

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de arte, diseño y comunicación audiovisual

Diseño gráfico para la inclusión sociocultural de los jóvenes Chachis
y la difusión de su cultura.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Presentado por:

Robert Moisés Llerena Carrera

Doménica Shantal Maquilón Argüello

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

Al tutor de este trabajo de titulación, María de los Ángeles Custoja, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo, por el respeto a nuestras sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas.

También queremos agradecer por el gran apoyo y predisposición del presidente de la comuna Santiago de la Cruz al igual que los jóvenes de la comuna Chachi que fueron parte del desarrollo de este proyecto tan importante para sus autores.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de titulación está dedicado a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, especialmente a Robert Llerena por ser compañero de este gran proyecto que esperamos que dé fruto en el futuro.

AGRADECIMIENTOS

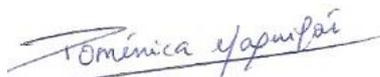
El presente trabajo de titulación lo dedico a mi familia, por haber sido un constante apoyo en todo el trayecto universitario. A mi madre por ser la razón por la que siempre seguí adelante. A mis profesores por haberme hecho crecer como persona y profesional y a mi compañera Domenica Maquilón por haber sido parte de este gran proyecto que esperamos tenga un fuerte impacto en el futuro.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Domenica Maquilón Shantal Arguello* y *Robert Moisés Llerena Carrera* damos nuestro consentimiento para que la ESPOC realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Robert Llerena

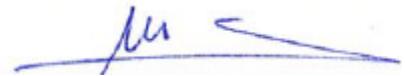


Doménica Maquilón

EVALUADORES



Carlos González Lema
PROFESOR DE LA MATERIA



María de los Ángeles Custoja
PROFESORA TUTORA

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es revalorizar aspectos culturales de la comunidad Chachi que se han ido desvaneciendo a lo largo de los años a través de la comunicación visual para la mejora de la autoestima de los jóvenes y la difusión del grupo étnico.

Mediante una visita a la comunidad, se conocieron los aspectos culturales más relevantes, y a través de entrevistas con expertos y autoridades, se evidenció el problema de la falta de interés por la cultura entre los jóvenes, especialmente los migrados.

A través de un taller participativo realizado junto a jóvenes Chachis, se activaron sus recuerdos y sentido de pertenencia a la comunidad, lo que permitió el co-diseño de una línea gráfica que, aplicada a diversos productos autóctonos, permiten internamente, empoderar de su identidad a los jóvenes y externamente, difundir la cultura Chachi en el país.

Palabras Clave: Cultura Chachi, jóvenes, Taller participativo, Co-diseño.

ABSTRACT

The objective of this project is to revalue cultural aspects of the Chachi community that have been fading away over the years through visual communication by improving the self-esteem of young people and the diffusion of the ethnic group.

Through a visit to the community, the most relevant cultural aspects were learned, and through interviews with experts and authorities, the problem with lack of interest in culture among young people, especially migrant was made evident.

Through a collaborative workshop carried out with young Chachis, their memories and sense of belonging to the community were activated, which allowed a graphic line co-designed that, applied to various indigenous products, allowed internally, to empowered their identity to young people, and externally to spread the Chachi culture in the country.

Keywords: Chachi culture, young people, Participatory workshop, Co-design.

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

CAPÍTULO 1	17
1. Introducción	17
1.1 Descripción del problema	17
1.2 Justificación del problema.....	18
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos	19
1.4 MARCO TEÓRICO	19
1.4.1 Cultura e Identidad Chachi	19
1.4.2 La representación simbólica y de la experiencia.....	22
1.4.3 El relato gráfico.....	26
1.4.4 El Diseño Social.....	29
CAPÍTULO 2	31
2. METODOLOGÍA	31
2.1 Enfoque.....	31
2.2 Población	31
2.3 Métodos	31
2.3.1 Cuasi-etnográfico.....	32
2.3.2 Estudio de casos	32
2.3.3 Design Thinking.....	32
2.4 Técnicas de recolección de información.....	33
2.4.1 Observación no participante	33
2.4.2 Entrevista.....	33
2.4.3 Taller participativo.....	33
2.4.4 Perfil de usuario.....	34
2.4.5 Círculo dorado	34
2.4.6 Moodboard.....	34
2.5 Herramientas para el desarrollo del proyecto.....	35
CAPITULO 3	36

3. Resultados.....	36
3.1 Método cuasi-etnográfico.....	36
3.1.1 Observación no participante.....	36
3.1.2 Entrevistas	39
3.2 Estudio de casos.....	41
3.2.1 Marca Morena Corazón y el Pueblo Huichol (México)	41
3.2.2 La cestería y el Pueblo Kumiais (México)	44
3.2.3 La tipografía y el Pueblo Quechua (Ecuador).....	45
3.3 Design Thinking	48
3.3.1 Taller participativo.....	48
3.3.2 Perfil de usuario.....	53
3.3.3 Círculo dorado	55
3.3.4 Moodboard.....	56
4. Propuesta gráfica.....	57
4.1 Proceso de conceptualización línea gráfica de los patrones.....	57
4.2 Proceso de Validación	62
4.3 Presupuesto	67
4.4 Patrones gráficos y su aplicación modelo	68
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
Bibliografía.....	82
ANEXOS.....	88

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
ONU	Organización de las Naciones Unidas
ACNUR	Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
CINM	Corporación de Ingeniería Moderna
CONAIE	Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONG	Organización no gubernamental
CORAPE Ecuador	Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador

SIMBOLOGÍA

Gr Gramos

ÍNDICE DE FIGURAS

Imagen 3.1 Casas Chachis.....	36
Imagen 3.2 Artesanía Chachi	37
Imagen 3.3 Vestimenta Chachi.....	37
Imagen 3.4 Instrumentos típicos Chachis.....	38
Imagen 3.5 Orilla del río Canandé	38
Imagen 3.6 Entrevista exploratoria semiestructurada con el investigador de la cultura Chachi, el Lcdo. Patricio Aguilar.....	40
Imagen 3.7 Entrevista exploratoria semiestructurada con el presidente de la nacionalidad Chachi, Santiago de la Cruz.....	41
Imagen 3.8 Visita de campo asentamiento Chachi de San Salvador (Esmeraldas).....	41
Imagen 3.9 Ojo de Horus; símbolo solar que encarna el orden, lo perturbado y el estado perfecto plasmada en artesanía y joyas inspirado en la sabiduría ancestral mexicana.	42
Imagen 3.10 Textil con diseño propio de las raíces mexicanas.....	43
Imagen3.11 Joyería con diseños de círculos sagrados como representación de figuras sagradas y propias de las raíces mexicanas.	43
Imagen 3.12 Diseños plasmado en bolsos y piezas creados desde la expresión artística de indígenas wixárikas con carabelas para plasmar los lazos que los unen con sus antepasados y la muerte a través de piezas en donde muestran que la vida debe ser un acontecimiento lleno de color y folclore.....	44
Imagen 3.13 Diseño de la cestería y artesanía del pueblo mexicano.....	45
Imagen 3.14 Ley de Bipartición y Ley de Tripartición.	46
Imagen 3.15 Tipografía Sara Maíz y sus aplicaciones gráficas.	47
Imagen 3.16 Dibujos e imagen de casas realizadas por jóvenes Chachis.	51
Imagen 3.17 Cestería realizada por mujeres Chachis, cuyos diseños en la antigüedad era realizados a partir de sus experiencias.	52
Imagen 3.18 Mujeres Chachi tejiendo objetos artesanales de fibra vegetal. ...	53
Imagen 3.19 Gráfico relacionado al círculo dorado.	55
Imagen 3.20 Moodboard final.	56

Imagen 4.21 Algunos de los jóvenes involucrados en el taller.	57
Imagen 4.22 Taller participativo con los jóvenes Chachis por medio de la plataforma de Zoom.	57
Imagen 4.23 Icono en representación de casa (hogar): “La casa, constituye uno de los espacios, lugares, más icónicos de la etnia Chachi. Es el hogar donde viven las familias y se forja la personalidad de los jóvenes”.	58
Imagen 4.24 Icono en representación de la familia: “Los jóvenes Chachi crecen bajo la protección de la madre, la abuela, del padre e incluso, de los hermanos mayores”.	58
Imagen 4.25 Icono en representación de instrumento propio de la comuna: Cunulo “El Cunulo es un instrumento típico de la música Chachi, es usado por los más jóvenes ya que no requiere ser un experto para poder tocarlo, le da el ritmo a las canciones”.	59
Imagen 4.26 Icono en representación de instrumento propio de la comuna: Marimba “La marimba es el instrumento más complejo de manejar, es lo que les da la melodía a las canciones Chachis. Los más ancianos son los que suelen tocarlo, pero siempre se trata de enseñarle a los más jóvenes para que esta tradición no se pierda”.....	59
Imagen 4.27 Icono en representación de la canoa: “La canoa es el medio de transporte típico para la movilización de los Chachi. El río Canandé, cruza diversas comunas que se comunican a través de canoas elaboradas por los hombres del grupo étnico”.....	60
Imagen 4.28 Icono en representación de la cestería: “Las artesanías Chachi en fibra vegetal, elaboradas de generación en generación por las mujeres de la comunidad, son uno de los legados más comercializados del grupo étnico en diversos lugares del Ecuador y constituyen una fuente de ingresos complementaria a su economía”.	60
Imagen 4.29 Icono en representación del arcoíris: “El arcoíris es un símbolo de poder, hay que temerle y respetarlo. Desde la infancia se les enseña a los niños a tener cuidado cuando este se presenta, no en señal de temor sino en señal de respeto para las cosas superiores”.	61
Imagen 4.30 Icono en representación del pescado: “El pescado, además de ser un producto alimentario básico de los Chachi, también constituye una actividad económica propia de los hombres que se enseña desde la infancia”.	61

Imagen 4.31 Icono en representación del plátano: “ <i>El verde, es otro de los alimentos básicos del grupo étnico y los jóvenes extrañan su consumo cuando están fuera de su comunidad</i> ”.....	62
Imagen 4.32 Imagen Primera versión patrones.....	63
Imagen 4.33 Cromática derivada del Taller participativo.....	64
Imagen 4.34 Validación de los patrones, módulos y etiquetas con los mismos jóvenes que participaron en el taller.....	64
Imagen 4.35 Validación de la propuesta gráfica con el presidente de la comuna, el Sr. Santiago de la Cruz.....	65
Imagen 4.36 Segunda validación de los patrones con los colores recomendados por los actores involucrados.....	66
Imagen 4.37 Validación de la etiqueta (1er prototipo).....	67
Imagen 4.38 Cuadrícula base para la elaboración de los íconos, inspirada en las artesanías de rampira.....	69
Imagen 4.39 Categorías de la línea gráfica.....	70
Imagen 4.40 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría “Apala” (Familia)...	71
Imagen 4.41 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría “Kayiimala” (Infancia).	72
Imagen 4.42 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría “Taawasha” (Trabajo).	73
Imagen 4.43 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría “Beesa” (Música)”. 75	
Imagen 4.44 Diseño de etiquetas con línea gráfica.....	76
Imagen 4.45 Prototipo en alta resolución de las etiquetas.....	77
Imagen 4.46 Fotografía del producto artesanal en fibra vegetal rampira (abanico) con el etiquetado puesto.....	78
Imagen 4.47 Mockup de una gorra perteneciente a la categoría trabajo.....	79
Imagen 4.48 Bordado del patrón aplicado a una camiseta.....	79
Imagen 49 Cestería Chachi.....	90
Imagen 50 Instrumentos Chachis.....	91
Imagen 51 Casas Chachis.....	92
Imagen 52 Vestimenta Chachi.....	92
Imagen 53 Canoas Chachis.....	93
Imagen 54 Respuestas taller participativo.....	93
Imagen 55 Visita de Campo comuna San Salvador.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Estudio de casos comparativo.	47
Tabla 3.2 Síntesis de conceptos surgidos del Taller participativo.....	49
Tabla 3.3 Símbolos según su temática.	52
Tabla 3.4 Perfil de usuario desde el método Design Thinking.	54

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Los Chachis son un grupo étnico ubicado en la costa norte del Ecuador que, en los últimos años, está experimentando una continua migración de sus jóvenes hacia los centros urbanos en busca de un mejor futuro, lo que supone un gran desafío para el mantenimiento de su identidad cultural, enseñada generación tras generación por los líderes comunitarios y los padres de familia.

Este fenómeno, incide en la autoestima de los jóvenes, a quienes la globalización aleja de su identidad cultural, pues perciben la globalización como mejor estilo de vida (acceso a la Educación, Salud, etc.) versus al estilo de vida ancestral, lo que supone una desvalorización de su cultura, tema que preocupa a los adultos de la comunidad quienes lo perciben como una pérdida de la identidad étnica.

La presente investigación, tiene el propósito, que los jóvenes Chachis vuelvan a valorar su identidad y hagan bandera de ésta dentro de su comunidad, así como fuera de su territorio ancestral, donde son desconocidos. Se analizarán a profundidad los factores diferenciadores en sus hábitos y costumbres, desde donde se procederá a plantear una propuesta gráfico-visual que contribuya a la revalorización cultural, tanto entre los jóvenes Chachis, como entre los ecuatorianos, mayormente ajenos a esta cultura.

1.1 Descripción del problema

Como lo indica Conejo Arellano (2002) “La realidad socio económica de los países andinos, en especial de los países como Ecuador, Perú y Bolivia ha motivado que muchos de los pobladores nuestros salgan a las grandes ciudades dentro de cada país, como también fuera de ellas”. En este contexto, jóvenes de todo el mundo, bien formados o no, ya sea por factores políticos, económicos o

culturales, migran en busca de mejores oportunidades, motivos que diluyen aspectos socioculturales característicos de cada país, región, grupo étnico, etc.

En el estudio de Ventura, Medina, Álvarez, Ruiz y Ehrenreich (1997) se afirma que, como consecuencia de las condiciones complicadas de vida a la que se enfrentan los Chachis, se ha presentado de nuevo el fenómeno de la migración, pero en la actualidad, con la particularidad de los efectos de la globalización. La mayoría de los migrantes buscan las grandes ciudades como Esmeraldas, Quinindé, Guayaquil o Quito para poder mejorar su situación económica a través de un empleo que les retribuya un sueldo.

En una entrevista realizada al presidente de la comunidad Chachi, el Sr. Santiago de la Cruz Añapa (2021), este indica que son principalmente los jóvenes, los que viajan hacia otras provincias, convirtiéndose en los principales emigrantes de la comunidad. Éstos, una vez adaptados a la ciudad, cambian sus modos de vida, trayendo hacia la comunidad costumbres diferentes a las ancestralmente heredadas, señalando ciertas pérdidas en las mismas, como la lengua, la vestimenta y cierta visión del mundo reflejada especialmente a través de una de sus principales artesanías, la cestería; factores que causan problemas socioculturales no solo dentro del grupo étnico, sino también fuera del mismo, pues personas ajenas a la comunidad no reconocen a los Chachis.

1.2 Justificación del problema

Como afirma la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR) “Los pueblos indígenas están entre las comunidades más marginadas en muchas sociedades: a menudo son excluidos de la participación en la vida socioeconómica, rara vez tienen acceso al poder político y con frecuencia enfrentan obstáculos para manifestar su identidad” (2012), por lo que a través de un análisis socio-cultural de la comunidad Chachi, se buscará la revalorización de la cultura entre los jóvenes, trayendo a colación recuerdos ancestrales y plasmándolo a través del Diseño Gráfico.

Se analizarán diversos aspectos a través de una investigación *cuasi-etnográfica*, donde se redescubrirán aspectos culturales de herencia ancestral que los jóvenes de la comunidad han olvidado a causa de la migración-globalización. Se aportará valor a costumbres, tradiciones ancestrales, dando a conocer la cultura Chachi a través del Diseño Gráfico para que jóvenes de la comuna puedan redescubrir aspectos culturales y así dar a conocer a las personas ajenas a esta comunidad, la importancia de su identidad.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Revalorizar la cultura Chachi a través de la comunicación visual para la mejora de la autoestima de los jóvenes y la difusión del grupo étnico.

