

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE PUBLICIDAD



TEMA:

**“CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA COMO RECURSO ESTÉTICO DE LA CULTURA
DEL MOTOCICLISMO”**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciado en Publicidad

AUTOR:

Cristian Andrés Revelo Vásquez

DIRECTOR:

Msc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara

Ibarra, 2024



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega de presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004384788		
APELLIDOS Y NOMBRES:	REVELO VASQUEZ CRISTIAN ANDRES		
DIRECCIÓN:	NAZACOTA PUENTO Y JACINTO COLLAGUAZO		
EMAIL:	carevelo99@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062643570	TELF. MOVIL	0996511725

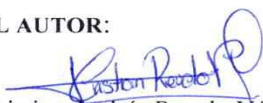
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Construcción simbólica como recurso estético de la cultura del motociclismo
AUTOR (ES):	Cristian Andrés Revelo Vásquez
FECHA: AAAAMMDD	15 de febrero de 2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Gandhi Godoy Guevara

2. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra, objeto de la presente autorización es original y se ha desarrollado sin violar los derechos de autor de terceros; por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 19 de febrero 2024.

EL AUTOR:


Cristian Andrés Revelo Vásquez


CERTIFICACION DEL DIRECTOR

Ibarra, 15 días del mes de febrero de 2024

MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.


MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara
C.C.: 100252857-6

APROBACION DEL TRIBUNAL

El Tribunal Examinador del trabajo de titulación “**Construcción simbólica como recurso estético de la cultura del motociclismo**” elaborado por **Cristian Andrés Revelo Vásquez**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Publicidad**, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f):.....
Msc. José Revelo Ruíz
C.C.: 100207217-9

(f):.....
MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara
C.C.: 100252857-6

(f):.....
Msc. David Ortiz Dávila
C.C.: 171691307-2

DEDICATORIA

Agradezco primeramente a Dios por darme la oportunidad de estar aquí y hoy poder dedicar este Proyecto de Investigación a mi madre, quien ha sido siempre una fuente constante de inspiración y sabiduría con lo cual me ha enseñado a mantener la fortaleza y perseverancia necesaria para recordarme cada día debo esforzarme y alcanzar mis metas, a mi padre, mi hermana, mi sobrino y a toda mi familia por su apoyo incondicional, paciencia, cariño y amor, los cuales me han permitido superar todas las dificultades en el camino.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad por darme la oportunidad de formarme como profesional en esta carrera, a mis docentes por toda paciencia, educación y conocimientos compartidos para que este título sea el reflejo de todo mi aprendizaje con el cual sabré orgullosamente poner en práctica en mi campo profesional y en el transcurso de mi vida personal.

RESUMEN

La investigación se enfocó en la exploración de la construcción simbólica en la cultura del motociclismo, con un enfoque distintivo en la fusión de elementos culturales andinos y la influencia de la estética motociclista extranjera. La metodología concentró en el análisis exploratorio y descriptivo de las gráficas en productos para motociclismo, que a través de la observación se pretende identificar patrones en material, suministros, accesorios e insumos. Este proceso metodológico se propone a través de una guía de estilo "Ruedas Andinas" basada en la matriz de análisis de contenidos, con la finalidad de convertirse en una herramienta para la disciplina. Se reveló una síntesis visual propia que trasciende fronteras, fusionando la rica simbología andina con la estética motociclista. La influencia de la cultura estadounidense evidenció la globalización visual y la necesidad de preservar la diversidad cultural en el diseño. La guía de estilo proporciona una estructura coherente para aplicar estos hallazgos, promoviendo la expresión visual consciente de la cultura motociclista andina. El estudio ofrece perspectivas valiosas sobre la intersección de culturas visuales, proporcionando recomendaciones para fortalecer la autenticidad, diversidad y preservación simbólica en la comunidad motociclista.

Palabras clave: análisis de contenido, semiótica, motociclismo, cultura andina

ABSTRACT

The research focused on the exploration of symbolic construction in motorcycling culture, with a distinctive focus on the fusion of Andean cultural elements and the influence of foreign biker aesthetics. The methodology focused on the exploratory and descriptive analysis of graphics in motorcycling products, which through observation is intended to identify patterns in material, supplies, accessories and inputs. This methodological process is proposed through an "Andean Wheels" style guide based on the content analysis matrix, in order to become a tool for the discipline. A visual synthesis of its own was revealed that transcends borders, fusing the rich Andean symbology with the motorcyclist aesthetic. The influence of American culture evidenced visual globalization and the need to preserve cultural diversity in design. The style guide provides a coherent structure for applying these findings, promoting conscious visual expression of Andean motorcycle culture. The study offers valuable insights into the intersection of visual cultures, providing recommendations to strengthen authenticity, diversity, and symbolic preservation in the motorcycling community.

Keywords: Content analysis, semiotics, motorcycling, Andean culture

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACION DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	II
CERTIFICACION DEL DIRECTOR.....	III
APROBACION DEL TRIBUNAL.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT.....	VIII
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURA.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
Descripción del Problema	1
Delimitación del Problema.....	2
Formulación del Problema	2
Preguntas de Investigación.....	2
Justificación.....	3
Antecedentes.....	4
Objetivos	6
Objetivo General:.....	6
Objetivos Específicos:.....	6
CAPÍTULO I.....	7
1. Marco Teórico	7
2.1. Símbolo	7
1.2. Logotipo.....	8
1.3. Importancia de los símbolos para el diseño de un logotipo	8
1.4. Proceso de la construcción de un logotipo.....	9
1.4.1. Investigación previa	9
1.4.2. Brain storming.....	9
1.4.3. Conceptualización y diseño de boceto	9
1.4.4. Diseño de arte final	9
1.4.5. Elección del color.....	10
1.4.6. Presentación a los directivos de la organización.....	10
1.4.7. Manual de uso y aplicación de signos de identidad	11
1.5. Software especializado para diseño	11
1.5.1. Herramientas	11

1.5.2.	Adobe Illustrator	12
1.5.3.	Herramientas	12
1.5.5.	Simbolismo Cultural	13
1.6.	Costumbres de la provincia de Imbabura.....	13
1.6.1.	Kuya Raymi	14
1.6.2.	La festividad.....	14
1.6.3.	Ciclo de la siembra.....	14
1.6.4.	Inti Raymi.....	15
1.6.5.	Pawkar Raymi	15
1.6.6.	Kapac Raymi	15
CAPÍTULO II		17
2.	Metodología	17
2.1.	Marco Metodológico.....	17
2.2.	Tipo de Investigación.....	17
2.3.	Método de investigación	17
a.	Investigación etnográfica.....	17
2.4.	Técnicas de investigación	18
b.	Análisis de Contenido.....	18
c.	Observación Directa	18
d.	Entrevista.....	18
2.5.	Instrumentos.....	19
a.	Ficha de Observación	19
b.	Cuestionario semiestructurado	19
CAPÍTULO III.....		20
3.	Análisis de resultado	20
3.1.	Expertos en semiótica.....	20
3.2.	Líder de opinión.....	23
3.3.	Observación de campo.....	25
CAPÍTULO IV		30
4.	Título de la propuesta.....	30
4.1.	Introducción	30
4.2.	Objetivo	31
4.3.	Desarrollo de la propuesta	31
4.3.1.	Estructura del catálogo cultural personalizado.....	31
4.3.2.	Diagramación de catálogo.....	33
4.3.3.	Aplicación de la Guía de estilo de diseño en marca comercial.....	37
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	43
5.1.	Conclusiones	43

5.2. Recomendaciones	43
Bibliografía	44
Anexo: Categorías.....	0

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los accesorios e insumos propios del motociclismo	25
Figura 2 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los insumos propios del motociclismo	26
Figura 3 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los accesorios y materiales promocionales propios del motociclismo.	27
Figura 4 ficha de observación de la iconografía existente de las culturas andina	28
Figura 5 ficha de observación de la iconografía existente de las culturas andina	28
Figura 6 porta de guía de estilo de diseño.....	33
Figura 7 paleta de color obtenido de la cromática usada en los diseños de la cultura andina.....	34
Figura 8 tipografía aplicada a la guía de estilo	35
Figura 9 formato de archivo para uso en soportes digitales.....	36
Figura 10 ilustración sintetizada de motocicleta basado en la línea gráfica de la simbología andina	37
Figura 11 elemento tomado como referencia para isotipo. Tanque de combustible de motocicleta, como símbolo representativo de energía y movimiento.....	38
Figura 12 arquitectura de la marca – construcción del isotipo	39
Figura 13 marca en escala de grises y color	39
Figura 14 colores corporativos - terracotas.....	40
Figura 15 tipografía corporativa	40
Figura 16 aplicación de la marca como elemento decorativo e identitario en motocicleta.....	41
Figura 17 aplicación de la marca como sponsor de equipo motocross.....	41
Figura 18 aplicación de la marca en material promocional y accesorios para motociclismo.....	42

INTRODUCCIÓN

Descripción del Problema

La cultura del motociclismo en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en una comunidad diversa y apasionada que encuentra en sus motocicletas una forma de expresión personal y colectiva. De acuerdo con datos difundidos en la revista especializada Líderes, en la actualidad, entre 800 000 y un millón de motocicletas circulan por el país (2023).

