

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

SEDE QUITO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO EN

INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

“ANÁLISIS MORFOLÓGICO DEL PAISAJE URBANO DE QUITO PARA EL
DESARROLLO DE PATRONES VISUALES Y SU APLICACIÓN EN PRENDAS DE
VESTIR”

AUTOR:

LISBETH NATALY ALVAREZ CHÁFUEL

TUTOR:

ING. ANDRÉS CEVALLOS MARQUEZ MSC.

QUITO - 2024

CERTIFICADO DEL ASESOR

En calidad de tutor designado por la Comisión de Titulación de la carrera de Diseño Gráfico, informo que la señorita estudiante Lisbeth Nataly Álvarez Cháfuel con C.I. 1003162607, ha culminado la elaboración del trabajo de titulación cuyo tema es: **“Análisis morfológico del paisaje urbano de Quito para el desarrollo de patrones visuales y su aplicación en prendas de vestir”** el mismo que cumple con los requisitos establecidos en la Guía metodológica para la elaboración de trabajos de titulación de la Universidad, por lo tanto, puede continuar con la Lectoría. La calificación obtenida en el proceso de elaboración del trabajo es 94 puntos sobre 100.



Ing. Andrés Cevallos Msc.

C.I. 1719007815

Tutor

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **LIBETH NATALY ALVAREZ CHÁFUEL**, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", Diseño Gráfico, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre: **"Análisis morfológico del paisaje urbano de Quito para el desarrollo de patrones visuales y su aplicación en prendas de vestir"** y las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

LISBETH NATALY ALVAREZ CHÁFUEL

1003162607

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, LISBETH NATALY ALVAREZ CHÁFUEL, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, “**Análisis morfológico del paisaje urbano de Quito para el desarrollo de patrones visuales y su aplicación en prendas de vestir**”, modalidad Proyecto de Investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Lisbeth Nataly Alvarez Cháfuel

CI: 1003162607

DEDICATORIA

Con inmensa gratitud y amor, dedico mi tesis a mis queridos padres, hermanos, sobrinos y Mila. Su incondicional apoyo, aliento y comprensión a lo largo de este arduo camino académico han sido fundamentales para mi éxito. Cada paso que he dado en este viaje ha estado respaldado por su presencia constante, sus palabras de aliento y su ejemplo inspirador. Su amor inquebrantable y confianza en mí han sido mi mayor motivación para superar obstáculos y alcanzar cada una de mis metas. Esta tesis es un testimonio de su amor y dedicación, y es un honor tener la oportunidad de compartir este logro con ustedes.

Gracias por ser mi mayor fuente de inspiración y por ser el pilar que me ha sostenido en todo momento. Esta tesis es un tributo a ustedes, quienes han sido mi mayor impulso y a quienes dedico cada logro alcanzado. Les amo profundamente y espero que este trabajo les haga sentir orgullosos, al igual que yo me siento orgulloso de tenerlos como mi familia.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mis padres,

Por el apoyo incondicional que me han brindado durante toda mi trayectoria de estudios. Desde el inicio de mi educación hasta el día de hoy, han sido mis más grandes pilares, siempre alentándome a perseguir mis sueños y superar cualquier obstáculo que se presentara en el camino. Gracias a su amor, paciencia y guía, he logrado alcanzar metas que nunca pensé posibles. Cada sacrificio que han hecho para brindarme una educación de calidad es valorado y apreciado. Su confianza en mí ha sido la fuerza impulsora que me ha llevado a esforzarme y dar lo mejor de mí en cada desafío académico.

A través de sus palabras de aliento y su presencia constante en mi vida, han sido mi fuente de inspiración y motivación para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Su apoyo emocional y financiero ha sido fundamental para que pueda centrarme en mis estudios sin preocuparme por otras cargas. Gracias a ustedes, he aprendido la importancia del esfuerzo y la perseverancia, valores que llevaré conmigo en cada etapa de mi vida.

Hoy, con una formación sólida y muchas oportunidades por delante, puedo decir con orgullo que mis logros son también los suyos. Sin ustedes, nada de esto hubiera sido posible. Mi gratitud es eterna y mi amor por ustedes es infinito. Siempre estaré agradecida por tener unos padres como ustedes, que han sido mi mayor apoyo y sostén en esta travesía educativa. Les amo con todo mi corazón y estoy ansiosa por compartir todos mis futuros éxitos con ustedes.

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL ASESOR	II
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	7
1. MARCO TEÓRICO	7
1.1. Paisaje cultural urbano.....	7
1.2. Estructura arquitectónica de planificación urbanística. ¿Qué es la planificación urbana?	9
1.3. Quito como espacio cultural	10
1.4. Identidad cultural.....	16
1.5. Análisis morfológico	19
1.5.1 La forma en el diseño.	22
1.5.2 La urbe como inspiración en el diseño.....	23
1.5.3 Place branding o marketing de lugar	24
1.5.4 Industria de la moda.	26
1.5.5 Inspiración.....	26
1.5.6 Apropiación cultural.....	27
1.6 El diseño, la moda y Ecuador.....	28
1.7 El impacto final que tiene el diseño en la moda teniendo en cuenta el lugar de donde se inspira	29
1.7.1 Dior y Egipto.....	30
1.7.2 Jean Paul Gaultier.....	30
1.7.3 DsQuared2.....	31
1.7.4 Loewe & Ecuador	31
CAPÍTULO II 33	
2 DIAGNÓSTICO.....	33
2.1 Resultados de las encuestas.....	33
2.2 Resultado de las entrevistas.....	44
CAPÍTULO III.....	49

3. PROPUESTA.....	49
3.1 . Título	49
3.2 . Desarrollo de la propuesta	49
3.2.1 Etapa 1 investigación.....	49
3.2.2 Etapa 2 selección de sectores (Google Earth).....	49
3.2.3 Etapa 3 análisis morfológico simplificación.....	49
3.2.4 Etapa 4 abstracción de elementos.....	50
3.2.5 Etapa 5 análisis de la cromática.....	50
3.2.6 Etapa 6 construcción de módulos y súper módulos.....	50
3.2.7 Etapa 7 desarrollo de patrones.....	50
3.2.8 Etapa 8 aplicativos.....	50
3.3. Resultados	51
3.3.1 Línea: Green Tree.....	51
3.3.2 Línea Chillos.....	54
3.3.3 Línea Alive.....	58
3.3.4 Línea Labrador. Este diseño está inspirado en la vista aérea del redondel del Labrador, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.....	61
3.3.5 Línea El Ejido.....	64
3.3.6 Línea La Santa. Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque Gral. Julio Andrade sector Santa Clara, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.....	68
3.3.7 Línea Carola.....	71
3.3.8 Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque La Carolina sector Iñaquito, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.....	71
3.3.9 Línea Half W.....	74
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ejemplo de paisaje Urbano de Quito.....	9
Ilustración 2 Plan agache de Río de Janeiro, capital federal de Brasil.....	10
Ilustración 3 Ejemplo de identidad cultural.....	17
Ilustración 4 Ejemplo del impacto de la moda de acuerdo al lugar donde se inspira, Carolina Herrera, colección RESORT 2020	29
Ilustración 5 DIOR y Egipto, Impacto del Diseño y Moda.....	30
Ilustración 6 Jean Paul Gaultier y África.....	30
Ilustración 7 Dsquared2 y la Tribu Inuit del Norte de Canadá, colección otoño-invierno 2015,	31
Ilustración 8 Loewe y Ecuador	31
Ilustración 9. Encuesta, pregunta 1	34
Ilustración 10 Encuesta, pregunta 2.....	35
Ilustración 11 Encuesta, pregunta 3.....	36
Ilustración 12 Encuesta, pregunta 4	37
Ilustración 13 Encuesta, pregunta 5.....	38
Ilustración 14 Encuesta, pregunta 6.....	39
Ilustración 15 Encuesta, pregunta 7	39
Ilustración 16 Encuesta, pregunta 8.....	40
Ilustración 17 Encuesta, pregunta 9.....	41
Ilustración 18 Encuesta, pregunta 10.....	41
Ilustración 19 Encuesta, pregunta 11.....	42
Ilustración 20 Encuesta, pregunta 12.....	43
Ilustración 21 , <i>vista aérea del parque del arbolito</i>	51
Ilustración 22, simplificación de formas del parque del arbolito	51
Ilustración 23, abstracción de elementos del parque del arbolito.	52
Ilustración 24, cromática elegida para el sector del arbolito.	52
Ilustración 25, Módulo del parque del arbolito.....	53
Ilustración 26, súper módulo del parque del arbolito.....	53
Ilustración 27, patrón obtenido, parque del arbolito.....	53
Ilustración 28, diseño final y aplicación	54
Ilustración 29, vista aérea del redondel cerca a la Av. Intervalles y Mirasierra.	55
Ilustración 30, simplificación de formas del redondel Av. Intervalles y Mirasierra.....	55
Ilustración 31, Abstracción de elementos del redondel Av. Intervalles y Mirasierra.....	56
Ilustración 32, cromática elegida para el redondel Av. Intervalles y Mirasierra.	56
Ilustración 33, módulos y súper módulos del redondel Av. Intervalles y Mirasierra	57
Ilustración 34, patrones, Av. Intervalles y Mirasierra	57
Ilustración 35, Diseño final y aplicación.....	57
Ilustración 36, vista aérea del cementerio San Diego.....	58
Ilustración 37, simplificación de formas, cementerio San Diego	58
Ilustración 38, Abstracción de elementos, cementerio San Diego.	59
Ilustración 39, cromática elegida para el cementerio San Diego	59
Ilustración 40, Módulos y súper módulos, cementerio San Diego	59
Ilustración 41, Patrones desarrollados, cementerio San Diego.....	60

Ilustración 42, Diseño final, aplicación, cementerio San Diego	60
Ilustración 43, Vista aérea Labrador	61
Ilustración 44, Simplificación Labrador	61
Ilustración 45, Abstracción de elementos, Labrador	62
Ilustración 46, Cromática elegida para el sector Labrador	62
Ilustración 47, módulos y súper módulos, Labrador	62
Ilustración 48, patrones desarrollados, Labrador	63
Ilustración 49, diseño final y aplicación, Labrador.....	63
Ilustración 50, vista aérea parque El Ejido	64
Ilustración 51, simplificación de formas, parque El Ejido	64
Ilustración 52, Abstracción de elementos, parque El Ejido	65
Ilustración 53, Cromática elegida, El Ejido	65
Ilustración 54, Módulos y súper módulos, El Ejido	66
Ilustración 55, Patrones desarrollados, El Ejido.....	66
Ilustración 56, Diseño final y aplicación, El Ejido	67
Ilustración 57, Vista aérea del parque Santa Clara	68
Ilustración 58, simplificación de formas, Parque Santa Clara.....	68
Ilustración 59, Abstracción de formas, Parque Santa Clara.....	69
Ilustración 60, cromática sector Santa Clara	69
Ilustración 61, módulos, sector Parque Santa Clara	69
Ilustración 62, Patrones, sector Santa Clara	70
Ilustración 63, Diseño final, aplicado en las prendas de vestir	70
Ilustración 64, Vista aérea parque la Carolina	71
Ilustración 65, Simplificación de formas, parque la Carolina.....	71
Ilustración 66, Abstracción de formas, parque La Carolina	72
Ilustración 67, Cromática, parque la carolina	72
Ilustración 68, Módulos y súper módulos, parque la Carolina	72
Ilustración 69, patrones, Parque la Carolina.....	73
Ilustración 70, Diseño final, aplicado a prendas de vestir	73
Ilustración 71, vista aérea Redondel Mitad del Mundo.....	74
Ilustración 72, simplificación de formas, Redondel Mitad del Mundo.....	74
Ilustración 73, Abstracción de formas, Redondel Mitad del Mundo.....	75
Ilustración 74, Cromática Redondel Mitad del mundo.....	75
Ilustración 75, módulos y súper módulos, Redondel Mitad del mundo.....	75
Ilustración 76, Patrones visuales, Redondel Mitad del Mundo	76
Ilustración 77, Diseño final aplicado en prendas de vestir	76

RESUMEN

El presente proyecto de tesis está enfocado en la creación de patrones inspirados en los elementos visuales que componen el paisaje urbano de Quito tales como la cotidianidad que se puede encontrar en las diversas actividades que se desarrollan en los espacios que componen la ciudad, las formas, colores y texturas que se encuentran tanto en las construcciones como en las actividades que construyen la ciudad, con el objetivo de aportar a la apropiación cultural de los habitantes para con la misma.

El porcentaje de desconocimiento de la importancia del paisaje y la cultura urbana de Quito es un punto de partida en la búsqueda de una solución que fomente la apropiación cultural de la ciudad, usando la fotografía y el auge de la moda como herramientas principales que permitan disminuir el porcentaje de desconocimiento tanto a nivel local, como nacional e internacional.

La moda ha tomado especial importancia a lo largo de los años; la apropiación cultural en la moda se encuentra íntimamente ligada a intentar capturar la esencia del concepto de identidad, cultura, costumbres, y/o cotidianidad, los mismos que al ser característicos señalan a un mismo lugar, comunidad, pueblo, ciudad ó país; este es un punto que se quiere aprovechar para el desarrollo de esta tesis, contribuir desde el diseño a la apropiación cultural de Quito, que como ciudad tiene mucha cultura para mostrar, mucha riqueza cultural que no se valora como se debería pero que la autora de esta tesis quiere lograr.

Palabras Clave: Paisaje, Urbano, Quito, Patrones Visuales, Apropiación Cultural.

ABSTRACT

This thesis project is focused on the creation of patterns inspired by the visual elements that make up the urban landscape of Quito such as the daily life that can be found in the various activities that take place in the spaces that make up the city, the shapes, colors and textures found in both buildings and activities that build the city, with the aim of contributing to the cultural appropriation of the inhabitants to the city.

The percentage of ignorance of the importance of the landscape and urban culture of Quito is a starting point in the search for a solution that promotes cultural appropriation of the city, using photography and the rise of fashion as the main tools to reduce the percentage of ignorance both locally, nationally and internationally.

Fashion has taken special importance over the years; cultural appropriation in fashion is closely linked to try to capture the essence of the concept of identity, culture, customs, and / or everyday life, the same that being characteristic point to the same place, community, town, city or country; this is a point that we want to take advantage of for the development of this thesis, contribute from the design to the cultural appropriation of Quito, which as a city has much culture to show, much cultural wealth that is not valued as it should but that the author of this thesis wants to achieve.

Keywords: Landscape, Urban, Quito, Visual Patterns, Cultural Appropriation, Quito.

INTRODUCCIÓN

El Paisaje Cultural Urbano contemporáneo tiene un gran peso simbólico dentro de la identidad quiteña, los cambios que ha venido atravesando no han pasado desapercibidos; no es lo mismo ver un Quito de 1990, un Quito del 2000 y un Quito contemporáneo, la sociedad se caracteriza por acoplarse a un estilo de vida en donde las particularidades de la misma han ido evolucionando, este comportamiento se evidencia gracias a las influencias externas como las redes sociales, que cambian las actitudes, formas de vida y conductas que tienen que ver con la globalización y la era de acceso a la información.

Los cambios que se han evidenciado han ido formando patrones perceptibles para unos e imperceptibles para otros, la mayor parte de estos patrones Urbanos se pueden encontrar en actividades cotidianas, otros en construcciones arquitectónicas sujetas a cambios o transformación, Quito es una ciudad grande, capital de un país en donde el desarrollo de la moda se encuentra en apogeo desde hace algunos años; este proyecto pretende aprovechar dicho auge construyendo elementos aplicables a la industria textil moderna, contribuyendo la apropiación del paisaje cultural urbano de Quito cumpliendo estándares de productos de fabricación internacional.

Al visitar los principales centros comerciales de la ciudad se puede evidenciar que la mayoría de tiendas, comercializa prendas de marcas internacionales, con diseños internacionales que han ganado terreno en la localidad, así como también hay empresas locales que tienen grandes cadenas de producción pero no se han enfocado en la creación de tendencias con gráfica de diseños nacionales que contribuyan a la apropiación del país, sino que copian las tendencias extranjeras, mientras que existen prendas con diseños nacionales que deben buscar espacios propios para ser comercializados; tal es el caso de Shamuna, Enemy, Ugly Bastard, entre otros, marcas que se han adaptado a los estándares internacionales de moda actual y han utilizado elementos locales en la gráfica de sus prendas, abriéndose espacio en el consumidor local, motivo por el cual se los ha tomado como referencia en el presente proyecto y se tomará a la fotografía como el medio que se utilizará para abstraer las representaciones gráficas que puedan producir la ciudad y posteriormente se procederá a analizar y seleccionar los 3 sectores en los cuales se centrará la investigación.

Según Silva (2008)

La fotografía será la máquina que posteriormente expresa como ninguna otra la modernidad, incluso, es fotografía si se quiere, y se da desde su aparición una nueva relación entre persona e imagen. (...) La ciudad pasa a ser imagen fotográfica, incluso desde las primeras fotos de que se tenga noticia, como señalan estudiosos al destacar un grabado de Dumier de 1862 en el que aparece Nadar, uno de los inventores, en un globo fotografiando a París desde el aire. Las ciudades se dotan de un instrumento único para su propio conocimiento, y para hacer imagen de su máspreciado objeto colectivo: la ciudad.

Gracias a todos estos factores podemos darnos cuenta de la enorme importancia que tiene para nuestra cultura, nuestro crecimiento como individuos y el legado que queremos dejar a las futuras generaciones en el desarrollo del mercado de la moda en el Ecuador.

Situación problemática.

La situación problemática del presente proyecto radica en que nos encontramos en una época en que el desarrollo global hace que los consumidores empiecen a buscar tendencias originales dentro del mercado local, donde se puede ubicar varias propuestas de moda que están en un proceso evolutivo continuo, sin embargo, no se ha desarrollado una que se apropie del paisaje urbano de Quito.

Esta ciudad rica en cultura, no cuenta con prendas de vestir que aporten a la apropiación del paisaje urbanístico y que cumplan con estándares de calidad internacional, lo que ha llevado a que el consumidor local no confíe en los productores nacionales, llevándolo a seguir consumiendo moda internacional.

Se desconoce de investigaciones previas pensadas en el paisaje urbano de Quito para la aplicación en prendas de vestir.

Actualmente, el desconocimiento o la generalización de la importancia del paisaje urbano de Quito por parte de las personas entre 20 y 35 años del sector centro norte de Quito, nos permite adentrarnos en la búsqueda de una solución que fomente la apropiación de la ciudad, usando como medio la fotografía experimental para crear representaciones visuales y partir de las mismas para el desarrollo de patrones urbanos.

Formulación del problema científico.