1.3.2 Objetivos Específicos

Indagar diversas fuentes sobre la cultura Chachi para el conocimiento de tradiciones y costumbres que están perdiendo valor en el grupo étnico.

Documentar elementos iconográficos típicos del grupo étnico a través del trabajo colaborativo con jóvenes Chachis para su aplicación gráfica.

Difundir la cultura Chachi a partir de la iconografía para la promoción del grupo étnico.

1.4 MARCO TEÓRICO

1.4.1 Cultura e Identidad Chachi

Los Chachis, antes denominados Cayapas (Barrett,1994), son un pueblo ancestral que, de acuerdo con la tradición, el origen geográfico de este pueblo se sitúa en la Sierra, cerca de Ibarra. En la época próxima a la llegada de los primeros españoles, se trasladaron al actual pueblo viejo de cayapas, en la zona de la montaña donde pasa el río Santiago. A lo largo de la historia, en Ecuador, han llegado a conformar alrededor de 30 comunidades, ubicadas en las zonas

selvático-montañas de los cantones Eloy Alfaro, Muisne, Quinindé, Esmeraldas y San Lorenzo. Según la INEC (2010), los Chachis tienen una población de 10.222 habitantes y la mayoría están asentados en la provincia de Esmeraldas, seguido por la provincia de Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas.

La comunidad Chachi vive principalmente de la pesca y la agricultura, según Ventura, Medina, Álvarez, Ruiz y Ehrenreich (1997), prácticamente toda la población desempeña como labor principal la subsistencia de la agricultura, en pequeñas chacras que no superan las dos hectáreas de tamaño. En ellas se cultiva plátano, yuca, maíz, frutales y en menor medida, café y cacao. La dieta de esta comunidad comprende en mayor medida el verde y el pescado.

Los Chachis, como se ha mencionado anteriormente (Ventura et al., 1997), habitan la floresta tropical, tomando de su entorno los materiales para edificar sus hogares y elaborar sus aperos de labranza, pesca, etc., y a su vez, las características de éstos responden a las condiciones que imponen los factores climáticos, como por ejemplo las lluvias intensas, las inundaciones periódicas, las altas temperaturas, etc. Tienen espacios seleccionados para cada actividad familiar y cuentan con una altura de 3 metros. Su economía, según la CINM S.A. (2011), se complementa con el trabajo de las artesanías, realizadas por las mujeres de la comunidad y la explotación de la madera. Las artesanías son especialmente trabajadas en fibra, balsa y chonta, estas son utilizadas como útiles para los quehaceres diarios, al no tener un gran desarrollo comercial.

El núcleo organizacional, según la CONAIE (2016), está conformada por los abuelos, padres, hijos, yernos, nietos y nueras. Estas familias, son influenciadas por el Uñi o Gobernador que es la autoridad de la comunidad, elegido en Asambleas Generales, donde los delegados de las comunidades Chachis votan abiertamente.

1.4.1.1 *La migración de las juventudes étnicas*

La falta de trabajo y la destrucción de este hábitat por parte de las madereras, ha hecho que, principalmente, los jóvenes Chachis migren hacia otras provincias (Diario, 2015). Estos jóvenes nativos, en comparación con la generación anterior, al trasladarse de sus pueblos natales a las ciudades, experimentan un cambio profundo de sus subjetividades personales. A diferencia de sus padres y abuelos, piensan que las políticas públicas han fracasado como alternativa para obtener una mejor vida, son conscientes de pertenecer a un lugar que solo ofrece educación básica, sin empleo y un campo devastado por agentes exteriores (Urteaga Castro Pozo, Maritza y García Álvarez, Luís Fernando, 2015) y, en consecuencia, ven la migración como el único camino posible para llevar a cabo sus expectativas. Como indica el presidente de la Cultura Chachi en Esmeraldas, Santiago de la Cruz Añapa (2021), los jóvenes Chachis buscan abiertamente nuevas oportunidades, influenciados por sus cabezas de familia pobres. Pocos de estos jóvenes migran para estudiar, la mayoría se traslada por trabajo y al sufrir discriminación externa, se adaptan a la cultura globalizada. Según Collin Harguindeguy (1999), los prejuicios de este tipo son fomentados por la ideología dominante, que proclama que la condición marginal de los indígenas es debido a su cultura, y si su participación en la sociedad no aporta al desarrollo de esta, es por negarse al cambio, por no querer dejar sus costumbres anacrónicas. En este contexto, la identidad grupal, ese elemento que los distingue y los une, se convierte en un objeto fetichizado que deja de ser algo distintivo para convertirse en un símbolo de incapacidad de inferioridad.

1.4.1.2 *Desvalorización identidad étnica*

Freddy Pianchice (2021), nativo Chachi y miembro de la junta para las elecciones de los representantes nativos, comenta en una entrevista las consecuencias de la migración: los jóvenes traen aspectos de la globalización a las comunidades, afectando ciertas costumbres y visiones ancestrales que caracterizan la comunidad. El idioma, la forma de alimentarse o la vestimenta, son elementos culturales en riesgo de ir desapareciendo paulatinamente, siendo la vestimenta la principal alarma. Santiago de la Cruz Añapa comenta que, en la actualidad,

no hay personas que utilicen la vestimenta tradicional y que en ciertas comunidades ya no hablan la lengua.

El estudio de Macías Marín, A., Hernández Nieto, Ángel L., & Lapierre Robles, M. A. (2017) comenta que desde la época colonial hasta nuestros días, se ha establecido una separación entre sociedades colonizadas y coloniales, que han determinado un claro distanciamiento entre las mismas, invisibilizando y excluyendo a las primeras bajo prácticas y estructuras de dominación. Factores como el colonialismo, el capitalismo y el patriarcado han instaurado diversas formas de degradación, donde incluso la misma percepción de los nativos ha sido transformada. En este contexto, el consumismo y la tecnología también constituyen un problema serio para la desvalorización cultural en los jóvenes Chachis, pues muchos reciben influencias de culturas externas a la misma, ocupando la mayoría de su tiempo en labores distintas a las realizadas por los mayores. Además, en los hogares, son visibles antenas satelitales a través de las cuales muchos de los niños crecen, conociendo el castellano más no el *cha'paalachi*, que es su lengua nativa.

1.4.2 La representación simbólica y de la experiencia

Según Cornide (2002), el método psicoanalítico y el enfoque de la psicología histórico-cultural, son empleados en diversos campos de estudio como el arte, la pedagogía, la antropología, etc. así como también plantea, la existencia de distintos elementos de la cultura a través de la experiencia. Desde los principios de la humanidad, el hombre se ha visto influenciado por el entorno que le rodea, dejando registros de su realidad cotidiana a través del arte rupestre, las artesanías, etc. que son indicio de tradición y cultura, mismas que están estrechamente vinculadas a los mitos y leyendas para brindar una explicación a los fenómenos de la vida cotidiana.

A través del relato del mito, se busca una descripción profunda, orientada a entender los diferentes elementos simbólicos de una cultura para comprender el mundo. Manuel Añapa (2013) señala que el continuo relato sea de historias, mitos, leyendas, cuentos de la cultura Chachi, garantiza la memoria oral del pueblo, sin embargo, con el tiempo, la difusión de los mismos se ha visto

influenciado por el mundo hispano, lo que provoca la desvalorización paulatina de la cultura.

La tradición de narrar mitos constituye la expresión simbólica de la cultura, su existencia habla del origen de un pueblo, su geografía, historia y de las relaciones con otros grupos humanos y sus conflictos (Abya, 1997). Los mitos pueden contener elementos catalogados como históricos o considerados de carácter conceptual, por la forma de interpretación y explicación que se emplea en su configuración y transmisión.

1.4.2.1 El relato mítico

El relato mitológico *Tutsá* (pueblo viejo) hace referencia al conjunto de narraciones sobre el asentamiento original del pueblo Chachi, mismo que no está sentado por escrito, sino que ha sido transmitido de forma oral. Llegar a este pueblo, tanto para las personas como para los animales, es de mucha complejidad, pues allí existen dos cuchillas, distantes dos metros entre sí que dividen al mundo en dos hemisferios, norte y sur (Abya, 1997). El mito narra que las cuchillas se sostienen con cuerdas, si estas llegaran a romperse, se acabaría el mundo, por ello, cuando las parejas se casaban, tomaban un hilo de la palma real de cuatros metros y unían las cuchillas que sostienen los hemisferios. Esta tradición poco a poco desapareció.

La narración Chachi sobre *Tutsá*, debe entenderse principalmente como un mito de origen, pues cumple la función de explicar el surgimiento de este pueblo. Manuel Añapa (2013), cuenta que hace referencia al peregrinaje y llegada a su actual ubicación, lo que constituye un fundamento histórico-legal que les permite reclamar territorios ancestralmente poseídos (Abya, 1997).

El antropólogo J. Campbell, investigó la importancia de los mitos en el comportamiento del hombre y descubrió, inspirado en el psicólogo Jung, que existen temas comunes a todas ellas, creyendo que existen arquetipos en el inconsciente colectivo que terminan constituyendo una especie de memoria biológica, común a todos los seres humanos. Puso hincapié en la figura del héroe en todas las culturas humanas de todos los tiempos que pasa a través de ciclos, lo que constituiría el “camino del héroe”, un patrón cultural común: separación-

retiro, iniciación-entendimiento, retorno-vuelta a la sociedad y transformación de ésta.

Los mitos son narraciones sacralizadas que expresan valores culturales y tienen un significado especial para la cultura que los crea, pueden ubicarse en todos los tiempos, son tanto realidad como ficción y comparten una estructura común (Kottak, 2002):

1. Convirtiendo el elemento positivo de un mito en su negativo.
2. Invirtiendo el orden de los elementos.
3. Sustituyendo un héroe masculino por uno femenino.
4. Manteniendo o repitiendo ciertos elementos claves.

En definitiva, mitos aparentemente distintos, pueden demostrarse variaciones de una estructura común (Teoría de la Estructura, Ley de la estructura), es decir, que son transformaciones el uno del otro.

1.4.2.2 Cosmología Chachi

Los rituales más importantes y de gran valor significativo, indica Abya-Yala (1997), son los que tienen que ver con etapas trascendentales en la vida: el nacimiento, el matrimonio y la muerte. En este contexto, el origen del universo, según la cosmología Chachi influenciada por la colonización, residiría en el hecho de que Dios junto a Adán en una isla, decidieron crear el mundo al no existir la Tierra, lanzando una barra al mar, y posteriormente, se creó el mundo junto a más hombres con quienes compartirlo y a la mujer de la costilla de un varón, con quien contrajo matrimonio y tuvieron descendientes.

1.4.2.3 La lengua cha'palaachi

La lengua de un pueblo permite narrar la historia del mismo y seguir las diferentes etapas de su desarrollo estructural, es una manera de seguir y poder entender esa historia social. El *Cha' palaa*, el idioma del pueblo Chachi, según Vittadello (1988) es una de las cuatro ramas actuales de la familia lingüística barbacoa. Las barbacoas, cubrían gran parte de los Andes del norte, hasta la introducción quechua en el s. XV. Hasta la actualidad, el *Cha' palaa* ha recibido

influencias del quechua, especialmente, en el sistema numérico, a parte del español por su contacto con los afroecuatorianos de la costa (Barrett,1925). Además de la influencia del quechua, el *Cha' palaa* ha recibido influencias del español en el último siglo. En este periodo del siglo XX, los Chachis han ido limitando sus relaciones de comercio con el quechua hablante de la sierra y en sus etapas de desarrollo del sistema numérico, han iniciado relaciones con las poblaciones hispano-hablantes de afro-ecuatorianos de la costa.

Actualmente, el *Cha' palaa* es utilizado para la comunicación familiar y al interior del grupo étnico. Santiago de la Cruz, a través de una entrevista (2021), comenta que es muy complejo llevar a cabo una conversación fluida en español con los ancianos y niños no escolarizados, sin embargo, los jóvenes estudiantes, profesores y líderes, hablan español, por lo que establecen relación con extraños o pobladores de otras comunidades lejanas.

1.4.2.4 La cultura material Chachi: la cestería

Desde tiempos milenarios, las mujeres Chachis descubrieron las bondades de la paja toquilla o rampira, del chocolatillo y de las hojas del bijao, entre otras fibras vegetales; con ellas elaboran esteras, aventadores (abanicos) o cestos de diferentes modelos, tamaños y grosor. Manuel Añapa (2021), en la entrevista, cuenta que los cestos Chachi tienen colores verdes-blancos, debido al color de la materia prima. Desde la elaboración de abanicos, canastos redondos, anchos o delgados, sin jaladeras, de distintos tamaños según su uso, hasta los individuales y utensilios de cocina, son tejidos a mano para el sustento económico de las familias Chachis. El presidente de la comunidad, indica que son las mujeres quienes se encargaban de la elaboración de estos recipientes, a través de los cuales, reflejaban sus experiencias y convivencias cotidianas al momento de tejerlos con distintos patrones, costumbre que ha ido desapareciendo en favor de las exigencias del mercado. Las cesteras innovaron productos, proponiendo nuevos y diferentes diseños que han perdido la cosmovisión Chachi.

1.4.3 El relato gráfico

1.4.3.1 Las estructuras en Diseño Gráfico.

El Diseño Gráfico es un proceso que implica transformar ideas en imágenes, y todo diseño, desde su concepción hasta su finalización, conlleva un arduo proceso que se evidencia en el cumplimiento del objetivo comunicacional y estético propuesto (Falcón Pérez, 2012). El proceso de diseño, según Ambrose y Harris (2010), consiste en siete claves, la definición, investigación, ideación, prototipado, selección, implementación y aprendizaje. Para los autores, este proceso debe asegurar que el resultado cumpla con las expectativas y objetivos propuestos, generando una serie de soluciones posibles. Un aspecto clave para el diseño de un patrón funcional es el conocimiento de la cultura, aspectos diferenciadores que se sintetizan en imágenes conceptuales y transmiten un mensaje “La identidad es lo que caracteriza un pueblo, lo diferencia de otro e implica todos los elementos y expresiones que conforman su ser sociocultural” (Falcón Pérez, M. 2012, p. 23).

Los símbolos, juegan un rol muy importante en la historia de la humanidad, es un medio para la comunicación y el registro, donde se evidencia la capacidad humana de representar experiencias. La diseñadora ecuatoriana Vanessa Zuñiga (2020), comenta en una entrevista realizada por Communication Arts, que la mayoría de los signos visuales pertenecientes a las culturas antiguas de América Latina tienen signos visuales geométricos. Para la obtención de un diseño modular proveniente de una cultura, hay que leer y abstraer la información más importante sobre la cosmovisión de esta. El objetivo de la creación de estos patrones gráficos es dar a conocer culturas ancestrales, costumbres, imágenes, adaptaciones visuales que permanezcan en el tiempo, siendo recordadas por las personas que las observan y puedan ser utilizadas, creando así un fuerte vínculo con culturas ancestrales.

Un ejemplo de un vínculo grande con las culturas es Artesanías de Colombia, una política pública que ha abierto las artesanías del país al mundo a través de establecer vínculos con diversos elementos, tal como lo indica Casa Editorial El Tiempo (2016): la historia, la cultura milenaria, la herencia ancestral de un

pueblo, la dedicación y el talento, son los valores agregados de las artesanías colombianas, patrimonio cultural material e inmaterial del país. Tal como lo explica Guarnizo (2020) “a través de la artesanía han entregado el valor de su cultura, generación tras generación y han registrado no solo sus sentimientos, amores y rutinas diarias, sino también la historia del país”. Llenas de valores ancestrales y significados, como indica Guarnizo (2020), estas tienen que ver con la vida, con el origen y con el vientre, es decir, incluyen tradiciones, costumbres acordes al medio ambiente. Alrededor de éstas, se practican una gran cantidad de normas culturales que tienen que ver con la formación de la niña como mujer entre otros estadios de la vida. La chincha o cuerda, es la representación del cordón umbilical y esta se teje a mano, sin aguja, porque al tejer se está elaborando el pensamiento, su historia. Otro ejemplo, son los petos de Chaquira, una prenda llena de color, textura y diseño, cual trabajo está lleno de sabiduría ancestral, donde en ella se muestra la esencia de las raíces colombianas a partir de las figuras y las texturas.