Uno de los aspectos clave de esta cultura radica en la construcción simbólica, a través de la cual se crean y utilizan diversos signos para representar a las diferentes agrupaciones que las conforman, que de acuerdo con el estudio de Silvia Gutiérrez (2005) se puede vincular estos hallazgos a operaciones ideológicas que se presentan en los grupos sociales. Sin embargo, a pesar de su importancia evidente, existen escasos estudios específicos que analicen en profundidad el papel y el valor de estos elementos gráficos en la conformación de identidades y acuerdos compartidos dentro de la comunidad motociclista ecuatoriana.

En este contexto, surge la necesidad de plantear una investigación que se enfoque en identificar y aportar a la comprensión simbólica y el uso de estos recursos estéticos como identificadores dentro de la cultura del motociclismo en la provincia de Imbabura. Es importante conocer la diversidad de agrupaciones y clubes motociclistas presentes en la provincia y analizar cómo utilizan insignias, emblemas, colores y vestimenta para representar su identidad y cohesión grupal. Asimismo, es esencial indagar rasgos de significación asociados a los valores y creencias compartidas por los miembros de estas agrupaciones, que son elementos que construyen la cultura, entendida como “un todo complejo sistema que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, leyes, costumbre, y cualquier otra capacidad y hábito adquiridos por el hombre [sic] como miembro de la sociedad (Tylor 1871: 1: 1)”(citado por Wright, 1998); identificando, cómo estos signos influyen en la forma de interacción con la sociedad y la manera en que se construye la imagen pública del colectivo motociclista.

El poco conocimiento en este tema resalta la importancia de realizar una investigación que profundice en la construcción simbólica en la cultura del motociclismo de Imbabura. Identificar los significados y funciones de los signos empleados por estas agrupaciones, permitirá obtener una visión más completa de esta comunidad y sus dinámicas internas. Además, esta investigación podría proporcionar valiosas perspectivas para fomentar el respeto, el entendimiento y la convivencia entre los diferentes grupos motociclistas, así como para promover una visión más amplia de la cultura del motociclismo en el contexto ecuatoriano, como menciona José Vasconcelos sobre la cultura como un factor clave para el avance de las sociedades y resulta fundamental para el desarrollo de conductas morales y éticas.

Delimitación del Problema

Campo: Motociclismo – Emblemas o Simbología

Área: Diseños de símbolos gráficos y culturales para motos

Aspectos: Insignias de cultura y tradición

Delimitación Espacial: Provincia de Imbabura.

Formulación del Problema

¿Cómo se incorpora la construcción simbólica como recurso estético en la cultura del motociclismo?

Tema: “Construcción simbólica como recurso estético de la cultura del motociclismo”

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo se configura la construcción simbólica como recurso estético en la cultura del motociclismo interviniendo a la simbología andina existente?
- ¿Cómo influyen los símbolos utilizados, como insignias, emblemas, colores y vestimenta, en la conformación de identidades, valores compartidos y la interacción con la sociedad dentro de las diferentes agrupaciones motociclistas en la provincia?

JUSTIFICACIÓN

El motociclismo ha desarrollado una rica cultura propia, con una estética única y una serie de símbolos asociados. Estos signos, que se encuentran desde en los diseños de motocicletas, equipos, insumos, suministros, hasta la indumentaria y sus accesorios. La presencia de estos elementos gráficos desempeña un papel importante en la construcción de la identidad y la pertenencia a la comunidad motociclista. Identificar la representación simbólica de una marca que esté asociada a la cultura y tradición de Imbabura, puede contribuir al reconocimiento y transmisión de los valores culturales e históricos de un grupo social.

En la moda, el diseño de interiores, la publicidad, en el arte, entre otros; los elementos simbólicos del motociclismo se han utilizado para crear productos que atraigan a los entusiastas de las motocicletas. Investigar cómo se incorporan estos símbolos y cómo se adaptan a diferentes contextos puede dar luces de generación de nuevos nichos de mercado.

A medida que la sociedad evoluciona, también lo hacen las culturas que la componen. Boivin et al. (2004) refiere la existencia de dos lógicas de cambio de la evolución respecto a la cultura. Por un lado, se refiere a los aspectos materiales de la cultura y por otro a los no materiales. Desde los aspectos materiales, el motociclismo no es una excepción, y su cultura ha experimentado cambios significativos a lo largo del tiempo. El diseño de un emblema en el motociclismo implica una comunicación visual que va más allá de las palabras. Los símbolos utilizados frecuentemente en el diseño de motocicletas, accesorios y tatuajes transmiten mensajes y significados específicos para aquellos familiarizados con la cultura del motociclismo. Analizar esta comunicación visual y el lenguaje simbólico asociado puede ayudar a reconocer, a través de estudios más específicos, cómo se crea el significado a través de imágenes y símbolos en otras áreas de la cultura visual.

ANTECEDENTES

A lo largo de la historia, la humanidad ha empleado imágenes y símbolos para expresarse y comunicarse. Un ejemplo claro es el uso de jeroglíficos egipcios, que son como palabras escritas con imágenes antiguas. También se han encontrado grabados en cuevas con dibujos simples que representan animales y escenas de caza, persistiendo durante miles de años. Hoy en día, los símbolos están omnipresentes, variando en colores y formas, siendo eficaces para transmitir ideas rápidamente. La relevancia de los símbolos andinos destaca al fusionarse con la cultura de las motocicletas, revelando una riqueza cultural duradera. Como afirmaría Joseph Campbell, los símbolos son como mensajes comprensibles sin necesidad de extensas explicaciones. Estos símbolos, diversos y poderosos, continúan siendo herramientas valiosas para expresar conceptos en la cultura contemporánea.

La presentación de un nuevo logotipo en el ámbito del motociclismo siempre requiere captar, orientar y convencer a los consumidores de una manera diferente y distintiva, con el fin de destacarse de otros diseños. Las imágenes son una de las herramientas más utilizadas por los diseñadores de logotipos de motocicletas para expresar y encarnar su identidad y así presentarse al público. Por ello es vital destacar que la cultura del motociclismo se ha convertido en un fenómeno social y cultural significativo, a través de la construcción de emblemas para motocicletas de competencia.

Según Harada (2019), un logotipo se define como un identificador visual o un distintivo formado por letras, cifras o palabras; este va acompañado de un isotipo, que es un identificador visual o gráfico compuesto por imágenes o símbolos. Por ejemplo, La compañía BMW, fundada por Karl Rapp en 1913 para la fabricación de motores de avión, posteriormente se diversificó hacia la producción de motocicletas y automóviles, y su logotipo se inspiró en la chapa redonda originalmente utilizada por Rapp en sus productos (AdminFuture, 2020).

Este estudio se pretende identificar la simbología del motociclismo presente en los elementos propios del motociclismo que circulan en la provincia de Imbabura. Aunque hay motociclistas que compiten de manera individual con su nombre o marca, la idea es

que cada participante se identifique y represente este apasionante deporte de manera colectiva en la provincia.

En Ecuador, en los últimos años se ha consolidado el concepto de los clubes de motos, aunque cada uno con diferente filosofía, por lo general, son agrupaciones que se organizan con el propósito de pilotear sus máquinas, hacer turismo y asistir a moto encuentros, incluso suelen recaudar fondos para hacer obras de caridad, sin embargo, ostentan el estilo biker de mediados del siglo pasado de los clubes proscritos en donde sus miembros colmados de tatuajes vestían botas y chalecos de cuero con parches e insignias que revelaban su hermandad, es decir, son grupos locales que han tomado una práctica extranjera como unamoda, muchas de las veces sin saber su real significado ni su historia (Washco, 2020).

