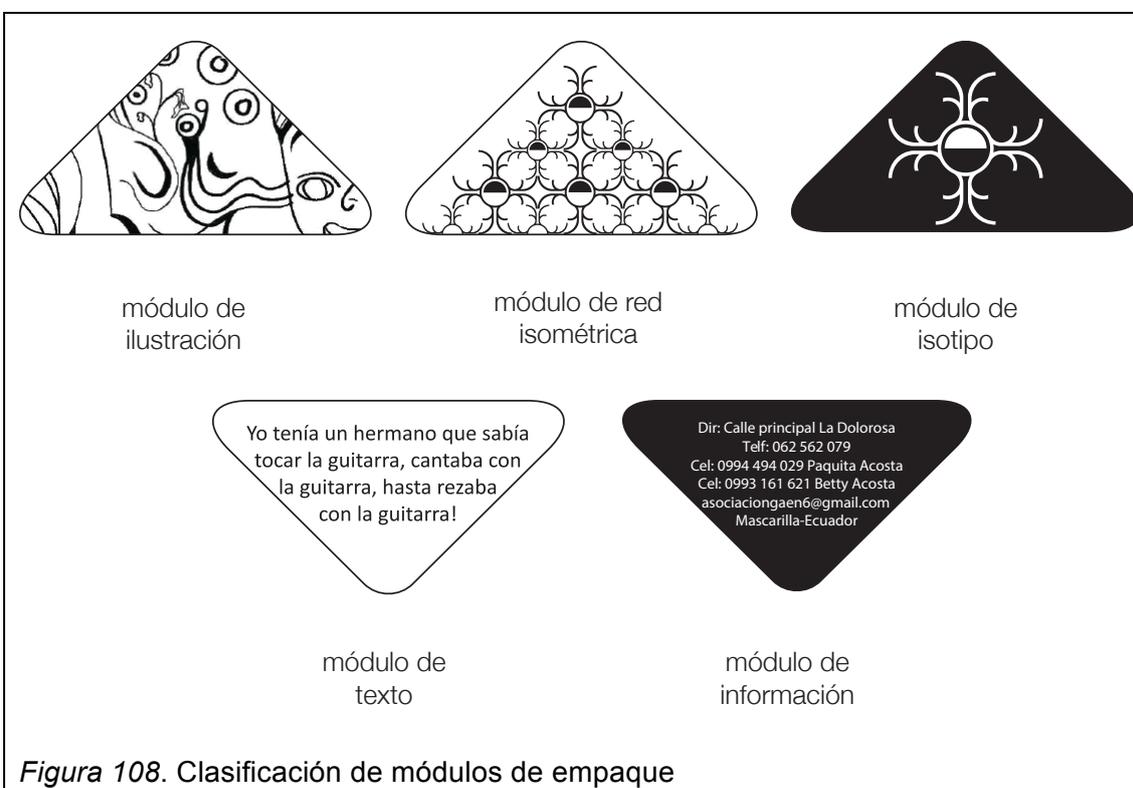


Figura 108. Clasificación de módulos de empaque

Los módulos de red isométrica, de información y de isotipo siempre deberán ir en los lugares mostrados en la siguiente imagen, que también muestra cómo quedarían armados los módulos en un empaque grande, con las tres historias:

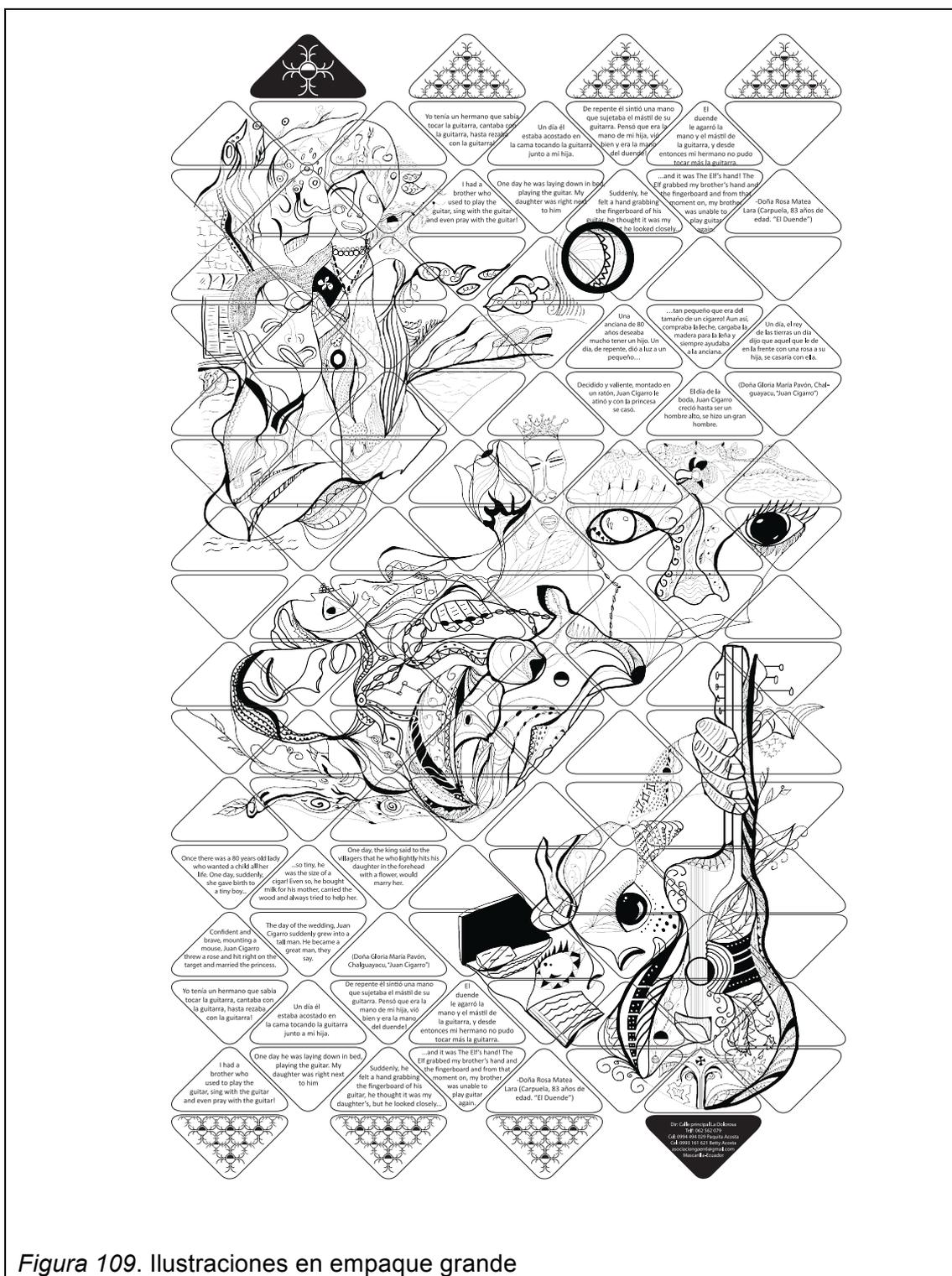


Figura 109. Ilustraciones en empaque grande

En la imagen anterior se muestra la ubicación de cada tipo de módulo dentro de la composición. Se han ubicado de esta forma obedeciendo principalmente a la Ley de Herman Brandt respecto al equilibrio y estética dentro de un diseño gráfico. Según la ley de Brandt, conocida también como la Ley de la Memoria, todo lo que se encuentre en el cuadrante superior izquierdo es más fácil que quede registrado a largo plazo en el espectador. Su argumento es que el orden de lectura en las culturas occidentales es de izquierda a derecha, por lo que la imagen o el texto ubicados en esa área serán vistos varias veces mientras se observa la superficie.