1.4.3.2 Los procesos de conceptualización en Diseño Gráfico

Falcón Pérez, M. (2012) concluyó que, dentro del aprendizaje cultural, los símbolos, juegan un papel relevante ya que son exclusivos del ser humano y de su capacidad de aplicación, depende como define el mundo, expresa sus sentimientos y establece juicios. Los sistemas de símbolos ayudan a un grupo social a guiar su comportamiento y percepciones a lo largo de su vida.

El estudio de Martínez Grau (2020), nos muestra que las palabras son manifestaciones del lenguaje del ser humano, ellas evocan significados y que, al juntarse, dan lugar a conceptualizaciones abstractas que nos permiten comunicarnos, de ahí que las personas al comunicarse entre ellas, perciben imágenes que provienen de la psiquis, donde las representaciones de cada individuo es influenciada por vivencias personales y experiencias propias. El Diseño Gráfico, sintetiza estos conocimientos, aplicándolos en representaciones visuales y dotándolos de significado. A lo largo de la historia, se han obtenido diversos símbolos que representan ciertas vivencias, sentimientos reconocidos a nivel global, una paloma con un olivo representa la paz o la cruz que representa el cristianismo.

La conceptualización, es la representación de una idea abstracta que surge de los conocimientos generales que se poseen, estos son provenientes de experiencias y evocan sentimientos, costumbres, actitudes y recuerdos. Las estructuras, están formadas según conceptualizaciones de entornos, como ejemplos tenemos la tipografía Sara Maíz de Vanessa Zuñiga, la cual, como lo indica Banegas J. (2014) partió del esquema del signo visual del maíz, representado en un artefacto conocido como “maga” o “aríbalo”, el cual era la forma más común del complejo cerámico Inca, y servía para almacenar y transportar la chicha. Además, también están las mochilas colombianas, donde tal como lo indica Guarnizo (2020), estas tienen que ver con la vida, con el origen y con el vientre.

1.4.3.3 La propiedad intelectual del saber ancestral

Según El Telégrafo (2015), los saberes ancestrales son aquellos que poseen los pueblos y comunidades indígenas, transmitidos generación tras generación por siglos, a través de la tradición oral de los pueblos originarios. En la Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural de 2001, se establece que los saberes ancestrales y tradicionales, son un patrimonio cuyo valor no se limita únicamente a las comunidades originarias, sino que dichos saberes, son un importante recurso para toda la humanidad. Según se afirma en la declaración, la diversidad cultural es una fuente de creatividad y de innovación, por lo tanto, “El patrimonio cultural e intelectual de los pueblos indígenas está formado por las prácticas, los conocimientos y los modos de vida tradicionales que caracterizan a un pueblo determinado” (OMPI, 2018) y son susceptibles de ser trabajados desde el Diseño Gráfico.

Pero el diseñador gráfico, debe saber que el conocimiento y las propiedades intelectuales son avaladas por la ley donde indica que “La Propiedad Intelectual refiere la protección de las creaciones intelectuales, la misma que confiere y reconoce a sus creadores una serie de prerrogativas y derechos exclusivos por un tiempo determinado, para beneficiarse de las mismas, de acuerdo con los términos establecidos por las leyes, entre ellas, la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado y la Ley Orgánica de Comunicación”.

Estos modos de vida, costumbres e imágenes que transmiten los pueblos ancestrales son, en muchas ocasiones, objetos de estudio para la realización de piezas artísticas, gráficas, etc. las cuales se apropian de los mismos sin dar reconocimiento a las respectivas culturas de las que tomaron ejemplo. Estas situaciones se suelen dar por la poca visualización que estos pueblos tienen, varios ejemplos encontramos en México, uno de relevante es el que indica Maldonado (2015): la marca francesa Isabel Marant, comercializó una blusa inspirada en la comunidad indígena Mixe, ubicada en el estado de Oaxaca. La blusa fue vendida de manera exitosa sin dar ningún crédito a los verdaderos creadores del diseño. Este tema no causó ningún revuelo, hasta que una cantante dio a conocer el parecido e hizo notar su desagrado, frente a esta polémica, la diseñadora Marant hizo una declaración reconociendo que la blusa era una inspiración de esta cultura, ofreciendo sus disculpas.

La globalización está directamente vinculada con la existencia actual de los pueblos indígenas, tal como lo indican Ledesma, M. E. L., & Gómez, F. G. (2019), la directa interacción entre ambas facilita la proyección de sus productos a nivel internacional, sin embargo, se encuentran muy frágiles en el exterior al no ser protegidas dentro de los marcos adecuados de la propiedad intelectual de los no indígenas “Cada estado tiene la responsabilidad de la protección intelectual de sus naciones y si la composición es pluricultural se tendrá que crear un marco jurídico e instituciones específicas que sin asimilar a los indígenas salvaguarden la propiedad intelectual de acuerdo con necesidades indígenas” (Ledesma, M. E. L., & Gómez, F. G. 2019).

1.4.4 El Diseño Social

Según la presidenta de la ONG Diseño Social EN+, María Hidalgo el término de Diseño Social tiene matices diferentes dependiendo del contexto; según esté relacionado con el mundo del diseño, del activismo socio-político y de la investigación científica. Hidalgo considera que el Diseño Social debe estar orientado hacia las personas, debe trabajar para y por las personas y debe

ofrecer algo más que el beneficio de una transacción de producto-servicios. Coincidiendo con el diseñador Víctor Margolin, el Diseño Social contribuye a una actividad productiva que desarrolla el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos, participa de la solución de problemas humanos a amplia escala y aporta al bienestar social.

1.4.4.1 El Codiseño

Es una práctica de Diseño Social que permite a los actores involucrados en el problema, ser parte de la mejora o solución, participando en todo el proceso de diseño del proyecto mediante una constante interacción con los diseñadores, aportando ideas y siendo fuente de inspiración a partir de su experiencia, con la finalidad de diseñar productos/servicios adaptados a su contexto y gente.

Es importante indicar, que la aplicación del codiseño se ha extendido en proyectos con participación de población vulnerable (desempleados, ancianos, refugiados, inmigrantes, etc.) especialmente en los países nórdicos (Kanstrup & Bertelsen, 2016, Albridge, 2017), pero hoy también es muy desarrollado en países del entorno como México o Colombia.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque

El objeto de estudio exige primero, indagar diversas fuentes secundarias y primarias para profundizar en el conocimiento de las tradiciones y costumbres Chachis, las mismas que están perdiendo valor, sobre todo entre los más jóvenes del grupo étnico. En este contexto, era importante obtener información de los agentes sociales implicados en la dinámica cultural, intentando que el conocimiento obtenido proporcione una aproximación de carácter cualitativo de la realidad analizada.

A parte de la metodología cualitativa, el target en el que se centra el estudio requiere también, de una metodología participativa que se limita a la observación y comprensión del fenómeno estudiado a través de una investigación exploratoria, inductiva y descriptiva (Luis González, 2011). La investigación participativa, como lo indica Christian Rojas (2018), consiste en investigar y aprender de manera colectiva y colaborativa la realidad, basado en un análisis crítico con la participación activa de los implicados. Su finalidad principal, es la acción con la participación activa de las personas con el propósito de mejorar y/o resolver los problemas de la gente.

2.2 Población

La muestra poblacional del estudio, son 8 jóvenes Chachis, de entre 18 a 28 años, que han pasado su infancia dentro de la comuna y que han migrado a pueblos y comunidades de los alrededores para encontrar una mejor oportunidad de vida.

2.3 Métodos

Se emplearán 3 métodos: el cuasi-etnográfico, el Estudio de casos y el Design Thinking.

2.3.1 Cuasi-etnográfico

El método cuasi-etnográfico, tiene como principal virtud, la de poder acceder a la complejidad de los procesos de construcción y reconstrucción de la realidad social, tal y como se obtiene de la cotidianidad de un individuo, un grupo o una comunidad (Juan Carrera, 2004). Este método, permite estudiar problemáticas sociales como la falta de valorización de costumbres ancestrales identitarias propias de la cultura Chachi. En las cuasi-etnografías, el tiempo invertido en el trabajo de campo no es extenso, por lo que es ideal para estudios en contexto de pandemia donde la movilidad es reducida. En ocasiones, la observación no se hace en un único espacio, sino que los lugares de observación son múltiples y la frecuencia de visitas a estos sitios son limitadas y discontinuas. Estos estudios se caracterizan por profundizar en eventos o situaciones sociales específicas (Silva Ríos, Carlos, & Burgos Dávila, César, 2011).

2.3.2 Estudio de casos

El Estudio de casos, según Martínez Carazo y Piedad Cristina (2006) es una estrategia de investigación dirigida a comprender dinámicas presentes en contextos singulares, el cual podría tratarse del estudio de uno o varios casos, combinando varios métodos para la recolección de evidencia cualitativa con el fin de describir, verificar o generar una teoría. En él se basará la investigación de distintos patrones culturales a nivel internacional, regional y local, donde se compararán distintas variables para la correcta elaboración del producto gráfico final.

2.3.3 Design Thinking

El Design Thinking, tal como lo menciona Vega (2017) es un proceso que pone el foco en mejorar y/o resolver las necesidades reales de las personas, volviéndose partícipes de la solución desde el principio del proceso. A través de las etapas de este proceso, se buscará encontrar una mejora óptima para el problema que se ha encontrado, junto a los métodos anteriormente

mencionados, haciendo partícipes a los involucrados, volviéndose así parte fundamental del proceso de elaboración del producto gráfico.

2.4 Técnicas de recolección de información

Durante la investigación, después de una entrevista exploratoria para verificar los problemas encontrados en la consulta de fuentes, se realizará una visita a un asentamiento de la cultura Chachi, en la provincia de Esmeraldas, con el fin de recolectar información sobre costumbres, tradiciones y necesidades culturales que posean los actores involucrados. Estos datos, se recolectarán a través de las técnicas de observación no participante, y entrevistas propias del método cuasi-etnográfico y el Design Thinking, desde donde se desarrollará un perfil de usuario, un moodboard, maquetas y un póster.

2.4.1 Observación no participante

Es una técnica propia del método etnográfico que consiste en realizar trabajo de campo presencial y/o virtual (netnografía) y anotar en diario las observaciones de diversos aspectos de la vida cotidiana (costumbres, tradiciones, trabajo, ocio, cultos, etc.).

2.4.2 Entrevista

La entrevista es “una conversación”, es la posibilidad de realizar preguntas y recibir las respectivas respuestas de una manera abierta. La entrevista exploratoria y semiestructurada, se realizará a nativos que tienen influencia directa en la etnia Chachi con la finalidad de constatar y reafirmar las problemáticas encontradas en la recolección de datos desde fuentes secundarias; así como a investigadores de la cultura que no son nativos. Los entrevistados serán personas mayores de 35 años y de género masculino.

2.4.3 Taller participativo

El Taller participativo es una técnica habitual en el Diseño Social y co-diseño y consiste en conocer un tema, en donde las personas participan y dan su propio

punto de vista, opiniones, creencias y sentimientos. Tiene como objetivo poder conocer la situación real de un objeto de estudio y poder llegar a una conclusión del objeto de la necesidad que se les presenta siendo parte del desarrollo y resultado convirtiéndose en principales autores del proyecto realizado.

2.4.4 Perfil de usuario

La creación de perfiles de usuario consiste en la elaboración de una ficha por cada persona con la que se tuvo interacción en la fase de empatía, en este caso, se aprovechará el Taller participativo, y debe tener una descripción sencilla sobre los hábitos y necesidades de los usuarios. Es una técnica necesaria para tener presente al público al que se va a dirigir la mejora a definir, en este caso, los jóvenes Chachis implicados en el estudio, con el objetivo que puedan autoanalizarse, mejorar su autoestima y sus relaciones con el grupo étnico al que pertenecen, así como a su vez, obtener información a utilizarse para el Diseño Gráfico con la finalidad de fomentar la identidad étnica entre los jóvenes Chachi y dar a conocer la cultura al resto del país.

2.4.5 Círculo dorado

El círculo dorado se aplica a las empresas para conocer los objetivos a centrarse y el cómo debe hacerlo. Está compuesto por tres círculos internos. Cada uno de esos círculos simbolizan tres preguntas que corresponden a la forma más habitual de la comunicación entre personas. Las preguntas son: ¿Qué? Donde se describen los productos, servicios o resultados que sean tangibles y que se puedan comercializar, ¿Cómo? En donde se presentan los sistemas, procesos y estrategias que la empresa implementa para poder hacer realidad el qué y por último el ¿Por qué?, aquí se encuentra la razón o creencia que guiará y justificará las dos anteriores. (Bleda, 2020)

2.4.6 Moodboard

El moodboard, como lo indica (Seoane, 2020) es una herramienta creativa que consiste en la visualización rápida de imágenes y palabras en un mismo soporte. Es una ayuda visual para definir las ideas y dar paso a la definición del producto

final. En este caso, sabemos poco de los jóvenes Chachis migrados, por lo que necesitamos hacer búsquedas, indagar y recopilar aquello que nos falta y que es imprescindible para desarrollar el concepto del trabajo, y el moodboard es una forma gráfica de compilar la información, obtenida del Taller participativo y el diario de campo. Se construirá a través de los siguientes pasos descritos por Seoane (2020):

- Poner un título, que nos ayude a enfocar nuestro objetivo.
- Definir las palabras clave, para seguir acotando más el contenido de nuestro mapa.
- Hacer un brainstorming de imágenes a partir fotos y sketches de videos propios.
- Seleccionar las imágenes.
- Tener en cuenta la colocación de los elementos, para estructurar la información encontrada y estructurar de la mejor manera posible.

Luego de estos pasos, se inicia el proceso de prototipado propio del Design Thinking. En esta fase, se realizará una maqueta, la cual sirve para testear el producto resultante de las técnicas anteriores. Sirve para visualizar y mejorar una posible mejora. No es necesario que sea demasiado fiel a la realidad, ya que a lo largo del proceso puede ir evolucionando.

Por último, se procederá a la fase de testeo, donde se usará la técnica del póster, la cual ayuda a reflexionar sobre cómo comunicar la idea a los usuarios que harán uso de ella, y cuáles son los aspectos más destacables.

2.5 Herramientas para el desarrollo del proyecto

Para el correcto desarrollo y cumplimiento de los métodos y técnicas expuestos con anterioridad, los datos recolectados serán asentados en un diario de campo e irán acompañados de la toma de fotografías y grabaciones de video con el consentimiento de la comunidad.

CAPITULO 3

3. RESULTADOS

3.1 Método cuasi-etnográfico

De las técnicas del método cuasi-etnográfico, se obtuvo los siguientes resultados:

3.1.1 Observación no participante

Consistió en visitar la comunidad de San Salvador en Esmeraldas el día 17 de junio del 2021. En la visita se observaron varios aspectos de la vida Chachi, las casas estaban más modernizadas en comparación a lo que se había investigado de fuentes secundarias, teniendo estas una estructura de madera.



Imagen 3.1 Casas Chachis
Fuente: Elaboración propia

Al recibirnos los Chachis, nos mostraron los elementos que los caracterizaban de los que se sentían más orgullosos, nos explicaron la dificultad que llevaba hacer las artesanías que nos mostraron y el poco aprecio que estas tenían, el costo elevado que era poder llevarlos a las afueras de la comunidad y la poca remuneración que tenían comercializándose, nos mostraron sus beneficios y virtudes.



Imagen 3.2 Artesanía Chachi

Fuente: Elaboración propia

Nos mostraron la vestimenta típica que usaban en festividades o en invitaciones culturales, nos explicaron el cambio que tuvo la indumentaria para adaptarse a costumbres modernas y evitar todo tipo de indignación o acoso de personas no acostumbradas a ver el tipo de vestimenta que ellos usan.



Imagen 3.3 Vestimenta Chachi

Fuente: Elaboración propia

Una vez mostrada la forma de vestirse, procedieron a enseñarnos la música típica que se usaba en fiestas, nos explicaron que los jóvenes tocaban instrumentos más sencillos como el bombo o el cunulo, pero la marimba, el

instrumento que le dá la melodía a las canciones, era usada por los más ancianos y que ellos siempre buscan la manera de enseñarle a los más jóvenes, para que no se pierda la tradición de la música típica de esta comunidad.