Por otro lado, las grandes empresas suelen ofrecer accesorios para personalizar o “customizar” sus motos, y claramente tienen una fuerte influencia en el significado que dan a los accesorios y motos a través de sus campañas de marketing y las imágenes de los productos que venden.

La estética de las motocicletas, desde sus diseños icónicos hasta los gráficos y emblemas utilizados, desempeña un papel crucial en la construcción de la identidad motociclista. Estos elementos simbólicos refuerzan los valores y la cultura asociada al mundo de las motos.

El ruido, la fachada barroca de algunas motos y el estilo de conducción están diseñados como espectáculos. Conducir es acción. La velocidad desarrollada, la imagen de la moto y la naturaleza del ruido procedente del sistema de escape pretenden captar definitivamente la atención de los espectadores, es por tal razón que es necesario identificar una simbología que represente nuestras raíces (Espada Calpe, 2015).

Al explorar los símbolos y signos arraigados en cada cultura, surge la posibilidad de construir un logotipo que encarne su identidad milenaria. Este análisis se extiende a la influencia de estos símbolos en la percepción pública del motociclismo, así como sus interrelaciones con elementos culturales adicionales como la moda, el arte y la música.

En última instancia, se busca examinar la relevancia de estos símbolos en términos de expresión individual, estilo de vida y manifestación de la identidad en la sociedad contemporánea.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Caracterizar la construcción simbólica como recurso estético de la cultura del motociclismo en Imbabura.

Objetivos Específicos:

- Reconocer las teorías que permitan comprender la construcción del significado de los símbolos representativos de la cultura del motociclismo en Imbabura.
- Identificar la simbología característica de los grupos aficionados y profesionales que practican y disfrutan del motociclismo en Imbabura.
- Reconocer los patrones estéticos propios de la cultura andina para su adaptación al motociclismo.
- Proponer un recurso guía como estructura metodológica dentro de un proceso dinámico que permita explotar la riqueza cultural propia de las localidades.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

El estudio de los signos es de interés permanente para la sociedad. Desde muchas disciplinas se ha intentado explicar, una de ellas es desde las teorías semiológicas de Saussure a principio del siglo XX, quien desde la lingüística buscó comprender el significado de los signos. Por otro lado, y de interés para esta investigación, Charles A. Peirce (1897), propone una teoría triádica que da pie al análisis icónico del signo, donde interviene el significado, significante y representamen.

Entre los autores contemporáneos que adoptan esta línea estructuralista, se destaca Eliseo Verón (1993), quien plantea que en el proceso de semiosis interviene el contexto social, cultural, tradicional y de conocimiento. Tomando en consideración que:

...a mediación discursiva a que alude, tiene una base triádica y no binaria, al responder a una concepción del signo basada en los estudios de Gottlob Frege y Charles Sanders Peirce que le permiten precisar la relación entre signo - interpretante-objeto para el establecimiento del significado. (Verón, 1993, p.235)

Teoría que se convierte en la base para el análisis de los signos icónicos representativos dentro de la cultura del motociclismo, que se va a estudiar.

2.1. Símbolo

Representa de alguna manera una idea que puede ser percibida por los sentidos y adquiere propiedades asociadas a las convenciones aceptadas a nivel social. Un símbolo no tiene semejanza o conexión cercana con su significado, sino que simplemente establece una relación coherente. Para Sola-Morales (2014) en su investigación menciona que “los símbolos serían por tanto mediaciones que les permiten conectar o poner en sintonía el interior de la conciencia humana y el exterior de la realidad en sí” (p.1).

Por ello, “el símbolo permite exteriorizar o reflejar un pensamiento o concepto a partir de una convención social (de carácter arbitrario)” (Perez Porto, 2011, parr.2). Que se simenta en el conocimiento previo, la tradición y la cultura del individuo y la comunidad.

1.2. Logotipo

Un logotipo, sí bien es confundido como la composición de símbolos gráficos y textuales. El término específicamente se refiere al signo textual. Por lo tanto, el logotipo tiene un tamaño, color, forma y regulación específicos y definidos del nombre de la empresa o institución. Por su parte, Philip Kotler (2015) considera que "ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios” (p.188). Por otro lado Caldevilla (2009), menciona que “el logotipo sirve para los acontecimientos y entidades, a diferencia de la marca, para objetos y productos. La estrategia de identidad de una entidad está basada en la marca de un producto”(p.13).

Es decir que un logotipo representa a una actividad económica, que busca una mejor competitividad en el mercado.

1.3. Importancia de los símbolos para el diseño de un logotipo

En la página especializada en diseño de marcas, Tailor Brands: Los logos son representaciones condensadas de una marca, diseñadas para ser memorables y fácilmente reconocibles. El uso del simbolismo en su diseño facilita la transmisión rápida y efectiva de elementos clave de su marca a su audiencia. Para crear un logo efectivo, es crucial:

a. Definir su marca: Comience por definir claramente el concepto de su marca, incluyendo sus características, valores y tono distintivo. b. Conocer a su audiencia: Entender a las personas a las que se dirige su logo es esencial. Diferentes grupos culturales pueden interpretar los símbolos de manera diferente, por lo que es importante considerar cómo su diseño será percibido por su público objetivo. c. Comprender la historia de los logos: Es importante investigar y conocer la historia de los logos para evitar similitudes no deseadas con otras marcas. Por ejemplo, logos similares pueden generar confusión entre marcas, como ocurrió con Pandora y PayPal, que tenían logos "P" muy similares. Ajustes como los

realizados por Pandora, que agregó líneas rojas para representar ondas sonoras, pueden ayudar a garantizar un simbolismo coherente con la marca (Tailor Brand, s/f).

1.4. Proceso de la construcción de un logotipo

1.4.1. Investigación previa

Para iniciar el proceso de configuración de un logotipo, es necesario identificar las necesidades, problemas y objetivos que este tiene. Para hacer esto, se requiere desarrollar un proceso metódico que parte de la investigación interna y externa, reconocer los públicos, identificar las necesidades de marketing y la filosofía corporativa.

Reconocer el contexto político, económico, social, tecnológico, ambiental y legal, permite tener un panorama claro para la toma de decisiones y propuestas simbólicas.

1.4.2. Brain storming

Cuando la información ha sido sistematizada y estudiada, el proceso creativo es más fácil. En esta fase el pensamiento lateral y disruptivo permite proponer alternativas creativas para la conceptualización de marca y propuesta creativa. Es importante mencionar que, en esta fase, todas las ideas son valiosas y no deben ser descartadas sin mayor análisis.

Crear procesos o ejercicios de creatividad, fases y tiempos de descanso, ayudan a proponer o llevar a niveles creativos más complejos y enriquecedores.

1.4.3. Conceptualización y diseño de boceto

A través de la definición de los atributos diferenciadores de la marca, que permiten desarrollar una propuesta sólida conceptual, el diseño de bocetos permite traducir este concepto a un lenguaje gráfico. Los símbolos que se configuran buscan lograr un sistema codificado que permita comunicar de manera efectiva e impactante lo que la empresa busca emitir.

1.4.4. Diseño de arte final

Las mejores alternativas, pasan a un proceso de diseño de arte final con el uso de herramientas digitales especializadas como son los programas de Adobe. Esto permite

estilizar la propuesta por medio de la geometrización del signo, establecer su arquitectura, para controlar su aplicación y evitar problemas como deformaciones o aplicaciones erróneas.

1.4.5. Elección del color

La selección cromática para la generación de una paleta de colores corporativos, depende de varios factores como: atributos identitarios, industria, concepto, psicología del color, teoría del color, semiótica, hasta recursos para implementación, aplicación y uso en diferentes formatos y soportes.