“Aunque se dirija la atención a otras partes de la superficie siempre estará percibiendo, en la zona marginal, el estímulo inicial, lo que hará que aquello que esté colocado en esa área se grave intensamente en la memoria, por la repetición del estímulo y, consecuentemente, se recordará a largo plazo con mayor facilidad.” (blogspot, s.f).

Igualmente, según Brandt la información que esté en esa área tendrá un 45% de porcentaje de recordación. Es por esto que el símbolo de GAEN se ha colocado en este cuadrante superior izquierdo, para que el receptor retenga el símbolo en su memoria y se cree pregnancia de marca. De igual manera, los módulos de texto se colocarán en orden de izquierda a derecha para que el receptor pueda leer la historia coherentemente, en un línea se colocará el texto en español y en otra el texto en inglés. Cada historia está narrada en español e inglés, siendo éste último el lenguaje que habla la mayoría de turistas extranjeros clientes de GAEN.

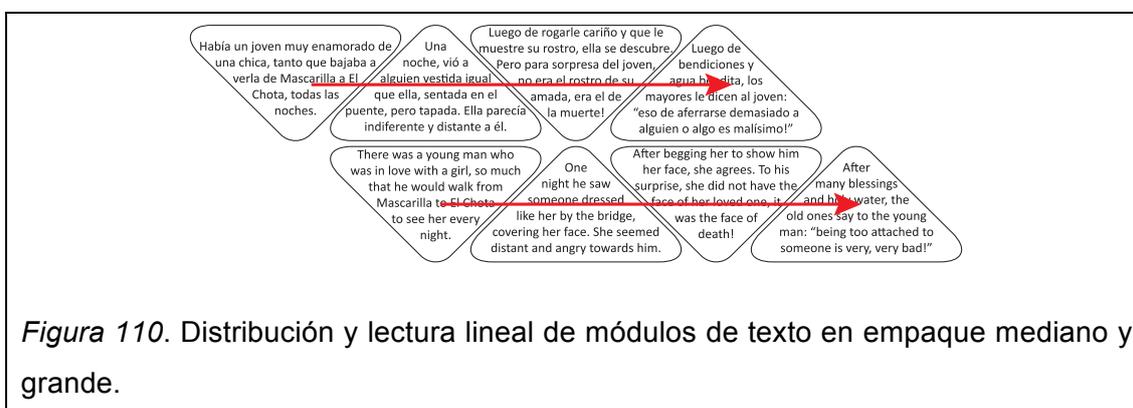


Figura 110. Distribución y lectura lineal de módulos de texto en empaque mediano y grande.

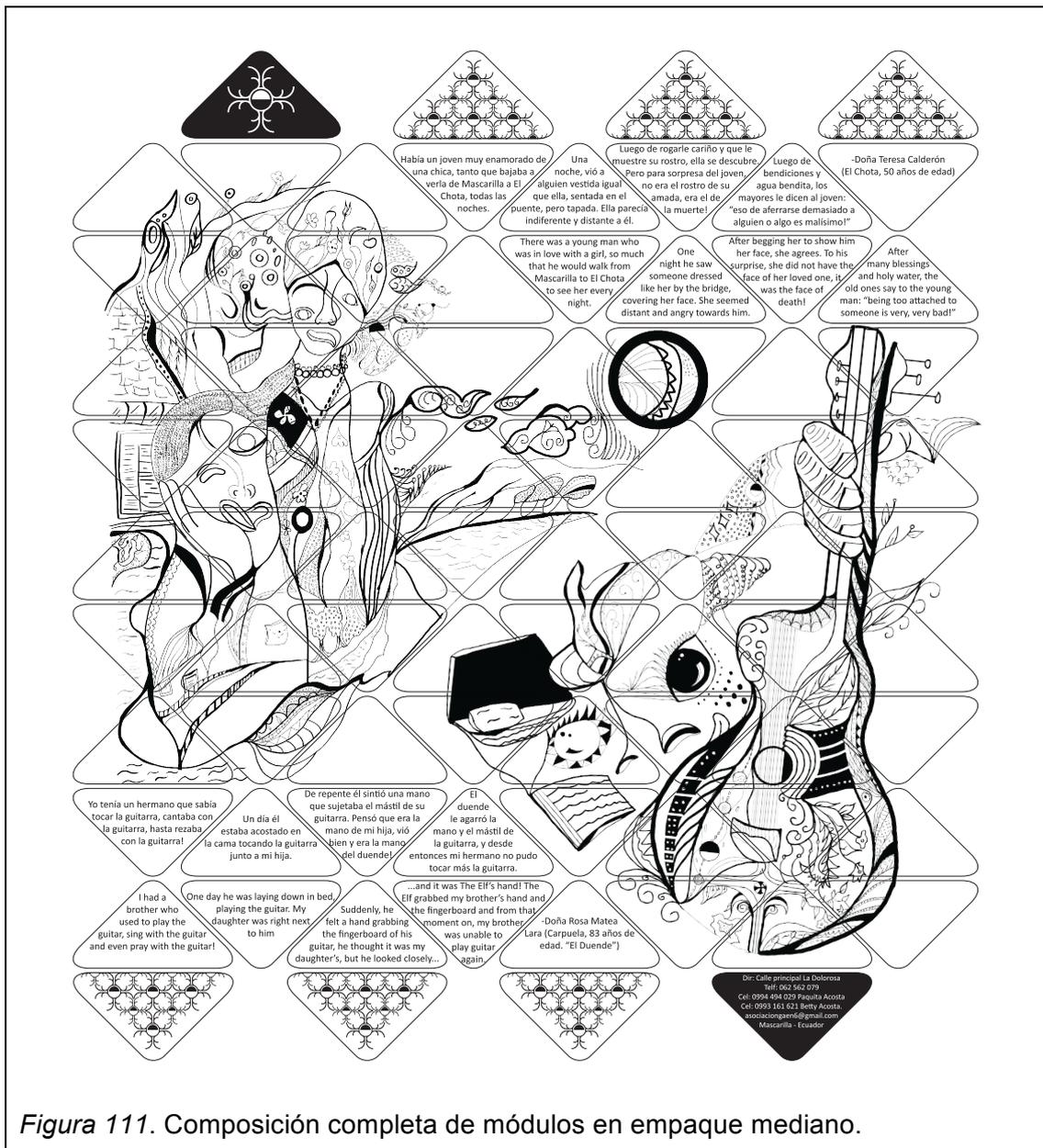
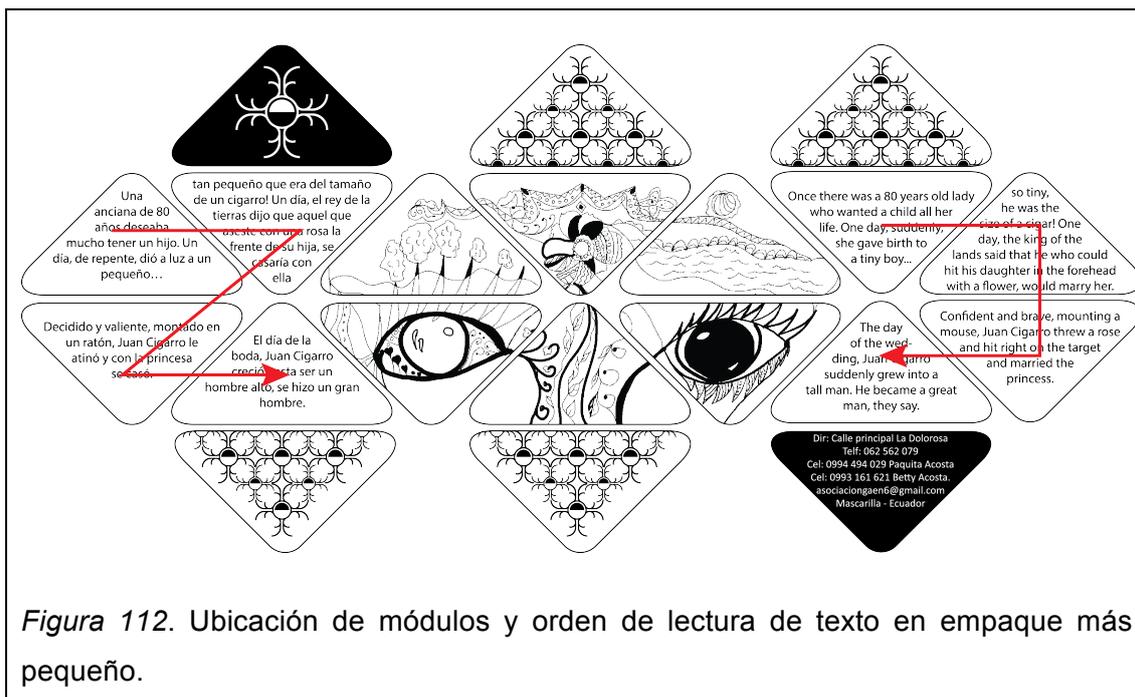