¿Cómo a través del análisis morfológico, el diseño gráfico y la obtención de patrones urbanos, se puede aportar a la apropiación del paisaje urbano de Quito en desarrollo de la moda ecuatoriana?

Determinación del objeto de estudio de la investigación.

El proceso del análisis morfológico y el diseño de patrones visuales del entorno para la apropiación del paisaje urbano.

Campo de Acción.

Desarrollo de patrones visuales para su aplicación en prendas de vestir inspirados en el paisaje urbano de Quito.

Objetivo general.

Desarrollar patrones visuales a partir del análisis morfológico del paisaje Urbano de Quito para su aplicación en prendas de vestir.

Objetivos específicos o tareas de investigación.

- Investigar los fundamentos teóricos concernientes al proceso del análisis morfológico y el diseño de patrones visuales del entorno para la apropiación del paisaje urbano.
- Evaluar el nivel de apropiación cultural de personas entre 20 y 34 años de la ciudad de Quito, mediante la aplicación de métodos empíricos para la obtención de datos relevantes del proyecto.
- Diseñar las piezas gráficas aplicando los resultados obtenidos en el capítulo 1 y 2 para la creación de los patrones e implementación en las prendas de vestir.

Idea a defender.

El desarrollo de una buena gráfica incrementa la calidad de una prenda de vestir y por ende aumenta el atractivo del producto para el consumidor, teniendo en cuenta que la moda se encuentra en auge en el país y que se están desarrollando

tendencias representativas, este proyecto pretende aportar a este creciente mercado cumpliendo con los estándares de calidad internacional de la moda.

Población y la muestra seleccionada.

Se determinó como la población a las personas de entre 20 y 34 años de la ciudad de Quito que son un total de 716.563 personas, y se va a aplicar un muestreo probabilístico aleatorio simple para hacer el levantamiento de información en el sector.

- Nivel de confianza: 95%
- Margen de error: 8
- Población: 716.563
- Muestra: 151

Métodos científicos utilizados.

Métodos científicos

Los métodos científicos a utilizar dentro de la investigación serán:

Métodos teóricos

Análisis Documental se realizará una búsqueda bibliográfica y revisión documental que nos permitirá fundamentar los conceptos y el estudio de la fotografía y el paisaje urbano de Quito.

Según Van Dallen y Meyer (1991) citados por Hurtado en 2012, clasifican los documentos en archivos y restos (también podrían llamarse evidencias cuando pertenecen al presente). Para estos autores, la diferencia entre ambos es que los archivos han sido registrados y preservados intencionalmente para transmitir información (Hurtado, 2012).

Análisis y Síntesis permitirá el análisis de las formas de los sectores de Quito elegidos para sintetizar la composición y los elementos para la elaboración de los patrones urbanos. (no como un método teórico de investigación operaciones lógicas del pensamiento)

Modelación permitirá modelar la solución al problema

Histórico - lógico

Métodos empíricos (diagnóstico)

La observación, como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que consiste en la percepción directa del objeto de investigación y permite conocer, de forma efectiva, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada. (Bernal, 2010)

Se observará los sectores de Quito elegidos para seleccionar los puntos a analizar para el desarrollo de los patrones.

Las encuestas se realizarán a personas con edades comprendidas entre 18 y 34 años con la finalidad de evaluar el nivel de apropiación de la ciudadanía para con el paisaje urbano de Quito.

Entrevistas

Se entrevistará a personas que puedan aportar al desarrollo del proyecto, mediante un intercambio de ideas u opiniones a través de una guía de preguntas, enfocadas a extraer la información relevante.

Justificación

El presente trabajo pretende profundizar en la comprensión del análisis morfológico del paisaje urbano de una ciudad proporciona una valiosa información sobre la estructura, forma y características distintivas de los elementos arquitectónicos y urbanísticos presentes en el entorno. Al comprender y deconstruir la morfología de la ciudad, es posible identificar patrones y elementos estilísticos que reflejan la identidad y el espíritu de la comunidad local. Al aplicar estos patrones urbanos en prendas de vestir, se puede lograr una fusión única entre la moda y la arquitectura, creando diseños que capturan la esencia visual y cultural de la ciudad. Esta simbiosis permite a las personas llevar consigo una representación tangible de su entorno, fomentando el sentido de pertenencia y la expresión individual, al tiempo que promueve el diálogo entre el arte, la moda y el urbanismo. Además, al incorporar los elementos morfológicos del paisaje urbano en prendas de vestir, se puede establecer una conexión sostenible y consciente con el entorno construido, alentando a la reflexión sobre la relación entre las personas, las ciudades y la naturaleza. En

última instancia, el uso del análisis morfológico del paisaje urbano en la creación de patrones urbanos aplicados a la moda puede resultar en una manifestación visualmente atractiva y culturalmente significativa, que celebra la diversidad y la singularidad de las ciudades y sus habitantes.

Estructura capitular

El presente proyecto se va a dividir en tres capítulos:

Capítulo I. Recopilación del marco teórico sobre el análisis morfológico del Paisaje Urbano en base al cual se desarrollará el producto.

Capítulo II. Empleo de métodos empíricos como la encuesta (método empírico cuantitativo) para saber el nivel de conocimiento de la población y el nivel de interés por el producto, empleo de métodos teóricos que permitirán conocer más acerca del Paisaje Urbano Contemporáneo en Quito, su historia, relevancia social, etc. Los diferentes métodos contribuirán con la información que será canalizada para la generación del producto gráfico.

Capítulo III. Desarrollar patrones urbanos a través de una conceptualización gráfica que sea atractiva para el consumidor, de calidad visual llamativa tanto para el consumidor nacional. Aplicación de los recursos gráficos apropiados (patrones urbanos) en prendas de vestir que permitirán transmitir la cultura, los valores e importancia del paisaje Urbano del Distrito Metropolitano de Quito.

Este también constará de conclusiones y recomendaciones respectivos de acuerdo con los objetivos y propuestas a plantearse de este proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

Este capítulo tiene como objetivo desglosar algunos de los términos que son necesarios comprender de antemano para indagar a profundidad con el tema de investigación. Por lo tanto, se realizará una revisión de la literatura de las definiciones y/o temas necesarios.

1.1. Paisaje cultural urbano

El paisaje representa un espacio que crece y cambia constantemente, tanto por fuerzas naturales como por actividades antropogénicas (construcción de carreteras o casas). Este a su vez posee un enfoque subjetivo debido a que la definición de paisaje recae en un entorno percibido desde el punto de vista de un sujeto. Por esta razón y de manera general se contempla al paisaje como un artefacto común, el cual puede ser privado o público formado a partir de decisiones y/o actividades realizadas sobre el espacio determinado (Lindholm, 2019).

Es así que, el paisaje urbano hace referencia a todo lo que nos rodea, todos aquellos individuos, edificios, materiales u objetos que se los puede percibir fácilmente en los espacios públicos que constituyen una ciudad. Dentro de este concepto es importante mencionar como surge de acciones emprendidas por los humanos, y que además para bien o para mal son el resultado de la complejidad urbana que se vive en la sociedad (Briceño, 2018). Así mismo, se lo puede definir como un ambiente elaborado por el humano sobre un ambiente natural que posee su propio espacio físico y conlleva aspectos espirituales representativos para una ciudad (Keshtkaran, 2019).

De esta manera, se logra definir al paisaje cultural urbano que no es más que un espacio que resulta de acciones naturales o antropogénicas y sus interacciones, las cuales representan la memoria colectiva de un pueblo que denota su desarrollo histórico por medio de representaciones pictóricas y de referencias literarias (Díez Bedmar, 2018)

A partir de este último concepto cabe destacar que en los últimos años ha sido plasmado y aplicado con fines de recuperación y protección de aquellas ciudades con un alto valor cultural, que temen perderlo por su rápida expansión demográfica. De

esta manera, propuestas de valor de paisajes culturales urbanos han sido establecidas con el propósito de mitigar y/o frenar el deterioro de estos espacios. Un claro ejemplo de esto es la propuesta que se aprobó en Madrid el Plan de Calidad del Paisaje Urbano a inicio de 2009 con medidas que protegen el paisaje urbano. De igual manera, en la ciudad de Segovia se concretó un Plan de Áreas Históricas fundamentada en sus valores paisajísticos (Zárate Martín, 2016).

El Diccionario de la Real Academia Española define a paisaje como “Parte de un territorio que puede ser observada desde un determinado lugar.” (Real Academia Española, 2023) se entiende entonces como paisaje a como se observa Quito desde cualquier punto en que uno se encuentre, de tal manera el paisaje urbano es un fenómeno físico que se modifica permanentemente a través de la historia y paralelamente con el desarrollo de la ciudad. El tipo, forma y estado exterior del paisaje urbano es la expresión física de la estructura material del hábitat urbano, generada en diversos procesos y por factores a lo largo del tiempo, entre los cuales se pueden mencionar:

- Procesos urbanos que hacen referencia a la conformación, expansión, ordenamiento y morfología urbanas.

- Indicadores urbanos de la calidad del espacio público y sus elementos constitutivos como la calle, los lugares de encuentro y circulación, puntos de referencia, zonas verdes y elementos simbólicos por su valor cultural e histórico como barrios y obras arquitectónicas, plazas y lugares conmemorativos, monumentos y otros.

Quito, entonces al ser una ciudad que posee varios elementos simbólicos que le dan un alto valor cultural, y siendo esta una de las razones por las que fue catalogada como Patrimonio Cultural de la Humanidad, se convierte en un espacio cultural del que se puede disfrutar en cualquier momento del día.

Ilustración 1. Ejemplo de paisaje Urbano de Quito



Fuente: (LA Network, 2020).

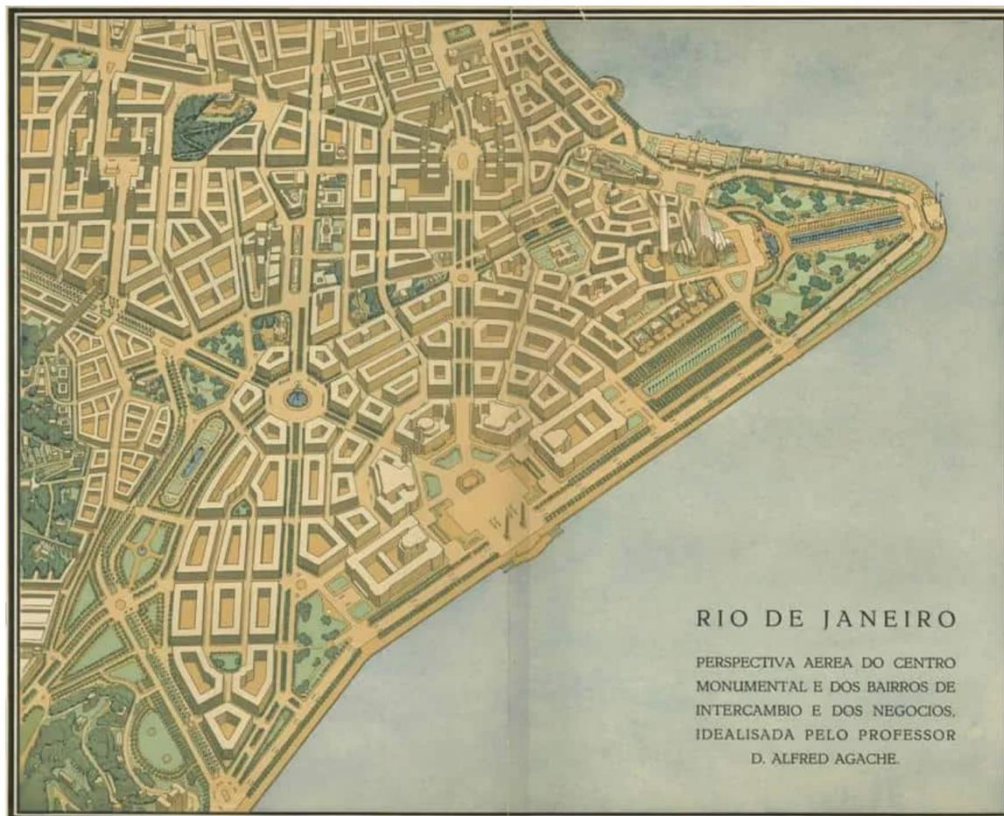
1.2. Estructura arquitectónica de planificación urbanística. ¿Qué es la planificación urbana?

La planificación urbana se ocupa de la historia urbana, la formación y transformación del espacio urbano, las dimensiones geográficas, demográficas, sociológicas, culturales, económicas y legales de la organización y evolución de las ciudades. y cómo guiar esta transformación para fomentar un desarrollo socialmente equitativo, económicamente viable y ambientalmente sostenible.

La disciplina se fundó a mediados del siglo XIX, mientras las revoluciones industriales y urbanas cambiaron radicalmente los asentamientos humanos de las sociedades occidentales, la planificación urbana se enfrenta hoy a los desafíos de una urbanización global, más de la mitad de los habitantes de Terrenos que ahora residen en aglomeraciones urbanas, ciudades de varios tamaños y sus múltiples extensiones.

El proceso de planificación moderna ocurre de forma cíclica, en el cual los resultados alcanzados por las acciones se transforman en objeto de análisis que genera retroalimentaciones para las otras fases del proceso.

Ilustración 1. Plan agache de Río de Janeiro, capital federal de Brasil.



Plan agache de Río de Janeiro, capital federal de Brasil

Fuente: (Arquitectura Pura, 2021)

La planificación urbana busca analizar cuestiones referentes a configuraciones estructurales y organizacionales, tales como: localidad, saneamiento, transporte, educación, vías públicas, transporte colectivo, inversiones, crecimiento demográfico e industria.

El plan maestro de la planificación urbana, quieren administrar todas estas condiciones para llevar a la ciudad a un futuro que proporciona una mejor calidad de vida para los habitantes, como la seguridad, la comodidad y la sostenibilidad.

La falta de ese orden altera y perjudica la calidad de vida de las personas, pudiendo causar diversos de problemas sociales y ecológicos (Arquitectura Pura, 2021).

1.3. Quito como espacio cultural

La ciudad se puede definir como un espacio en donde la población se concentra de manera permanente junto con otros elementos como edificios, medio de

transporte, comercios y monumentos. Las ciudades han nacido gracias a la necesidad de las personas de sentar y concentrar varios elementos de interés comercial, económico y social en un mismo lugar. La forma en la que se han generado las ciudades son varias entre ellas se destacan 4 de las más importantes, las cuales se dividen entre generaciones desde la primera hasta la cuarta.

Las ciudades de primera generación son aquellas que nunca fueron parte del desarrollo industrial y cuyo crecimiento y expansión territorial es únicamente consecuencia del crecimiento poblacional de forma natural (Pértile & Manoiloff, 2016).

Las de segunda generación si han recibido influencia de la revolución industrial solo que, en bajas proporciones, es por ello que estas ciudades típicamente se dividen en dos en un mismo territorio la nueva ciudad y la vieja ciudad (Pértile & Manoiloff, 2016).

La tercera generación por otro lado son generalmente el resultado de la colonización por partes de los europeos, la mayoría de estas ciudades se ubican en las costas y otras dentro de los continentes, pero con estrecha relación de los puertos que les permite mantener conexión con las demás ciudades (Pértile & Manoiloff, 2016).

Finalmente, las ciudades de cuarta generación desconocen totalmente de la era antes de la revolución industrial y son aquellas que se ubican en países relativamente nuevos, presentan pautas acerca del uso que se le da al suelo urbano (Pértile & Manoiloff, 2016).

Asimismo, se pueden enlistar varias razones por las cuales las ciudades se originaron y porque se asentaron en territorios específicos. Algunas de ellas tienen que ver principalmente con cumplir las necesidades esenciales del ser humano como lo es la presencia de una fuente de agua para saciar la sed y con fines de riego de cultivo, el comercio también fue un elemento a considerar, ya que ciertos sectores resultaron estratégicos al momento de realizar intercambios o para la compra y venta de productos.

Los yacimientos de recursos naturales y mineros fue de igual manera un factor clave para el desarrollo de ciudades cerca de estos sectores que poseen hasta el día de hoy un alto valor económico-social (Pértile & Manoiloff, 2016).

Según (Ayala, 2017) por su parte define a las ciudades como espacios de transformación en la cual se desenvuelven y evolucionan los seres humanos. En estos lugares los individuos pueden llegar a satisfacer sus necesidades básicas, fisiológicas y sociales, adicionalmente representa un entorno tradicional y simbólico por medio del cual todos los habitantes pueden relacionarse y autorregularse día a día.

Luz de América o Capital Cultural son algunos de los nombres que denominan a la capital de la República del Ecuador, San Francisco de Quito, que desde 1978 ha sido declarada como Patrimonio cultural de la Humanidad por la UNESCO. Esta ciudad y especialmente su centro histórico son espacios que albergan estructuras arquitectónicas como museos, iglesias y conventos que junto con la riqueza de su historia y leyendas constituye un marco paisajístico lleno de actividades culturales (Sosa, 2017).

Representa un conjunto de periodos y bienes que son el resultado de la mezcla español-aborigen lo cual está muy bien consolidado en el centro de la ciudad. Gracias al cuidado, protección y restauración de estos espacios ha sido posible el mantener estos paisajes culturales casi intactos que representan la época colonial (Sánchez & Woolfson, 2016).

Quito es una de las ciudades más impactantes del mundo por su espectacular entorno natural y la mezcla de diversidad cultural presente en todos los rincones de la capital; puesto que cuenta con una impresionante selección de atractivos turísticos naturales y culturales. En 1534, el capitán español Sebastián de Benalcázar conquistó tierras quiteñas. Éste, una vez tomada Quito, la refundó como ciudad española el 6 de diciembre de 1534, bautizándola como San Francisco de Quito en honor a Francisco Pizarro, fue capital de la Presidencia de Quito y Real Audiencia homónima, formando parte del Virreinato del Perú. Los españoles utilizaron no solamente los asentamientos urbanos indígenas como base de las nuevas ciudades mestizas, sino que también usaron varios elementos de la estructura social autóctona para colonizar los territorios que ocuparon. (Echezuria, 2008) Considerada la ciudad más antigua de Sudamérica: además cabecera cantonal del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y capital de la República del Ecuador fue declarada patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO en septiembre de 1978 gracias en gran parte a la riqueza arquitectónica que posee como ciudad, muchas de las edificaciones que componen

al centro histórico son actualmente museos que documentan historias y memorias de la misma, todo aquel que realice un recorrido por el Centro histórico quedará fascinado ya que dentro de este se puede encontrar varios elementos que además de resaltar la belleza arquitectónica y cultural de la ciudad son bastante representativos, se encuentra por ejemplo, la Plaza Grande en donde además de estar rodeada de edificaciones con características barrocas, góticas, se puede visualizar a quiteños y turistas que disfrutan de la maravillosa riqueza que esta tiene para mostrar, estas mismas personas forman parte del paisaje urbano de la ciudad, se encuentra también el monumento de la Independencia, el palacio de Carondelet, La Iglesia de la Compañía, dirigiéndose más al sur está la calle La Ronda, hacia el norte la Basílica del Voto Nacional, a sus alrededores también se encuentra la virgen del Panecillo, las iglesias son otro atractivo de Quito, estas se encuentran junto a elegantes casas coloniales, lo que permite una fusión armoniosa para deleite de la vista de los turistas nacionales e internacionales que a diario recorren las calles del centro histórico, pero Quito no es únicamente el centro histórico, pues si se mira hacia el sector norte se puede disfrutar de otros atractivos que detallan también la belleza de un Quito multifacético tal es el caso del Monumento a la mitad del Mundo, Quito es, entonces, mucho más que un conjunto de casas. Su pasado maravilloso, en la boca de maestros y abuelos, de libros y cuentos, fue una agradable compañía durante muchas horas de ocio. Y aún es capaz de encantar (Echezuria, 2008).