De acuerdo a lo que propone Flores (2021):

Uno de los elementos más importantes en el diseño evidentemente es el color, ya que nos impacta al percibir un nuevo espacio u objeto. Éste no es un elemento independiente, más bien se encarna en la materialidad y dentro de la subjetividad interpretativa. El color está implícito en la naturaleza de la materia y de nuestra percepción; lo obviamos, pero ya existe debido a que ahí se encuentra y responde a nuestra manera de percibir el mundo con sus diferencias receptoras. Así como el color existe implícitamente en nuestra vida cotidiana, ya que es como el aire que respiramos, también es necesario conocerlo para apreciarlo y aprovechar sus características al diseñar. Es muy importante aprender a dominar sus propiedades para saber utilizarlo como uno de los elementos más importantes en las decisiones creativas del diseño. (p.8)

La percepción de los públicos está directamente relacionado a la representación simbólica de los colores adoptados por las marcas. Es importante el estudio previo del conocimiento previo de los públicos para seleccionar los colores ideales para una marca.

1.4.6. Presentación a los directivos de la organización

Una vez definida la propuesta gráfica para la marca de la organización, es importante transmitir adecuadamente lo que se ha plasmado en la propuesta. Cada persona acorde a su conocimiento y experiencia previa, puede tener una lectura diferente de la propuesta. Es necesario tener una narrativa sólida que lleve a los líderes de la organización a construir una interpretación acorde a lo construido.

Elaborar un storytelling creativo y claro puede contribuir significativamente en este proceso, y facilitar la aceptación y aprobación de la propuesta.

1.4.7. Manual de uso y aplicación de signos de identidad

Con la aprobación de los signos de identidad de la organización, se procede a elaborar las diferentes propuesta de aplicación y uso de la marca, tanto institucional, de difusión, promoción y posicionamiento.

Con la finalidad de generar una línea gráfica acorde al trabajo previo de conceptualización y de configuración gráfica realizado. Adelantado posibles problemas de malas prácticas que afecten a la imagen y posicionamiento de la marca.

1.5. Software especializado para diseño

1.5.1. Herramientas

El software especializado de Adobe desempeña un papel crucial en el diseño de logotipos debido a su versatilidad y capacidad para crear gráficos de alta calidad. Adobe ofrece una gama de herramientas como Adobe Photoshop y Adobe Illustrator que permiten a los diseñadores explorar diversas opciones de diseño, desde la manipulación de imágenes hasta la creación de ilustraciones vectoriales. Estos programas proporcionan funciones avanzadas que permiten a los diseñadores experimentar con formas, colores y tipografías para dar vida a la visión de una marca. Además, la integración con otros programas de Adobe, como Adobe InDesign, facilita la creación de materiales de marketing y branding cohesivos.

Cada una de ellas son vitales para el desarrollo de un logotipo o marca. Por lo que propone López (2004) en su página web publica que “los instrumentos de diseño más conocidas dentro del mundo de la creación de contenido multimedia es After Effects. Este increíble programa es el favorito de muchos editores y diseñadores, pues tiene la finalidad de crear efectos de videos y animaciones”(parr.1), este programa cuenta con las siguientes herramientas:

Tabla 1

Herramientas After Effects

Punto de Anclaje	6. Borrador
Crear Formas	7. Pincel
Pincel de Rotoscopia	8. Lupa
Tampón de Clonar	9. Rotación
Composición Libre	

Fuente: María Jesús (2023), Euroinnova.

1.5.2. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator es ampliamente utilizado en el diseño de logotipos debido a su capacidad para crear gráficos vectoriales escalables. Este software permite a los diseñadores crear logotipos precisos y nítidos que mantienen su calidad incluso al cambiar de tamaño. Con una amplia gama de herramientas de dibujo y manipulación, Illustrator brinda a los diseñadores la libertad de crear logotipos desde cero o refinar diseños existentes con facilidad. Además, su compatibilidad con otros programas de Adobe facilita la colaboración y la integración de logotipos en proyectos más grandes de branding y diseño gráfico. En resumen, Adobe Illustrator es una herramienta indispensable para los diseñadores de logotipos que buscan precisión, versatilidad y calidad en su trabajo

1.5.3. Herramientas

Es importante considerar cada una de las herramientas para obtener un excelente logotipo que marque la diferencia en la sociedad mercantil. De acuerdo con Romero (2018), las herramientas existentes en la actualidad para la edición y creación de gráficos vectoriales, son muy utilizados por los diseñadores gráficos para hacer creaciones y manipular las imágenes de forma más eficiente y creativa.

Tabla

2

Herramientas de Adobe Illustrator

Herramienta de Selección	7. Formas
Herramienta de Selección Directa	8. Herramienta de Pincel

Herramienta Pluma	9. Herramienta de Degradado
Herramienta Curvatura	10. Herramienta Cuenta Gotas
Texto	11. Mesas de Trabajo
Líneas	12. Relleno de Colores

Fuente: Bego Romero, Agencia de Marketing Aceleradora Digital.

1.5.5. Simbolismo Cultural

Para comprender el proceso de significación y su importancia en la comunidad del motociclismo, se aborda el estudio de la semiótica desde el contexto cultural que propone que la creación de significados culturales se dirige a través de la semiosis guiada, lo que dificulta la exploración de los estudiantes de los significados potenciales culturales, la reflexión cultural, la comprensión y la conciencia (Safari et al., 2022).

Los símbolos culturales son elementos fundamentales que reflejan la identidad y los valores de una sociedad. Estos símbolos pueden manifestarse en diversas formas, como imágenes, palabras, gestos o rituales, y desempeñan un papel crucial en la comunicación y transmisión de significado dentro de una comunidad. A menudo, los símbolos culturales están arraigados en la historia, la religión, las tradiciones o las creencias de un grupo social, y pueden evocar emociones, generar un sentido de pertenencia y fortalecer la cohesión social. Además, los símbolos culturales pueden variar significativamente de una cultura a otra, lo que refleja la diversidad y la riqueza de las experiencias humanas en diferentes partes del mundo. En resumen, los símbolos culturales son elementos poderosos que contribuyen a la construcción y preservación de la identidad cultural de una sociedad.

1.6. Costumbres de la provincia de Imbabura

En la provincia de Imbabura se celebra cuatro festividades tradicionales de los indígenas: Kuya Raymi, el Inti Raymi (Fiesta del Sol), el Pawkar Raymi (Fiesta del Florecimiento) y el Kapac Raymi (Fiesta de la Niñez y Juventud). Cada una de ellas con gran relevancia cultural, social y de tradición para la sociedad.

1.6.1. Kuya Raymi

El Kuya Raymi es una festividad que celebra la fertilidad del suelo y tiene una gran importancia para los cuatro pueblos kichwas: Karanki, Natabuela, Otavalo y Kayambi, que residen en la Sierra Norte. Durante este evento, se realizan rituales, se comparten platos tradicionales, se ejecutan danzas y se hacen ofrendas en honor a la Pachamama (Madre Tierra). La Federación Indígena y Campesina de Imbabura coordina la ceremonia ritual, que tiene lugar en una de las laderas de la comunidad de Gualsaquí, situada en la parroquia de San José de Quichinche. Los líderes de los cuatro pueblos que forman parte de esta entidad y los encargados de la festividad participan de manera activa en la entrega de las ofrendas (Ministerio de Cultura de Imbabura, 1997).

1.6.2. La festividad

Las comunidades indígenas se reúnen en el Parque Bolívar de Otavalo para la celebración de las mujeres mensajeras del Kuya Raymi. Durante este encuentro, se compartirán aspectos vinculados con la identidad, las vivencias y las tradiciones de cada comunidad a través de danzas y coreografías. Después, se procederá con la investidura del nuevo Consejo de Gobierno de la Chijallta FICI. Al día siguiente, las comunidades de los cuatro pueblos se encontrarán en el Redondel de los Danzantes a las 09:00 horas, desde donde partirán hacia Gualsaquí, el lugar seleccionado como sede de la festividad. Allí se llevará a cabo el Encuentro Cultural de los Pueblos Kichwas de la Sierra Norte, que comprenderá un desfile de las delegaciones y presentaciones de danzas, música y otras manifestaciones culturales. También se celebrará la asamblea, en la cual se designará al nuevo prioste para el próximo año (Ministerio de Cultura de Imbabura, 1997).