Figura 111. Composición completa de módulos en empaque mediano.

El número mínimo de módulos para el empaque más pequeño posible (empaque mini), según las pruebas de funcionalidad realizadas, será de 20 módulos. A continuación se muestra la distribución más adecuada de los módulos en estos empaques y se indicará el recorrido visual del texto que los módulos crean:



Este número mínimo de módulos permite que en ese empaque más pequeño estén todos los elementos importantes, es decir: módulos de texto, módulos de ilustración (aunque solo se debe incluir una parte de la ilustración) módulo de isotipo, módulos de isometría y módulo de información. Estos empaques más pequeños servirán principalmente para contener a las máscaras más pequeñas y otros objetos artesanales hechos por GAEN, como las pulseras, collares, etc.

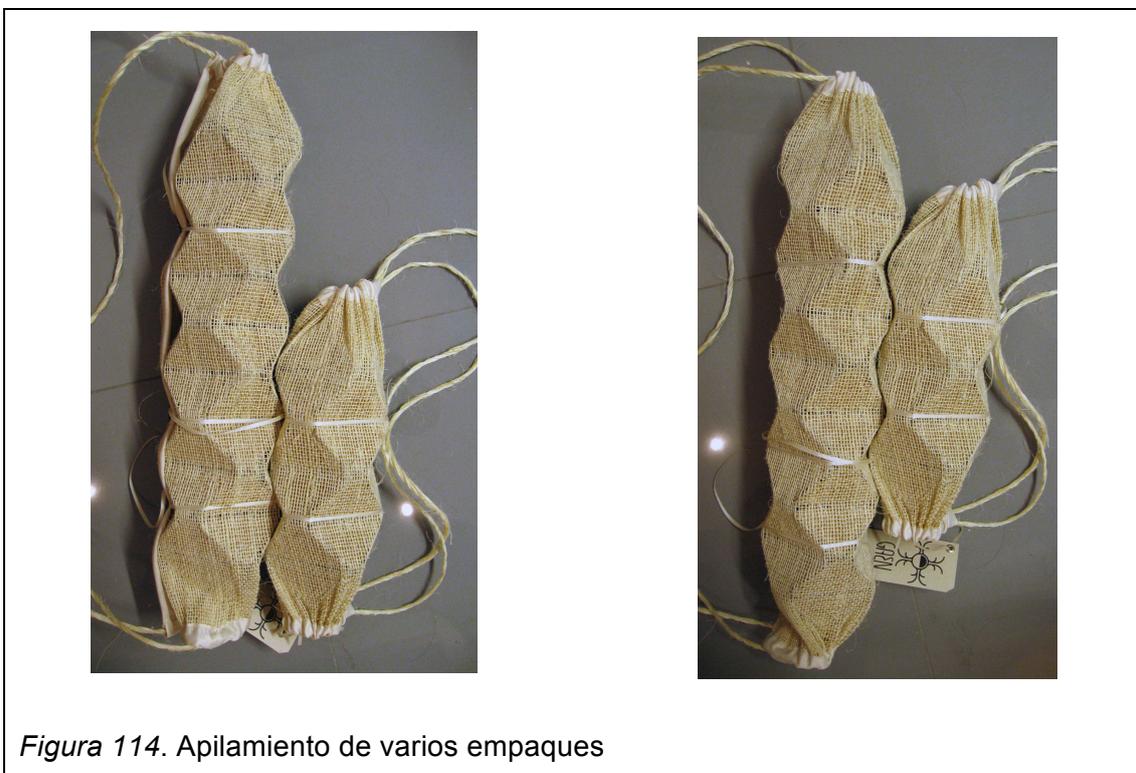
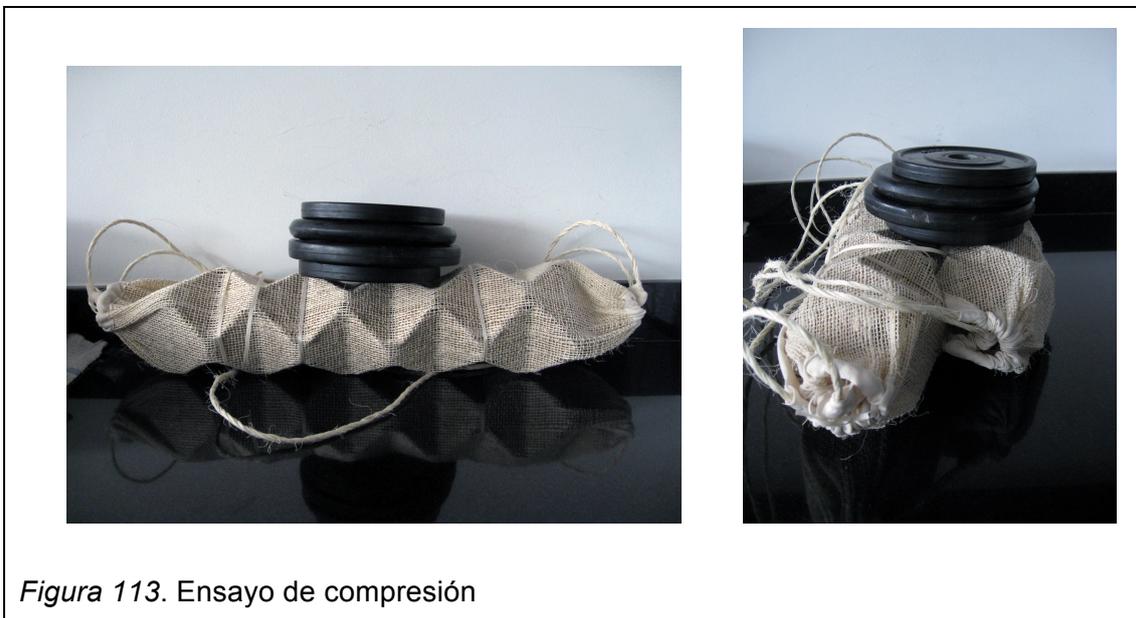
4.2.2.8. Evaluación del prototipo