A lo largo de la ciudad se encuentran varias edificaciones que captan la atención de propios y extraños, un ejemplo de esto es el edificio de CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina), ubicado en la Diego de Almagro, el edificio “La Licuadora”, el edificio de la Mitad del Mundo, el edificio de la UNASUR, no se puede dejar de lado las actividades cotidianas que se realizan a lo largo del año en los diferentes barrios de la ciudad, que atraen al colectivo turístico sea nacional o internacional.

Quito, ciudad encantadora posee muchas maravillas, ofrece un sinnúmero de espacios para explorar, eventos, actividades para el deleite de propios y extraños, es esta una de las razones por las que los turistas la siguen eligiendo como destino turístico, pero Quito tiene mucha más por ofrecer es por esto que se ha tomado la decisión de llevar a cabo este trabajo de investigación, para que como quiteños y como residentes en esta hermosa ciudad se apropien del paisaje Urbano que tiene

para ofrecer, que más allá de estos lugares y eventos propios se suma la calidez de su gente, las actividades cotidianas que realizan sus habitantes, las formas y siluetas que se crean con cada uno de los procesos que se llevan a cabo diariamente se puede crear infinidad de patrones representativos de un Quito cultural urbano.

Quito es una de las ciudades de reciente ingreso al grupo de conglomerados urbanos metropolitanos de América Latina. Más allá de las connotaciones demográficas, recibe y se asientan en su territorio, un conjunto muy grande y complejo de relaciones políticas, sociales y económicas, nacionales y locales (Chiriboga, 2009).

Las tradiciones y costumbres que se celebran año tras año en determinadas fechas forman parte de Quito como espacio cultural, dentro de esta categoría se puede considerar las actividades que se realizan en fiestas de Quito, así como también las que se llevan a cabo en Semana Santa, carnaval, el VAQ (Verano de las artes Quito).

Quito ha invertido mucho recientemente en restaurar lo que los locales llaman «el centro histórico» y los resultados son impresionantes.

La construcción contemporánea de la identificación con Quito es un proceso conducido por las elites, comprendidas como orientadoras de comportamientos antes que solamente como estratos de altos ingresos. Dentro de los subgrupos urbanos en Quito, el segmento que mayor identidad muestra son los habitantes mestizos de la ciudad, lo que corresponde a una tradición (Chiriboga, 2009).

Se empieza por analizar el paisaje cultural urbano de una ciudad, según la UNESCO «Los paisajes culturales son lugares que representan la obra conjunta del hombre y la naturaleza y que ilustran la evolución de la sociedad y de los asentamientos humanos a lo largo de los años» (Cambón, 2009).

De acuerdo con la definición de la Unesco, los encargados de la conservación, evolución y mantenimiento del Paisaje cultural Urbano de una ciudad son los habitantes, se puede decir entonces que es el producto de la diaria construcción, en donde los mismos ciudadanos se convierten en protagonistas activos de la misma, además de las varias edificaciones arquitectónicas, los monumentos representativos y característicos de las mismas y las actividades cotidianas.

En Quito se puede encontrar varios elementos que se pueden considerar representativos entre los cuales tenemos:

La ciudad que busca su marca para el futuro, gestiona innovación, progresa, cambia y se rediseña en todo momento, todo obedece a la ambición, depende del entorno en la que los ciudadanos quieran estar, la unión de todos los habitantes de la ciudad proyectará futuro ambicioso y prometedor.

Es así que, el paisaje urbano hace referencia a todo lo que nos rodea, todos aquellos individuos, edificios, materiales u objetos que se los puede percibir fácilmente en los espacios públicos que constituyen una ciudad. Dentro de este concepto es importante mencionar como surge de acciones emprendidas por los humanos, y que además para bien o para mal son el resultado de la complejidad urbana que se vive en la sociedad. Asimismo, se lo puede definir como un ambiente elaborado por el humano sobre un ambiente natural que posee su propio espacio físico y conlleva aspectos espirituales representativos para una ciudad (Keshtkaran, 2019).

El cambio que sufren los paisajes en más un proceso continuo que uno complejo. Dentro de lo que representa el paisaje urbano la urbanización se ha convertido en uno de los fenómenos más significativos que representa cambios sociales y físicos en el ambiente. Este proceso de la urbanización es el responsable de transformar los paisajes naturales y/o rurales en paisajes industriales y urbanos. Esta transformación por lo general significa la formación de patrones espaciales por medio de rutas de transporte para una mayor accesibilidad a estas áreas (Kaymaz, 2013).

Fundamentalmente el proceso involucra la participación de actividades económicas y de industrialización, es por esto que este tipo de procesos se da de manera rápida y eficiente. La razón recae es que las personas tienen preferencia de vivir en áreas urbanas en comparación con áreas rurales debido a que la calidad de vida dentro de las ciudades es considerablemente mejor. No obstante, el proceso de urbanización en países no desarrollados y en vías de desarrollo ocurre muy diferente al proceso efectuado en los países desarrollados como Estados Unidos o España (Briceño, 2018).

La diferencia principal resulta en la diferencia entre el desarrollo de las áreas urbanas ya planificadas y la tasa crecimiento de la población que no logra satisfacer la demanda. Varias de las consecuencias que ocasiona esta desigualdad es la falta de ambientes urbanos de calidad, la división de estratos sociales y la fragmentación de la identidad social (Kaymaz, 2013).

Es por ello que la creación de estos paisajes urbanos conlleva una interacción entre la vida social y el espacio físico, en donde se ve reflejado los valores, creencias y experiencias de las comunidades que habitan dichos espacios (Kaymaz, 2013).

La riqueza cultural que posee la ciudad, lleva en algunos casos a que las personas se interesen más en la historia, y esto lleva también a querer conocer la identidad cultural que caracteriza a cada uno de sus habitantes.

1.4. Identidad cultural

El ser humano desde siempre ha tenido la necesidad de saber quién es y qué papel juega en este mundo. Es decir, conocer la identidad de cada uno, que lo hace diferente del resto y que es lo que lo hace destacar. El sentido de pertenencia de una familia, pueblo o comunidad da sentido y contribuye a la construcción de dicha identidad. No obstante, muchas veces se cae en el error de creer que la identidad de uno mismo no tiene que ver con su entorno y las personas que lo rodea, pero en realidad es todo lo contrario. La identidad no es un concepto estático sino dinámico, dicho de otra manera, se forma a partir de las interacciones con el mundo externo y va evolucionando a lo largo del tiempo. Por lo cual, la identidad de un o inclusive de un grupo de personas debe estar a la par de ser conocida y reconocida por otro grupo a la par que nos permite conocer y reconocer a las otras personas (Vélez Alonso, 2019).

Por otro lado, la identidad cultural se define como el conjunto de características más notables y propias que representan a una comunidad, pueblo o nacionalidad. Son los bienes tangibles e intangibles que hacen de ese lugar único, en este caso el patrimonio inherente del espacio (Cepeda, 2018).

Para (Molano, 2007) la identidad cultural se define como un sentimiento de pertenencia a un grupo social específico con el cual comparte creencias, valores y costumbres. También se menciona desde el punto de vista antropológico como la

identidad nace del lugar de la diferencia y de la reafirmación frente a otro grupo de individuos.

Esta identidad cultural se mantiene viva y activa al ser reconocida históricamente entre las personas o grupos dentro del entorno social y físico. Es esencial que dentro de la construcción de la identidad cultural se mantenga la memoria del pasado, aquellos elementos simbólicos que permiten mantener y conservar su identidad para las futuras generaciones (Molano, 2007).

La identidad cultural también puede ser definida como un entendimiento de pertenencia propio y colectivo, o grupos que comparten prácticas que no son iguales a prácticas que realizan otros grupos. Al fin de cuentas son las diferencias lo que nos hacen únicos y nos ayudan a identificarnos como por ejemplo las practicas físicas, sociales, culturales y políticas. Asimismo, la identidad cultural se puede resumir en maneras aprendidas de conocer y de ser en el ámbito colectivo, y en distintos grados de involucramiento que va evolucionando y cambiando a través del tiempo (Urrieta & Noblit, 2018).

Ilustración 2.- Ejemplo de identidad cultural.



Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2019).

1.4.1 identidad de los habitantes de Quito. En Ecuador no se puede hablar de una identidad unificadora como tal debido a que esto termina siendo contradictorio, por tal motivo no se establece una sola identidad para todos los ecuatorianos, sino más bien se habla de un país con una identidad plurinacional y pluricultural. En Quito

se ve claramente reflejado esto, ya que en esta ciudad ha sido la suma de varios acontecimientos políticos, culturales y económicos, que conllevó a varias movilizaciones como migraciones fuera y dentro del país. A simple vista se puede observar herencias ibéricas mezcladas con americanas quiteñas. Gracias a estas mezclas se ha demostrado que el mestizaje racial es una mezcla única que se diferencia de las demás por sus tradiciones culturales, que han surgido y se han consolidado en Quito (Sosa, 2017).

Gracias a que Quito posee varios bienes patrimoniales tangibles lo ha convertido en una ciudad única llena de valor simbólico. Estos bienes han sido parte de una construcción social que ha ido evolucionando conjunto a sus habitantes. De igual manera le han permitido a la población fomentar una cultura de conciencia y de identidad al reconocer por herencia lo que es de ellos y en fomentar un sentido de protección y de salvaguardar el patrimonio para las futuras generaciones (Sandoval Guerrero, 2022).

Uno de los bienes más importante para los quiteños y que denota un espacio de identidad y símbolo de cultura es el aclamado Centro Histórico de Quito. Este espacio denota un escenario de prácticas socioculturales y económicas, que en conjunto representa en todos los ciudadanos un sentido de pertenencia. Todos en alguno momento han llegado a este lugar como espectadores de las prácticas que aquí se realizan o bien para ser partícipes de interacciones o intervenciones con el entorno (Campos, 2018).

Día a día en este espacio se puede observar como la modernidad se une con lo colonia e histórico del lugar. Se aprecia una hibridación cultural, en el cual varios sucesos pueden estar ocurriendo dentro de un mismo paisaje, en la Plaza de San Francisco se encuentra un componente religioso-representada por la iglesia, cerca de ella varias personas se reúnen para hablar temas políticos, al otro lado un concierto de música alternativa se lleva a cabo y por el otro lado se degusta comida no solo típica de Quito sino también de diversas culturas que se han asentado cerca de esta plaza (Estrella Guamán, 2017).

No obstante, la identidad de los ecuatorianos y especialmente de los quiteños ha sido un tema relevante que hasta el día de hoy no tiene una respuesta concreta. La razón principal es debido a las imposiciones que ha sufrido desde la época colonial

y que, aunque no se lo pueda ver a simple vista siguen presentes, es por eso que es difícil separar lo que es realmente nuestro de lo que ha sido impuesto por otros (Estrella Guamán, 2017).

1.5. Análisis morfológico

El análisis morfológico de formas en el diseño gráfico es una herramienta esencial para comprender la estructura visual y la composición de elementos gráficos. Al igual que en el lenguaje, el análisis morfológico se enfoca en descomponer las formas visuales en componentes más pequeños, como líneas, curvas, colores y texturas, y examinar cómo interactúan para crear una identidad visual única. A través de este análisis, los diseñadores pueden discernir patrones y relaciones entre los elementos, identificar repeticiones, contrastes y armonías, y comprender cómo estos aspectos influyen en la comunicación visual y en la experiencia del espectador. El estudio de las formas y su morfología en el diseño gráfico permite a los diseñadores desarrollar una conciencia más profunda de cómo los elementos visuales interactúan entre sí y cómo pueden ser utilizados estratégicamente para transmitir mensajes efectivos.

(Allen, 2013) reconoce a Zwicky como un astrofísico y científico suizo, realizó importantes contribuciones en el ámbito del análisis morfológico en campos más allá de la astronomía. Aunque su enfoque principal se centraba en la física y la astrofísica, Zwicky desarrolló un método innovador conocido como "Morfología General" que se aplica en diversas disciplinas, incluyendo la búsqueda morfológica y la combinación de elementos.

La Morfología General de Zwicky se basa en la idea de que, para comprender completamente un sistema complejo, es necesario analizar y comprender su estructura morfológica. En lugar de centrarse únicamente en los detalles y las partes individuales, Zwicky abogó por un enfoque holístico que permitiera identificar y comprender las interrelaciones y los patrones entre los elementos del sistema (Allen, 2013).

La búsqueda morfológica propuesta por Zwicky, implica explorar sistemáticamente todas las posibles combinaciones y configuraciones de elementos dentro de un sistema para descubrir nuevas soluciones o perspectivas. Este enfoque

fomenta el pensamiento creativo y la generación de ideas al considerar combinaciones inusuales o no convencionales (Allen, 2013).

La combinación morfológica, por otro lado, se refiere a la integración y combinación de diferentes elementos y características para crear nuevas soluciones o productos. Zwicky creía firmemente en la sinergia y en la idea de que las combinaciones creativas de elementos podrían conducir a resultados innovadores (Allen, 2013).

Para ilustrar estos conceptos, tomemos como ejemplo el diseño de productos. Mediante el análisis morfológico, los diseñadores podrían descomponer los productos existentes en sus componentes más básicos, como forma, función, material y color. Luego, utilizando la búsqueda morfológica, podrían explorar nuevas combinaciones y configuraciones de estos componentes para generar ideas frescas y originales. Finalmente, a través de la combinación morfológica, podrían fusionar los elementos seleccionados en un producto final que sea único y efectivo (Innovaforum. Creativitat i Innovación, 2022).

La Morfología General de Zwicky ha demostrado ser una herramienta poderosa para abordar problemas complejos en diferentes campos. Su enfoque holístico y su énfasis en la combinación y la búsqueda morfológica ofrecen un marco de trabajo creativo y sistemático para la generación de ideas y la resolución de problemas. A través del análisis, la combinación y la búsqueda morfológica, se pueden descubrir soluciones innovadoras (Innovaforum. Creativitat i Innovación, 2022).

El análisis morfológico es una metodología que permite descomponer y comprender la estructura de un objeto o sistema, identificando sus componentes y relaciones internas. Uno de los enfoques más conocidos y ampliamente utilizado en el análisis morfológico es la lista de atributos propuesta por el ingeniero y académico Robert P. Crawford (Allen, 2013).

La lista de atributos de Crawford es una herramienta que proporciona un marco sistemático para analizar y descomponer un objeto o problema en diferentes características o atributos relevantes. Estos atributos pueden variar dependiendo del campo de aplicación, pero suelen incluir elementos como forma, tamaño, color, textura, función, rendimiento, coste, etc (Innovaforum. Creativitat i Innovación, 2022).

El primer paso en el análisis morfológico según la lista de atributos de Crawford es identificar y listar todos los atributos pertinentes del objeto o problema que se está analizando. Esto implica realizar una observación detallada y exhaustiva, así como recopilar información relevante. Una vez que se han identificado los atributos, se procede a analizar cada uno de ellos en profundidad (Innovaforum. Creativitat i Innovación, 2022).

El análisis de cada atributo implica examinar sus características y variaciones posibles, así como su influencia en el objeto o problema en cuestión. Por ejemplo, si estamos analizando un producto, podríamos considerar cómo la forma, el tamaño o el color afectan su estética, funcionalidad o usabilidad.

Además del análisis de los atributos individuales, el análisis morfológico también se centra en las relaciones entre los atributos. Esto implica examinar cómo los diferentes atributos interactúan entre sí y cómo los cambios en uno de ellos pueden afectar a los demás. Por ejemplo, cambios en la forma de un objeto podrían influir en su función o en los materiales necesarios para su fabricación (Muñoz Adánez, 2006).

El análisis morfológico según la lista de atributos de Crawford también se relaciona estrechamente con el análisis de problemas. A través de este enfoque, se busca identificar los aspectos problemáticos y las posibles soluciones mediante el análisis de los atributos relevantes. Este enfoque permite abordar de manera estructurada y sistemática los problemas, descomponiéndolos en elementos más manejables y explorando diferentes combinaciones de atributos para encontrar soluciones óptimas (Muñoz Adánez, 2006).

En resumen, el análisis morfológico basado en la lista de atributos de Robert P. Crawford proporciona un enfoque riguroso y estructurado para descomponer y comprender la estructura de un objeto o problema. Al identificar y analizar los atributos relevantes, y explorar las relaciones entre ellos, se pueden obtener nuevas perspectivas, identificar problemas y generar soluciones creativas y efectivas. El análisis morfológico y el análisis de problemas son herramientas valiosas en diversos campos, incluyendo la ingeniería, el diseño, la gestión de proyectos y la toma de decisiones estratégicas (Muñoz Adánez, 2006).

1.5.1 La forma en el diseño.

La forma en el diseño es un elemento fundamental que ha sido explorado y teorizado por varios artistas a lo largo de la historia. Dos de estos destacados artistas son Vassily Kandinsky y Wucius Wong, quienes realizaron importantes contribuciones a la comprensión y aplicación de la forma en el arte y el diseño.

(Kandinsky, 1989), estableció una profunda teoría sobre la forma y su papel en la expresión artística. Para (Kandinsky, 1989), la forma era más que simplemente una representación visual, era un medio para transmitir emociones y experiencias espirituales. Creía que las formas tenían un lenguaje propio y que podían evocar distintas sensaciones en el espectador, experimentó con formas geométricas y orgánicas en sus obras, explorando cómo su combinación y disposición podían generar armonía, equilibrio o tensión en una composición. Consideraba que las formas geométricas, como el círculo, el triángulo o el cuadrado, tenían cualidades inherentes que podían ser utilizadas para expresar diferentes emociones. Por ejemplo, el círculo era visto como una forma armoniosa y suave, mientras que el triángulo podía evocar tensión y dinamismo.