1.6.3. Ciclo de la siembra

Manuel Díaz, un líder prominente en la Chijallta FICI, indica que esta festividad ancestral ha perdurado a lo largo del tiempo debido a su conexión con la fertilidad del suelo. La ceremonia inaugural marca el inicio del ciclo agrícola andino durante el equinoccio de verano. Según Díaz, el Kuya Raymi rinde homenaje especial a la mujer por su papel en la fertilidad de la Madre Tierra. Durante este período, las comunidades indígenas solicitan el permiso de la Pachamama para dar inicio a la temporada de siembra. "Tratamos a la Tierra como un ser vivo que nos brinda sus frutos. Por eso, en estos días, preparamos el suelo arando", explica el líder kichwa (La hora, 2019).

1.6.4. Inti Raymi

La festividad del Inti Raymi, conocida como la Fiesta del Sol y la Cosecha, expresa el agradecimiento de las comunidades andinas, como los Caranquis, Natabuelas e Imbayas, hacia la Pachamama y el sol por la fertilidad en la producción agrícola. Más que un mero evento, esta celebración marca el inicio del solsticio y conecta con las tradiciones ancestrales de estos pueblos arraigados en la Pacha y la herencia de Atahualpa. En colaboración con los pueblos kichwas del cantón, que mantienen un profundo conocimiento de sus tradiciones, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, a través de la Dirección de Educación, Cultura y Deportes, organiza una serie de eventos culturales en sitios sagrados con el fin de revitalizar y fortalecer la unidad entre las comunidades, promoviendo la interculturalidad (La Hora, 2019).

1.6.5. Pawkar Raymi

La celebración es motivo de alegría para las comunidades andinas, que abarcan a personas mestizas, indígenas y afroecuatorianas. En Peguche, cerca de Otavalo, se lleva a cabo el Pawkar Raymi, una festividad kichwa que se prolonga durante 11 días, desde febrero hasta principios de marzo, ofreciendo ferias de artesanías, competencias deportivas y música. Entre los rituales destacados se encuentra la tumarina, una ceremonia que implica un tipo de bautismo con agua y pétalos de flores. Esta celebración reviste gran importancia para las comunidades andinas, coincidiendo en fechas con la temporada de lluvias (febrero-marzo), momento crucial para el crecimiento de los cultivos y la aparición de los primeros frutos. El Pawkar Raymi, cuyo significado es "Fiesta de la Floración", constituye una oportunidad para expresar agradecimiento hacia la Pacha Mama por su generosidad. Además, es el momento en que los comerciantes y músicos indígenas que trabajan en el extranjero retornan a sus hogares para reunirse con sus familias. Se estima que alrededor de 10,000 otavaleños ejercen como embajadores culturales del país, permaneciendo en su lugar de origen hasta por dos meses (La Hora, 2019).

1.6.6. Kapac Raymi

El Kapak Raymi, celebrado el 21 de diciembre, es reconocido como la festividad de la germinación, marcando el momento en que las semillas sembradas empiezan a brotar,

señalando así el inicio del crecimiento de los cultivos. Además de ser un momento crucial para la agricultura, esta festividad está especialmente dedicada a la niñez. Durante esta celebración, los adultos obsequiaban a los niños con regalos, simbolizando la transmisión de valores esenciales y herramientas fundamentales para que los más jóvenes puedan **continuar** con la tradición ancestral y compartirla con las generaciones futuras.

A pesar de ser la última festividad del año y coincidir con la culminación de la siembra del maíz, el Kapak Raymi no recibe la misma atención que otras celebraciones debido a la predominancia cultural de la Navidad. La influencia de esta festividad, potenciada por el sincretismo cultural resultado de la invasión y la Conquista española, ha relegado en cierta medida la importancia del Kapak Raymi en el calendario festivo de la región.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Marco Metodológico

El propósito de esta sección es definir el método que se utilizará para llevar a cabo el trabajo de investigación. Este estudio explora varios conceptos y desafíos para construir un emblema para motos que represente la cultura de una población, mediante la aplicación clara y definida de un proceso metodológico, que facilite recopilar y analizar toda la información de fuentes que garanticen su veracidad, buscando elaborar una marca propia de motos que identifique a Imbabura.

2.2. Tipo de Investigación

El proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo con la intención de identificar, describir e interpretar los símbolos representativos de la cultura del motociclismo en Imbabura. Ya que, “la investigación cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso de en qué se da el asunto o problema” (Vera, 2003, p.1).

Esta metodología facilitará explorar en profundidad las percepciones, significados y experiencias de los motociclistas en relación con la construcción simbólica y estética de la cultura de las etnias para motociclismo. Por lo que Deobold, Van, et al. (2015, p.1) “Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas”. Se podría decir que, ayudará a ver detalladamente las características que posee la cultura de la provincia de Imbabura.

2.3. Método de investigación

a. Investigación etnográfica

Esta permitirá sumergirse en la cultura de Imbabura y observar de primera mano cómo se construyen los símbolos y la estética en esta comunidad. Por ello, Martínez y Murillo (2010) expresan que: “La investigación etnográfica hace referencia al estudio directo de personas y grupos durante un cierto periodo, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social”

(p.2.), con esto se podrá participar activamente en reuniones de estas culturas, realizar observaciones directas y entrevistas informales, y llevar un diario de campo para documentar experiencias y hallazgos.

2.4. Técnicas de investigación

b. Análisis de Contenido

El análisis de contenido aportará a examinar y analizar las representaciones simbólicas y estéticas de cada cultura en diversas fuentes, como anuncios, revistas, películas, música y arte. Bardin (2018) menciona que, “Es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, que tiene como primer objetivo interpretarlas” (p.55). Por ello, se va a utilizar esta técnica para identificar temas recurrentes, símbolos y patrones estéticos presentes en estas fuentes para poder construir simbólicamente un logotipo que enmarque la cultura de Imbabura para los motociclistas.

c. Observación Directa

Se basa en la recopilación de datos humanos, ya que el evento tiene lugar ante los ojos de un observador que, por supuesto, puede tener algún conocimiento previo de la acción. No obstante, Rojas (2017, p.2) deduce que es un “Proceso cuya función inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración, es decir, se centra la atención en los implicados y sus comportamientos”.

La observación directa es sustancial porque podremos evaluar todos los detalles o actividades que forman parte de la cultura y tradición de cada cantón, especialmente las áreas donde este aun vívida sus símbolos ancestrales, para documentar los hechos y detalles que se realizaron en su momento.

d. Entrevista

La entrevista se ejecutará a los diferentes referentes del tema de estudio. Por una parte, se realizó la entrevista a dos expertos en semiótica desde el enfoque de la comunicación visual y desde las artes, respectivamente. Por otro lado, se consultó a un empresario para comprender de primera mano las preferencias de consumo de

los miembros de esta cultura. Y, por último, se realizó una entrevista a un referente del motociclismo, como líder de opinión.

Cada uno de ellos, permitió comprender el proceso de significación y el rol del signo dentro de esta comunidad.

2.5. Instrumentos

a. Ficha de Observación

Las fichas se usan principalmente para iniciar el proceso de monitoreo. Esto se puede complementar con entrevistas o formularios de registro que detallen datos e información que los observadores consideren importantes. Por esto, según Arias (2020) indica que “La ficha de observación se utiliza cuando el investigador quiere medir, analizar o evaluar un objetivo en específico; es decir, obtener información de dicho objeto” (p.1.). De acuerdo con lo mencionado, se considera como una buena opción la aplicación de este instrumento, puesto que, se mira y analiza detalladamente los símbolos de cada cultura, para así poder determinar y diseñar el logotipo que identifique la tradición de cada etnia de Imbabura.

b. Cuestionario semiestructurado

Es un mecanismo de recopilación de información que utiliza un formato de preguntas, que permite a los encuestados responder fácilmente temas relacionados a través de una conversa establecida. Fernández, Hernández y Baptista (2015), indican que “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, las cuales deben ser congruentes con el planteamiento del problema” (217). Se emplearán cuestionarios dirigidos a los presidentes de las etnias o comunidades indígenas, con el fin de obtener información relevante que aporte a la construcción simbólica como recurso estético de la cultura de Imbabura para el motociclismo.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE RESULTADO

3.1. Expertos en semiótica

Entrevistado: MSc. Julián Posada. Comunicador visual con más de 15 años de experiencia en diseño gráfico, docencia e investigación.

El objetivo de esta encuesta es explorar la comprensión y aplicación de la semiótica y el diseño de signos en diversos contextos culturales y profesionales. Se pretende obtener una visión general de su experiencia y perspectiva en este campo.