La simulación de esfuerzos mecánicos para el prototipo de la propuesta final fue la misma que para todas las alternativas: compresión y caída.

En la simulación de compresión se observó que el empaque resiste fácilmente 20 kg de peso. No se observó ninguna alteración en la resistencia del empaque mientras más grande era. El empaque pequeño resiste lo mismo que el empaque mediano.

A modo de recomendación, cuando se apile el empaque, se lo debe hacer modularmente siguiendo la estructura del mismo. De esta forma, la unión de

varios empaques de cualquier tamaño forman un estructura que les permite distribuir esfuerzos entre sí, como se muestra en las siguientes imágenes:



El empaque resistió una caída de 90 cm y 120 cm de alto y la máscara de barro no sufrió ningún daño. Lo mismo ocurrió con los ensayos de choque, en donde la estructura del empaque le permite mantener cierta flexibilidad que amortigua los esfuerzos mecánicos.

El peso del empaque es de 196 gr. Esto es importante ya que algunas máscaras pueden ser pesadas y la composición formal y material del empaque no contribuye mayor peso al momento de cargar y manipularlo. Cabe ahora realizar una breve descripción del tipo de cliente comprador de las artesanías de GAEN y seguidamente se expondrán las características del empaque que lo hacen ideal para esos clientes:

Perfil del cliente

- Variables Duras (demográficas):
 - Edad: 35 años en adelante
 - Género: mujer y hombre
 - Nivel Socioeconómico: ingresos económicos medio-alto, con un nivel de educación y cultura alto.
- Variables Blandas (psicográficas)
 - estilo de vida: tiene un estilo de vida aventurero y viaja frecuentemente, solo y acompañado, le gusta visitar lugares poco conocidos y exóticos, consume productos artesanales, prefiere materiales y productos reciclables y reciclados, tiene conciencia ambiental. Se fija en los detalles de los productos y no tiene reparo en pagar un alto precio por un producto de buena calidad.
- Es extrovertido, aventurero, y prefiere viajes motivados por naturaleza y cultura. Adquiere frecuentemente artesanías por su historia y contenido étnico, y las usa para decorar su hogar y como memorias de sus viajes que las comparte con amigos y familia. Colecciona objetos extravagantes y originales. Prefiere

obtener sus artesanías directamente de los artesanos o mediante el FAIRTRADE (Comercio Justo).

Características del empaque:

- Está hecho de materiales naturales, reusables y reciclables
- Es liviano y fácil de cargar.
- Tiene un aspecto artesanal, acorde al producto al que contendrá.
- Puede cargarse como una bolsa, por lo que libera las manos del turista de cargar un objeto más.

4.2.2.8. Evaluación ambiental.

El impacto ambiental del empaque es mínima. La cabuya es un material natural, elaborado artesanalmente sin procesos industriales contaminantes (en el caso de la cabuya hecha en Mira). Se ha evitado el uso de tintes, como la melanina, y de procesos de impresión del cartón demasiado contaminantes. El cartón corrugado también es un material reciclable y su obtención es de bajo costo e impacto ambiental.

4.2.2.8.1. Costo de producción del empaque

Se ha tomado como base la producción de 5000 módulos, con lo cual se obtienen 250 empaques mini (20 módulos), 125 empaques pequeños (40 módulos), 62 empaques medianos (80 módulos) y 39 empaques grandes (128 módulos). Según Betty Acosta, en la temporada de verano (cuando más visitan los turistas la tienda en Mascarilla) se pueden llegar a vender unas 50 máscaras, la mayoría medianas, por lo que será recomendable para la asociación producir más empaques medianos y pequeños que grandes, que de hecho, solo deberían producirse paralelamente a la producción de una máscara grande.

A continuación se detalla el costo para los componentes del empaque y su procesamiento (corte, impresión, etc).

Tabla 16. Costo de producción de empaques con 5000 módulos

COMPONENTE	PROCESO	#unidades / COSTO
Módulo microcorrugado	troquel y troquelado	5000 u = 87 USD
Módulo microcorrugado	Impresión serigráfica	5000 u = 60 USD
Tejido de cabuya	tejido	83 metros = USD
Tejido de cabuya	cocido de los módulos sobre tejido de cabuya	500 USD
Tejido de cabuya	acabados de bordado y remaches de sujeción	250 USD
Cuerda de cabuya		375 metros = 375 USD
		TOTAL = 1438 USD

Los costos presentados son en el caso de la terciarización de todos los procesos. No obstante, GAEN tiene artesanas que ya se dedican al tejido de fibra de cabuya, por lo que este rubro puede incluirse como gastos de la asociación, dependiendo ya si los miembros de GAEN delegan la elaboración de los empaques a ciertos miembros o si cada artesana o artesano elabora su propio empaque cada vez que produzca máscaras o piezas artesanales (por supuesto, el material deberá estar disponible). Esto último puede resultar conveniente ya que cada artesana haría el empaque que se acomode al tamaño de cada una de sus piezas. Asimismo con el cocido, las artesanas ya cuentan con máquinas de cocer. Los costos pueden disminuir considerablemente si se cubren los gastos de producción de los empaques con la misma materia prima y mano de obra de la asociación. En definitiva, el único material que GAEN no produce es el cartón microcorrugado, su troquelado e impresión, lo que para los 5000 módulos tendría un costo de producción de 147 USD.

Los costos unitarios de cada tamaño de empaque con 5000 módulos son los siguientes:

Empaque mini = 5.75 USD

Empaque pequeño = 11.5 USD

Empaque mediano = 23.19 USD

Empaque grande = 36.8 USD

Las máscaras medianas generalmente tienen un costo de hasta 20 USD. Con la producción de 5000 módulos se obtienen 62. Vendiendo 62 máscaras medianas de 20 USD suma 1240 USD, faltando 198 USD para cubrir los costos de producción (terciarizando). Por lo tanto, el precio de cada máscara mediana de 20 USD deberá subir en 3.19 USD solamente para cubrir el costo de producción del empaque. De igual forma, 250 máscaras pequeñas de 5 USD incrementarán su precio unitario en 0.75 USD, y la venta de 39 máscaras grandes de 100 USD cada una cubre totalmente los costos de producción con empaque incluido.