Además, estaba interesado en la relación entre el color y la forma. Creía que los colores tenían una correspondencia emocional y que, combinados con formas específicas, podían tener un impacto aún más profundo en el espectador. Para (Kandinsky, 1989) a forma y el color eran elementos inseparables en la creación de una obra de arte.

Por otro lado, (Wong, 1991) dedicó gran parte de su carrera a estudiar la forma en el diseño, abogaba por una comprensión profunda de las formas básicas y su aplicación en el diseño visual, consideraba que las formas geométricas, como el punto, la línea y el plano, eran los elementos fundamentales que constituían la estructura de cualquier composición visual.

(Wong, 1991) desarrolló un sistema de teoría del diseño basado en principios geométricos, que incluía el equilibrio, la proporción y la armonía. Para él, la forma debía ser utilizada de manera consciente y equilibrada, considerando su relación con el espacio circundante y otras formas presentes en la composición. Creía que la elección y disposición adecuada de las formas eran clave para lograr una composición visualmente atractiva y efectiva.

Además, exploró la interacción entre las formas y el movimiento. Estudió cómo las formas podían generar una sensación de dinamismo y ritmo en el diseño, utilizando principios como la repetición, la secuencia y la dirección. Para (Wong, 1991), la forma no era solo un elemento estático, sino que también podía comunicar movimiento y fluidez en el diseño visual.

Tanto (Kandinsky, 1989) como (Wong, 1991) demostraron la importancia de la forma en el diseño visual y su capacidad para transmitir mensajes y evocar emociones. Ambos artistas reconocieron que la elección y manipulación de las formas eran herramientas poderosas para comunicar ideas y crear una experiencia estética significativa. Sus teorías y exploraciones en torno a la forma en el diseño han dejado un legado duradero, influyendo en generaciones de artistas y diseñadores hasta la actualidad.

1.5.2 La urbe como inspiración en el diseño.

Se sabe que los patrones de moda desde hace un tiempo buscan usualmente su inspiración en los paisajes naturales del mundo. Esto quiere decir que de manera intencional o no los diseñadores basan sus diseños en patrones, colores y formas que yacen en lo natural y en la biodiversidad. La razón para hacerlo recae principalmente en crear un concepto que capte los sentimientos que la naturaleza tiene para ofrecer y las cuales logren ser transmitidas por medio de prendas de vestir que agrupan los colores, texturas y formas que conforman la naturaleza (Romero, 2017).

Por otro lado, es muy interesante el enfoque que se le puede dar a la moda que está inspirada en las ciudades y sus espacios urbanos. En la actualidad, la industria de la moda busca fuentes de inspiración fuera de lo común que les permita destacar sus diseños en este mundo competitivo. El enfoque usual en el cual enfatizaban los diseñadores a la hora de crear nuevos diseños tomaba en cuenta la calidad del material, los elementos que se usan como la producción local o que tan innovador es el diseño de las prendas de vestir (Brydges & Hracs, 2018).

No obstante, en los últimos años se ha buscado nuevas fuentes de inspiración que pueda lograr un estilo más vanguardista y a la vez conecte a las personas entre sí, es por ello que se ha pensado en el “place-branding” o marketing de lugar. Este nuevo concepto permite reformular la forma en la que observamos a las ciudades y sus paisajes. Permite crear una conexión entre dichos lugares, las personas y los

productos a los cuales estamos promocionando. De esta manera se busca inspiración en los espacios urbanos que llegan a representar una ciudad y a su gente para que se esta manera se pueda crear diseños que simbolicen la identidad de dichas ciudades y entornos que los caracterizan (Brydges & Hracs, 2018).

Se sabe que los patrones de moda desde hace un tiempo buscan usualmente su inspiración en los paisajes naturales del mundo. Esto quiere decir que de manera intencional o no los diseñadores basan sus diseños en patrones, colores y formas que yacen en lo natural y en la biodiversidad. La razón para hacerlo recae principalmente en crear un concepto que capte los sentimientos que la naturaleza tiene para ofrecer y las cuales logren ser transmitidas por medio de prendas de vestir que agrupan los colores, texturas y formas que conforman la naturaleza (Romero, 2017).

Por otro lado, es muy interesante el enfoque que se le puede dar a la moda que está inspirada en las ciudades y sus espacios urbanos. En la actualidad, la industria de la moda busca fuentes de inspiración fuera de lo común que les permita destacar sus diseños en este mundo competitivo. El enfoque usual en el cual enfatizaban los diseñadores a la hora de crear nuevos diseños tomaba en cuenta la calidad del material, los elementos que se usan como la producción local o que tan innovador es el diseño de las prendas de vestir (Brydges & Hracs, 2018).

No obstante, en los últimos años se ha buscado nuevas fuentes de inspiración que pueda lograr un estilo más vanguardista y a la vez conecte a las personas entre sí, es por ello que se ha pensado en el “place-branding” o marketing de lugar. Este nuevo concepto permite reformular la forma en la que observamos a las ciudades y sus paisajes. Permite crear una conexión entre dichos lugares, las personas y los productos a los cuales estamos promocionando (Brydges & Hracs, 2018).

De esta manera se busca inspiración en los espacios urbanos que llegan a representar una ciudad y a su gente para que se esta manera se pueda crear diseños que simbolicen la identidad de dichas ciudades y entornos que los caracterizan (Brydges & Hracs, 2018)

1.5.3 Place branding o marketing de lugar

En primer lugar, es necesario definir branding o marca. El concepto de marca ha sido malinterpretado en los últimos años, si bien es considerado uno de los términos más importantes dentro de las estrategias de negocios para promocionar

productos o servicios, es mucho más que cumplir con una función de promoción. Marca es el conjunto de nombre, diseño, símbolo, signo que permite identificar un bien o servicio de otros productos que se comercializan en el mercado, y que permite crear una ventaja competitiva o un nuevo punto de vista estratégico (Holt, 2010).

El place branding o marketing de lugar por otro lado se refiere a la marca que se crea para un espacio determinado con fines promocionales, de esta manera se dota de valor añadido desde el punto de vista social, económico y cultural de espacios que pueden ser ciudades o países. El objetivo principal que se busca con la aplicación de este concepto es el de otorgar a estos espacios de atractivo turístico y económico (Aragonez Afonso Bicho, 2015) Por otro lado, se cree que el Place branding tiene un componente estrictamente político, debido a que se busca promocionar la identidad de un lugar y que este pueda interactuar y formar relaciones con el exterior. En el mundo competitivo en el que vivimos es necesario adaptarse y alcanzar a las nuevas tendencias si se quiere entrar en el mercado, es por ello que las grandes ciudades tienen muy en claro este concepto y lo practican diariamente (Holt, 2010).

No obstante, es necesario mencionar que la identidad de un lugar no representa un logo o una frase comercial, sino más bien son el conjunto de valores, de bienes tangibles e intangibles que logran captar la esencia del lugar. La imagen o marca que han creado algunas ciudades han surgido de manera espontánea, para otras como es el caso de la mayoría de las ciudades latinoamericanas ha sido el resultado un proceso de construcción histórico-social que ha durado años. En este proceso se han visto involucrados elementos naturales, la colonización, la migración y la inmigración, la intervención política, la democracia, la ubicación geográfica, entre otros (Fernández Gasalla, Friedmann, & Leva, 2020).

Asimismo, desde una perspectiva positiva al aplicar el Place marketing permite realizar una gestión adecuada del lugar ya que contribuye a identificar todos los beneficios, necesidades de mejora y atributos que se puede encontrar en estos espacios. De esta manera los ciudadanos se benefician no solo de la promoción que se le está dando a la ciudad en el exterior, pero también de manera económica para todos aquellos que se dedican al comercio y turismo (Hospers, 2019). Todas las ciudades construyen de esta manera su marca, unos de manera consciente con un propósito fijo y otras no tanto. Cabe destacar que, todas aquellas ciudades que se consideren exentas del Place marketing no lo están, cada ciudad cuenta con su propia

reputación y reconocimiento el cual puede ser positivo o negativo (Jiménez Acosta, Jiménez Acosta, & Pedraza Baquero, 2017).

1.5.4 Industria de la moda.

La moda es percibida como una manera de representar y afirmar la individualidad de cada uno. Este término usualmente comprende productos o estilos que permanecen dentro del mercado por un periodo corto de tiempo. De esta manera la moda es el estilo de ropa o accesorios que se usan en un tiempo determinado y por un grupo de personas específico. Es por esta razón que la moda es considerada como un medio de rápido cambio, ya que siempre está en constante cambio y revolución (Čiarnienė & Vienažindienė, 2014).

La industria de la moda por su parte forma parte de un fenómeno cultural y social, caracterizado por su complejidad, dinamismo, velocidad y variedad. Esta industria abarca todo lo que representa diseño, distribución, producción, promoción, calidad y marca de todo tipo de prendas de vestir desde las más caras hasta ropa ordinaria del día cotidiano. Por lo que la moda es más que marcar tendencias, llega a representar los cambios que se viven dentro del margen político, económico, estético, cultural y de la vida social. Toma todos estos acontecimientos como inspiración para crear colecciones y nuevos estilos (Chavan, 2018)

No obstante, debido a la rápida evolución de la industria ha forzado a diseñadores y manufactures a crear prendas a bajos costo, diseños flexibles y sobre todo que sea rápido al salir al mercado con el objetivo de mantener una posición favorable en comparación con la competencia. Esta dinámica se ha mantenido durante los últimos años con el objetivo de satisfacer la demanda, con lo cual debido a el tiempo mínimo que tienen de sacar nuevas prendas al mercado se ha descuidado la calidad, el costo por mano de obra y sobre todo los residuos generados por esta industria que afectan gravemente a los ecosistemas acuáticos y terrestres .

1.5.5 Inspiración.

La inspiración dentro del mundo de la moda juega un papel muy importante, las fuentes de inspiración para la creación de nuevos y atractivos diseños permite definir las características y la esencia de la nueva colección y lo que podría o no macar tendencia. Esto ocasionaría que las demás marcas y manufacturas las sigan tratando de imitar o crear piezas similares. Contribuye de manera primordial en la ilustración

del concepto del diseño, las características principales, el color o combinación de los mismos y la coordinación de patrones y/o formas que jugaran con el diseño completo (Bakhtawer, 2015).

El diseño de prendas de vestir en base a una fuente de inspiración requiere la interacción de varios elementos como las propiedades de los materiales, su adaptabilidad y modificación lo que resulta complejo. Es por ello que la investigación y la observación son elementos clave dentro de la industria de la moda. Al usarlos permite a los diseñadores recopilar información acerca de tendencias pasadas y nuevas y usar dicha información para tratar de predecir qué será lo que sus potenciales clientes desearan en un futuro (Eckert, 2006).

1.5.6 Apropiación cultural.

La moda suele ser considerada parte de la identidad cultural de una persona y al mismo tiempo resulta de la convergencia de estilos y diseños que atraen a los diseñadores junto a las fuentes de inspiración para intentar innovar. Es por esto que desde siempre varios diseñadores han tomado como referencia de inspiración a atuendos que usan distintas comunidades, culturas, o razas. Hoy por hoy la búsqueda de nuevas fuentes de inspiración suele caer en el robo de la identidad de una comunidad y/o cultura sin dar créditos o informar a los dueños de dichos atuendos, a lo que se conoce como apropiación cultural. Este fenómeno se caracteriza por el robo de propiedad intelectual, conocimiento ancestral, artefactos y/o expresiones culturales sin el debido consentimiento de dicha comunidad o cultura (Lee, 2019).

Si bien se habla que este fenómeno ha estado ocurriendo desde los inicios de la moda, es hoy en el mundo globalizado que se está tomando conciencia acerca de la importancia de reconocer a aquellas culturas que en su tiempo no pudieron pelear por su derecho de ser reconocidos pero que ahora suman más miembros que están dispuestos a pelear los ellos y en contra de las injusticias (Pozzo, 2020)

El debate dentro de este campo resalta varios temas que expresan preocupaciones dentro de la industria. El uso de patrones, combinación de colores o imágenes en la moda contemporánea ha sido bien recibida y además ha demostrado su apreciación por dicha cultura ya que se les ha dado el debido reconocimiento. Por otro lado, el uso de símbolos de carácter religioso o simbólico como tendencia o moda se ha considerada como inapropiada debido a sus usos comerciales. Otro tema

importante es la reproducción de estereotipos de una raza y/o cultura que resulta ofensivo. Es por ello que es muy importante mantener el respeto y la apreciación por dichas culturas y no caer en la apropiación (Pozzo, 2020).

1.6 El diseño, la moda y Ecuador

En Ecuador la industria de la moda no se le ha dado la importancia que se merece y es por ello que hoy en día este sector no se encuentra desarrollado. La única industria relacionada que ha tenido un gran desempeño en los últimos años ha sido la textil. Esto se debe principalmente a que los tejidos elaborados de manera artesanal son de alta relevancia para la cultura Inca, principalmente en ciudades como Quito, Latacunga y Riobamba. Alrededor del siglo XVII la producción de lana de oveja para la producción de tejidos se intensificó únicamente de manera nacional, sin embargo, para los años 90 este sector comenzó a crecer exponencialmente debido al reconocimiento que se le dio y también por las oportunidades de comercialización internacional que se abrió paso (Martínez Urbina, 2019).

No obstante, la gran mayoría de prendas que son confeccionadas en Ecuador tienen un carácter folclor, esto debido a que se han enfocado más en satisfacer la demanda externa, es decir crear diseño inspirados en la cultura de las comunidades ecuatorianas para aquellos turistas que adquieren los productos a manera de recuerdo o artesanía más que como una prenda de vestir (Martínez Urbina, 2019).

Existen varios factores a considerar para comprender como la moda en Ecuador no se ha impulsado como otros sectores de la sociedad. En primer lugar, se habla de un mercado competitivo, los ecuatorianos por lo general prefieren consumir prendas de vestir extranjeras por su estatus y calidad, además de que estas empresas han logrado constituirse en el país debido a su bajo costo y facilidades de pago. En segundo lugar, está la falta de insumos para la manufactura los cuales deben ser importados, y a esto se le suma el contrabando de los mismo que contribuye más al problema. Finalmente, existe una falta de apoyo al emprendimiento con políticas que no permiten proteger al producto ecuatoriano en cuanto a los insumos, mano de obra y sobre todo maquinaria que necesariamente necesitan importar (Escobar, 2017).

Sin embargo, gracias a la evolución de la tecnología y a la globalización varios emprendimientos de producción de prendas de vestir en Ecuador han surgido y siguen manteniéndose. La razón principal recae en el uso de las redes sociales como

medio de publicidad en donde es fácil promocionar sus productos y captar clientes, además que ya no es necesario iniciar con un negocio físico. Varios de los productos comercializados se destacan por seguir las tendencias de moda extranjeras, pero manteniendo la originalidad e innovación (Escobar, 2017).

1.7 El impacto final que tiene el diseño en la moda teniendo en cuenta el lugar de donde se inspira

La moda es un reflejo de valores morales, estéticos y característicos de la cultura de un pueblo o sociedad, dentro de la moda es importante el diseño, y este mismo diseño que puede llegar a ser muy característico de acuerdo al lugar a donde se realiza o se comercializa, tal es el caso de la colección de Carolina Herrera RESORT 2020 que incluye vestidos inspirados en el Sarape de Saltillo (México).

Ilustración 3. Ejemplo del impacto de la moda de acuerdo al lugar donde se inspira, Carolina Herrera, colección RESORT 2020



Fuente: (Bazaar, 2019)

A través del diseño se puede jugar con texturas, colores, patrones; elementos que permiten que su impacto sea innegable. Su influencia es visible cuando se analiza la evolución de la moda, y cómo el diseño aporta riqueza visual en las prendas.

Al juzgar el tema de manera superficial, la moda y el diseño en prendas pueden parecer un tema irrelevante, pero tienen una profunda conexión con el desarrollo de las sociedades humanas y la cultura que las caracteriza.

Grandes marcas de moda, han tomado como referencia e inspiración varios elementos de las culturas más ricas y representativas alrededor del mundo, algunos ejemplos de esto son:

1.7.1 Dior y Egipto.

En la primavera de 2004 Galliano decidió rendirle un esplendoroso homenaje al Antiguo Egipto apropiándose de todos y cada uno de sus símbolos.

Ilustración 4: DIOR y Egipto, Impacto del Diseño y Moda.



Fuente: (Bazaar, 2015)

1.7.2 Jean Paul Gaultier.

El continente africano fue el punto de partida de la colección Alta Costura otoño del año 2005.

Ilustración 5 . Jean Paul Gaultier y África



Fuente: (Bazaar, 2016).

1.7.3 Dsquared2.

Decide tomar prestada la identidad cultural de las tribus Inuit del norte de Canadá para su colección de otoño-invierno 2015.

Ilustración 6. Dsquared2 y la Tribu Inuit del Norte de Canadá, colección otoño-invierno 2015.



Fuente: (Bazaar, 2016).

1.7.4 Loewe & Ecuador

En 2017 Loewe, una famosa marca de moda española de élite, reconocida por ser parte de los Fashion weeks, utilizó bordados ecuatorianos para su colección primavera verano del 2018, apropiándose de los diseño, patrones y figuras otavaleñas "las chismosas" (que hace relación al momento en que las mujeres ecuatorianas se reúnen para murmurar). Loewe utilizó los diseños propios de la cultura otavaleña, dando paso a la apropiación cultural.

Ilustración 7: Loewe y Ecuador.



Fuente: (Ortega Burgos, 2022).

Estos son algunos claros ejemplos de buena fe a la hora de adoptar ciertos códigos estéticos de gran peso tanto identitario como social y cultural, si bien no todo el mundo ve con los mismos ojos este tipo de apropiaciones, es una manera de impregnar en la mente del consumidor la marca de un pueblo, comunidad, país a través del impacto generado gracias al uso de elementos de la riqueza cultural que los caracteriza, en el diseño de una o varias prendas.