Síntesis

¿Podría describir brevemente su experiencia y enfoque en el estudio de la semiótica y el diseño de signos?

Docente de la Universidad del Norte y su enfoque en la transversalidad de la semiótica en el diseño gráfico y la publicidad.

Desde su perspectiva, ¿cómo se interpreta y asigna significado a los signos y símbolos en diferentes contextos culturales?

El diseñador utiliza la semiótica en todo momento para enseñanza del diseño y para la práctica del diseño. Sí pensamos en un principio básico de comunicación, se emite un mensaje y este debe ser aceptado por un público, entran ahí en ese proceso que se generan signos sean visuales auditivos y kinestésicos cualquier tipo de signo que una ermita va a ser aceptado por alguien.

¿Cuál es su enfoque en el diseño de signos y cómo cree que los signos visuales impactan la comunicación visual en la sociedad?

La importancia de entender al público al que se quiere llegar y cómo la semiótica puede ayudar a los comunicadores visuales a lograrlo. También menciona que la semántica es el estudio de la cultura a través de mensajes significativos y que los signos visuales son una herramienta importante en la comunicación visual

¿Podría compartir ejemplos de cómo la semiótica y el diseño de signos se aplican en campos como el diseño gráfico, la publicidad, la marca o la comunicación en la actualidad?

Como comunicador visual menciona ejemplos de cómo la semiótica y el diseño se aplican en campos como el diseño gráfico, la publicidad, la marca o la comunicación. En la creación de marca y la comunicación persuasiva. Por ponerte un ejemplo, claro, si yo quiero generar un mensaje para un centro infantil tengo que pensar en que los usuarios puntuales van a ser los niños, pero también tengo que los padres son los que van a decidir en ese proceso tengo 2.

¿Cuáles cree que son las tendencias emergentes o las áreas de investigación prometedoras en el campo de la semiótica y el diseño de signos para el futuro?

En el diseño es la semiótica transversal y el diseño se mueve con otros campos que me ayudan a entender esta cultura que las tendencias cambian rapidísimo y hay veces que es necesario saber si vale la pena subirse a la ola de la tendencia o ser más duradero porque la también se acaba te hace un año 2 años atrás.

Análisis:

Destaca su enfoque en la transversalidad de la semiótica en el diseño gráfico y la publicidad. Expone que la semiótica es esencial tanto en la enseñanza como en la práctica del diseño, subrayando que los signos, ya sean visuales, auditivos o kinestésicos, deben ser aceptados por el público. Destaca la importancia de comprender al público objetivo y cómo la semiótica facilita la conexión en la comunicación visual. Proporciona ejemplos específicos de aplicación en campos como el diseño gráfico, la publicidad y la marca. Anticipa la relevancia de la semiótica transversal y la necesidad de adaptarse a las cambiantes tendencias culturales en el diseño.

Entrevistada: Dra. Yenny Ricardo. Artista Visual con más de 20 años de experiencia en análisis del arte, docencia e investigación.

El objetivo de esta encuesta es explorar la comprensión y aplicación de la semiótica y el diseño de signos en diversos contextos culturales y profesionales. Se pretende obtener una visión general de su experiencia y perspectiva en este campo.

Síntesis

Desde su perspectiva, ¿cómo se interpreta y asigna significado a los signos y símbolos en diferentes contextos culturales?

La interpretación y asignación de significado a los signos y símbolos en diferentes contextos culturales depende de varios factores, como los conocimientos, vivencias, cultura y formación del individuo que recibe el mensaje. Además, la semiótica, disciplina que estudia los signos y su significado, se basa en la estructura del nombre, el mensaje y el receptor.

¿Cuál es su enfoque en el diseño de signos y cómo cree que los signos visuales impactan la comunicación visual en la sociedad?

La comprensión de los signos y símbolos en diferentes contextos culturales requiere un análisis profundo de la estructura y el significado de estos, así como de las características culturales y sociales del contexto en el que se utilizan.

¿Podría compartir ejemplos de cómo la semiótica y el diseño de signos se aplican en campos como el diseño gráfico, la publicidad, la marca o la comunicación en la actualidad?

la semiótica y el diseño de signos son disciplinas muy relevantes en campos como el diseño gráfico, la publicidad y la marca. En estos campos, los signos y símbolos visuales se utilizan para comunicar mensajes de manera rápida y efectiva, y para crear una identidad visual que sea fácilmente reconocible por el público. Algunos ejemplos de cómo se aplican la semiótica y el diseño de signos en estos campos son:

- En el diseño gráfico, los signos y símbolos se utilizan para crear logotipos, iconos y otros elementos visuales que representen una marca o una empresa de manera clara y efectiva.

- En la publicidad, los signos y símbolos se utilizan para crear anuncios que comuniquen un mensaje de manera rápida y efectiva, y que llamen la atención del público.

- En la marca, los signos y símbolos se utilizan para crear una identidad visual que sea fácilmente reconocible por el público, y que transmita los valores y la personalidad de la marca.

¿Cuáles cree que son las tendencias emergentes o las áreas de investigación prometedoras en el campo de la semiótica y el diseño de signos para el futuro?

En la comunicación en general, los signos y símbolos se utilizan para comunicar mensajes de manera rápida y efectiva, y para crear una identidad visual que sea fácilmente reconocible por el público.

Análisis:

En la entrevista, se aborda la interpretación y asignación de significado a signos y símbolos en contextos culturales, destacando la influencia de conocimientos, experiencias y cultura. La semiótica, centrada en el nombre, mensaje y receptor, se presenta como clave para entender estos procesos. Se enfoca en el diseño de signos, subrayando la importancia del análisis estructural y cultural. En campos como el diseño gráfico y la publicidad, la semiótica y el diseño de signos juegan un papel vital al comunicar mensajes y construir identidades visuales reconocibles. Se anticipa que el futuro del campo incluirá investigaciones sobre tendencias emergentes y áreas prometedoras en la comunicación visual.

3.2. Líder de opinión

Entrevistado: Dennis Escobar

El objetivo de esta entrevista es obtener perspectivas y conocimientos de un motociclista referente en su grupo social para comprender la cultura y las preferencias de los motociclistas.

1. ¿Podría compartir un poco sobre su experiencia personal en la cultura del motociclismo y cómo ha llegado a ser un referente en ella?

Llevo 18 años en el mundo del motociclismo y tengo mucha experiencia y sobre la cultura y valores de la comunidad motociclista.

2. Desde su perspectiva, ¿cómo describiría la cultura y los valores de la comunidad motociclista a la que pertenece?

La cultura del motociclismo se basa en la pasión por las motos y la libertad que se siente al conducir las. También es la importancia de la seguridad y el respeto mutuo entre los miembros de la comunidad. En cuanto a los valores: la lealtad, la camaradería y el espíritu de aventura son los más importantes de la comunidad motociclista.

3. ¿Cuáles son algunos de los elementos más importantes que ayudan a definir la identidad y pertenencia en la cultura del motociclismo?

Los accesorios de marca son un elemento importante para muchos miembros de la comunidad, así como también la elección de la moto y el estilo de conducción.

4. ¿Cuáles son las preferencias más comunes entre los miembros de la cultura del motociclismo en términos de productos y marcas?

Existen algunas marcas populares como Honda, KTM y Hyundai. Sin embargo, no se puede decir que hay preferencias específicas en términos de productos o marcas en la cultura del motociclismo.

5. ¿Ha notado cambios significativos en la cultura del motociclismo a lo largo del tiempo? ¿Cuáles son algunas de las tendencias emergentes o evoluciones que ha observado en la comunidad?

Ha habido una evolución en la seguridad y la tecnología de las motos, así como también en la inclusión de más mujeres en la comunidad del motociclismo. Además, se destaca la creciente popularidad de las motos eléctricas y la importancia de la sostenibilidad en la comunidad del motociclismo.

Análisis

Con 18 años de experiencia en el motociclismo, el experto en motociclismo destaca

la pasión, libertad y seguridad como pilares de la cultura motociclista. La lealtad, camaradería y espíritu aventurero son valores fundamentales. La identidad en la comunidad se forja a través de accesorios de marca, elección de moto y estilo de conducción. Aunque marcas como Honda y KTM son populares, no hay preferencias específicas. Se ha observado una evolución hacia mayor seguridad y tecnología, inclusión de mujeres y creciente interés en motos eléctricas y sostenibilidad en la comunidad motociclista.