Ahora bien, uno de los objetivos de diseñar un empaque diferenciador y funcional fue agregar valor a la artesanía de GAEN, la misma que por su naturaleza se considera un objeto de lujo, no de necesidad. Usando la siguiente fórmula se ha determinado el precio de una máscara pequeña (5 USD), mediana (20 USD), grande (100 USD) aumentando el costo de producción y el valor agregado del empaque.

Precio de venta = [(costo de artículo) ÷ (100 – porcentaje de marca)] x 100

El costo de producción de cada máscara (costo de artículo) sumándole el costo de su empaque son los siguientes (por conveniencia, se han redondeado los costos de los empaques):

Máscara pequeña de 5 USD = 2.75 USD + 11 USD = 13.75 USD

Máscara mediana de 20 USD = 11 USD + 23 USD = 34 USD

Máscara grande de 100 USD = 55 USD + 36 USD = 91 USD

Hasta la actualidad, GAEN ha estado fijando sus precios con un margen de beneficio entre el 45% y 50%. El cálculo de la fórmula se lo hizo con el 45%.

$$\text{Precio de venta (pequeña)} = [(13.75) \div (100 - 45)] \times 100 = 25 \text{ USD}$$

$$\text{Precio de venta (mediana)} = [(34) \div (100 - 45)] \times 100 = 61.8 \text{ USD}$$

$$\text{Precio de venta (grande)} = [(91) \div (100 - 45)] \times 100 = 165.4 \text{ USD}$$

Estos valores fueron obtenidos con los costos de producción mediante terciarización, por esto que los precios se elevan tanto. Por tal razón, el único componente del empaque que GAEN debería terciarizar es la producción de los módulos impresos de microcorrugado, siendo 147 USD por las 5000 unidades. Con esta cifra, los precios son los siguientes:

$$\text{Máscara pequeña de 5 USD} = 2.75 \text{ USD} + 1.17 \text{ USD} = 3.92 \text{ USD}$$

$$\text{Máscara mediana de 20 USD} = 11 \text{ USD} + 2.4 \text{ USD} = 13.4 \text{ USD}$$

$$\text{Máscara grande de 100 USD} = 55 \text{ USD} + 3.8 \text{ USD} = 58.8 \text{ USD}$$

Calculando la fórmula se obtiene:

$$\text{Precio de venta (pequeña)} = [(3.92) \div (100 - 45)] \times 100 = 7.12 \text{ USD}$$

$$\text{Precio de venta (mediana)} = [(13.4) \div (100 - 45)] \times 100 = 24.36 \text{ USD}$$

$$\text{Precio de venta (grande)} = [(58.8) \div (100 - 45)] \times 100 = 106.9 \text{ USD}$$

En general, los precios de las máscaras aumentarían en un 20%. A partir de esto, se deberán llevar a cabo estudios de mercado más profundos, evaluación del empaque dentro de la percepción de los clientes de GAEN en un rango de tiempo mayor, y la asociación deberá determinar la forma que más le convenga de producir el empaque. Lo propuesto en este trabajo servirá de una referencia para que GAEN analice la posibilidad de producir su propio empaque, ya que como se había mencionado antes, la materia prima y herramientas necesarias para fabricarlo (excepto los módulos) ya posee la asociación.

Además, el financiamiento puede hacerlo la misma asociación, aunque con la investigación realizada se sabe que existen varios proyectos de fomento y apoyo a los artesanos de Mira y Valle del Chota por parte del gobierno provincial. Además, existen concursos locales en Mira y Carchi en los que participan artesanos con su producción y los premios son apoyos económicos y promoción de su artesanía.

Es recomendable también que GAEN busque el apoyo de las fundaciones con las que ya trabaja, como Mapfre o Sinchi Sacha, para financiar los costos, principalmente de la producción al por mayor de los módulos de cartón, con su corte e impresión, siendo éste el rubro más costoso de cubrir.



Figura 115. Forma de transporte estilo mochila del empaque

En el caso de que GAEN decida exportar su artesanía o para transportar pedidos grandes de artesanías, se recomienda que dentro de la caja de embalaje los empaques individuales se distribuyan juntos unos con otros, conectando sus lados como se indicó anteriormente. Además, cada empaque

individual debe contener siempre una sola máscara o pieza artesanal, ya sea para una compra individual o en la distribución de pedidos grandes, de lo contrario las piezas corren el riesgo de golpearse y friccionar entre sí, dañándolas. Asimismo, dentro del embalaje se colocarán los empaques con las piezas más pequeñas sobre las piezas con los empaques más grandes, esto porque la estructura de los empaques que contienen las piezas más grandes tiene más módulos y por lo tanto distribuye el peso en una mayor superficie.

En cuanto al diseño del embalaje, se ha elegido una caja de cartón corrugado debido a su resistencia y versatilidad para adaptarse a los modos de transporte: aéreo, marítimo y terrestre.

Debido a que GAEN no recibe continuamente pedidos mayores, para exportar o distribuir nacionalmente lo más recomendable es que la asociación adquiera las cajas de embalaje por unidades cada vez que reciba un pedido mayor. Existen empresas que pueden entregar las cajas por unidad hasta en 48 horas, aunque la mayoría tarda hasta 15 días. Las medidas de los embalajes dependerán del lugar de destino de la producción. Siendo Italia y Estados Unidos los países a donde GAEN ha exportado su artesanía, se usarán las medidas de las cajas que cumplen con las normativas de tamaños para dichos países: el Euro Pallet (1200 x 800 mm) y el Pallet Industrial (1220 x 1020 mm), que es ideal para los Estados Unidos. La norma ISO 3394 establece que se debe usar un módulo de 600 x 400 mm para evitar cualquier desperdicio de espacio al momento de colocarlos en las estibas de tamaño normalizado recomendadas por la ISO. Sin embargo, este módulo no es obligatorio y en el caso de GAEN, existen máscaras que superan esas medidas (por lo tanto, también sus empaques), por lo que en caso de existir pedidos de piezas grandes, se las distribuirán dentro de los embalajes Euro Pallet e Industrial antes mencionados de la manera más eficiente posible.

En la información gráfica del embalaje se incluirá lo siguiente:



Todos estos datos van acorde a las Normas ISO 3394 (dimensiones de cajas, pallets y plataformas) e ISO 780 y 7000 (instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga), requeridos para productos de exportación y distribución nacional. Los precios de cada una de estas cajas está alrededor de 24 USD por unidad.