CAPÍTULO II

2 DIAGNÓSTICO

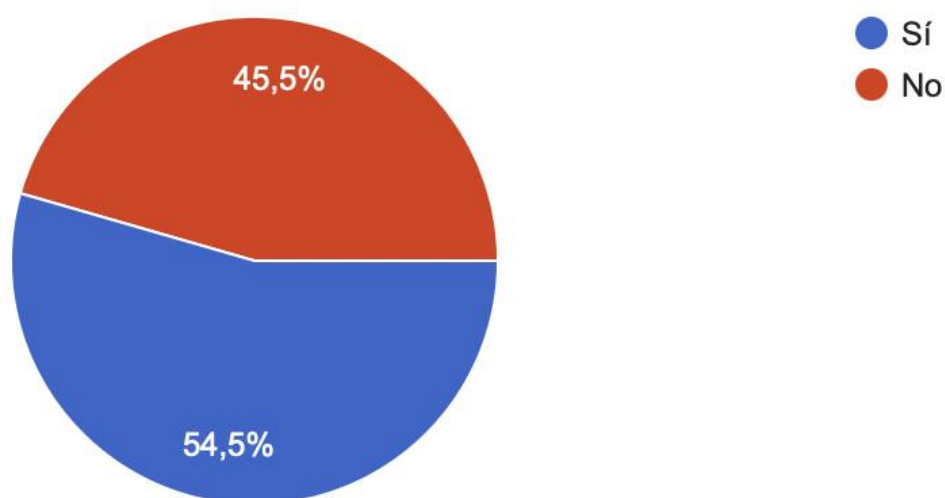
Tabla 1. Relación de variable, dimensiones e indicadores.

<i>VARIABLE</i>	<i>DIMENSIONES</i>	<i>INDICADORES</i>	<i>MÉTODOS</i>
<i>Apropiación cultural de personas entre 20 y 34 años de la ciudad de Quito, mediante la aplicación de métodos empíricos para la obtención de datos relevantes del proyecto.</i>	<i>Elementos visuales del paisaje urbano.</i>	<i>Cotidianidad</i> <i>Formas</i> <i>Colores</i> <i>Texturas</i>	<i>Observación</i>
	<i>Apropiación cultural de la población</i>	<i>Conocimiento cultural</i> <i>Costumbres y tradiciones</i> <i>Valoración de la cultura en la población</i>	<i>Encuesta</i>
	<i>La moda como referente del paisaje urbano</i>	<i>Tipo de ropa que prefiere la población (preferencia)</i> <i>Colores de preferencia de la población</i> <i>Marcas de moda que usan</i>	<i>Observación</i> <i>Encuesta</i>

2.1 Resultados de las encuestas

¿Sabía usted que, como habitante quiteño, usted puede apropiarse de la cultura de la ciudad contribuyendo así con la identidad cultural de Quito?

Ilustración 8. Encuesta, pregunta 1

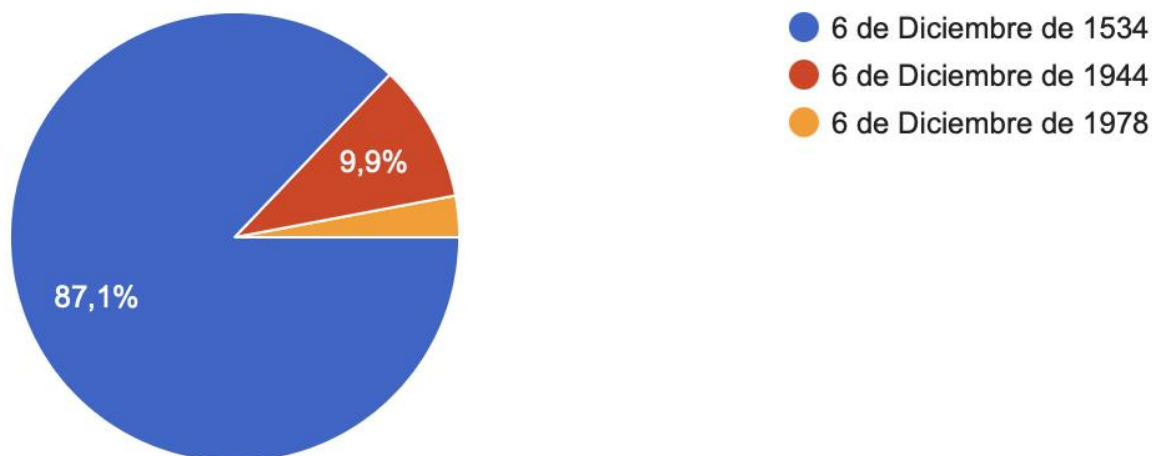


A pesar de tener una respuesta positiva del 54,5% que viene a ser una mayoría, existe un 45,5% de personas que desconocen su poder de apropiación, creo que uno de los puntos a los que se debe enfocar es precisamente a este, poner en conocimiento de los habitantes de Quito, que como ciudadanos pueden contribuir a la identidad cultural de Quito y que esto sería beneficioso no solo para la ciudad sino también para el país entero a nivel internacional, ya que un país conscientemente rico culturalmente podría aprovechar dicha riqueza para mejorar su posicionamiento a nivel mundial, aportando de esta manera al crecimiento económico.

La información obtenida en esta pregunta podrá ser utilizada en el desarrollo de esta tesis de manera positiva, ya que ahora se tiene datos comprobables del nivel de conocimiento de los habitantes de Quito, y existe un gran porcentaje que aún desconoce el poder que tiene como habitante para contribuir a la identidad cultural de la ciudad y a su vez con el desarrollo del país.

¿Cuál es la fecha de fundación de Quito?

Ilustración 9. Encuesta, pregunta 2



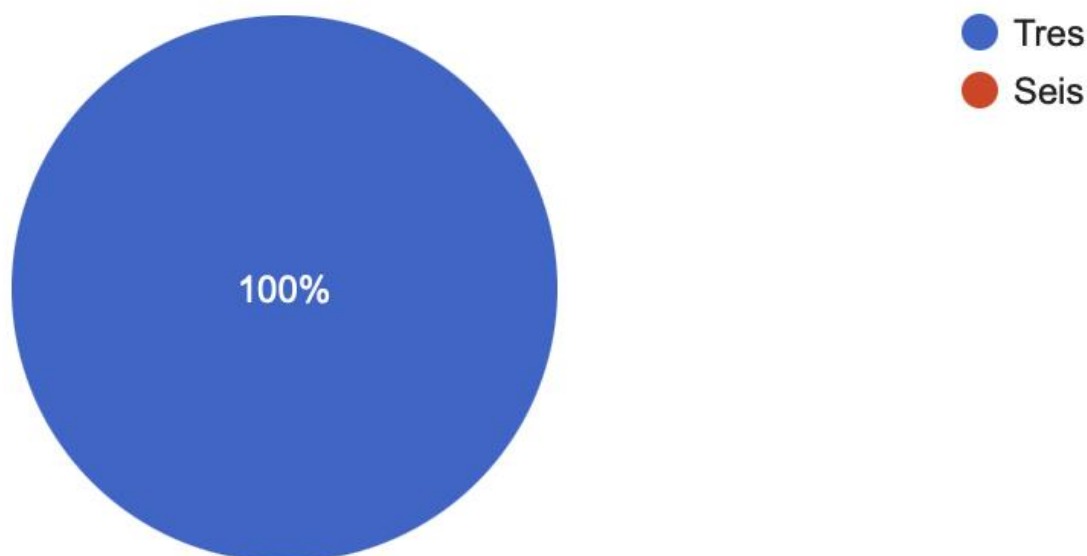
Del total de personas encuestadas, únicamente el 87,1% conocen la fecha de fundación de la ciudad; este resultado arroja una respuesta positiva ya que es la mayoría, sin embargo, existe todavía un porcentaje de personas que desconocen datos elementales de la ciudad que habitan, este dato negativo, puede ser transformado en positivo, ya que puede ser utilizado para generar conocimiento y de esta manera contribuir a la apropiación cultural de la ciudad y a su vez a la identidad de la misma.

Esta tesis pretende aportar a la apropiación cultural de la ciudad, fusionando las características culturales de Quito en todas las presentaciones posibles con el paisaje urbano contemporáneo, dicha fusión permitirá generar consciencia cultural colectiva desde la moda, siendo este uno de los principales recursos a utilizar.

Si bien es cierto que, dentro de la fecha de fundación de Quito, todos los habitantes encuestados tienen conocimiento del día y el mes, lo que se debe rescatar es el año de fundación, ya que este es el punto de quiebre del colectivo, entonces se quiere aprovechar este dato para estratégicamente posicionarlo en la mente de los habitantes de la ciudad.

¿Cuántas franjas conforman la bandera de Quito?

Ilustración 10. Encuesta, pregunta 3.

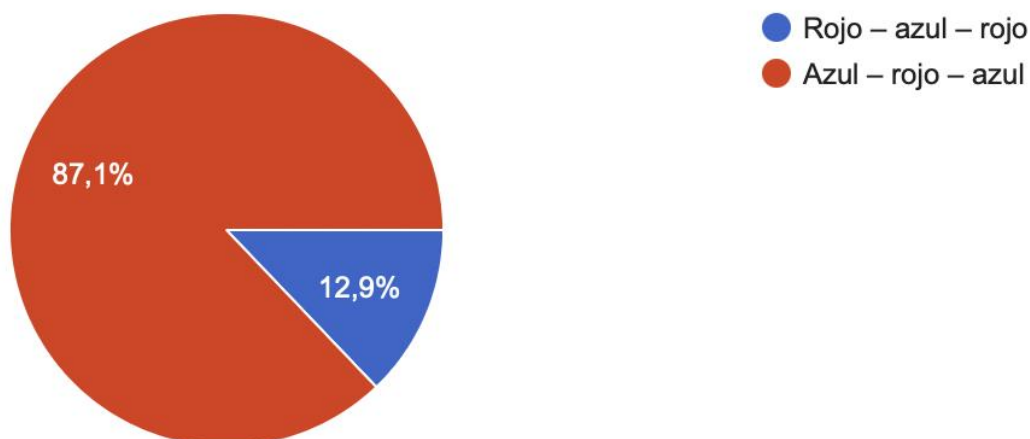


El 100% de las personas encuestadas tienen conocimiento de la cantidad de franjas que conforman la bandera de Quito, esta información también puede ser utilizada para aportar con la apropiación cultural de la ciudad.

A pesar de que existe información que indica que la bandera de Quito está conformada por 6 franjas, 2 externas de color azul y 4 internas de color rojo, lo cierto es que de acuerdo a los colores, son 3; en esta tesis se pretende encontrar la manera de que esta información sirva como punto de inicio para que las nuevas generaciones de habitantes sientan como propia la información que contribuye a la identidad cultural de la ciudad, y que esto se convierta en parte de la vida de cada una de las personas que día a día viven, comparten, crean y conservan la cultura quiteña.

¿Cuáles son los colores de la bandera de Quito

Ilustración 11. Encuesta, pregunta 4.



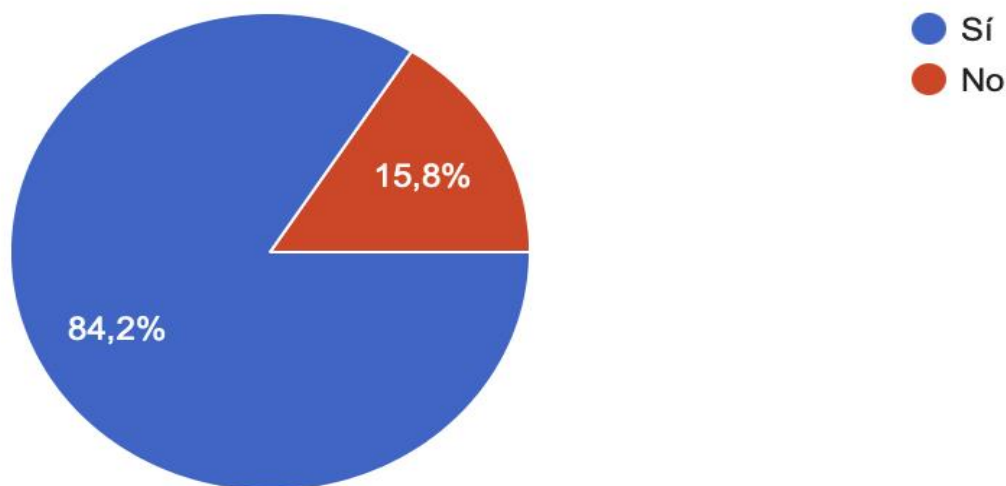
El 12,9% de los encuestados desconoce el orden en la gama de color de la bandera de Quito, mientras que el 87,1% está claro que los colores de la bandera son: azul-rojo-azul, para el autor de esta tesis, esta información es importante ya que se puede aprovechar con el orden en la gama de color para la realización de los patrones.

Los colores azul y rojo son representativos en la ciudad y es importante impregnar este conocimiento en la mente de los habitantes para evitar la confusión que se descubrió en esta encuesta.

Se considera que estos colores pueden ser un recurso importante para el desarrollo de la propuesta de esta tesis, en algunos edificios altos y del sector público se puede observar que exhiben la bandera de manera permanente.

¿Sabía usted que Quito fue declarada “Patrimonio Cultural de la humanidad el 8 de septiembre de 1978 por poseer el Centro histórico más extenso, mejor conservado y menos alterado de toda América Latina?

Ilustración 12 Encuesta, pregunta 5

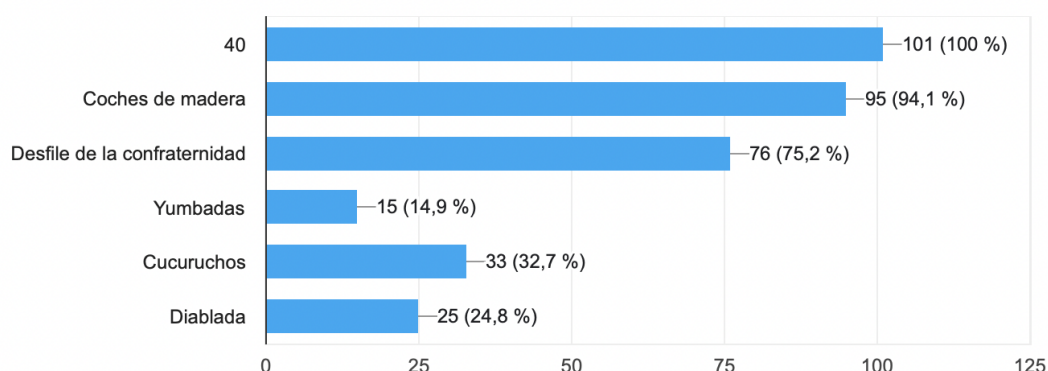


Quito fue declarado patrimonio cultural de la humanidad el 8 de septiembre de 1978 por poseer el Centro Histórico más extenso y mejor conservado de América Latina y el 15,8% de la población encuestada lo desconoce, el autor de esta tesis considera que este dato es relevante pues es un nombramiento que ha permitido que Quito destaque a nivel mundial, siendo el Centro Histórico de Quito uno de los principales atractivos del país.

Se considera que este dato debe ser de conocimiento público, por lo que será también uno de los recursos a utilizaren el desarrollo de esta propuesta.

De la siguiente lista de costumbres y tradiciones de Quito, ¿cuáles conoce?

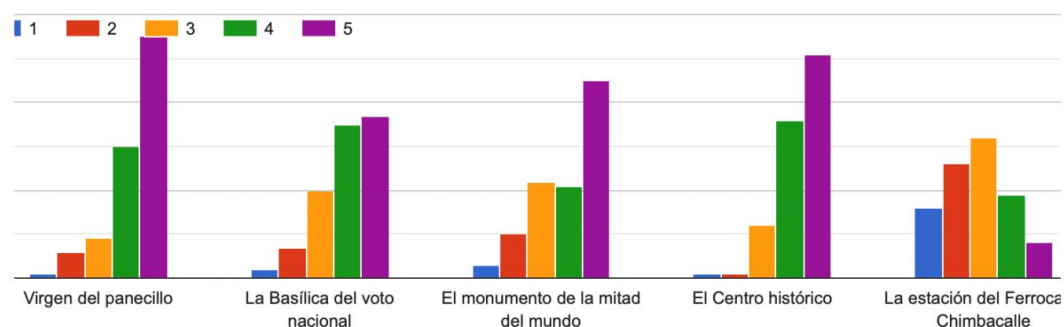
Ilustración 13. Encuesta, pregunta 6.



Dentro del listado de costumbres y tradiciones de la ciudad consideradas por el autor de esta tesis se encuentran: el 40, los coches de madera, el desfile de la confraternidad, las Yumbadas, los cucuruchos y la diablada, de este listado la población encuestada conoce en mayor porcentaje el 40, los coches de madera y el desfile de la confraternidad, esta información es importante para esta investigación ya que es netamente información directamente relacionada con la cultura de la ciudad, que es uno de los ejes principales del presente proyecto.

De la siguiente lista de elementos, ¿cuál considera que es el más representativo de la ciudad?, siendo 1 menos representativo y 5 más representativo:

Ilustración 14. Encuesta, pregunta 7.



El autor de esta tesis consideró la Virgen del Panecillo, la Basílica del voto Nacional, el monumento de la mitad del mundo, el Centro histórico y la Estación del ferrocarril del Chimbacalle como elementos representativos de la ciudad, para lo cual se tomó en cuenta previas investigaciones.

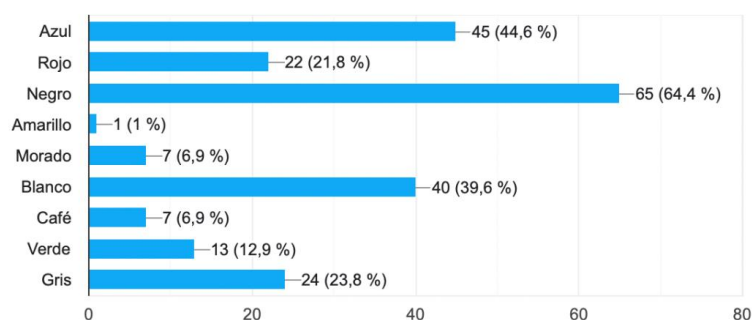
La población consideró qué en orden de prioridad, yendo de mayor a menor serían:

1. La virgen del Panecillo
2. El centro histórico
3. El monumento a la mitad del mundo
4. La Basílica del voto nacional
5. La estación de Ferrocarril de Chimbacalle

Estos datos también serán considerados en el desarrollo de este proyecto.

De la siguiente lista de colores, ¿cuáles prefiere al momento de usar una prenda?