Imagen 3.4 Instrumentos típicos Chachis

Fuente: Elaboración propia

Una vez terminada la conversación con diversos miembros de la cultura, se procedió a recorrer la comuna de San Salvador y se pudo ver el río Canandé que se encontraba a un lado del asentamiento y se podía acceder a él a través de una escalera. En su orilla se pudo ver algunas niñas haciendo labores domésticas y hombres tallando canoas.



Imagen 3.5 Orilla del río Canandé

Fuente: Elaboración propia

La visita nos mostró varios elementos y aspectos culturales que los diseñadores desconocíamos y nos mencionaron varios problemas que se presentaban, tanto a nivel económico como cultural. Se pudo observar una seria preocupación por

parte de los más adultos de la comunidad de la pérdida de identidad y lo pudimos constatar al ver elementos de la globalización: un gran porcentaje de jóvenes tenían en posesión un teléfono celular, en algunas casas se pudieron ver antenas satelitales e incluso pequeñas tiendas con productos que se pueden encontrar en ciudades grandes.

3.1.2 Entrevistas

Recopilar información de las personas nativas de la cultura estudiada es de gran importancia, junto a la perspectiva de personas externas, como es el caso del periodista quinindeño, Patricio Aguilar, investigador de la cultura y de las costumbres de los Chachis, quien en una entrevista exploratoria semiestructurada por zoom realizada en junio 2021, manifestó que esta comuna pasa muy desapercibida por las autoridades, provocando una notoria falta de recursos básicos y del desarrollo de un sistema económico que sea de ayuda para el sustento de las comunas, las mismas que hasta la actualidad, complementan su economía con la producción de artesanías y la explotación maderera. Patricio también añade, que a pesar de que gran parte del territorio del cantón Quinindé, al igual que otros del entorno, tienen lugares paradisíacos, ricos en fauna, flora y belleza natural, no cuenta con la ayuda gubernamental para surgir turísticamente.

Aguilar también comenta, que la enseñanza del idioma *Cha'palaa* en las escuelas, cada vez es menos presente e integrada en el pensum académico, por lo cual el idioma nativo es sustituido en gran medida por el idioma español. Además, la falta de ayuda y de recursos básicos como una educación que genere el desarrollo de habilidades y el correcto aprendizaje que garantice una contribución a la mejora de la sociedad en su conjunto, ha hecho que los jóvenes tomen como alternativa la opción de estudiar y trabajar a la vez fuera de la comuna para poder subsistir, dejando rezagados los orígenes culturales el resto de su vida.



Imagen 3.6 Entrevista exploratoria semiestructurada con el investigador de la cultura Chachi, el Lcdo. Patricio Aguilar.

Fuente: Elaboración propia

Una segunda opinión, fue recolectada por líderes de la comunidad como el presidente de la nacionalidad Chachi, el Sr. Santiago de la Cruz, y el director de la CORAPE, el Sr. Jorge Guachamin, quienes, en una entrevista exploratoria semiestructurada por zoom realizada en junio 2021, explicaron los problemas culturales que afronta esta etnia. Ambos indicaron, que por la falta de apoyo por parte de las autoridades tanto a nivel social como económico muchos de los residentes de la comuna se vieron con la obligación de viajar hacia otras provincias, perdiendo así parte de su identidad. De igual manera, comentan que la vestimenta es la tradición más afectada, hecho que se dio por factores como la discriminación. El proceso de mestizaje sigue jugando un papel importante en esta pérdida, al olvidar los orígenes de la cultura y llevar aspectos culturales foráneos a las propias comunidades.



Imagen 3.7 Entrevista exploratoria semiestructurada con el presidente de la nacionalidad Chachi, Santiago de la Cruz.

Fuente: Elaboración propia

En la visita de campo realizada a la comunidad de San Salvador realizada en junio 2021, se pudo entablar conversación con varios nativos Chachis, entre las preguntas y las dudas que los pobladores tenían sobre el presente proyecto, se mencionaron las dificultades económicas para la exportación de sus productos artesanales, sus funcionalidades y la practicidad que estas tienen en el diario vivir. También se pudo observar, una ligera desconfianza hacia los entrevistadores, deseando una ayuda, para no ser únicamente un objeto de estudio después olvidado.



Imagen 3.8 Visita de campo asentamiento Chachi de San Salvador (Esmeraldas).

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Estudio de casos

Los 3 casos de estudio elegidos, dos pertenecen al ámbito internacional, concretamente a México, país que lidera la relación Artesanías y Diseño Social en la región y uno de Ecuador:

3.2.1 Marca Morena Corazón y el Pueblo Huichol (México)

El primer caso internacional estudiado es el de la artista mexicana Sofía Berlanga junto con su marca denominada: *Morena Corazón*. Este emprendimiento, nace con la intención de enaltecer el arte mexicano, de darle

un toque diferente a lo que por tantos años los artesanos huicholes han creado y a la vez, conservar sus tradiciones, costumbres, preservando a la cultura, buscando nuevas formas de expresión artística, dando lugar a piezas con diseños que guardan un extenso simbolismo, lleno de magia, cultura y tradición. Comenzó a desarrollarse a través del contacto con la cultura Huichol, reinterpretando los colores y formas de su arte ritual y plasmándolo en diseños de bolsos, textiles y joyas.



Imagen 3.9 Ojo de Horus; símbolo solar que encarna el orden, lo perturbado y el estado perfecto plasmada en artesanía y joyas inspirado en la sabiduría ancestral mexicana.

Fuente:<https://morenacorazon.com/>

Uno de los símbolos más representativos utilizado como parte de su diseño, son los denominados círculos sagrados, aplicados a piezas que son creadas como ofrenda o para transmitir y preservar su propia cultura.



Imagen 3.10 Textil con diseño propio de las raíces mexicanas.

Fuente:<https://morenacorazon.com/>

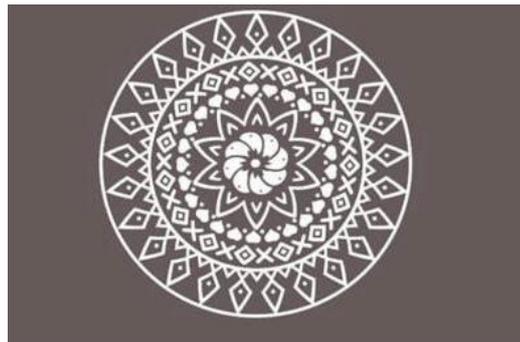


Imagen3.11 Joyería con diseños de círculos sagrados como representación de figuras sagradas y propias de las raíces mexicanas.

Fuente:<https://morenacorazon.com/>

Cada uno de los diseños contiene una historia, un relato, tiene un propósito y es elaborado a mano por artesanos. El diseño es una combinación de lo artesanal con lo contemporáneo, sin perder de vista la idea de crear diseños que transmitan la más pura esencia de México.



Imagen 3.12 Diseños plasmado en bolsos y piezas creados desde la expresión artística de indígenas wixárikas con carabelas para plasmar los lazos que los unen con sus antepasados y la muerte a través de piezas en donde muestran que la vida debe ser un acontecimiento lleno de color y folclore.

Fuente:<https://morenacorazon.com/>

3.2.2 La cestería y el Pueblo Kumiais (México)

El segundo caso investigado, se encuentra ubicado en la ciudad de México, los pueblos de Kumiais que se encuentran ubicados en los poblados de Santonio de Necua y San José de la Zorra, en la baja California. La problemática que se analizó en este estudio fue el desaprovechamiento de la identidad nativa como un enlace entre la correcta identificación del grupo y el posicionamiento turístico. Se analiza que los visitantes de otros estados conocen particularmente el lugar por la industria vitinícola, sin embargo, es muy poco conocido que uno de los asentamientos nativos se encuentra justo entre los viñedos y que éste está abierto a recibir los visitantes. En este estudio, se buscó la sinterización de la identidad del pueblo indígena para el diseño de la imagen de marca, inspirada sobre todo en la cestería.

El método empleado para el diseño fue el método de Barret (1994) aplicado al análisis del arte y las artes menores, tomando en cuenta las siguientes variables:

la forma, el medio, la técnica, el tamaño, la línea, el contorno y la relación entre las formas, el color, la textura y el contexto. Cada elemento visual fue extraído de diversos objetos originarios de la cultura, así como del análisis del contexto (hogar, vestimenta, etc.).



Imagen 3.13 Diseño de la cestería y artesanía del pueblo mexicano.

Fuente: Imágenes de Google.

3.2.3 La tipografía y el Pueblo Quechua (Ecuador)

Y finalmente, el tercer caso es el de la diseñadora Vanessa Zúñiga y su proyecto de investigación “*Aproximación a un vocabulario visual básico Andino*”. Su objetivo, tal como fue mencionado en los casos anteriores, es la contribución al enriquecimiento de la identidad visual ecuatoriana. Aplica la investigación de Herbert Blumer para la conceptualización de la tipografía Sara Maíz.

Zúñiga hace un análisis a profundidad del contexto y simbología andina, vivencias para el correcto funcionamiento de una sociedad que define como “(...) un fenómeno cultural es un fenómeno comunicativo (...)”, entendiendo a la cultura Andina Precolombina como un repertorio de signos convencionales, que regulan el pensamiento conceptual andino. En el proceso de diseño, se obtuvieron un repertorio de composiciones modulares y signos visuales primarios, esquematizados desde el análisis de 18 artefactos conceptuales, utilizando como base las cuadrículas que representan a la ley de Bipartición y la Ley de Tripartición, que se definen a partir de la unidad, dualidad y tripartición del cuadrado:

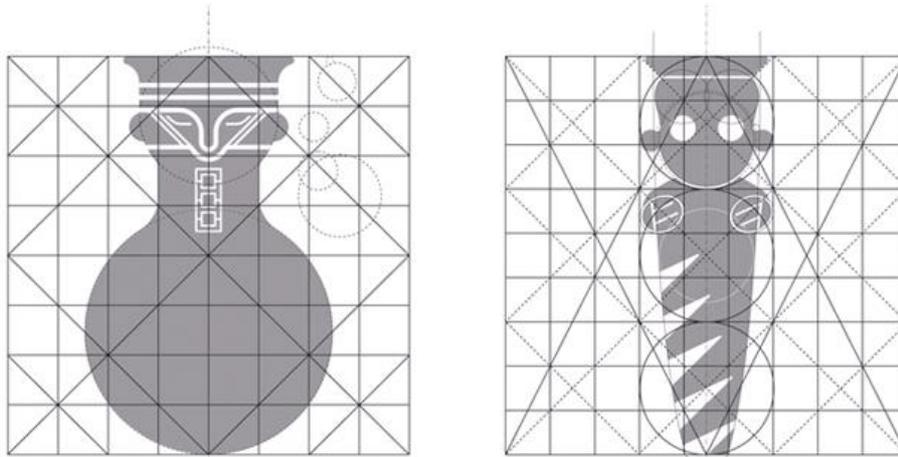


Imagen 3.14 Ley de Bipartición y Ley de Tripartición.

Fuente cuadrículas: Zadir Milla Euribe (1990).

Luego de la composición modular de cada artefacto analizado, extrajo los signos primarios y procedió a realizar un ensayo de interpretación, y para eso siguió la metodología de Charles Morris, donde se plantea tres niveles de semiosis: La dimensión sintáctica, la dimensión semántica y la dimensión pragmática. En la primera, se requiere de la identificación de las unidades elementales, la segunda considera a los signos, los cuales pueden ser analizados a partir de su capacidad para representar o significar otras cosas y el último, hace referencia a la relación de los signos con los interpretantes.

El resultado fue la tipografía *Sara Maíz* que sirve para dar riqueza cultural al país, y que se puede aplicar a diversos soportes, ella indica que su tipografía no es de uso continuo para textos largos, más bien sirve para ciertos productos gráficos, como el packaging o afiches.



Imagen 3.15 Tipografía Sara Maíz y sus aplicaciones gráficas.

Fuente: http://www.disenio.uma.es/i_disenio/i_disenio_9/zuniga.html

	Morena Corazón (México)	Pueblo Kumiais (México)	Tipografía Sara Maíz (Ecuador)
Problema	Conservar sus tradiciones Preservar su cultura	Desaprovechamiento de la identidad nativa	No definido
Objetivo	Enaltecer el arte Mexicano	Sintetización de la identidad del pueblo indígena para el diseño de la imagen de marca	Contribución al enriquecimiento de la identidad visual ecuatoriana
Método	Reinterpretación de los colores y formas de su arte ritual	Cada elemento visual fue extraído de diversos objetos originarios de la cultura	Extracción de símbolos, Posicionamiento en rédicula base, Ensayo de interpretación
Conceptualización	Símbolos como: Círculos sagrados, aplicados a piezas que son creadas como "ofrenda".	Abstracción de la simbología: Aspirales, Vértices, Líneas, Marañas, etc.	Abstracción de la interpretación sobre la figura del maíz en vasijas Incas.
Elementos Gráficos			
Color	Gama cromática inspirada en pueblo Huichol	Gama cromática inspirada en pueblo Kumiais	Gama cromática propia.
Tipografía	No posee	No posee	Sara Maíz (Propia)
Lengua utilizada	Español	Español	Español
Aplicaciones	Vestimenta, Joyería	Línea gráfica (En proceso)	Línea gráfica

Tabla 3.1 Estudio de casos comparativo.

Fuente: Elaboración propia.

Cómo resultado del Estudio de casos, se considerará como mejores prácticas para la propuesta gráfica propia los siguientes elementos: el análisis de la cultura que hacen los tres casos, la búsqueda de símbolos-colores tomado de los casos *Morena corazón* y *pueblo Kumiais*, y su conceptualización en una cuadrícula base, tomado del caso *Sara Maíz*. A diferencia de los 3 casos estudiados y como una manera de agregar valor, en la propuesta propia, se destacará junto al español, el uso del idioma nativo para la promoción del producto gráfico.

3.3 Design Thinking

3.3.1 Taller participativo

Las siguientes actividades desarrolladas vía zoom el 24 de Julio a las 11 am, con una duración de dos horas en el contexto de un Taller participativo que se inserta dentro del Diseño Social y Co-diseño, tienen como finalidad, estimular el recuerdo, la memoria de los jóvenes Chachis que no viven en las comunas, mediante la identificación de elementos de la cultura material e inmaterial del grupo étnico (palabras, objetos, contextos, hogares, etc.) con los que los jóvenes se han identificado en un pasado y cuya activación, puede ayudar a actualizar su sentido de pertenencia, así como a su vez, constituyen un universo de recursos conceptuales e iconográficos (color, formas, composición, etc.) a ser utilizados de manera colaborativa entre jóvenes-diseñadores en la conceptualización y diseño de producto/s gráficos que difundan la cultura Chachi y empoderen de su identidad a los jóvenes. El Taller participativo consistió en las siguientes actividades:

Nombre: *Mandejave* (“Recuerdo” en lengua *Cha’pala*).

Objetivo: Estimular los recuerdos, la memoria.

Actividad 1. ¿Qué se le viene a la mente cuando escucha las siguientes palabras?:

Infancia, casa, familia, trabajo, música y comida.

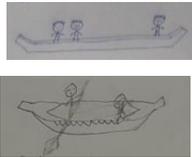
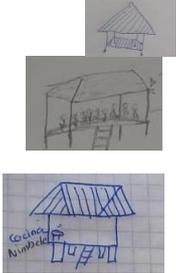
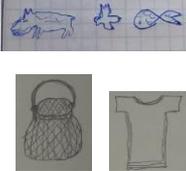
PALABRA	IDIOMA NATIVO	IMAGEN MENTAL (1ER RECUERDO)	COLOR	GRÁFICO
Infancia	<i>Kayiimala</i>	Atardecer Canoa (kule) Arcoíris (pityuila) hermanas	- Blanco (fibaba) - Verde (lushkatata) Negro (bababa)	
Casa	<i>Ya</i>	Padres, hermanos, hermanas, Casa comunal	Café café	
Familia	<i>Apala</i>	Hogar, abuela (aamama)	Amarillo	
Trabajo	<i>Taawasha</i>	Faenas, esfuerzo, cacería Vestimenta, artesanía	Verde (panda) Verde	
Música	<i>Beesa</i>	Marimba, bombo, cununu	Amarillo	
Comida	<i>Panda</i>	Plátano, verde	Negro	

Tabla 3.2 Síntesis de conceptos surgidos del Taller participativo.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Actividad 2. Describa o grafique la casa de su infancia y el recuerdo más relevante que dentro de ella le venga a la mente. (Esta actividad tiene como objetivo crear un sentido de pertenencia y vínculo con su hogar para hacer énfasis en sus recuerdos obtenidos dentro de este espacio junto a sus seres queridos, conocer en contexto que fue lo que los marcó dentro de la comuna.)