De la misma manera, los empaques de GAEN llevarán una etiqueta colgante, en blanco y negro, sobre la cartulina natural que usa el resto de la papelería de GAEN. Esta etiqueta debe incluirse en el empaque debido a que la normativa expuesta en la Guía de Etiquetado para Alimentos y Productos Textiles, hecha por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, indica lo siguiente:

“Los productos textiles deberán estar marcados y etiquetados en el momento de su comercialización. Cuando los productos se destinen al

consumidor final, las denominaciones, calificativos y contenidos en fibras textiles deberán indicarse de manera clara y legible en las etiquetas, marcas, embalajes o documentos promocionales.” (Proecuador, s.f)

Esta normativa aplica para los productos que deseen ingresar a la Unión Europea. Para los productos destinados a Estados Unidos, se debe incluir en la etiqueta: origen del producto símbolo, tipo de fibra o lana. (Proecuador, s.f).

Debido a la composición del empaque, es importante seguir esta normativa ya que el empaque está destinado al consumidor final para que lo conserve.

El costo total de producción de 2000 etiquetas es de 48 USD.



Figura 117. Etiqueta colgante para empaque

CAPÍTULO 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

La imagen de una asociación artesanal debe mantenerse no solo en la calidad de su producto, sino en la calidad de su presentación.

Se pueden integrar elementos simbólicos de la cultura misma de la asociación GAEN para lograr desarrollar su imagen que sea congruente con lo que busca transmitir ya en su artesanía.

La imagen corporativa propuesta para GAEN vuelve a su artesanía más atractiva, agrega valor y transmite no solo la identidad afrochoteña de la asociación, sino también información importante (como etiquetas con información del lugar de origen de las piezas artesanales) que puede atraer nuevos clientes.

GAEN cuenta ya con suficiente materia prima y mano de obra entre sus artesanas como para fabricar ellas mismas el empaque, demostrando que se pueden obtener empaques en base a las mismas técnicas de una producción artesanal.

A pesar de que resulta relativamente más costoso, el empaque propuesto funcionar mejor que el actual empaque de GAEN, además que comunica de mejor forma esa cualidad “artesanal” que la asociación busca mantener en su producción.

Es posible investigar más profundamente otras alternativas de materiales autóctonos de la zona con los que se pueda trabajar para producir otros elementos de la imagen corporativa de GAEN.

5.2. Recomendaciones

El fomento y, sobre todo, la supervisión de los proyectos ofrecidos a la comunidad de Mascarilla puede generar mayor apertura por parte de los artesanos de GAEN para compartir su conocimiento y considerar alternativas de producción y/o promoción de su artesanía.

Aunque se busque el bien de la asociación, siempre se debe dar prioridad a lo que la asociación GAEN considere favorable para sí misma. Al fin y al cabo, son los artesanos los dueños de su artesanía.

Existen varios aspectos dentro de la producción artesanal de GAEN que pueden beneficiarse de la intervención directa del diseño, pero se recomienda un acercamiento lento, progresivo y respetuoso hacia la asociación y su producción artesanal. No se debe violentar la identidad cultural de su artesanía por incrementar volúmenes de venta, y cualquier intervención debe hacercela con el consentimiento de todos los miembros de GAEN.

El fomento del turismo, sobre todo el etnoturismo, en la provincia del Carchi puede beneficiar a la venta de artesanías de GAEN.

Se recomienda que cualquier plan de intervención en la artesanía de GAEN, se la haga con el consentimiento de todos sus miembros artesanos.

REFERENCIAS

- Acha, J. (1995). *Introducción a la teoría de los diseños*. México: Editorial Trillas, S.A.
- Ambalaj. (s.f.). *Universal packaging system*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2015 de <http://www.ambalaj.se/2010/05/12/universal-packaging-system/>
- Ambrose, G. Y Harris, P. (2011). *Packaging de la marca*. Barcelona, España: Parramon Ediciones.
- Barroso, E. (1999). *Diseño y Artesanía: Límites de Intervención*. Recuperado el 17 de Marzo de 2015 de <http://www.mexicandesign.com/revista/disyart.htm>
- Blogspot. (s.f.). *¿Cómo explora las imágenes el ojo humano?* Recuperado el 10 de Marzo de 2016 de <http://codigosvisuales0.blogspot.com>
- Boadi, E. (s.f.). *Historia de las máscaras africanas de arcilla*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015 de http://www.ehowenespanol.com/historia-mascaras-africanas-arcilla-sobre_355159/
- Bürdek, B. (1994). *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile.
- Chalá, F. (2013). *Representaciones del cuerpo, discursos e identidad del pueblo afroecuatoriano*. Quito, Ecuador: Editorial Universitaria ABYA-YALA.

- Chaves, N. (2001). *El oficio de diseñar*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Cordero, A. (2012). *En el Valle del Chota hacen máscaras que revelan su identidad*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de <http://www.elnorte.ec/turismo/28252-en-el-valle-del-chota-hacen-máscaras-que-revelan-su-identidad.html>
- Costa, J. (1987). *La Imagen Global*. Barcelona, España: CEAC, S.A.
- Dondis, D. (1973). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Elcomercio. (s.f.). *Hospedaje comunitario en Mascarilla*. Recuperado el 12 de Abril de 2015 de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/0123000130e8c113-61eb-4023-bae2-720bbbea1d64>
- Elisastrozyk. (s.f.). *Wooden Textiles*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2015 de <http://www.elisastrozyk.de>
- Elempaque. (s.f.). *Método IMPEE para calcular el material de amortiguamiento de un embalaje*. Recuperado el 4 de Enero de 2016 de <http://www.elempaque.com/temas/Metodo-IMPEE-para-calculer-el-material-de-amortiguamiento-de-un-embalaje+4074003?pagina=1>
- Elnorte. (s.f.). *La comunidad de Mascarilla se alista para recibir a la infanta Elena*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de http://www.elcomercio.com/app_public_pro.php/actualidad/comunidad-mascarilla-ecuador-carchi.html

- Elnorte. (s.f.). *En el Valle del Chota hacen máscaras que revelan su identidad*. Recuperado el 12 de Abril de 2015 de <http://www.elnorte.ec/turismo/28252-en-el-valle-del-chota-hacen-mascaras-que-revelan-su-identidad.html>
- Elnorte. (s.f.). *Mascarilla, comunidad que progresa*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de <http://www.elnorte.ec/ibarra/actualidad/42628-mascarilla,-comunidad-que-progresa.html>
- Emblem, A. Y Emblem, H. (2012). *Packaging Technology: Fundamentals, materials and processes*. Cambridge, UK: Woodhead Publishing Limited.
- Estades. (s.f.). Recuperado el 19 de Diciembre de 2015 de <http://www.estades.com/photos/oeuvres/1048-1/RAUSCHER-Michel.jpg>
- Eur-lex. (s.f.). Recuperado el 19 de Diciembre de 2015 de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:l21207>
- FECONIC. (2005). *Nuestra Historia: Documento didáctico pedagógico: una herramienta para la etnoeducación afroecuatoriana (II)*. Quito, Ecuador.
- Feptce. (s.f.). *Turismo Comunitario en Mascarilla*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=123:comunidad-mascarillas&catid=38&Itemid=266
- Fernández, R. (2013). *El origen africano del cubismo*. Recuperado el 11 de Abril de 2015 de <http://ruthaciaafrica.blogspot.com/2013/10/el-origen-africano-del-cubismo.html>

- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías y Secretaria de Desarrollo Social. (2013). *Manual de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad*. D.F, México.
- Fundación Paul Rivet. (1992). *Historia de la cerámica en el Ecuador*. Cuenca, España: Fundación Paul Rivet.
- Africafundacion. (s.f.). *Claves para comprender África*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2015 de http://www.africafundacion.org/IMG/pdf/Barto_Burgos_claves.pdf
- Gaen. (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2014 de <http://gaen.weebly.com/attractivo.html>
- Galton, M. (2007). *Manual de Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales*. México.
- Giovannetti, M. (2003). *El mundo del envase: Manual para el diseño y producción de envases*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Hereria, G. (2009-2010). *Emprendimientos productivos en la economía popular de los cantones Espejo, Bolívar y Mira*. Ibarra, Ecuador: IAEN.
- Hernández, K. (2010). *Discursos hegemónicos y tradición oral sobre los cuerpos de las mujeres afroecuatorianas*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Hugo, V. (2012). *Obtención y caracterización de materiales compuestos de matriz poliéster reforzados con fibra de cabuya mediante estratificación*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2015 de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/4714/1/CD-4344.pdf>

ICSID. (2010). *Código de ética profesional*. Recuperado el 12 de Abril de 2015 de http://www.icsid.org/uploads/resources/professional_practice/code_ethics/Code_of_Ethics_sp.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2013). *Análisis del sector de artesanías*. Quito, Ecuador.

Jiménez C. (2014). *Las máscaras de arcilla llevan el sello de la cultura afro*. Recuperado el 12 de Abril de 2015 de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=123:comunidad-mascarillas&catid=38&Itemid=266

Lahora. (s.f.). *La tradición afro del Valle del Chota*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015 de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101463292#.VnYdDrQzyEk>

Lahora. (s.f.). *Rehabilitarán trapiche en Mascarilla*. Recuperado el 12 de Abril de 2015 de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101487609/-1/Rehabilitarán_trapiche_en_Mascarilla.html#.VSrYgUL5iS1

Lamerkabacosmica. (s.f.). *El triángulo*. Recuperado el 3 de Enero de 2015 de http://lamerkabacosmica.blogspot.com/p/al_22.html

Martín, I. Y Martín, R. (2012). *Envolviendo sueños. Diseño de Packaging: ética, estética y eficacia*. Madrid, España.

Mira. (s.f.). *Artesanía en barro de Mascarilla*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de http://www.mira.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=12:artesanía-en-barromascarilla&catid=11:aturisticosc&Itemid=4

- Navarro, P., Martínez, M., Alcaraz, J., Navarro, E., Martínez, A., Ferreira, B. Y Hortal, M. (2011). *Guía práctica de diseño de envases y embalajes para la distribución de productos*. Valencia, España.
- Navarro, S. (2014). *Diseño y Artesanía: Límites de Intervención*. Recuperado el 17 de Marzo de 2015 de <http://www.silvananavarro.com/#!DISEÑO-Y-ARTESANÍA-LÍMITES-DE-LA-INTERVENCIÓN/c19oq/D967E08F-BF15-40F3-A1B7-CE1AEA51C83D>
- Newark, Q. (2002). *Qué es el diseño Gráfico: Manual de diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.
- Noboa, F. (s.f.). *Una visión global sobre el Chota 1475-1813*. Recuperado el 20 de Junio de 2014 de <http://www.proecuador.gob.ec/sector4-1/>
- Novatec. (s.f.). Recuperado el 22 de Diciembre de 2015 de <http://www.novatec.com.mx/project/caja-de-plastico-automotriz-2415-1/>
- Orton, C., Tyers, p., y Vince A. (1997). *La cerámica en arqueología*. Barcelona, España: Grijalbo Mondadori, S.A.
- Paratucoleccion. (s.f.). *Estilos de decoración*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2015 de <http://www.paratucoleccion.com/images/JOKWEBAMBU.gif>
- Pinturayartista. (s.f.). *Arte primitivo africano*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2015 de <http://www.pinturayartistas.com/estilo-pictorico-africano/>
- Proecuador. (s.f.). *Proyectos de inversión agrupados por sectores*. Recuperado el 20 de Junio de 2014 de <http://www.proecuador.gob.ec/sector4-1/>

- Rubín, D. (1974). *Arte popular Mexicano*. México: Editorial FCE.
- Salazar O. (2005). *Un modelo de comercialización de las artesanías ecuatorianas*. Quito, Ecuador: IAEN.
- Sánchez, E. (1988). *El Arte precolombino (II)*. Madrid, España: Historia 16.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito, Ecuador.
- Swann, D. (1973). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Tripadvisor. (s.f.). Recuperado el 29 de Abril de 2014 de http://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g2537682-i97273695-Ambuqui_Imbabura_Province.html#97272764
- Tulcanonline. (s.f). *Artesanía en Barro Mascarilla*. Recuperado el 29 de Abril de 2014 de <http://www.tulcanonline.com/index.php/turismo/canton-mira/artesania-en-barro-mascarilla.html>
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la Artesanía*. México D.F, México. (1era edición): Editorial Plaza y Janés, S.A. de C.V. y/o Plaza y Valdés.
- Unesco. (s.f.). *Patrimonio Inmaterial*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015 de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/intangible-heritage/>
- Viñolas, J. (2005). *Diseño ecológico*. Barcelona, España: Blume.
- Zitterkopf, M. (2003). *El packaging como vendedor silencioso y factor determinante de la compra*. Buenos Aires, Argentina.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de entrevista a miembros de GAEN

- 1. Cómo y hace cuánto fue la formación del Grupo Artesanal Esperanza Negra?**
- 2. Han sido parte de algún proyecto del Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte, o cuenta con alguna ayuda internacional?**
- 3. Sí, cual? Que tan productivo fue?**
- 4. No, cuales cree que son las razones que evitan un mayor fomento de la artesanía en Mascarilla y Mira?**
- 5. Cual es el propósito de sus artesanías?**
- 6. A qué mercados se dirigen o han pensado dirigir su producción artesanal?**
- 7. Cuánto han invertido en la innovación de su producción artesanal?**
- 8. De existir alguna, cuales cree que son las barreras que impiden un mayor alcance de su producción artesanal dentro del mercado nacional e internacional?**

Anexo 2. Entrevista a Betty Acosta, representante de GAEN

- 9. Cómo y hace cuánto fue la formación del Grupo Artesanal Esperanza Negra?**

Nosotras, las mujeres, siempre nos ha gustado agruparnos para ver maneras de trabajar en cualquier cosa, entonces hace unos 18 años estábamos trabajando con dos estudiantes de la Universidad Técnica del Norte en un

proyecto de huertos caseros y medicina natural en el subcentro de la comunidad. En esos días vino un voluntario de Bélgica, él es arqueólogo, y nos contó que descubrió la tierra, el barro. Él fue quien nos dio la idea e incentivó a trabajar en este arte. Al manipular la tierra y el barro él nos mostró una piezas africanas, claro está que nosotras no copiamos las piezas que él nos trajo.