3.3. Observación de campo

FIGURA 1 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los accesorios e insumos propios del motociclismo

Observación 1	Indicador de existencia	SÍ	NO	CARACTERÍSTICA
	Signos Identitarios	X		Se muestra la presencia de signos de identidad de marcas reconocidas en la industria
	Color y paleta cromática	X		Los colores son representativos de las marcas
	Formas y Geometría		X	No se evidencia patrones o repeticiones geométricas
	Iconografía Específica		X	No se evidencia iconografía representativa de ningún tipo
	Territorialidad		X	No se evidencia emblemas o elementos que refieran a un territorio o grupo.
	Estilo de Diseño	X		Tipográfico - simplificado
	Mensajes y Textos	X		Nombres de las marcas y slogan
	Contexto Cultural – Comercial – Social local			X

FIGURA 2 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los insumos propios del motociclismo

Observación 2	Indicador de existencia	SÍ	NO	CARACTERÍSTICA
	Signos Identitarios	X		Elemento principal para identificar y diferenciar
	Color y paleta cromática	X		En su mayoría son colores cálidos. Se evidencia un patrón de uso de rojo, negro.
	Formas y Geometría	X		Se evidencia patrones a partir de las formas geométricas como formato para etiquetas
	Iconografía Específica	X		Representativa al uso y función del producto
	Territorialidad		X	No se evidencia elemento representativos o contextualizadores
	Estilo de Diseño	X		Comercial
	Mensajes y Textos	X		Marca, slogan y características del producto
	Contexto Cultural – Comercial – Social local		X	

FIGURA 1 ficha de observación de la iconografía existente aplicada a los accesorios y materiales promocionales propios del motociclismo.

Observación 3	Indicador de existencia	SÍ	NO	CARACTERÍSTICA
	Signos Identitarios	X		Elemento principal para identificar y diferenciar
	Color y paleta cromática	X		En su mayoría son colores cálidos. Se evidencia un patrón de uso de rojo, negro.
	Formas y Geometría	X		Se evidencia patrones a partir de las formas geométricas como formato para etiquetas
	Iconografía Específica			Representativa al uso y función del producto
	Territorialidad	X		No se evidencia elemento representativos o contextualizadores
	Estilo de Diseño	X		Comercial
	Mensajes y Textos	X		Marca, slogan y características del producto
	Contexto Cultural – Comercial – Social local			X

FIGURA 2 ficha de observación de la iconografía existente de las culturas andina.



Imagen 4	Indicador de existencia	SÍ	NO	CARACTERÍSTICA
	Signos Identitarios	X		Propios de la cultura andina
	Color y paleta cromática	X		Colores terracotas, frecuentes en este tipo de representaciones
	Formas y Geometría	X		Configuración de patrones antropomorfos y abstractos
	Iconografía Específica	X		Configuración de patrones antropomorfos y abstractos
	Territorialidad	X		Pertenece a una cultura
	Estilo de Diseño	X		Pertenece a una cultura
	Mensajes y Textos		X	No literarios pero sí iconográficos
	Contexto Cultural - Comercial - Social		X	Rica connotación simbólica representativa de un grupo social y cultural

FIGURA 3 ficha de observación de la iconografía existente de las culturas andina

Imagen 5	Indicador de existencia	SÍ	NO	CARACTERÍSTICA
	Signos Identitarios	X		Propios de la cultura andina
	Color y paleta cromática	X		Colores terracotas, frecuentes en este tipo de representaciones
	Formas y Geometría	X		Configuración de patrones antropomorfos y abstractos
	Iconografía Específica	X		Configuración de patrones antropomorfos y abstractos
	Territorialidad	X		Pertenece a una cultura
	Estilo de Diseño	X		Pertenece a una cultura
	Mensajes y Textos		X	No literarios pero sí iconográficos
	Contexto Cultural - Comercial - Social		X	Rica connotación simbólica representativa de un grupo social y cultural

Análisis. -

En las fichas de observación, se destacan patrones reveladores en las propuestas gráficas relacionadas con material, suministros, accesorios, insumos y motocicletas. Es evidente que existe una consistencia notable en la presentación de la marca y la función de cada producto, señalando una estrategia coherente de comunicación visual. El uso frecuente de colores como rojo, negro y azul se manifiesta como una tendencia unificadora, sugiriendo una paleta cromática específica asociada a la representación de los productos y su identidad visual. Además, la presencia recurrente de símbolos representativos de Estados Unidos revela una influencia cultural importante en estas propuestas, sugiriendo una conexión directa con la estética y los valores asociados a la cultura estadounidense.

En contraste, al analizar la gráfica relacionada con la cultura andina, se identifican patrones distintivos que resaltan la riqueza simbólica y estética única de esta región. Los elementos geométricos, zoomorfos y antropomorfos se entrelazan de manera coherente, reflejando una profunda conexión con la identidad cultural andina. La prominencia de colores terracotas refuerza esta conexión, evocando la tierra y las tradiciones arraigadas en esta región.

La carga simbólica significativa en estas representaciones indica un cuidadoso y consciente proceso de diseño, donde cada elemento se elige con precisión para transmitir valores culturales específicos. En resumen, estas fichas de observación subrayan la divergencia visual entre las propuestas vinculadas a productos motociclistas y aquellas arraigadas en la rica cultura andina, ofreciendo insights valiosos para comprender la intersección de diversas influencias visuales y simbólicas.

CAPÍTULO IV

4. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Creación de una Guía de Estilo Simbólica que refleje la integración de valores culturales en la comunidad motociclista con elementos gráficos que evocan la esencia distintiva e identidad de grupos sociales.

4.1. Introducción

La cultura del motociclismo es mucho más que una simple afición; es una forma de vida que trasciende las carreteras y se convierte en una expresión de identidad y camaradería. En el corazón de esta cultura, los motociclistas encuentran en sus máquinas y accesorios una plataforma para la construcción simbólica de su singularidad y conexión con una comunidad apasionada.

La presente propuesta: "Creación de un catálogo de accesorios personalizados: explorando la demanda y diseño de elementos visuales para motociclistas", se sumerge en el mundo de los accesorios personalizados en la cultura del motociclismo. La investigación se sitúa en el contexto más amplio de la "Construcción Simbólica como Recurso Estético de la Cultura del Motociclismo", explorando cómo los motociclistas utilizan accesorios personalizados para expresar sus identidades individuales y colectivas.

El objetivo central de esta investigación es demostrar que la riqueza cultura simbólica es un recurso potente de incorporación para abrir nuevos nichos de mercado, que no solo sirvan como complementos funcionales, sino que también funcionen como elementos simbólicos arraigados en la estética motociclista. Se pretende desarrollar una propuesta de Guía de Estilo que reflejen y amplifiquen la rica diversidad de la cultura motociclista, desde elementos de vestimenta hasta detalles ornamentales de las propias motocicletas.

Además, se muestra cómo el proceso de investigación, conceptualización y configuración puede ser potenciado con el uso de herramientas tecnológicas contemporáneas. Es por ello que se ha implementado el uso de inteligencia artificial, para el proceso de integración visual de la cultura del motociclismo con la cultura andina.

4.2. Objetivo

Crear una guía de estilo simbólica que refleje la integración de valores culturales en la comunidad motociclista con elementos gráficos que evocan la esencia distintiva e identidad de grupos sociales, sistematizado a través de las variables analizadas en el estudio.

4.3. Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se toma como ejes estratégicos tres momentos que nacen de la investigación:

Fase 1: Investigación y Análisis

Conducir un estudio exhaustivo sobre la cultura motociclista, identificando símbolos, valores y elementos visuales clave.

Analizar las variables relevantes, como iconografía, colores y formas, para comprender su impacto en la identidad cultural.

Fase 2: Diseño y Conceptualización

Desarrollar una guía de estilo que integre los hallazgos de la investigación, utilizando elementos gráficos que capturen la esencia distintiva de la comunidad motociclista.

Refinar el diseño a través de bocetos y revisiones, asegurando coherencia y precisión en la representación simbólica.

Fase 3: Implementación y Evaluación

Aplicar la guía de estilo a diversos formatos, desde motocicletas hasta accesorios, asegurando su coherencia visual.