Tsuta = Lanza

Miruku = Shamán.

El Fandangu = Celebración de un evento con bombo, marimba y cununo.

Explicación: Los Mirukus, tenían poderes que eran capaces de transformarse en animales (tigre), para confundirse con los enemigos y cruzar caminos sin ser percibidos. Esos poderes permitían detectar cualquier amenaza que se acercaba y ponerse en guardia para salvar a su grupo.

Los mirukus, mediante ritos ceremoniales transmitieron poderes a las lanzas para que se tengan efectos positivos e impactar en cuerpo de los enemigos. De esta manera, fueron adiestrado un grupo de jóvenes que portando lanzas salieron a aniquilar a todos los indios bravos. Exterminaron casi toda la región desde los altiplanos de la cordillera hasta la costa del Pacífico que hoy es la provincia de Esmeraldas. Esto ocurrió antes de la llegada de los españoles. Una vez apaciguada la región, muchos chachi migraron desde TUTSA' (Pueblo Viejo de los Cayapas) hasta la costa.

Siendo así, se podría pensar que los símbolos de la nacionalidad chachi pueden ser: Lanza (TSUTA) y Miruku (SHAMÁN), mientras que la vestimenta y otras artesanías solo sirven para identificarnos como chachi.

Un recuerdo mencionado por dos de los participantes fue referente al puente que conectaba sus casas con la escuela a la que solían ir e niños, mencionaban que debían pasar a diario por ese puente que cruzaba el río Quinindé, "(...) era un puente de cuerda donde a diario para poder ir a la escuela lo teníamos que cruzar, quedaba lejos de mi casa, pero para salir adelante lo pasaba con orgullo (...)" mencionó uno de los jóvenes participantes.



Imagen 3.16 Dibujos e imagen de casas realizadas por jóvenes Chachis.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Actividad 3. En el siguiente espacio, grafique algún símbolo que represente su cultura. Puede ser referente a un objeto, labor u otro.

Temática	Símbolo
Familia	
Trabajo	
Infancia	

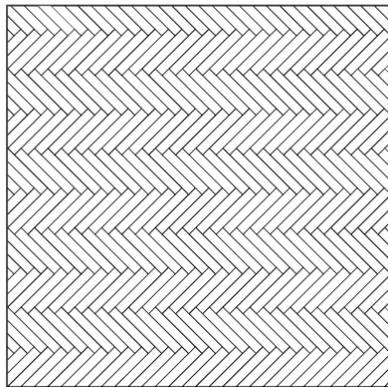
<p>Música</p>		
----------------------	--	---

Tabla 3.3 Símbolos según su temática.

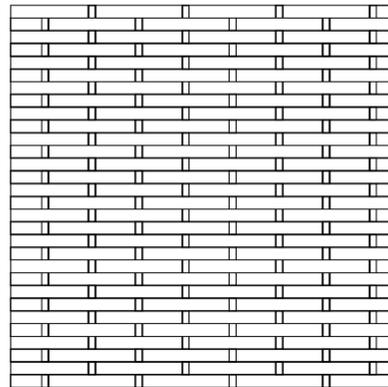
Fuente: Elaboración propia.

Actividad 4. ¿Cuál de los siguientes patrones, recuerda con mayor facilidad, por qué?

MANDEJAVE
(PLANTILLAS)



Opción A



Opción B

La Opción que todos escogieron fue la primera (Opción A) porque lo asimilaron con el patrón utilizado para plasmar sus diseños en la cestería realizada desde sus inicios.



Imagen 3.17 Cestería realizada por mujeres Chachis, cuyos diseños en la antigüedad era realizados a partir de sus experiencias.

Fuente: Elaboración propia.

El patrón que reside en la mente de los jóvenes Chachis es el A, el principal que tejen las mujeres del grupo étnico.



Imagen 3.18 Mujeres Chachi tejiendo objetos artesanales de fibra vegetal.

Fuente: Aporte de joven Chachi

3.3.2 Perfil de usuario

Los perfiles de usuario se realizaron partiendo del público objetivo al que se quiere llegar, se hizo un análisis del target con el que coincide la necesidad a la que se apuntan y resultó en cuatro perfiles.

	<p>Biografía: Desde pequeño, Felipe, pudo ver como su pueblo sufría crisis, vió la falta de apoyo y sus padres le motivaron a irse.</p> <p>Tiene un trabajo que le permite cuidarse de sí mismo y no pasar por los problemas que observaba desde que era pequeño.</p>	<p>Objetivos/Motivaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tener un empleo digno Ayudar a sus padres Conseguir un apartamento Superarse académicamente
<p>Frase: "El dinero consigue cosas que se me niegan".</p> <p>Nombre: Felipe Chapiro Edad: 22 Profesión: Artesano Estado Civil: Soltero Arquetipo: Explorador</p>	<p>Personalidad:</p> <p>Introvertido, responsable, cuidadoso.</p>	<p>Frustraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desempleo. Dificultad para estudiar. Nostalgia con el hogar. Soledad en un lugar extraño.

	<p>Biografía: Ugardo se mudó desde su comuna hace ya algunos años, le ha costado acostumbrarse al modo de vida fuera de su comunidad.</p> <p>Busca el sustento y una mejora para su pueblo.</p>	<p>Objetivos/Motivaciones:</p> <p>Conseguir un buen empleo Ayudar a su gente Lograr un cambio Volver a su tierra</p>
<p>Frase: "Debo salir adelante pese los porblemas".</p> <p>Nombre: Ugardo Añapa Edad: 25 Profesión: Artesano Estado Civil: Soltero Arquetipo: Explorador</p>	<p>Personalidad:</p> <p>Extrovertido, Soñador Responsable, Activo</p>	<p>Frustraciones:</p> <p>No sentir apoyo. Dificultad en ser respetado. Dificultad en ser reconocido. Su gente está perdiendo identidad.</p>
	<p>Biografía: Felipe se mantiene viajando, trata de buscar soluciones a los problemas de su pueblo.</p> <p>Su familia y su gente son su motivación para seguir luchando. Trtando de buscar reconocimiento hacia su cultura y su gente.</p>	<p>Objetivos/Motivaciones:</p> <p>Lograr el reconocimiento Mejorar estado del pueblo Ayuda del estado</p>
<p>Frase: "Mi pueblo es mi prioridad".</p> <p>Nombre: Felipe Chapiro Edad: 48 Profesión: Representante de minoría étnica Estado Civil: Casado Arquetipo: Cuidador</p>	<p>Personalidad:</p> <p>Responsable, extrovertido, líder, comunicador, creativo.</p>	<p>Frustraciones:</p> <p>No tiene apoyo. Su pueblo pierde sus costumbres. No es escuchado. Es infravalorado.</p>

Tabla 3.4 Perfil de usuario desde el método Design Thinking.
Fuente: Elaboración propia

Según los perfiles realizados, se determinó el tipo de usuario al que irá dirigido el producto resultante de la investigación, siendo el principal objetivo tres estereotipos de personas: Aquel que tuvo que salir de la comunidad por necesidad pero que sigue con anhelo de volver, aquel que es líder de la

comunidad y desea lo mejor para ella y aquel que salió de la comunidad por razones personales pero que no tiene un fuerte deseo de regresar.

3.3.3 Círculo dorado

El círculo dorado fue utilizado para conceptualizar el producto a realizar luego de la realización del Taller participativo y el análisis a los perfiles persona, dando como resultado la siguiente descripción de las tres preguntas que el círculo representa:

_Qué: Línea gráfica inspirada en los resultados del Taller participativo con los jóvenes Chachis, centrada en el etiquetado de las artesanías entre otros productos del grupo étnico, para su comercialización en ciudades externas.

_Cómo: Selección de patrones propios de los elementos identitarios elaborados con la colaboración de jóvenes Chachis, para la difusión y revalorización de su identidad.

_Por qué: Ausencia de registro y promoción artesanal de suma importancia para que la cultura sea conocida y se mantenga viva, trayendo a la modernidad la costumbre ancestral de plasmar en sus productos vivencias y experiencias personales.



Imagen 3.19 Gráfico relacionado al círculo dorado.

Fuente: Google Imágenes

3.3.4 Moodboard



Imagen 3.20 Moodboard final.

Fuente: Elaboración propia.

4. PROPUESTA GRÁFICA

4.1 Proceso de conceptualización línea gráfica de los patrones

De la falta de valoración y autoestima ante la comunidad y el resto del país por parte de los jóvenes Chachis al no tener una identidad que los represente como grupo étnico y los diferencie en el exterior, mismo factor que se ve reflejado y que afecta a la comercialización de sus productos, especialmente sus artesanías, parte el desarrollo del proyecto que consistió en involucrar a los jóvenes a través de un Taller participativo, trayendo a su mente recuerdos de su infancia, hogar, trabajo y música para la posterior creación de íconos que permitan la identificación de su comuna, y mejore la autoestima y proyección de sus integrantes.



Imagen 4.21 Algunos de los jóvenes involucrados en el taller.

Fuente: Aporte de joven Chachi

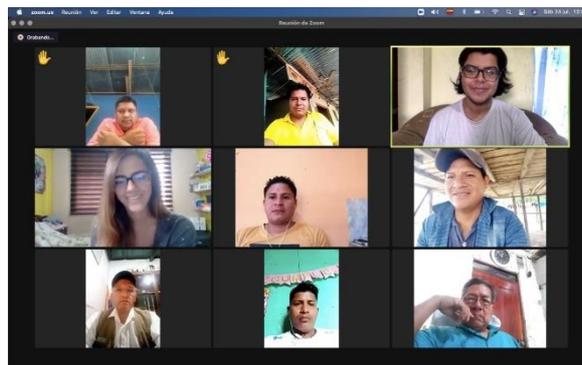


Imagen 4.22 Taller participativo con los jóvenes Chachis por medio de la plataforma de Zoom.

Fuente: Elaboración propia.

Partiendo de que no existe un estudio previo de iconografía precolombina de la cultura Chachi, se utilizó una retícula de 45 grados, la misma que es empleada por las mujeres Chachis para el tejido de la cestería sobre la cual se han proyectado los bocetos diseñados por los jóvenes que participaron en el taller.

Como resultado de los recuerdos traídos a colación a partir de los conceptos familia, casa, trabajo y música, se obtuvieron los siguientes íconos en representación de cada concepto junto a su cromática:

Concepto de familia.

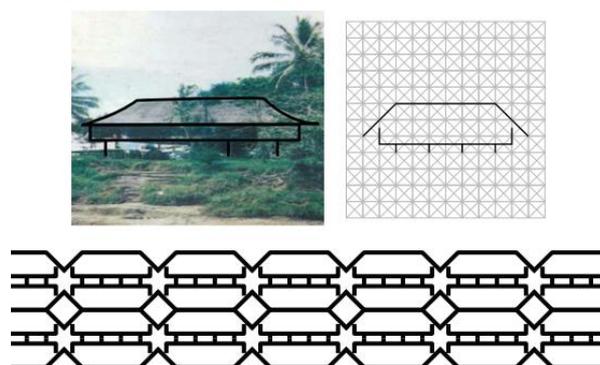


Imagen 4.23 Icono en representación de casa (hogar): *“La casa, constituye uno de los espacios, lugares, más icónicos de la etnia Chachi. Es el hogar donde viven las familias y se forja la personalidad de los jóvenes”.*

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

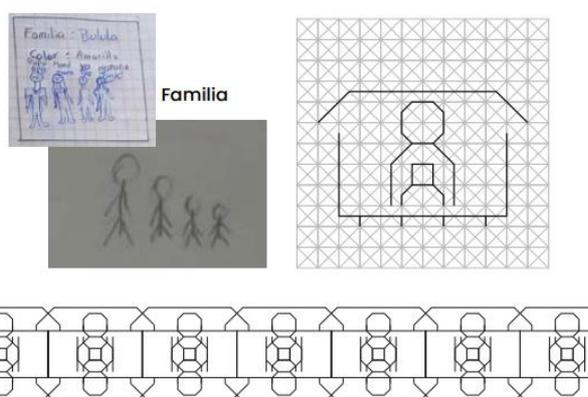


Imagen 4.24 Icono en representación de la familia: *“Los jóvenes Chachi crecen bajo la protección de la madre, la abuela, del padre e incluso, de los hermanos mayores”.*

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Concepto de música.

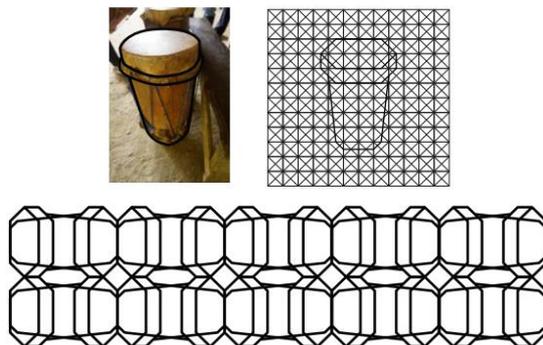


Imagen 4.25 Icono en representación de instrumento propio de la comuna: Cunulo “*El Cunulo es un instrumento típico de la música Chachi, es usado por los más jóvenes ya que no requiere ser un experto para poder tocarlo, le da el ritmo a las canciones*”.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

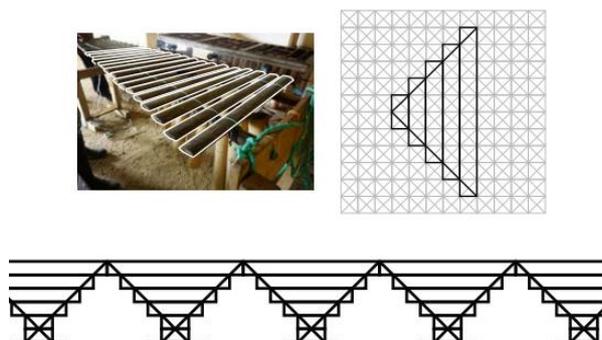


Imagen 4.26 Icono en representación de instrumento propio de la comuna: Marimba “*La marimba es el instrumento más complejo de manejar, es lo que les da la melodía a las canciones Chachis. Los más ancianos son los que suelen tocarlo, pero siempre se trata de enseñarle a los más jóvenes para que esta tradición no se pierda*”.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Concepto de trabajo.

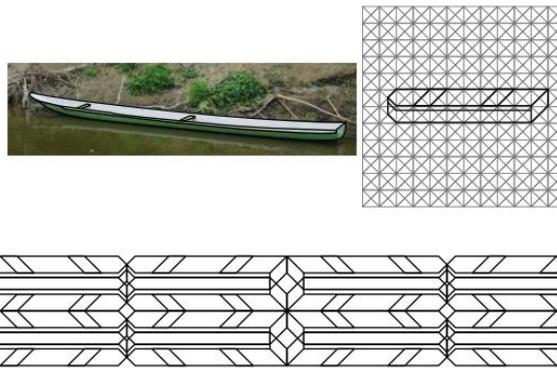


Imagen 4.27 Icono en representación de la canoa: *“La canoa es el medio de transporte típico para la movilización de los Chachi. El río Canandé, cruza diversas comunas que se comunican a través de canoas elaboradas por los hombres del grupo étnico”.*

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

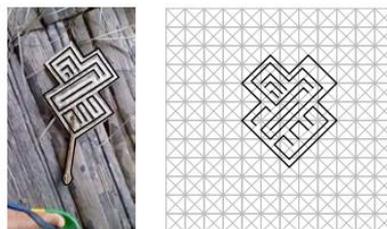


Imagen 4.28 Icono en representación de la cestería: *“Las artesanías Chachi en fibra vegetal, elaboradas de generación en generación por las mujeres de la comunidad, son uno de los legados más comercializados del grupo étnico en diversos lugares del Ecuador y constituyen una fuente de ingresos complementaria a su economía”.*

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Concepto infancia.