Ilustración 15. Encuesta, pregunta 8

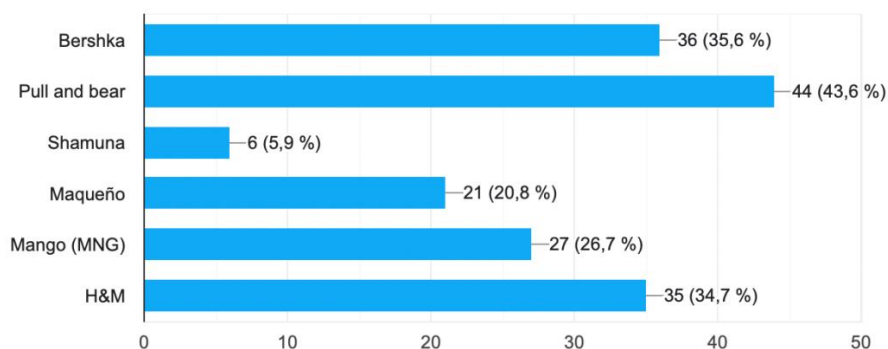


De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada el 64,4% de la población prefiere usar el color negro, el 44,6% el azul, el 39,6% el blanco, 23,8% el gris, 21,8% el rojo; siendo estos los colores con el porcentaje más alto en la votación.

El rojo y el azul están dentro de la lista es un dato importante ya que el autor de esta tesis consideraba la aplicación de estos dos colores por ser representativos de la ciudad.

De las siguientes marcas de ropa, ¿cuál prefiere al usar una prenda?

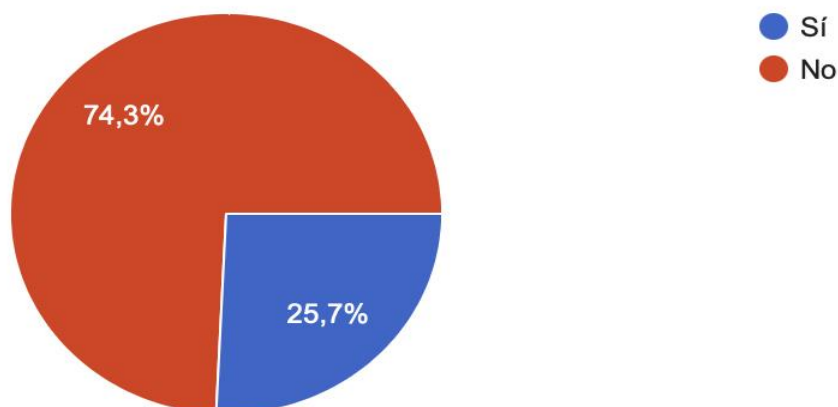
Ilustración 16. Encuesta, pregunta 9.



Los resultados de la encuesta aplicada arrojan que la población de Quito al momento de usar prendas de ropa prefiere las siguientes marcas, un 43,6% prefiere Pull and bear, el 35,6% Bershka, el 34,7% H&M, el 26,7% MNG, el 20,8% Maqueño y el 5,9% Shamuna, de los cuales Maqueño y Shamuna son marcas ecuatorianas y tienen un porcentaje de aceptación menor al de las marcas comerciales.

De la lista anterior, ¿considera usted que alguna de las marcas contribuye a la apropiación de la cultura quiteña?

Ilustración 17. Encuesta, pregunta 10.

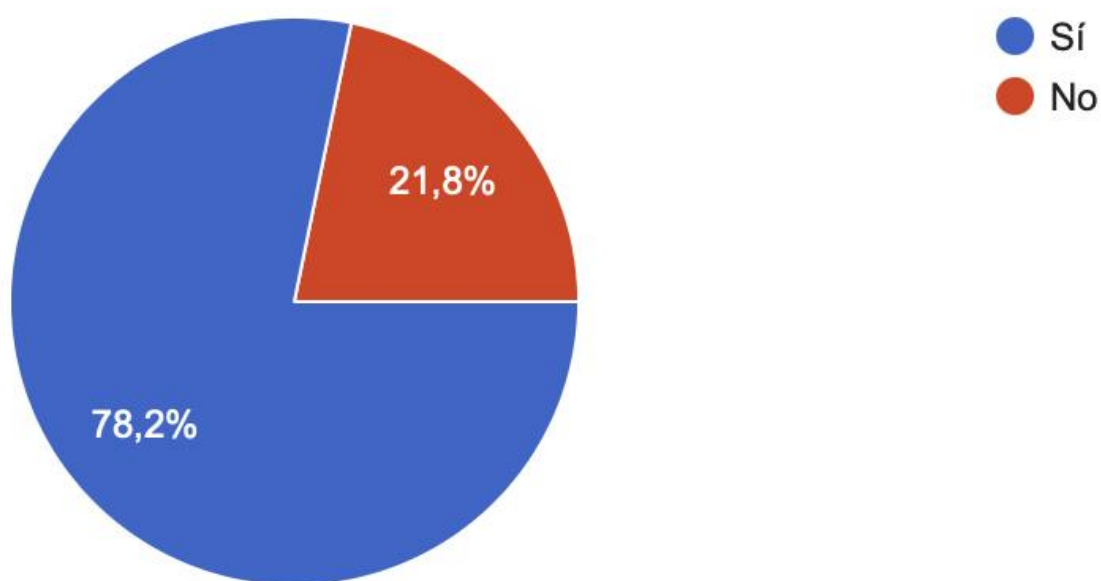


El 25,7% de la población encuestada considera que alguna de las marcas Pull and Bear, Bershka, H&M, MNG, Maqueño y Shamuna; contribuye a la apropiación de la cultura quiteña el autor de esta tesis considera que se refieren a las marcas nacionales Maqueño y Shamuna.

Maqueño con sus diseños de frases y elementos representativos del país entre los cuales se encuentran frases características de la sal quiteña y elementos representativos tales como:

¿Utilizaría usted una prenda con características de la cultura Quiteña?

Ilustración 18. Encuesta, pregunta 11.

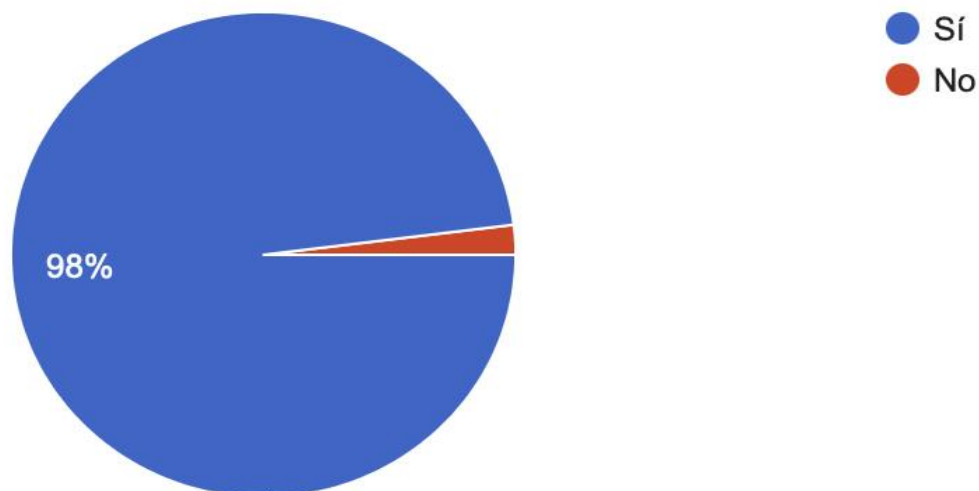


El 78,2% de la población encuestada si usaría una prenda con características de la cultura Quiteña, esta información es considerada muy importante por el autor de esta tesis, ya que anticipa un grado de aceptación alto a la propuesta del autor.

Lo ideal sería llegar al 100% de aceptación para trabajar en conjunto en la identidad cultural de la ciudad.

¿Considera usted importante el diseño al momento de elegir una prenda?

Ilustración 19. Encuesta, pregunta 12.



El 98% de la población encuestada considera que el diseño de una prenda es importante, siendo este dato uno de los más representativos ya que demuestra la importancia del diseño en todas las etapas de la vida, al ser un proceso de creación visual con el propósito de comunicar un mensaje específico; este no debe ser sólo estético sino que debe ser funcional, en este caso lo que el autor de la tesis quiere comunicar es la identidad cultural de Quito y la función que debe cumplir dicho diseño es contribuir a la apropiación cultural de la ciudad.

Durante la realización de las encuestas, la autora de esta tesis compartió tiempo con personas, habitantes de Quito que son parte de la cotidianidad de la ciudad, tales como vendedores ambulantes, limpia parabrisas, trabajadores del sector; con quienes pudo mantener una conversación que arrojó información que esta autora considera importante, por ejemplo; cómo afecta la falta de empatía de los habitantes para con estas personas, no existe un ambiente de igualdad y equidad, hay que trabajar en este punto ya que una de las características principales de los quiteños es la hospitalidad para con los visitantes, si bien es cierto que estas personas no son visitantes, pero se han convertido en parte de la población quiteña y es necesario vivir y convivir en armonía para juntos contribuir a la apropiación de la identidad cultural de la ciudad.

Los colores que se logró identificar como característicos del sector analizado son: escala de grises, gama de colores cálidos, gama de colores fríos, verde, azul y rojo.

2.2 Resultado de las entrevistas

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Prefiero no decir mi nombre, ya sabe por temor, uno no sabe en qué le pueden meter a uno, soy venezolano

E: ¿Cuántos años tiene?

19 años.

E: ¿A qué se dedica?

Aquí es duro conseguir trabajo, hago de todo, en lo que pueda, ahorita estoy limpiando parabrisas aquí en esta esquina, no se gana mucho, pero por lo menos para pan para mí y mis hermanas.

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

Llegamos en el 2017.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

No ha sido fácil, la gente aquí nos ve como delincuentes, y no solo la gente sino también la policía, siempre nos persiguen, nos revisan todo el tiempo, nos tratan como delincuentes siempre.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

No, a veces cuando el día va bien podemos pagar una habitación en un hostel, sino tenemos que dormir en algún parque, siempre con miedo porque también somos humanos y también corremos peligro.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que no nos juzguen, no todos los extranjeros somos delincuentes, algunos solo queremos trabajar, vinimos a su país en busca de una mejor vida, no queremos hacer daño a nadie, queremos contribuir a mejorar el país, para algunos de nosotros Ecuador nos salvó, lo llevamos en el corazón y amamos a Ecuador tanto como a Venezuela.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Juliet, Venezolana

E: ¿Cuántos años tiene?

29 años.

E: ¿A qué se dedica?

Soy mesera

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

3 años.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Bien.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Sí.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que así como aprecian tanto su cultura y sus costumbres; se abran a conocer a muchos extranjeros que no por ser distinto somos malos.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Carlos, ecuatoriano

E: ¿Cuántos años tiene?

34 años.

E: ¿A qué se dedica?

Diseñador gráfico

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

Toda mi vida.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Bien.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Sí.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que sean más abiertos de pensamiento.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Harold, venezolano

E: ¿Cuántos años tiene?

22 años.

E: ¿A qué se dedica?

Vendedor ambulante, limpia parabrisas

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

4 años.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Ha sido duro, no he encontrado un trabajo fijo y con lo que se gana de vendedor ambulante y limpia parabrisas a veces no alcanza ni para la comida.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

No, antes vivíamos en una casa, éramos como 40, pero había mucho problema.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que se den la oportunidad de convivir con los extranjeros, que vinimos por necesidad, no queremos hacer daño.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Sugehy, venezolana

E: ¿Cuántos años tiene?

41 años.

E: ¿A qué se dedica?

Cajera

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

1 año.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Me he sentido bien.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Sí, en un minidepartamento.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que todos somos seres humanos, y que todos buscamos sobrevivir.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Whuendis, venezolana

E: ¿Cuántos años tiene?

25 años.

E: ¿A qué se dedica?

Ama de casa

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

5 años.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Bien.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Sí.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que valoren más el país que tienen y no destruyan lo que han logrado en tantos años.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Jessica, venezolana

E: ¿Cuántos años tiene?

24 años.

E: ¿A qué se dedica?

Cajera

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

4 años.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Me he sentido bien.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Sí, arriendo un departamento

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Que sigamos adelante porque todos somos latinoamericanos así seamos de diferente nacionalidad.

E: ¿Cuál es su nombre y cuál es su nacionalidad?

Ricardo Camargo, venezolano

E: ¿Cuántos años tiene?

33 años.

E: ¿A qué se dedica?

Soy informático de profesión, publicista de oficio.

E: ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en Quito?

4 años.

E: ¿Durante ese tiempo cómo se ha sentido viviendo en Quito?

Quito es una ciudad maravillosa con un excelente clima y me he sentido muy bien viviendo aquí.

E: ¿Tiene un lugar donde vivir?

Actualmente vivo residenciado.

E: ¿Qué te gustaría decirles a los quiteños?

Muchas gracias por abrirnos sus brazos tratarnos y acogernos como un quiteño más.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

3.1. Título

Análisis morfológico del paisaje Urbano de la ciudad de Quito para el desarrollo de patrones visuales y su aplicación en prendas de vestir.

3.2. Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta toma como punto de partida el paisaje urbano de la ciudad de Quito, tomando en cuenta los indicadores obtenidos en la etapa de investigación para el desarrollo de patrones visuales a través del diseño bidimensional, aplicando el sistema de modulación y fusionando varias técnicas de las teorías de (Wong, 1991) entre las cuales están: repetición de módulos, interrelación de formas, repetición y reflexión, estructuras, retícula básica y sus variaciones; para ser aplicados en prendas de vestir con el fin de fomentar la apropiación cultural en los habitantes de la ciudad; dejando en claro la importancia que tiene el paisaje urbano en la apropiación cultural de la ciudad y en el desarrollo de la misma. Para la obtención de la propuesta aplicamos el siguiente proceso:

3.2.1 Etapa 1 investigación.

Esta etapa nos permitirá recopilar información acerca del paisaje urbano de Quito y sus características entre las cuales tenemos: impacto, cromática, ubicación y riqueza cultural.

3.2.2 Etapa 2 selección de sectores (Google Earth).

Esta etapa se realizará una vez que se haya recopilado toda la información necesaria. Se hará un recorrido virtual por Google Earth y se procederá a tomar capturas de pantalla de los sectores que contengan elementos que componen el paisaje urbano de la ciudad tales como: edificios, parques, redondeles, formas entre otras.

3.2.3 Etapa 3 análisis morfológico simplificación.

Una vez que se hayan tomado las capturas de pantalla necesarias, se procederá a hacer una selección de las mismas en las que se basará la construcción

de los patrones, una vez elegidas, se procede a hacer un análisis de formas representativos en cada foto.

3.2.4 Etapa 4 abstracción de elementos.

Esta etapa se la realizará una vez que se haya seleccionado las formas. Se partirá de una retícula o malla de construcción basada en la ley de bipartición con el fin de que exista equilibrio en el módulo. Es decir, se abstraerán los signos morfológicos más representativos de cada elemento seleccionado.

3.2.5 Etapa 5 análisis de la cromática.

Esta etapa se tomará como herramienta los resultados de la investigación para la extracción de la gama cromática que representará a cada elemento, además se analizará la relación cromática - psicología del color. Se considera importante colocar el código en CMYK de cada color para evitar cualquier cambio que pueda existir al momento de la producción de las prendas de vestir.

3.2.6 Etapa 6 construcción de módulos y súper módulos.

Una vez extraídos los símbolos morfológicos más representativos de cada elemento, se procede a generar módulos cuya construcción se basará en una estructura que contribuya al diseño y construcción de motivos (súper módulos) a partir de la repetición de módulos. Se tomará como referencia los estudios de (Wong, 1991) en cuanto a los fundamentos del diseño.

3.2.7 Etapa 7 desarrollo de patrones.

Una vez generados los módulos y súper módulos se procede a construir los patrones visuales implementando las teorías de Wucius Wong.

3.2.8 Etapa 8 aplicativos.

Una vez generados los patrones visuales, se procede a aplicar sobre diferentes soportes textiles para lo cual utilizaremos mockups. Cada elemento vendrá acompañado de su respectiva ficha técnica, en donde se explicará las especificaciones que se deberán tomar en cuenta al momento de la producción.

3.3. Resultados

3.3.1 Línea: Green Tree.

Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque del arbolito, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.1.1 Captura de pantalla.

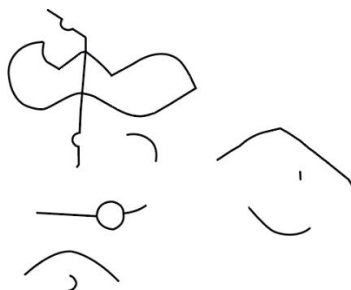
Ilustración 20. Vista aérea del parque del arbolito.



Nota: Se eligió este sector debido a la riqueza de formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2022).

3.3.1.2 Análisis morfológico simplificación

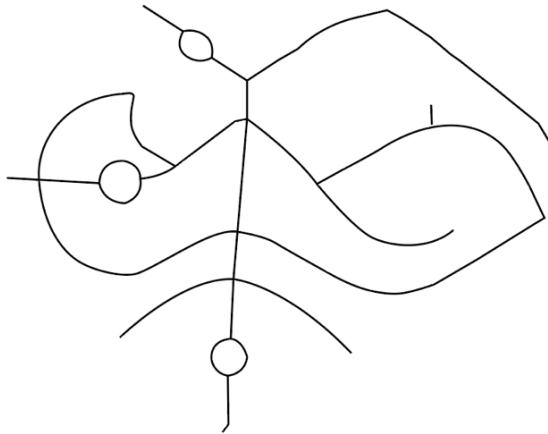
Ilustración 21. Simplificación de formas del parque del arbolito,



Nota: se puede observar elementos que ayudarán al desarrollo de patrones.

3.3.1.3 Abstracción de elementos.

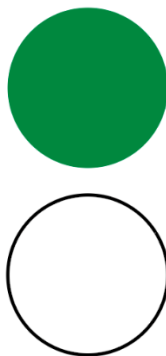
Ilustración 22. Abstracción de elementos del parque del arbolito.



Nota: Se eligió el conjunto de elementos a usarse para la construcción de patrones.

3.3.1.4 Análisis de la cromática.

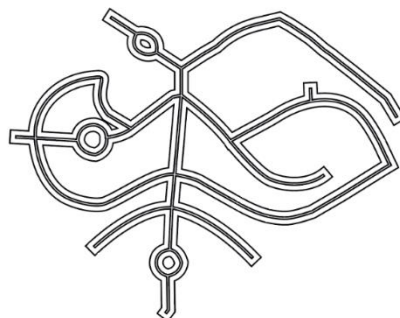
Ilustración 23. Cromática elegida para el sector del arbolito.



Nota: Se eligió los colores verde y blanco como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Verde: #00873E Blanco: #FFFFFF

3.3.1.5 Construcción de módulos y súper módulos.

Ilustración 24. Módulo del parque del arbolito.