Entonces luego nos interesó, sobre todo el saber que nuestra descendencia es africana y el vínculo que tenemos es una realidad. De ahí surgió todo, nos gustó mucho trabajar con la tierra y todos estos modelos, estás máscaras representan nuestra identidad y más nos interesó saber de dónde vinimos, porque en las escuelas ni en los colegios nunca nos enseñaron nada de nuestra historia entonces nos motivó también saber de nuestra historia. De ahí surgió la idea y durante 17 años hemos trabajado en este arte.

10. Han sido parte de algún proyecto del Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte, o cuenta con alguna ayuda internacional?

a. Sí, cual? Que tan productivo fue?

Al inicio buscamos la capacitación solas, porque no es bueno iniciar enseguida con apoyo externo. Luego sí vino alguien desde Italia, fueron dos fundaciones, San Zeno y don Camillo Zaramella, trabajamos con ellos 4 años, incluso se hacía intercambios culturales, viajábamos a Italia a conocer nuestra cultura, nuestra historia, intercambiar ideas con grupos de migrantes, más que todo mujeres. Luego surgieron ayudas de otras instituciones y ONGs, como la Unión Europea. La ayuda ha sido principalmente en capacitaciones de organización grupal, en la tienda artesanal, etc.

11. Cual es el propósito de sus artesanías?

Buscamos más que nada expresar nuestras ideas, nuestros pensamientos, hasta nuestros sueños. Las máscaras saben contar una historia nuestra, de

cada artesano. Por eso es que no usamos moldes o algo así porque cada máscara va con su propio sello o su propia historia. La artesanía nos permite además expresar nuestra identidad y cultura.

12. A qué mercados se dirigen o han pensado dirigir su producción artesanal?

Principalmente al mercado nacional, pero también al internacional, más porque son los turistas los que vienen a la tienda.

13. Cuánto han invertido en la innovación de su producción artesanal?

Siempre buscamos capacitación pero más en cosas como asociación, administración y eso. El arte nace de nosotros. Siempre buscamos ver nuevas formas de hacer las máscaras, pero no usamos moldes y cosas similares.

14. De existir alguna, cuales cree que son las barreras que impiden un mayor alcance de su producción artesanal dentro del mercado nacional e internacional?

Creo que depende de cada uno. Si un artesano quiere exportar está bien y hay formas de hacerlo. Para nosotras es más importante la identidad de nuestras artesanías, a veces tenemos pedidos del extranjero, pero aun así buscamos que cada máscara sea única. Además, la gente ya conoce y vienen a comprar a la tienda en Mascarilla, la mayoría son turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto al apoyo o fomento por parte de instituciones o de los municipios creo que debe existir una mejor coordinación entre ellos. A veces hacen ferias supuestamente para promover la artesanía pero honestamente no saben ser bien organizadas. Cuando uno como artesano va a una feria, busca vender, pero la organización muchas veces dificulta eso y resulta una pérdida para uno, de tiempo y recursos.

Anexo 3. Formato de entrevista a autoridades y entidades

- 1. Cual es la situación actual del sector artesanal en Mira y cuales son las principales producciones artesanales?**
- 2. Existen programas o proyectos que busquen el desarrollo del sector artesanal en Mira?**
 - a. Sí, cuales? Cuales han sido los resultados? Quién financia esos programas o proyectos?**
 - b. No, por qué?**
- 3. Cual es la proyección de desarrollo que tiene el Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte respecto a la producción artesanal en Mascarilla?**
- 4. Se exporta algún producto artesanal hecho en Mira?**
- 5. Existe ayuda internacional hacia los artesanos de Mira y Mascarilla?**
- 6. Cual cree usted es la razón por la cual la producción artesanal en barro no ha logrado un mayor alcance a la gran industria dentro del mercado nacional?**

Anexo 4. Formato de Observación Estructurada

Calificar del 1 al 10

1= poca

5= media

10= mucho

Aspectos en los que se calificará a las integrantes de GAEN.

INNOVACIÓN:

- Desarrolla una idea o concepto del objeto antes de empezar a realizarlo
- Improvisa en el uso de la técnica artesanal
- Uso de materiales alternativos
- Variación en el uso de colores (paleta de colores)
- Variación de formas
- Uso de moldes o plantillas
- Cantidad de detalles y acabados

PERSPECTIVA:

- Conocimiento de las tendencias actuales en el mercado
- Tiene enfoque hacia la innovación de su artesanía
- Considera incrementar su producción artesanal

PRODUCCIÓN

- Conocimiento y dominio de la técnica artesanal
- Conocimiento de la raíz cultural de su artesanía
- Uso de maquinaria y tecnología
- Trabajo manual
- Calidad estética de las artesanías
- Calidad funcional de las artesanías

- Trabajo en equipo
- Creatividad
- Eficiencia durante el proceso productivo:
 - Pre producción
 - Producción
 - Acabados

DISEÑO:

- Manejo de distintas paletas de color
- Uso de texturas
- Manejo de los principios de diseño:
 - Centro de interés
 - Balance
 - Armonía
 - Contraste
 - Movimiento direccional
 - Ritmo
 - Proporción

ERGONOMÍA

- Relaciona el tamaño del objeto con su funcionalidad
- Tiene conocimiento de ergonomía para su artesanía según el uso de ésta
- Comodidad de transporte de sus artesanías
- Fabrica objetos artesanales:
 - Mini

- Pequeño
- Mediano
- Grande
- Extra grande

Anexo 5. Formato de encuestas para clientes de GAEN

- 1. Qué colores representaría para usted la artesanía en barro?**
 - a. Colores fríos
 - b. Colores cálidos
 - c. Ambos

- 2. Qué tipos de formas relaciona más usted con las artesanías en barro?**
 - a. Formas orgánicas y naturales, líneas curvas
 - b. Formas geométricas, líneas rectas
 - c. Ambas

- 3. Qué tan importante resultan para usted los siguientes factores al Momento de cargar/manipular un empaque de artesanías de barro? Utilice una escala del 1 al 10, donde 10 significa "Muy importante" y 1 significa "Nada importante":**
 - a. Peso
 - b. Tamaño
 - c. Material y texturas
 - d. Funcionalidad
 - e. Protección de la artesanía

- 4.Cuál de los siguientes tipos de materiales prefiere o preferiría usted que estén hechos los empaques para artesanías en barro?**
 - a. Materiales naturales
 - b. Materiales sintéticos

5. Qué tan frecuente consume o prefiere los empaque diseñados de tal forma que puedan reusarse y/o reciclarse (que sean ecológicos)?

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca, prefiero desecharlo

6. Prefiere usted que el empaque de artesanías muestre todo el tiempo el objeto que contiene (que sea transparente, por ejemplo)?

- a. Sí
- b. No
- c. No tengo preferencia

7. Cuán importante considera usted que el empaque muestre información acerca del artesano y/o región donde fue elaborado el objeto artesanal que contiene?

- a. Muy importante
- b. Algo importante
- c. Poco importante
- d. Nada importante

8. Cuando adquiere artesanías, qué tan frecuente tiene que transportarlas a mano por largas distancias (de una ciudad a otra, de un país a otro)?

- a. Siempre
- b. Ocasionalmente
- c. Nunca