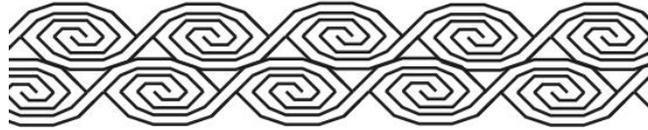
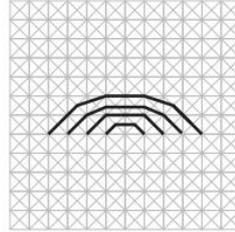


Imagen 4.29 Icono en representación del arcoíris: “El arcoíris es un símbolo de poder, hay que temerle y respetarlo. Desde la infancia se les enseña a los niños a tener cuidado cuando este se presenta, no en señal de temor sino en señal de respeto para las cosas superiores”.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

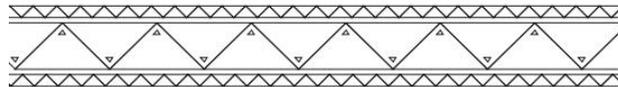
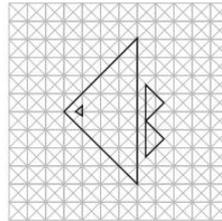
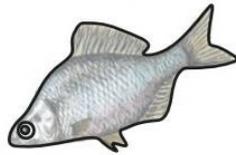
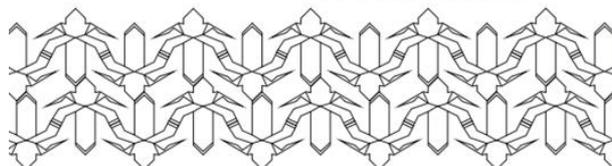
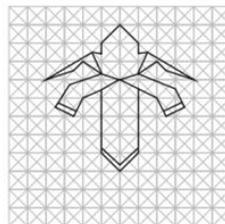


Imagen 4.30 Icono en representación del pescado: “El pescado, además de ser un producto alimentario básico de los Chachi, también constituye una actividad económica propia de los hombres que se enseña desde la infancia”.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

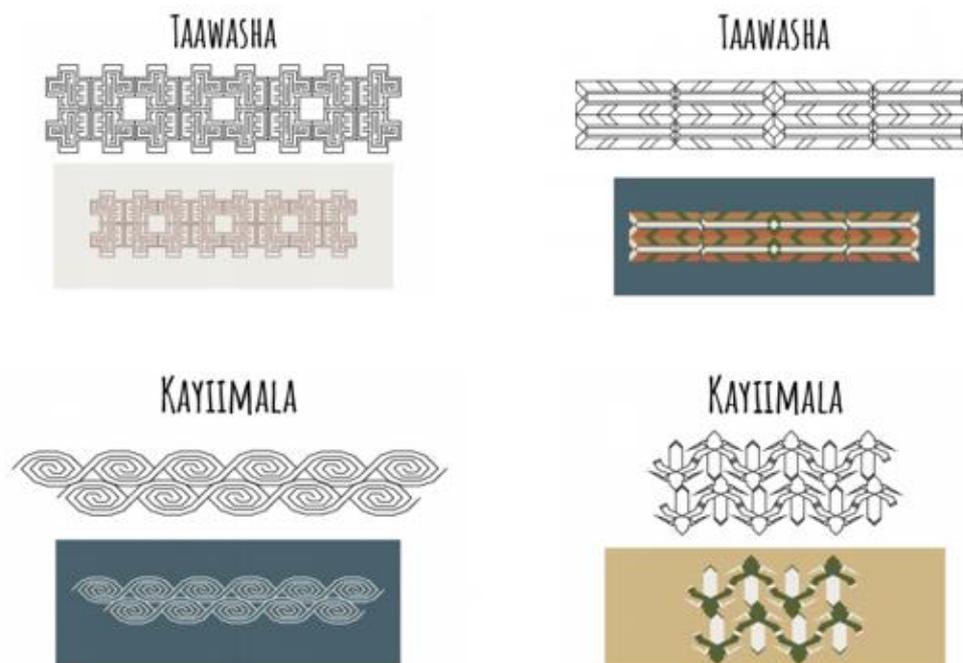


Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes Chachis.

Imagen 4.31 Icono en representación del plátano: “El verde, es otro de los alimentos básicos del grupo étnico y los jóvenes extrañan su consumo cuando están fuera de su comunidad”.

4.2 Proceso de Validación

El resultado fueron los siguientes patrones y módulos: **Primera versión**, que fueron validados ante los jóvenes que participaron del Taller, estudiosos de la cultura y líderes Chachis.



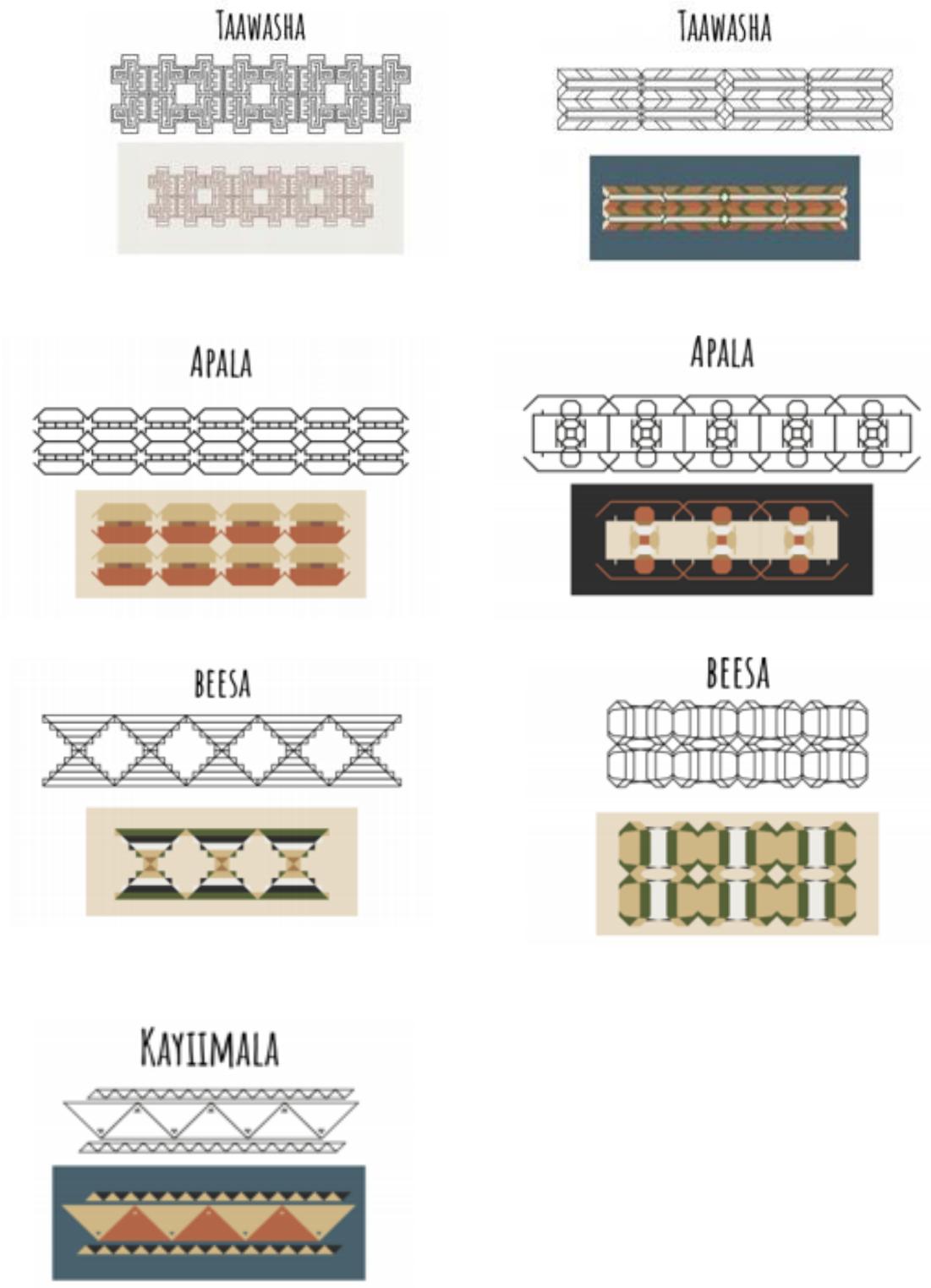


Imagen 4.32 Imagen Primera versión patrones.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

Luego de haber validado los iconos con sus respectivos patrones, se procedió también a validar la cromática establecida por los integrantes del Taller participativo de donde se obtuvieron distintos tonos tierra y el azul, por su principal río, el Canandé, por donde se trasladan para ir de un pueblo a otro y realizar diversas actividades como ir a estudiar y trabajar a parte de pescar. A parte de los jóvenes, junto a los investigadores de la cultura que no son nativos y personas nativas que ocupan un cargo de líder o superior de las respectivas comunas, se tomó como recomendación implementar los colores verde y rojo.



Imagen 4.33 Cromática derivada del Taller participativo.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

El verde, debido al paisaje selvático y de los cultivos-productos que se obtienen de dicha actividad como el verde, alimento primordial en la mesa de la comuna y el rojo, como un color vivo destacable en la vestimenta.

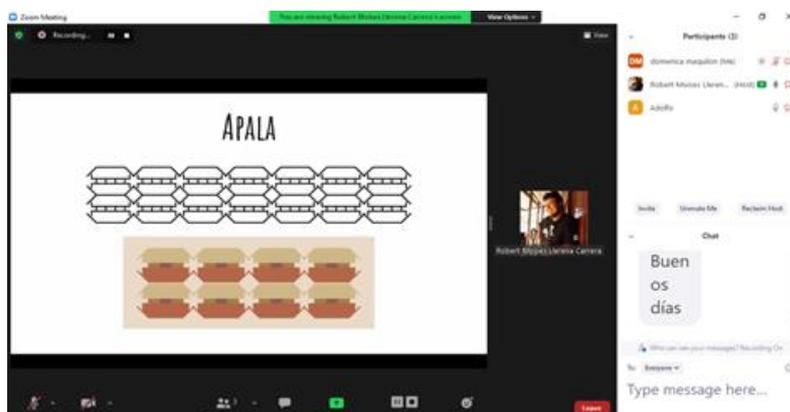


Imagen 4.34 Validación de los patrones, módulos y etiquetas con los mismos jóvenes que participaron en el taller.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

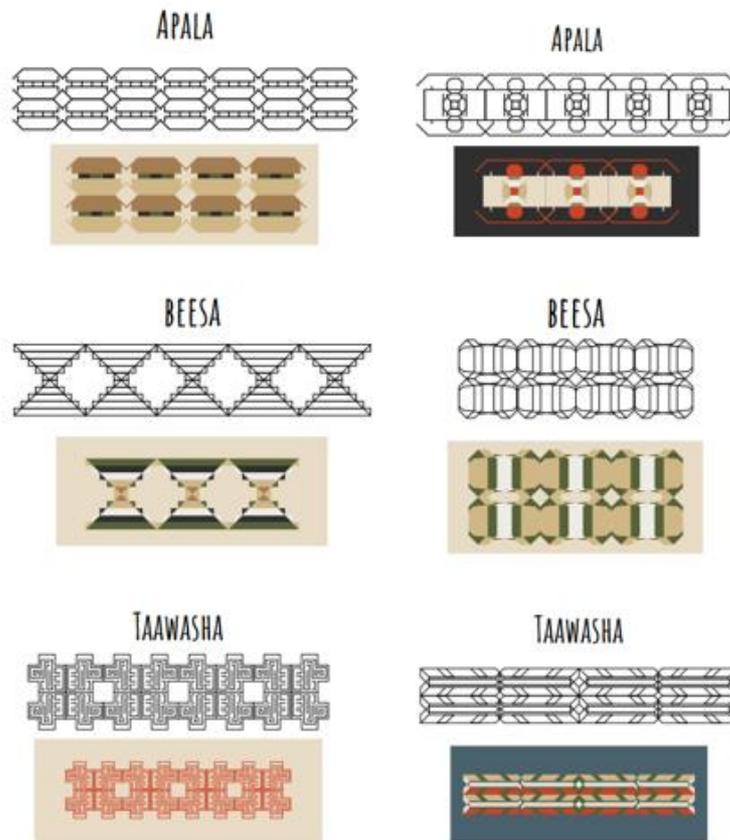


Imagen 4.35 Validación de la propuesta gráfica con el presidente de la comuna, el Sr. Santiago de la Cruz.

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que hubo que introducir cambios, producto del proceso de validación con nuestros diferentes perfiles de usuario, en general, luego de haber escuchado las sugerencias dadas, se obtuvo una buena aceptación, cuyo resultado final fue el siguiente:

Patrones y módulos: **Segunda versión validada.**



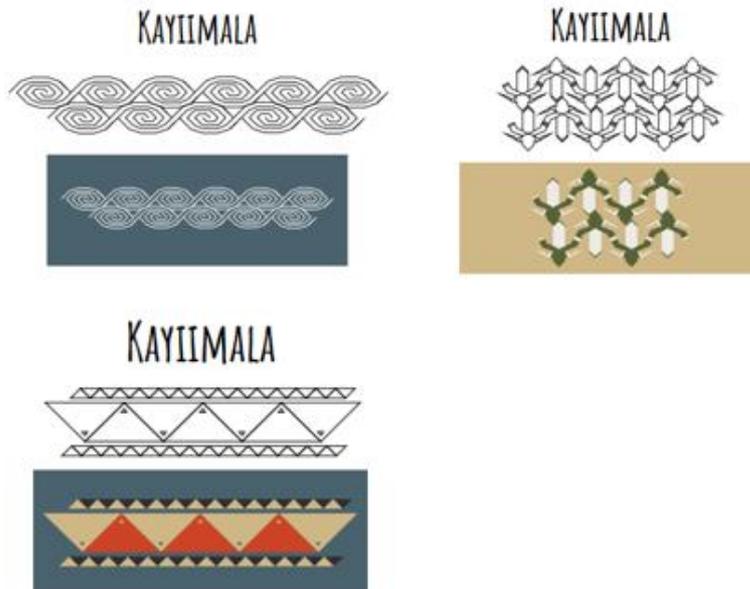


Imagen 4.36 Segunda validación de los patrones con los colores recomendados por los actores involucrados.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

Como parte de la validación, decidimos colocar los patrones junto a su línea gráfica, en un *mock up* de etiqueta para conocer el grado de aceptación de los involucrados, sobretodo de los jóvenes, ya que estuvieron presentes en cada etapa del proceso de diseño, desde la creación hasta la validación del producto, y la respuesta que obtuvimos fue de nostalgia y alegría al ver su nombre como parte de la identificación del producto modelo.





Imagen 4.37 Validación de la etiqueta (1er prototipo).

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

4.3 Presupuesto

Para la elaboración de la etiqueta, se realizó una cotización partiendo de su aplicación de un papel 100% hecho de fibra vegetal proveniente de la hoja de bijao, encontrada en la misma comuna, con el fin un soporte autóctono, sostenible a nivel ambiental y sustentable a nivel económico, que agregue valor, pero que no eleve el costo del producto, es decir, a la artesanía en fibra vegetal (cestos, abanicos, etc.) a la que va a acompañar. En este soporte natural, iría colocado el papel adhesivo que contiene el Diseño gráfico de la etiqueta impresa unida al producto, con el mismo material con el que realizan la artesanía más identitaria, la fibra rampira.

Se realizó la cotización empleando 1 metro de papel adhesivo a \$10, obteniendo 135 etiquetas con anverso y reverso.

Para obtener papel reciclado en proporción a la cantidad de papel adhesivo empleado, se utilizó 1200 gr aproximado de hojas de bijao y de 400 gr de bicarbonato de sodio a un valor de \$3.22 ctvs como parte del proceso (100 gr bicarbonato de sodio por cada 300 gr de pulpa): $(1200 \text{ gr} \times 100 \text{ gr}) / 300 = 400 \text{ gr}$.

El presupuesto para la elaboración de la etiqueta, considerando las proporciones ya mencionadas, es de cada etiqueta sale a un valor de 0.09 ctv.