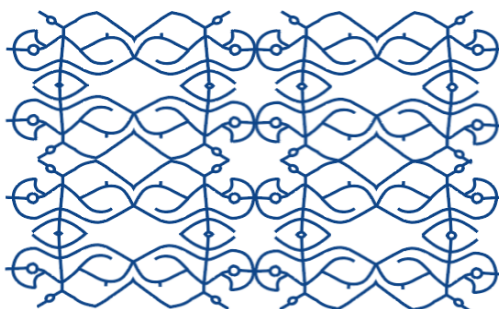
Nota: Se eligió el conjunto de elementos a usarse para la construcción de patrones

Ilustración 25. Súper módulo del parque del arbolito.



3.3.1.6 Desarrollo de patrones.

Ilustración 26. Patrón obtenido, parque del arbolito.



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir

3.3.1.7 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 27: Diseño final y aplicación.



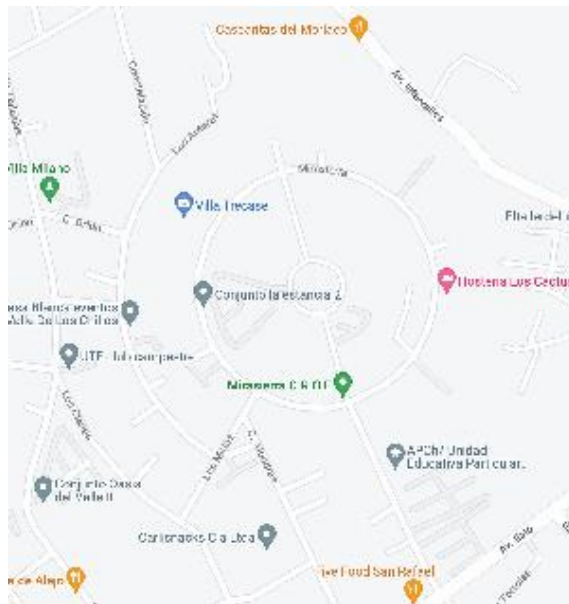
Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida.

3.3.2 Línea Chillos.

Este diseño está inspirado en la vista aérea del redondel del valle de los Chillos, cerca de la Av. Intervalles y Mirasierra; la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.2.1 Captura de pantalla.

Ilustración 28: Vista aérea del redondel cerca a la Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google maps, 2021)

3.3.2.2 Análisis morfológico, simplificación.

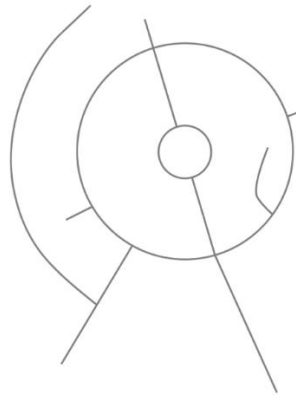
Ilustración 29: Simplificación de formas del redondel Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones

3.3.2.3 Abstracción de elementos.

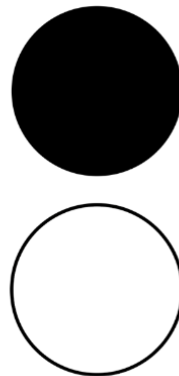
Ilustración 30: Abstracción de elementos del redondel Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones.

3.3.2.4 Análisis de la cromática.

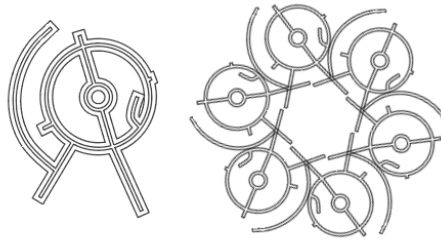
Ilustración 31: Cromática elegida para el redondel Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se eligió los colores negro y blanco como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Verde: #000000 Blanco: #FFFFFF

3.3.2.5 Construcción De módulos y súper módulos.

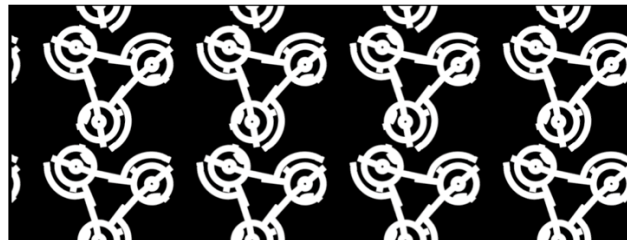
Ilustración 32: Módulos y súper módulos del redondel Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones

3.3.2.6 Desarrollo de patrones.

Ilustración 33: Patrones, Av. Intervalles y Mirasierra.



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir.

3.3.2.7 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 34: Diseño final y aplicación.



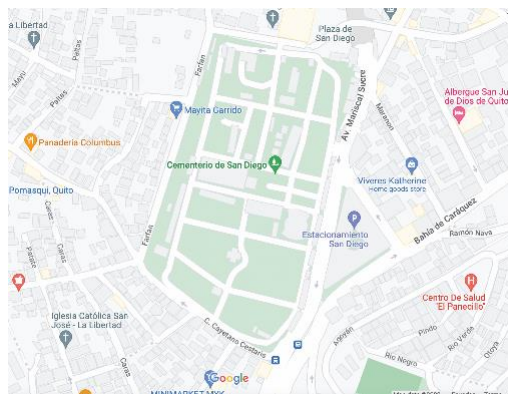
Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida

3.3.3 Línea Alive.

Este diseño está inspirado en la vista aérea del cementerio San Diego, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.3.1 Captura de pantalla.

Ilustración 35: Vista aérea del cementerio San Diego.



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2020)

3.3.3.2 Análisis morfológico, simplificación.

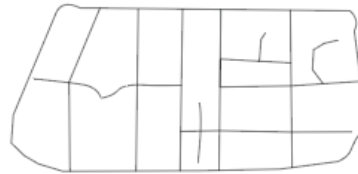
Ilustración 36, simplificación de formas, cementerio San Diego



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.3.3 Abstracción de elementos.

Ilustración 37: Abstracción de elementos, cementerio San Diego.



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones

3.3.3.4 Análisis de la cromática.

Ilustración 38: Cromática elegida para el cementerio San Diego.



Nota: Se eligió los colores amarillo, azul y rojo como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Amarillo: # FFED00 Azul: # 00468D Rojo: # E30613

3.3.3.5 Construcción de módulos y súper módulos.

Ilustración 39: Módulos y súper módulos, cementerio San Diego.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones

3.3.3.6 Desarrollo de patrones.

Ilustración 40: Patrones desarrollados, cementerio San Diego



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir.

3.3.3.7 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 41: Diseño final, aplicación, cementerio San Diego.

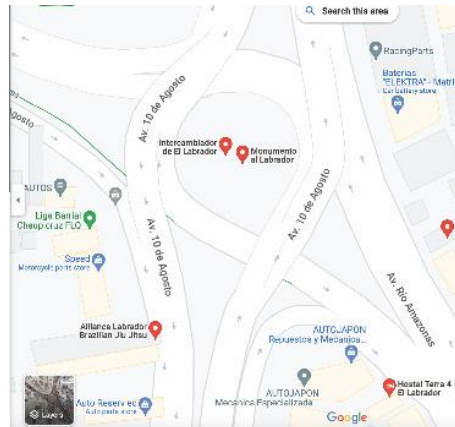


Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía

3.3.4 Línea Labrador. Este diseño está inspirado en la vista aérea del redondel del Labrador, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.4.5 Captura de pantalla.

Ilustración 42: Vista aérea Labrador



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2019)

3.3.4.6 Análisis morfológico, simplificación.

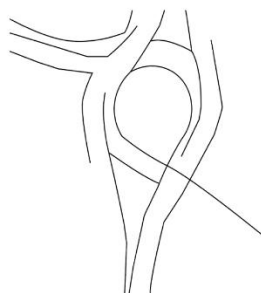
Ilustración 43: Simplificación Labrador



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.4.7 Abstracción de elementos.

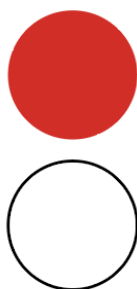
Ilustración 44: Abstracción de elementos, Labrador



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones

3.3.4.8 Análisis de la cromática.

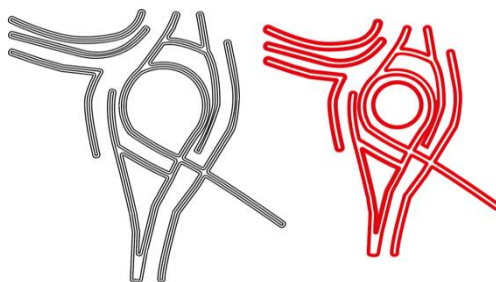
Ilustración 45: Cromática elegida para el sector Labrador.



Nota: Se eligió los colores rojo y blanco como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Rojo: # E30613 Blanco: #FFFFFF

3.3.4.9 Construcción de módulos y supermódulos.

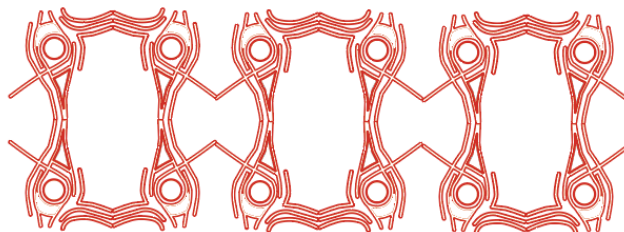
Ilustración 46: Módulos y súper módulos, Labrador.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.4.10 Desarrollo de patrones.

Ilustración 47: Patrones desarrollados, Labrador



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir

3.3.4.11 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 48: Diseño final y aplicación, Labrador



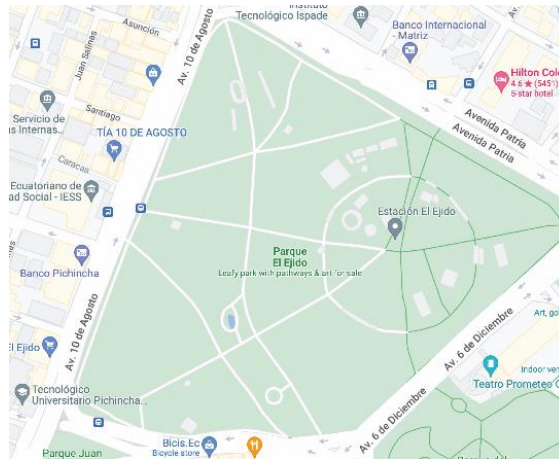
Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía.

3.3.5 Línea El Ejido.

Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque El Ejido, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.5.5 Captura de pantalla.

Ilustración 49: Vista aérea parque El Ejido



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2020)

3.3.5.6 Análisis morfológico, simplificación.

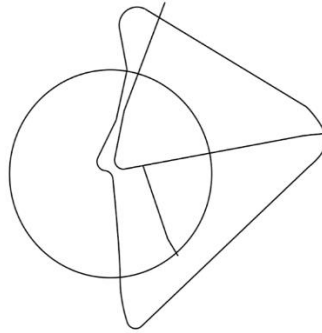
Ilustración 50: Simplificación de formas, parque El Ejido



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.5.7 Abstracción de elementos.

Ilustración 51: Abstracción de elementos, parque El Ejido



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones.

3.3.5.8 Análisis de la cromática.

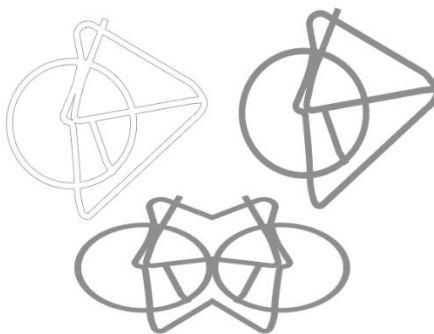
Ilustración 52: Cromática elegida, El Ejido



Nota: Se eligió los colores negro y gris como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Negro: #000000 Gris: #8D8E8D

3.3.5.8 Construcción de módulos y supermódulos.

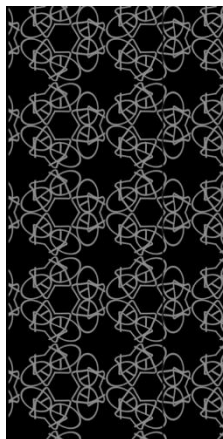
Ilustración 53: Módulos y súper módulos, El Ejido



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones

3.3.5.9 Desarrollo de patrones.

Ilustración 54: Patrones desarrollados, El Ejido



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir.

3.3.5.10 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 55: Diseño final y aplicación, El Ejido



Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía.

3.3.6 Línea La Santa. Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque Gral. Julio Andrade sector Santa Clara, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.6.5 Captura de pantalla.

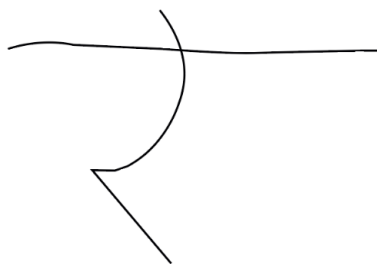
Ilustración 56: Vista aérea del parque Santa Clara



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2021)

3.3.6.6 Análisis morfológico, simplificación.

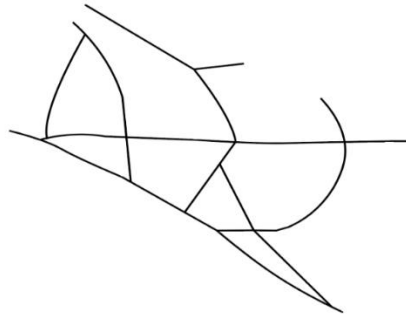
Ilustración 57: Simplificación de formas, Parque Santa Clara



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.6.7 Abstracción de elementos.

Ilustración 58: Abstracción de formas, Parque Santa Clara.



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones.

3.3.6.8 Análisis de la cromática.

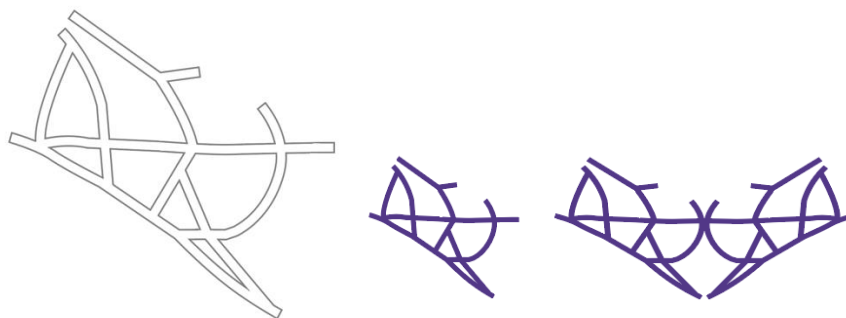
Ilustración 59: Cromática sector Santa Clara



Nota: Se eligió los colores blanco y morado como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. Morado: #57358C Blanco: # FFFF

3.3.6.8 Construcción de módulos y supermódulos.

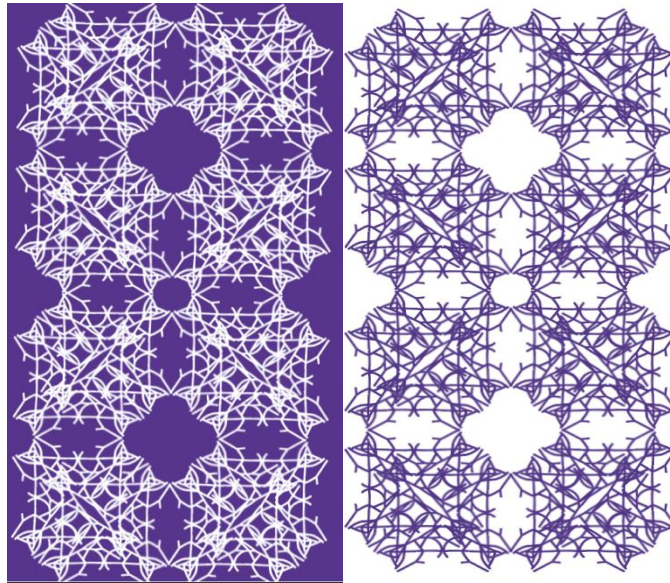
Ilustración 60: Módulos, sector Parque Santa Clara.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.6.9 Desarrollo de patrones.

Ilustración 61: Patrones, sector Santa Clara



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir.

3.3.6.10 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 62: Diseño final, aplicado en las prendas de vestir



Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía.

3.3.7 Línea Carola.

3.3.8 Este diseño está inspirado en la vista aérea del parque La Carolina sector Ñaquito, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.8.5 Captura de pantalla

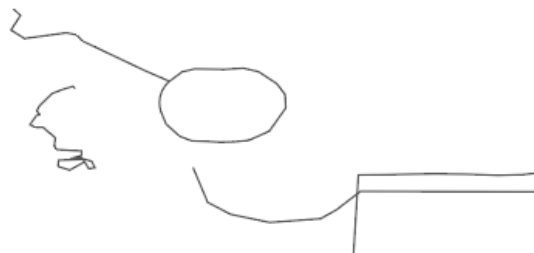
Ilustración 63: Vista aérea parque la Carolina



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2022)

3.3.8.6 Análisis morfológico, simplificación.

Ilustración 64: Simplificación de formas, parque la Carolina



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.8.7 Abstracción de Elementos.

Ilustración 65: Abstracción de formas, parque La Carolina



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones

3.3.8.8 Análisis de la cromática.

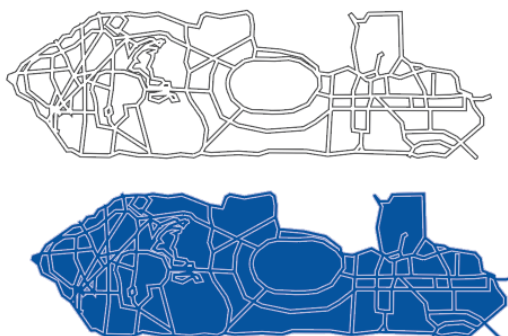
Ilustración 66: Cromática, parque la carolina



Nota: Se eligió los colores blanco y azul como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones. AZUL: # 0056A4 BLANCO: #FFFFFF

3.3.8.9 Construcción de módulos y supermódulos

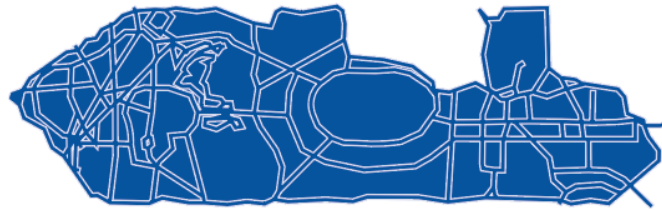
Ilustración 67: Módulos y súper módulos, parque la Carolina.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.8.10 Desarrollo de patrones

Ilustración 68: Patrones, Parque la Carolina



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir

3.3.8.11 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 69: Diseño final, aplicado a prendas de vestir.



Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía.