Teniendo en cuenta que la mayoría de los materiales empleados para la realización de su etiqueta en físico, provienen de los materiales originarios de la comuna y que no implica un gasto extra a su economía, se considera un proyecto sustentable, que no solo ayuda a la rentabilidad, sino que es sostenible, acorde al entorno, al ecosistema por el uso de un papel reciclado.

4.4 Patrones gráficos y su aplicación modelo

La propuesta gráfica obtenida a partir de la investigación de fuentes primarias y secundarias, público objetivo determinado y concepto co-creado, es una línea gráfica de patrones co-diseñados a partir de los íconos-colores proporcionados especialmente por los jóvenes Chachis. El trabajo de campo cuasietnográfico proporcionó imágenes del entorno del grupo étnico que en el Taller participativo fueron utilizadas para estimular la memoria, los recuerdos trayendo a la luz, formas, colores, palabras y sentimientos que se transmitieron en los patrones co-diseñados.

A partir de una cuadrícula base, construida desde la estructura que poseen las artesanías en fibra vegetal (rampira) más características de los Chachis, se diseñaron los íconos, y gracias a las entrevistas y el taller, se le dió un significado a cada uno, de esta manera, se hizo copartícipe a los jóvenes de todo el proceso de diseño, se los empoderó y se impregnó al producto de un sentido de pertenencia.

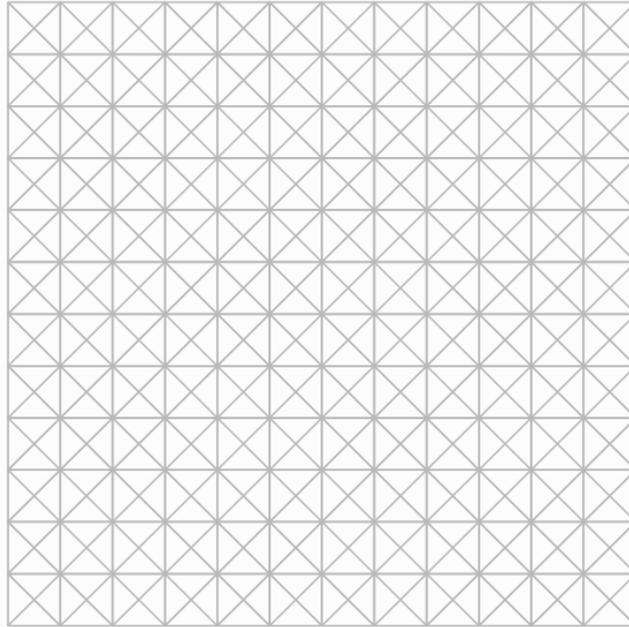


Imagen 4.38 Cuadrícula base para la elaboración de los íconos, inspirada en las artesanías de rampira.

Fuente: Elaboración propia.

La cuadrícula tiene una dirección de 45° , esto debido al tipo de costura que se realiza en la cestería más representativa de la cultura.

Una vez analizados los conceptos que surgieron en el taller, se decidió dividir la línea gráfica en cuatro categorías inherentes desde la perspectiva antropológica, al comportamiento Chachi: *Apala*, *Kayiimala*, *Taawasha* y *Beesa*, es decir, familia, infancia, trabajo y música, respectivamente.

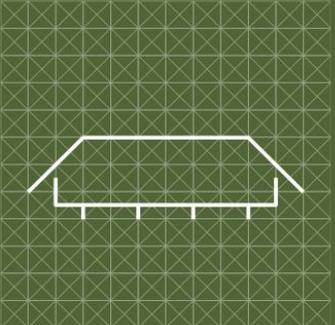


Imagen 4.39 Categorías de la línea gráfica.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

Cada categoría, cuenta con los respectivos íconos y su patrón ya validado con anterioridad con los jóvenes y las autoridades Chachis.

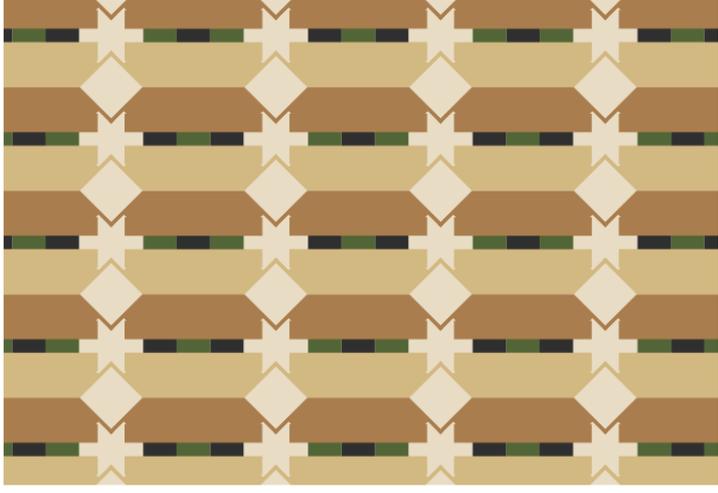
APALA
(FAMILIA)




"La casa, constituye uno de los espacios, lugares, más icónicos de la etnia Chachi. Es el hogar donde viven las familias y se forja la personalidad de los jóvenes".

03
LOS ÍCONOS

APALA



12
LOS PATRONES

Imagen 4.40 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría "Apala" (Familia).

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

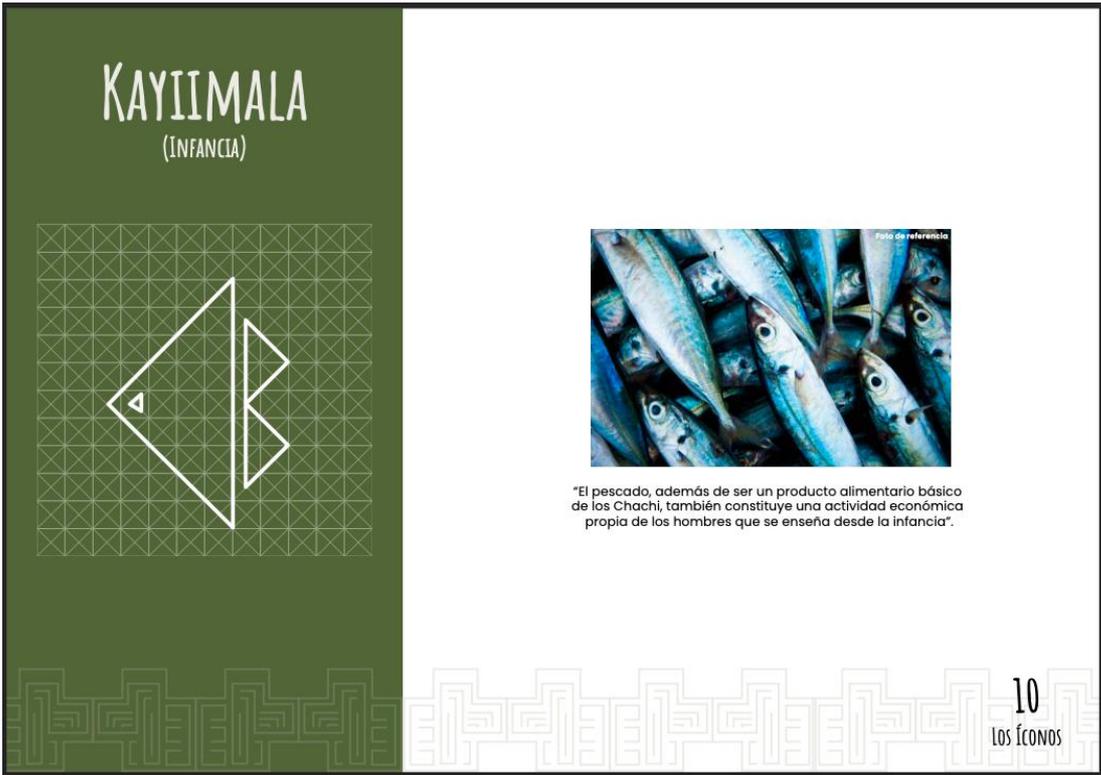


Imagen 4.41 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría "Kayiimala" (Infancia).

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

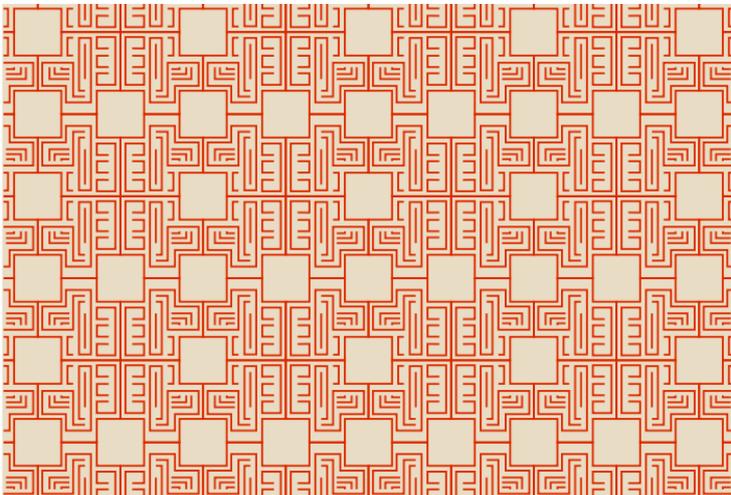
TAAWASHA
(TRABAJO)




"Las artesanías Chachi en fibra vegetal, elaboradas de generación en generación por las mujeres de la comunidad, son uno de los legados más comercializados del grupo étnico en diversos lugares del Ecuador y constituyen una fuente de ingresos complementaria a su economía".

07
LOS ÍCONOS

TAAWASHA



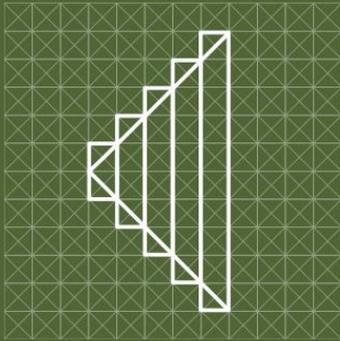
16
LOS PATRONES

Imagen 4.42 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría "Taawasha" (Trabajo).

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

BEESA

(MÚSICA)



"La marimba es el instrumento más complejo de manejar, es lo que le da la melodía a las canciones Chachis. Los más ancianos son los que suelen tocarlo, pero siempre se trata de enseñarle a los más jóvenes para que esta tradición no se pierda".

BEESA

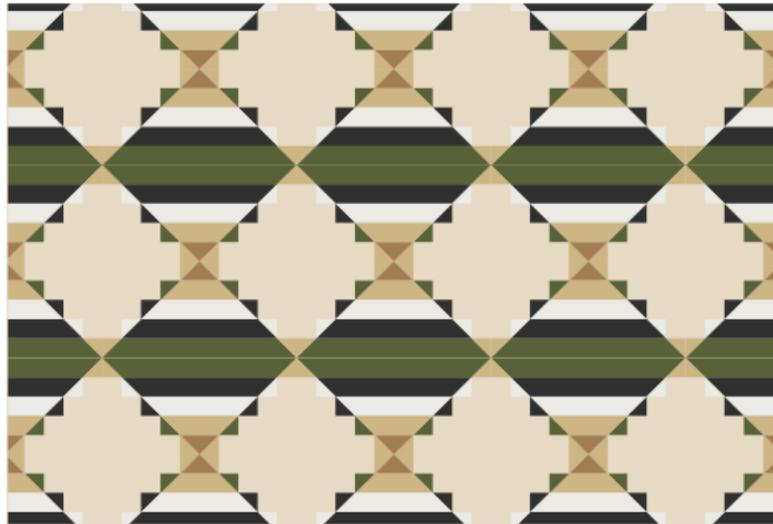


Imagen 4.43 Ícono y patrón pertenecientes a la categoría “Beesa” (Música”).

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

Los patrones diseñados, además de tener un fuerte contenido cultural y concepto detrás de cada uno de sus elementos, tienen una amplia aplicación en diversos soportes, el más próximo que los Chachis necesitan utilizar y que mejora la falta de reconocimiento de la cultura, dentro y fuera de la misma, es la realización de un etiquetaje que acompañará a las artesanías que comercializa el grupo étnico y que narra el origen y la historia del producto, contribuyendo así no solo al empoderamiento juvenil, convirtiéndolos en partícipes del diseño del producto gráfico a través de reflexionar sobre la importancia de su cultura, sino también, a la difusión del grupo étnico más allá del mismo.

La cestería Chachi en fibra vegetal rampira, se puede encontrar en múltiples partes del Ecuador, incluyendo supermercados mayoristas, pero la gente que las adquiere desconoce su proveniencia, desconoce quién las realizó, el esfuerzo que requiere su tejido y la carga simbólica con que fueron hechas, y por esa razón, la aplicación de la línea gráfica, a modo de modelo, fue en el etiquetado de los productos Chachis, especialmente las artesanías.

De la misma forma en cómo se dividió por categorías la línea gráfica, las etiquetas cumplen con la misma segmentación, cada categoría sirve para contar una historia del producto. Las artesanías Chachis cumplen diversas funciones y por ende, cada etiqueta, cuenta con su propia categoría, siendo estas dirigidas a artículos que se relacionan con la familia, la infancia, el trabajo y la música.



Imagen 4.44 Diseño de etiquetas con línea gráfica.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

En la parte frontal se lee *Mandejave*, “Recuerdo” en *Cha’paala*, y cuenta el significado del patrón que esta posee, en la parte trasera se lee la categoría a la que pertenece esta etiqueta en el idioma cultural, siendo: *Kayiimala* (Infancia), *Taawasha* (Trabajo), *Beesa* (Música) y *Apala* (Familia). Cada categoría viene acompañada del significado que tienen esas palabras para los jóvenes, citados textualmente en ellas y dándole créditos al mismo.

PROTOTIPO Y APLICACIONES



Imagen 4.45 Prototipo en alta resolución de las etiquetas.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.



Imagen 4.46 Fotografía del producto artesanal en fibra vegetal rampira (abanico) con el etiquetado puesto.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

La línea gráfica aplicada al diseño del etiquetado a modo de modelo, cubre una necesidad inmediata de los Chachis: la identificación de las artesanías versus el grupo étnico que las elabora, es decir, el reconocimiento de sus artesanías a nivel nacional, pero la línea gráfica puede aplicarse a otros productos que los Chachis puedan elaborar a futuro. A continuación, un ejemplo de la aplicación de las cuatro categorías a *souvenirs* de promoción de la cultura:

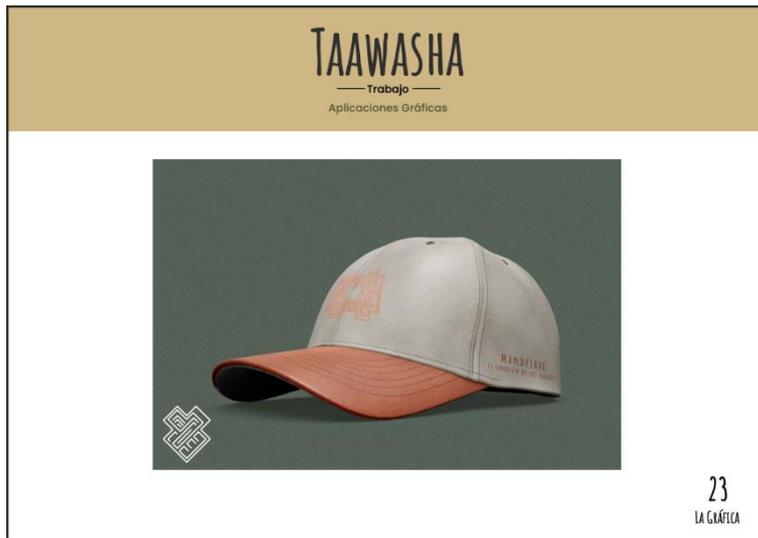


Imagen 4.47 Mockup de una gorra perteneciente a la categoría trabajo.

Fuente: Elaboración propia



Imagen 4.48 Bordado del patrón aplicado a una camiseta.

Fuente: Elaboración propia junto a los jóvenes y líderes Chachis.