3.3.9 Línea Half W.

Este diseño está inspirado en la vista aérea de la mitad del Mundo, la abstracción de formas de esta área junto con la elección del color hace de este diseño una pieza única.

3.3.9.5 Captura de pantalla.

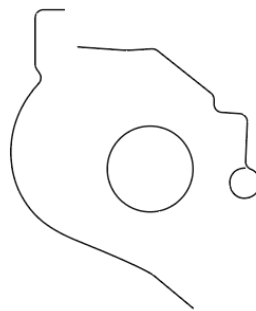
Ilustración 70: Vista aérea Redondel Mitad del Mundo



Nota: Se eligió este sector debido a las formas que se encontró durante la observación a través de (Google Maps, 2022)

3.3.9.6 Análisis morfológico, simplificación.

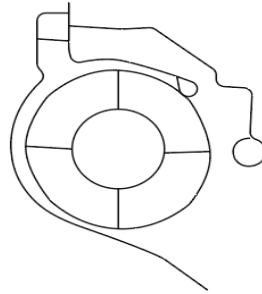
Ilustración 71: Simplificación de formas, Redondel Mitad del Mundo.



Nota: Se eligió los elementos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.9.7 Abstracción de elementos.

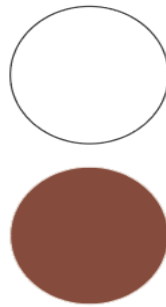
Ilustración 72: Abstracción de formas, Redondel Mitad del Mundo.



Nota: Se seleccionó el conjunto de elementos a usarse para la construcción de los patrones.

3.3.8.8 Análisis de la cromática.

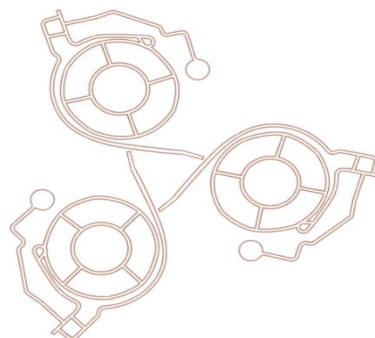
Ilustración 73: Cromática Redondel Mitad del mundo.



Nota: Se eligió los colores blanco y café como la cromática a usarse en el desarrollo de los patrones: Blanco: #FFFFFFF Café: # 8E4838

3.3.9.8 Construcción de módulos y supermódulos

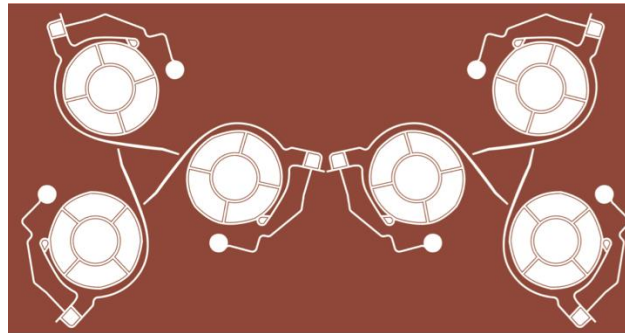
Ilustración 74: Módulos y súper módulos, Redondel Mitad del mundo.



Nota: Se construyó módulos y súper módulos que ayudarán al desarrollo de los patrones.

3.3.9.9 Desarrollo de Patrones.

Ilustración 75: Patrones visuales, Redondel Mitad del Mundo



Nota: Se desarrolló los patrones que se aplicarán en las prendas de vestir.

3.3.9.10 Aplicativos (Mockup).

Ilustración 76: Diseño final aplicado en prendas de vestir.



Nota: Este es el diseño final en el que se puede apreciar los patrones creados y la cromática elegida fusionándose en armonía.

CONCLUSIONES

Se concluye que no existe información acerca de análisis morfológico desde el diseño gráfico, sin embargo, la Morfología General de Zwicky permite identificar y comprender las interrelaciones y los patrones entre los elementos del sistema, que se pudo aplicar en este proyecto.

Se concluye que la mayoría de personas entre 20 y 34 años de la ciudad de Quito es consciente del poder de apropiación cultural que tienen como ciudadanos hacia el paisaje urbano de la ciudad.

Se concluye que el paisaje urbano de la ciudad de Quito es rico en elementos visuales que contribuyen a la apropiación cultural del mismo en la implementación en prendas de vestir.

RECOMENDACIONES

Se recomienda buscar inversionistas que permitan la aplicación de este proyecto.

Se recomienda ampliar el estudio del presente proyecto a otras ciudades para aportar a la apropiación cultural del paisaje urbano del país.

Se recomienda promover la iniciativa de realizar un análisis morfológico de los elementos visuales que forman parte del paisaje urbano para aplicar en todo tipo de industria y no solamente en el diseño gráfico.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen, M. (2013). *Morphological Creativity: How To Unleash The Miracle Of Your Hidden Brainpower*. Prentice Hall.
- Aragonez Afonso Bicho, T. M. (2015). *La marca como instrumento de posicionamiento de las ciudades*. Recuperado el 16 de Agosto de 2022, de Universidad Rey Juan Carlos: <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/13225/Tese%20-%20Teresa%20Aragonez%20ES%2026%20out%202014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arquitectura Pura. (2021). *La planificación urbana o planeamiento urbanístico*. Recuperado el diciembre 3, 2022, de <https://www.arquitecturapura.com/urbanismo/planificacion-urbana-4180/>
- Ayala, E. (2017). La ciudad como espacio habitado y fuente de socialización. *Ánfora*, 189-216. Recuperado el 14 de mayo de 2022, de <https://publicaciones.autonoma.edu.co/index.php/anfora/article/view/170>
- Bakhtawer, S. (2015). Role of inspiration in creating textile design. *Journal of Engineering Research and Applications*. Recuperado el 14 de Enero de 2023, de Role of inspiration in creating textile design: https://www.ijera.com/papers/Vol5_issue5/Part%20-%202/A505020107.pdf
- Bazaar. (2015, Octubre 14). *La noche que Egipto conquistó París*. Recuperado el Octubre 14, 2023, de <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a213379/christian-dior-alta-costura-john-galliano-egipto/>
- Bazaar. (09 de Mayo de 2016). *Moda y apropiación cultural: una historia cronológica*. Recuperado el 22 de Octubre de 2023, de <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/g250889/moda-y-apropiacion-cultural-una-historia-cronologica/?slide=4>
- Bazaar. (06 de Junio de 2019). *Carolina Herrera New York presenta su colección Resort 2020, inspirada en unas alegres y coloridas vacaciones*. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de <https://www.harpersbazaar.com/es/pasarelas/moda-pasarelas-crucero-2020/g27788081/carolina-herrera-new-york-resort-2020/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson Educación.
- Briceño, M. (2018). Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana. *Revista de Arquitectura*, 10-19. Recuperado el 28 de julio de 2022, de <https://revistadearquitectura.ucatolica.edu.co/article/view/1562>

- Brydges, T., & Hracs, B. (2018). Consuming Canada: How fashion firms leverage the landscape to create and communicate brand identities, distinction and values. *Geoforum*, 108-118. Recuperado el 13 de Julio de 2022, de Consuming Canada: How fashion firms leverage the landscape to create and communicate brand identities, distinction and values: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016718518300289?via%3Dihub>
- Cambón, E. (2009). Paisajes Culturales como Patrimonio: Criterios para su Identificación y Evaluación. *Arquitectura y Urbanismo*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de Paisajes Culturales como Patrimonio: Criterios para su Identificación y Evaluación.: <https://rau.cujae.edu.cu/index.php/revistaau/article/view/79>
- Campos, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*. Recuperado el 14 de noviembre de 2022, de Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6692290>
- Cepeda, J. (2018). Una Aproximación al Concepto de Identidad Cultural a Partir de Experiencias: El Patrimonio y la Educación. *Tabanque, revista pedagógica*. Recuperado el 9 de Noviembre de 2023, de Una Aproximación al Concepto de Identidad Cultural a Partir de Experiencias: El Patrimonio y la Educación: <https://revistas.uva.es/index.php/tabanque/article/view/2092>
- Chavan, R. (2018). *Analysis of Fashion Industry Business Environment*. Recuperado el 18 de Agosto de 2022, de Latest Trends in Textile and Fashion Designing: <https://lupinepublishers.com/fashion-technology-textile-engineering/pdf/LTTFD.MS.ID.000144.pdf>
- Chiriboga, M. (2009). *Quito, Identidad, Innovación y Competitividad*. Quito: Ediciones Continente.
- Čiarnienė, R., & Vienažindienė, M. (2014). Procedia-Ciencias Sociales y del Comportamiento. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 63-68. Recuperado el 18 de Agosto de 2022, de Management of Contemporary Fashion Industry: Characteristics and Challenges: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814059400>
- Díez Bedmar, M. (2018). Paisajes culturales urbanos con perspectiva de género. *Unes: Universidad, escuela y sociedad*, 60-77. Recuperado el 28 de julio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7141683>
- Echezuria, C. (2008). *Memorias de una Transición*. Quito: Innovar Uio.
- Eckert, C. (2006). Sources of Inspiration: A Language of Design. *International journal of clothing science and technology*, 278-293. Recuperado el 12 de Diciembre

de 2023, de The creative role of sources of inspiration in clothing design: https://www.researchgate.net/publication/42799114_Sources_of_Inspiration_A_Language_of_Design

- Ecuador, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2019). *Diversidad de actividades para celebrar el Día Nacional del Patrimonio Cultural*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/diversidad-de-actividades-para-celebrar-el-dia-nacional-del-patrimonio-cultural/>
- Escobar, T. (2017). *La Transformación del Sistema de la Moda en Ecuador*. Recuperado el 21 de Octubre de 2023, de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2062/2/La%20transfor%20maci%C3%B3n%20de%20la%20moda.pdf>
- Estrella Guamán, A. (2017). *Identidad en construcción, formas y texturas en movimiento*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de Universidad San Francisco de Quito: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6706/1/132194.pdf>
- Fernández Gasalla, G., Friedmann, R., & Leva, G. (2020). *Gobierno de la ciudad. Marketing de ciudades, identidad e internacionalización en tiempos de complejidad e incertidumbre*. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado el 28 de julio de 2023, de https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2344/Gobierno_de_%20la_ciudad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Google Maps. (2019). *El Labrador*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://www.google.com/maps/search/labrador/@-0.1570032,-78.4858294,19z?entry=ttu>
- Google Maps. (2020). *El Ejido*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Parque+El+Ejido/@-0.2094142,-78.4993791,17.75z/data=!4m15!1m8!3m7!1s0x91d59a3d550b7be3:0xb172b289a3b0d6b2!2sEl+Ejido,+Quito!3b1!8m2!3d-0.2119176!4d-78.4993452!16s%2Fg%2F1tgjmc11!3m5!1s0x91d59a3d7c9b519b:0xa3a3acdde6a3a01c>
- Google Maps. (2020). *San Diego*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Cementerio+de+San+Diego/@-0.2253427,-78.5232928,18.75z/data=!4m14!1m7!3m6!1s0x91d59978c2157ee9:0xd36f99e0a3a111f9!2sCementerio+de+San+Diego!8m2!3d-0.2254359!4d-78.5224252!16s%2Fg%2F11bwdwzvd8!3m5!1s0x91d59978c2157ee9:0xd3>
- Google maps. (2021). *Intervalles y Mirasierra*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de https://www.google.com/maps/place/Mirasierra,+Quito/@-0.2847759,-78.448608,17z/data=!4m6!3m5!1s0x91d597db824e3a81:0x91ceb4c33b87bbfa!8m2!3d-0.2864979!4d-78.44584!16s%2Fg%2F11hctkyhj_?entry=ttu

- Google Maps. (2021). *Santa Clara*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Parque+Gral.+Julio+Andrade/@-0.2018198,-78.4956519,17z/data=!4m7!3m6!1s0x91d59a6acaf4776b:0x636b241afe8d2903!4b1!8m2!3d-0.2013301!4d-78.4965417!16s%2Fg%2F11bvtfpnzs?entry=ttu>
- Google Maps. (2022). *Parque el Arbolito*. Recuperado el Diciembre 12, 2022, de <https://www.google.com/maps/search/parque+el+arbolito/@-0.2112222,-78.4975596,18.5z?entry=ttu>
- Google Maps. (2022). *Parque La Carolina*. Recuperado el Diciembre 12, 2022, de https://www.google.com/maps/place/Parque+La+Carolina/@-0.181672,-78.4864293,17z/data=!4m14!1m7!3m6!1s0x91d59a87ac56537d:0x56b246bdb3f6ad13!2sParque+La+Carolina!8m2!3d-0.1841235!4d-78.4846376!16s%2Fm%2F0cmc_hp!3m5!1s0x91d59a87ac56537d:0x56b246bdb3f6ad13!8m
- Google Maps. (2022). *Redondel Mitad del Mundo*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Mitad+del+Mundo/@-0.0021387,-78.4583386,17z/data=!4m14!1m7!3m6!1s0x91d5881ef89bad91:0xb2e1699b00a1a9b8!2sMitad+del+Mundo!8m2!3d-0.0021441!4d-78.4557637!16zL20vMDVzM2tu!3m5!1s0x91d5881ef89bad91:0xb2e1699b00a1a9b8!8m2!3d-0.>
- Holt, D. B. (2010). Brands and Branding. *Cultural Strategy Group*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2022, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48834089/brands_and_branding_csg-libre.pdf?1473868865=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBrands_and_Branding.pdf&Expires=1706119197&Signature=Xrd63rtGzBaqZupQYt4C
- Hospers, G.-J. (2019). Overtourism in European Cities: From Challenges to Coping Strategies. *CESifo Forum*. Recuperado el 16 de Abril de 2022, de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/216242/1/CESifo-Forum-2019-03-p20-24.pdf>
- Hurtado, J. (2012). *Metología de la Investigación*. Bogotá: CieaSypal.
- Innovaforum. Creativitat i Innovación. (2022). *Análisis Morfológico*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://www.innovaforum.com/tecnicas-de-creatividad/analisis-morfologico/>
- Jiménez Acosta, D. A., Jiménez Acosta, J. C., & Pedraza Baquero, A. L. (2017). *El City Marketing una herramienta de gestión para las marcas ciudad, caso marca Bogotá*. Recuperado el 18 de Abril de 2022, de Universidad Cooperativa de Colombia: de <https://repository.ucc.edu.co/items/1304ba3a-dad9-476e-8735-e0fcded66ca7>

- Kandinsky, W. (1989). *De lo Espiritual en el Arte*. Puebla: Premia S. A.
- Kaymaz, I. (2013). Urban Landscapes and Identity. En M. Ozyavuz, *Advances in landscape Architecture*. InTech. Recuperado el 28 de julio de 2022, de Urban Landscapes and Identity: <https://www.intechopen.com/chapters/45403>
- Keshtkaran, R. (Febrero de 2019). Urban landscape: A review of key concepts and main purposes. *International Journal of Development and Sustainability*, 141-168. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/334683641_Urban_landscape_A_review_of_key_concepts_and_main_purposes
- LA Network. (2020). *La Conversa: Hablemos de Resiliencia Urbana*. Recuperado el 28 de julio de 2022, de https://resilientcitiesnetwork.org/downloadable_resources/UR/LA-Conversa-Urban-Resilience.pdf
- Lee, S. (2019). *Cultural Appropriation in Contemporary Fashion*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2022, de Archives of Design Research: <http://aodr.org/xml/19714/19714.pdf>
- Lindholm, G. (12 de Septiembre de 2019). *Land and Landscape; Linking Use, Experience and Property Development in Urban Areas*. Recuperado el 28 de julio de 2022, de <https://www.mdpi.com/2073-445X/8/9/137>
- Martínez Urbina, N. (2019). *Análisis del entorno de la industria de la moda en el ámbito textil en Ecuador*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de Escuela Politécnica Nacional: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/20433/1/CD%209915.pdf>
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-83. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020258>
- Muñoz Adánez, A. (2006). *Métodos creativos para organizaciones*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ortega Burgos, E. (24 de Marzo de 2022). *Apropiación cultural Ecuatoriana*. Recuperado el 22 de Octubre de 2023, de Fashion Luxury and Retail: <https://enriqueortegaburgos.com/apropiacion-cultural-ecuatoriana/>
- Pértile, V., & Manoiloff, R. (2016). La Ciudad / Elemento espacial. *Revista Geográfica Digital*, 1-11. Recuperado el 28 de julio de 2023, de <https://studylib.es/doc/8346051/la-ciudad---elemento-espacial-city---spatial-element-i>
- Pozzo, B. (2020). Fashion between Inspiration and Appropriation. *Laws*. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de <https://doi.org/10.3390/laws9010005>

- Real Academia Española. (30 de Mayo de 2023). *Paisaje*. Recuperado el 21 de febrero de 2023, de Diccionario esencial de la lengua española: <https://www.rae.es/desen/paisaje>
- Romero, D. (2017). *Creación de marca y campaña publicitaria para NAT*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2022, de Universidad San Francisco de Quito: <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7007>
- Sánchez, L. M., & Woolfson, O. (2016). Centro histórico de Quito: aportes para reflexionar sobre la preservación de las casas patio desde el estado de concientización usuaria. *Contexto*, 29-38. Recuperado el 26 de Noviembre de 2023, de Centro Histórico de Quito: aportes para reflexionar sobre la preservación de las casas patio desde el estado de concientización usuaria: <https://contexto.uanl.mx/index.php/contexto/article/view/50/46>
- Sandoval Guerrero, L. K. (2022). Patrimonio Cultural una alternativa para la dinamización de la economía: estudio de caso Ecuador. *Revista de Investigación Sigma*, 73-84. Recuperado el 18 de Noviembre de 2023, de Patrimonio Cultural una alternativa para la dinamización de la economía: estudio de caso Ecuador: <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6aac6701-d290-499e-b9f0-35c45897b118/content>
- Silva, A. (2008). *Los imaginarios nos hablan*. Quito: Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57631.pdf>
- Sosa, R. (2017). Quito, potencia turística cultural - natural. *International journal of scientific management and tourism*, 513-536. Recuperado el 14 de mayo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975080>
- Urrieta, L., & Noblit, G. (2018). *Cultural Constructions of Identity: Meta-Ethnography and Theory*. New York: Oxford University Press.
- Vélez Alonso, F. (2019). *La construcción de la identidad cultural en el currículum de ciencias sociales: un estudio de caso en un IES de Algeciras*. Recuperado el 28 de julio de 2023, de Universidad de Cádiz: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=255544>
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del Diseño Bi-Tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.,.
- Zárate Martín, M. A. (30 de Diciembre de 2016). Paisajes culturales urbanos, oportunidad para la conservación del patrimonio y el turismo sostenible. *Estudios geográficos*. doi:<https://doi.org/10.3989/estgeogr.201624>