Los patrones pueden ser aplicados a múltiples soportes, la línea gráfica es adaptable a diversos productos que se desee comercializar como un modo de revalorizar a la cultura Chachi y que esta sea más reconocida a nivel nacional, aportando un sentido de pertenencia e identidad a los jóvenes que han emigrado a diversos lugares del país.

CAPÍTULO 4

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Analizada la problemática de la progresiva pérdida de identidad de la comunidad Chachi, sobre todo entre los más jóvenes que salen a trabajar fuera del grupo étnico, se llegó a la conclusión que la manera de aportar a la mejora de esta situación, que preocupa especialmente a los líderes comunitarios, es colaborando a través de un **doble enfoque**:

1. **Interno:** Haciendo partícipes a los jóvenes de la problemática, a través de la estimulación de la empatía para agregar valor a los productos autóctonos, como un modo de autorreflexión en torno la importancia de su cultura que pueda llevar a la mejora de la autoestima.
2. **Externo:** Difundiendo la cultura en todo el país a través de la puesta en relación de sus artesanías más emblemáticas con el grupo étnico, pudiendo constituir una mejora a la economía doméstica Chachi.

El codiseño de una línea gráfica con los jóvenes, líderes y estudiosos Chachis, puede constituir un aporte a la economía Chachi, a través de su aplicación a modo de modelo, al etiquetado de uno de sus productos artesanales más identitarios: la cestería que se comercializa en todo el país, pero que nadie reconoce ni relaciona con el grupo étnico, aportando así a la continua difusión de su cultura, a través de las costumbres, tradiciones, cosmovisión traídos a colación en un trabajo conjunto entre diseñadores y jóvenes-líderes nativos de la comuna, contribuyendo a crear un sentido de pertinencia al ser parte del codiseño e implementación de la línea gráfica, mejorando así su autoestima e importancia dentro de la comunidad al trabajar por ella.

En cuanto a las recomendaciones, se sugiere dar continuidad al proyecto de la mano con los jóvenes, a través de la materia integradora o de vínculos con la sociedad, ya que los patrones son una propuesta base y su aplicación en el etiquetado, constituye un modelo, que contribuye al reconocimiento, difusión y por lo tanto, la revalorización de la cultura Chachi. En este contexto, se aconseja mantener y seguir la línea gráfica, porque es una creación a partir del saber ancestral y memorias que tienen los jóvenes del grupo étnico.

BIBLIOGRAFÍA

ANCUR. (2012, noviembre). El trabajo con minorías nacionales o étnicas, religiosas y lingüísticas y pueblos indígenas durante el desplazamiento forzado (3). Lo que se debe saber. Recuperado de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2012/8987.pdf>

Barrett, S. A. (1994). Los indios Cayapas del Ecuador (6.a ed., Vol. 1). Quito, Ecuador: Biblioteca Abya-Yala.

Communication Arts. (2020, 23 mayo). Studying Ancient Cultures. Recuperado de <https://www.commarts.com/columns/tinizaray>

CONAIE. (2016, 1 abril). Chachis. Recuperado de <https://conaie.org/2014/07/19/chachis/>

Conejo Arellano, A. (2002, junio). La identidad cultural y la migración. Recuperado de http://icci.nativeweb.org/yachaikuna/3/conejo.html#N_4_

Diario, E. G. E. S. A. (2015, 2 julio). Los Chachis, una etnia que empezó a emigrar. El Diario Ecuador. Recuperado de <https://www.eldiario.ec>

Ijjasz Vasquez, E., Maninder Gill, & Duchicela, L. F. (2017, 9 agosto). Tres razones por las que todos debemos preocuparnos por los pueblos

indígenas. Recuperado de

<https://blogs.worldbank.org/es/voices/razones-por-las-que-todos-debemos-preocuparnos-por-los-pueblos-indigenas>

ONU. (2019, 17 septiembre). La cifra de migrantes internacionales crece más rápido que la población mundial. Recuperado de

<https://news.un.org/es/story/2019/09/1462242#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20migrantes%20internacionales,personas%20desde%20el%20a%C3%B1o%202010.>

Ventura, M., Medina, H., Álvarez, S., Ruiz, L., & Ehrenreich, J. D. (1997).

Etnografías mínimas del Ecuador (Pueblos del Ecuador ed., Vol. 14).

Recuperado de

https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1384&context=abya_yala

Urteaga Castro Pozo, Maritza y García Álvarez, Luís Fernando (2015)

Juventudes étnicas contemporáneas en Latinoamérica. Cuicuilco vol. 22, no. 62 México.

Collin Harguindeguy, Laura (1999) La desvalorización de la identidad, un

problema de la situación de contacto. SCRIPTA ETHNOLOGICA, Vol

XXI, Bs. As., pp. 59-79. Recuperado a partir de

<https://www.redalyc.org/pdf/148/14818345003.pdf>

- Macías Marín, A., Hernández Nieto, Ángel L., & Lapierre Robles, M. A. (2017). Tutsá, la Búsqueda del Origen Chachi. El papel de la Universidad Desde las Epistemologías del Sur y la Investigación Acción Participativa. Revista Científica Hallazgos21, 2(3). Recuperado a partir de <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/197>
- Mantilla, J.; Hernández Chacón, L. (2021) Tutsá: espacio, identidad y emociones en el origen de la nacionalidad Chachi, Ecuador. Cultura representaciones soc vol.14 no.27 Ciudad de México sep. 2019 Epub 20-Ene-2021. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102019000200012
- Valásquez, G. et alii. (2017) Los Chachis: Cosmovisión ancestral con la evidencia científica en la prevención y control del dengue. Revista de Investigación Talentos Volumen IV. (2) Julio – Diciembre, 2017.
- Floyd, S. (2009). Nexos históricos, gramaticales y culturales de los números en cha'palaa [Historical, grammatical and cultural connections of Cha'palaa numerals]. In Proceedings of the Conference on Indigenous Languages of Latin America (CILLA) -IV
- Falcón Pérez, M. (2012) Metodología de diseño para la creación de patrones ornamentales desarrollada con los estudiantes de Diseño Gráfico. Escenarios • Vol. 10, No. 2, Julio-Diciembre de 2012, págs. 20-29.

El Telégrafo. (2015, 19 septiembre). Saberes ancestrales: lo que se sabe y se siente desde siempre. Recuperado de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/buen/1/saberes-ancestrales-lo-que-se-sabe-y-se-siente-desde-siempre>

Guarnizo, D. (2020, 15 enero). Un país hecho a mano. Recuperado de

<https://diegoguarnizo.com/un-pais-hecho-a-mano/>

Casa Editorial El Tiempo. (2016, 17 mayo). Las mochilas wayú y otras artesanías con alma colombiana. Recuperado de

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16595397>

Martínez Grau, J. (2020, 11 agosto). Los rostros de las palabras: ¿cómo construye significados el cerebro? Recuperado de

<https://www.conicet.gov.ar/de-palabras-y-caras-como-construye-significados-el-cerebro/>

Banegas, J. (2014, 16 mayo). La tipografía Sara Maíz y Abya Yala / Vanessa

Zúñiga. Recuperado de <https://www.haremoshistoria.net/noticias/la-tipografia-sara-maiz-y-abya-yala-vanessa-zuniga>

C. P. Kottak (2002) Antropología Cultural. Mc Graw Hill.

https://www.academia.edu/28229833/Antropolog%C3%ADa_Cultural_Phillip_14_Ed

Silva Ríos, Carlos, & Burgos Dávila, César. (2011). Tiempo Mínimo-
Conocimiento Suficiente: La Cuasi-Etnografía Sociotécnica en
Psicología Social. *Psicoperspectivas*, 10(2), 87-108.
<https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol10-Issue2-fulltext-146>

Martínez Carazo, Piedad Cristina (2006). El método de estudio de caso:
estrategia metodológica dela investigación científica. *Pensamiento &
Gestión*, (20),165-193.[fecha de Consulta 29 de Junio de 2021]. ISSN:
1657-6276. Disponible
en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64602005>

Ledesma, M. E. L., & Gómez, F. G. (2019). La propiedad intelectual de
productos culturales de los pueblos indígenas en México. Situación
jurídica actual. *Revista" Cuadernos Manuel Giménez Abad"*, (18), 95-
115.

Maldonado, G. (2015, 23 noviembre). Propiedad intelectual de indígenas
mexicanos es aprovechada por marcas francesas. Recuperado de
[https://fashionunited.es/noticias/moda/propiedad-intelectual-de-indi-
genas-mexicanos-es-aprovechada-por-marcas-
francesas/2015112321566](https://fashionunited.es/noticias/moda/propiedad-intelectual-de-indigenas-mexicanos-es-aprovechada-por-marcas-francesas/2015112321566)

Christian Rojas, M. C. (2018, 9 febrero). Metodologías Participativas.
Recuperado de [https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-
document-library/metodolog%C3%ADas-participativas.pdf?sfvrsn=0](https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/metodolog%C3%ADas-participativas.pdf?sfvrsn=0)

Seoane, M. S. (2020, 29 septiembre). Qué es y para qué sirve un moodboard.

Recuperado de <https://designthinking.gal/que-es-y-para-que-sirve-un-moodboard/>

Vega, C. R. (2017, 10 julio). Entendiendo Design Thinking y conociendo sus técnicas. #Agilidad #DesignThinking. Recuperado de

<https://cristinaramosvega.com/entendiendo-design-thinking-conociendo-tecnicas/>

Zúñiga, V. A. (2014). Aproximación a un Vocabulario Visual Básico Andino. I+

Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño, 9(9), 176-188

Peta Resano, R., 2021. Vista de Casal Jove Atlas. Un caso de co-diseño para

la intervención social. Revistas.uma.es. Accedido el 24 de agosto , 2021, desde: <https://revistas.uma.es/index.php/idisenio/article/view/7077/6578>

ANEXOS

Entrevista Santiago de la Cruz

¿Cuáles son los elementos más representativos de su cultura?

La vestimenta, el idioma, la música, son elementos que no se pueden perder en nuestra cultura.

Sobre la identidad cultural ¿Usted cree que el paso de los años, la migración u otros factores han afectado de cierta forma el como es representada? ¿Se ha sufrido una desvalorización de esta? Si la respuesta es si ¿Por qué?

Los jóvenes viajan, nos traen costumbres de otros lugares, se ha perdido bastante de la cultura el día de hoy. Claro que ha afectado

¿Los jóvenes siguen las costumbres de su cultura?

Los jóvenes están concentrados en otras cosas, se los puede ver usando sus teléfonos en vez de las labores que se les enseña. Ellos son el futuro pero no buscan aprender sobre nosotros.

¿Cómo se enseña el idioma nativo? ¿Hay escuelas particulares donde este se enseña o únicamente se aprende en el mismo pueblo?

Hay escuelas primarias y colegios, una vez que se culmina este período no hay una fuente de educación, tienen que buscar otros lados si quieren seguir estudiando.

¿Usted cree que las personas ajenas a su cultura conocen lo suficiente, o hay una falta de conocimiento de su cultura? ¿Cómo cree que podría mejorar esta situación?

Las personas no nos conocen, nuestras artesanías que son los más atractivo del pueblo no es apreciada porque no saben de donde proviene, quien las hace. Sería chevere que las autoridades nos ayuden un poco más, pero siempre nos llaman cuando son temas culturales.

**¿Cuáles son las necesidades que su cultura posee? A nivel económico
¿Cómo se mantiene su pueblo?**

Se mantiene de la siembra, las artesanías son un aporte pero somos un pueblo pobre, las autoridades no nos ayudan.

Entrevista Patricio Aguilar

¿Cuales son los elementos más representativos de su cultura?

La comida, la vestimenta, su lengua, todo esos son elementos típicos de los Chachis, hacen unas artesanías hermosas que no son reconocidas, que no son apreciadas por el resto del Ecuador.

Sobre la identidad cultural ¿Usted cree que el paso de los años, la migración u otros factores han afectado de cierta forma el como es representada? ¿Se ha sufrido una desvalorización de esta? Si la respuesta es si ¿Por qué?

La verdad yo creo que no, ellos tienen su idioma bien arraigado y cuando los veo por la calle les puedo hablar en chaapala y me contestan, aunque si es cierto que la vestimenta ya no la usan pero eso es porque han recibido acoso por el tipo de ropa, más que nada las chicas.

¿Los jóvenes siguen las costumbres de su cultura?

Los jóvenes muy poco, se nota como ellos pierden de a poco el interés.

¿Cómo se enseña el idioma nativo? ¿Hay escuelas particulares donde este se enseña o únicamente se aprende en el mismo pueblo?

Las escuelas que tienen ellos, ahí se enseña de forma mixta, tanto en chaapala como en español, pero solo es la educación básica, si quieren seguir universidad deben salir de sus asentamientos.

¿Usted cree que las personas ajenas a su cultura conocen lo suficiente, o hay una falta de conocimiento de su cultura? ¿Cómo cree que podría mejorar esta situación?

No tienen apoyo ni si quiera por parte de la autoridad, una vez me tocó ver como una artesana, bien vestida con sus artesanías hermosas, tenía que estar sentada en el suelo, en una feria artesanal, no tienen apoyo por eso se hace difícil que otras personas los reconozcan.

**¿Cuáles son las necesidades que su cultura posee? A nivel económico
¿Cómo se mantiene su pueblo?**

Se necesita más apoyo político, una mejor inversión, el pueblo se mantiene con la pesca, la venta de cacao o arroz, las artesanías no le dan el ingreso suficiente como para mantenerse solo con eso.



Imagen 49 Cestería Chachi



Imagen 50 Instrumentos Chachis



Imagen 51 Casas Chachis



Imagen 52 Vestimenta Chachi



Imagen 53 Canoas Chachis

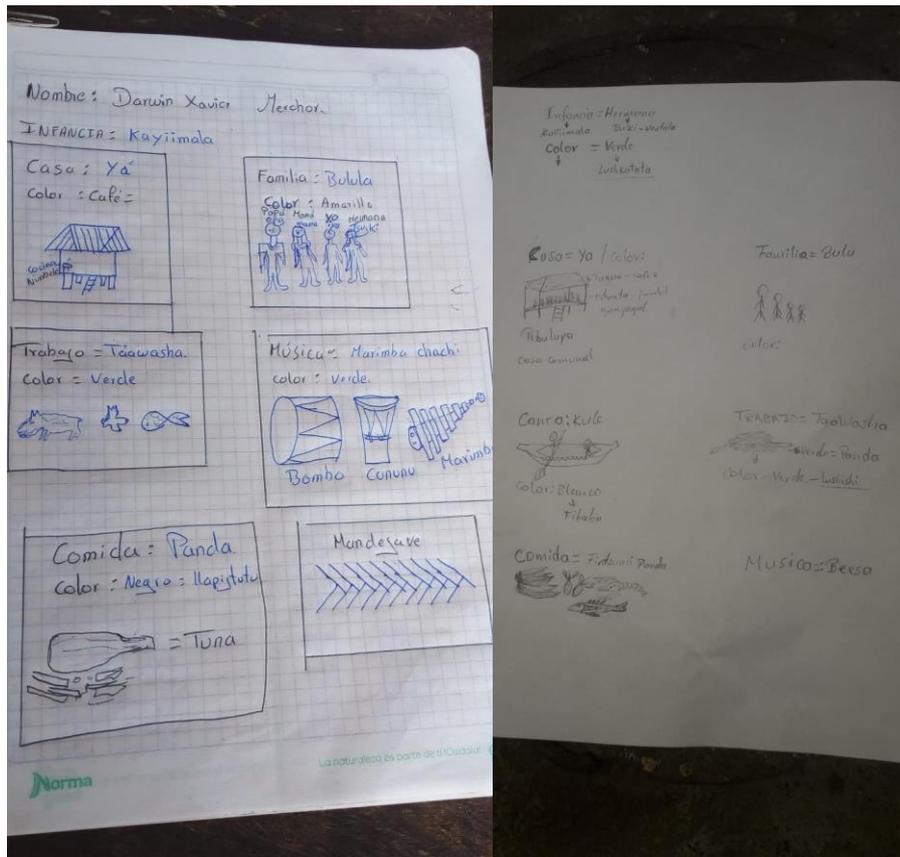


Imagen 54 Respuestas taller participativo



Imagen 55 Visita de Campo comuna San Salvador