Evaluar la efectividad del diseño mediante retroalimentación de la comunidad motociclista y realizar ajustes según sea necesario para lograr una representación precisa y auténtica.

4.3.1. Estructura del catálogo cultural personalizado

El diseño de la guía de estilo de diseño para motociclistas se concibe como una herramienta integral que narra una historia visual y simbólica de la adaptación de la riqueza cultural visual al mundo simbólico del motociclismo, sumergiendo a los usuarios en la rica estética y cultura motociclista. La estructura propuesta aborda la presentación

de una adaptación de elementos gráficos andinos, modificados y adaptados a la simbología reconocida en la cultura del motociclismo. De igual manera se adapta la cromática y la construcción de paletas de color, a través de la integración de los colores terracotas de las culturas andinas, sus coloridas aplicaciones en tejidos, con la diversidad cromática aplicada en las marcas y símbolos reconocidos de las empresas y grupos referentes del mercado.

a. Portada

La portada de la guía será visualmente impactante, presentando una imagen emblemática que encapsule la esencia de la cultura motociclista. Puede ser una fotografía de alto contraste de una motocicleta personalizada o una ilustración que fusiona elementos simbólicos clave.

b. Sección de Introducción

Una breve introducción que establece la conexión entre los accesorios personalizados y la construcción simbólica en la cultura del motociclismo. Puede incluir citas de motociclistas destacados y una visión general del enfoque estético y simbólico del catálogo.

c. Categorización de variables de diseño

Para el diseño de la guía se tomó en consideración las ocho variables de análisis, que a través de la investigación bibliográfica son los componentes adecuados para entender y comprender la simbología visual dentro de un contexto. De esta manera se introduce estas variables como factores metodológicos de intervención para integrar en una nueva propuesta gráfica la simbología andina a la cultura visual del motociclismo local.

Este documento también permite comprender sobre la posibilidad de idear, proponer y prototipar diferentes temáticas adaptadas a esta industria. Creando un camino de posibilidades para la generación de océanos azules en un mercado competitivo.

Este diseño de la guía de estilo busca no solo ser una herramienta informativa, sino también una experiencia visual y narrativa que celebre la rica cultura y construcción simbólica del motociclismo.

4.3.2. Diagramación de catálogo

a. Portada

La portada de "Ruedas Andinas" se presenta como una fotografía de 1080 x 1080 px, creada a través de la generación de un prompt que nace de la información adquirida durante la investigación. En esta imagen, la fusión entre la rica cultura andina y el vibrante mundo del motociclismo se revela a través de símbolos, colores y formas. La guía de estilo "Ruedas Andinas" se manifiesta visualmente, narrando la profunda conexión entre ambas culturas, capturando la esencia distintiva y resaltando los valores compartidos. Este diseño no solo es una representación gráfica, sino una invitación a explorar la intersección única entre dos mundos aparentemente dispares, creando así una narrativa visual que refleja la identidad única de "Ruedas Andinas".

FIGURA 4 porta de guía de estilo de diseño



b. Paleta de color

La elección de una paleta de colores terracotas para "Ruedas Andinas" se fundamenta en la búsqueda de armonía y contraste. Estos tonos cálidos y terrosos no solo evocan la riqueza de los paisajes andinos, sino que también establecen una conexión emocional con la tierra y la cultura. La armonía entre los colores terracotas promueve una sensación de unidad y coherencia, mientras que el contraste entre tonalidades más claras y oscuras agrega dinamismo y destaca elementos clave. Por otro lado, son tonalidades frecuentes en las marcas y en la simbología del motociclismo. Esta elección no solo estética, sino también cultural, contribuye a transmitir la fusión equilibrada entre la cultura andina y el mundo del motociclismo, creando una identidad visual distintiva y auténtica para "Ruedas Andinas"

FIGURA 5 paleta de color obtenido de la cromática usada en los diseños de la cultura andina



c. Tipografía

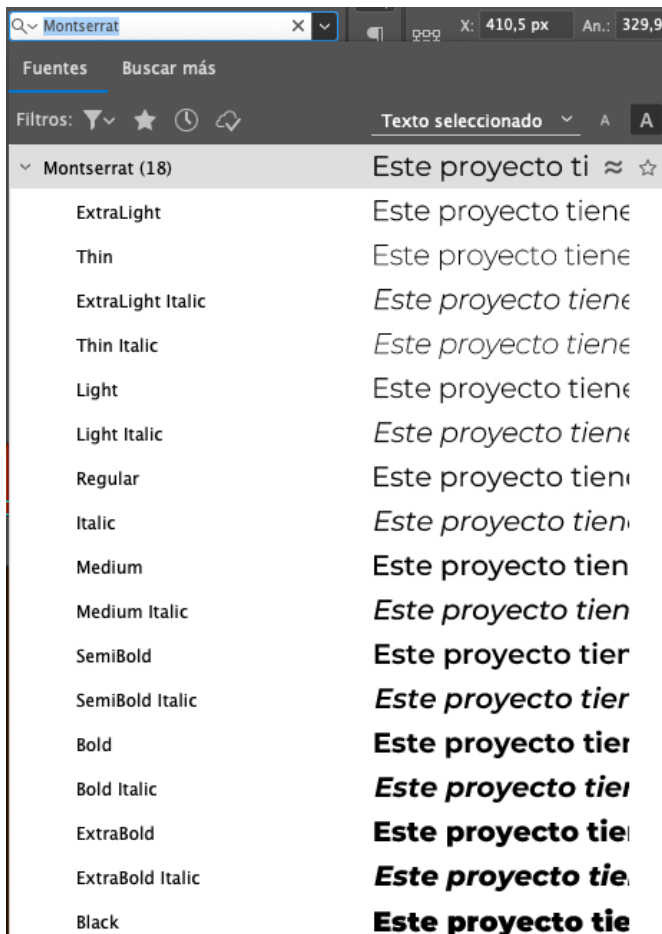
La elección de la tipografía Montserrat, en sus diferentes variantes, para "Ruedas Andinas" se basa en consideraciones clave que optimizan la experiencia de lectura en soportes digitales. Montserrat, con su diseño moderno y geométrico, ofrece una legibilidad excepcional en pantallas, asegurando que el contenido sea fácilmente discernible para los usuarios.

Las variantes de Montserrat proporcionan una jerarquía clara, permitiendo diferenciar entre encabezados, subtítulos y texto principal, mejorando así la lecturabilidad. La variación en peso y tamaño añade dinamismo visual sin comprometer la cohesión tipográfica, lo que es esencial para una rápida absorción de información.

Además, Montserrat presenta una estética contemporánea que se alinea con la identidad moderna y dinámica de "Ruedas Andinas". Su versatilidad y adaptabilidad contribuyen a

una lectura fluida en dispositivos digitales, asegurando que la información sea accesible y atractiva para la audiencia, proporcionando una experiencia de lectura eficiente y agradable.

FIGURA 6 tipografía aplicada a la guía de estilo



d. Formato

"Ruedas Andinas" se fundamenta en la optimización para plataformas digitales, especialmente para redes sociales donde la presentación visual juega un papel fundamental. Estas dimensiones cuadradas permiten una fácil adaptabilidad a diversos medios digitales, garantizando una visualización uniforme y atractiva en diversas plataformas, desde perfiles de redes sociales hasta sitios web.

La disposición en una columna facilita la narrativa visual, permitiendo que la ilustración y la gráfica generada con inteligencia artificial se presenten de manera cohesionada y efectiva. El espacio vertical proporciona una estructura clara y ordenada, facilitando la legibilidad y la comprensión del contenido, especialmente en dispositivos móviles donde se favorece el desplazamiento vertical.

La integración de ilustración y gráfica generada con inteligencia artificial agrega una capa de interactividad y modernidad, capturando la atención del espectador y comunicando la innovación presente en la cultura motociclista andina. En resumen, este formato se elige estratégicamente para maximizar la accesibilidad, coherencia visual y el impacto estético en entornos digitales.

FIGURA 7 formato de archivo para uso en soportes digitales



e. Secciones

La guía de estilo se organiza en secciones que resume las ocho variables de análisis de contenido realizada, explorando la trascendencia de cada elemento en la decoración de

motocicletas. Cada sección, desde la iconografía representativa hasta la territorialidad, se sumerge en el análisis simbólico, destacando cómo estos signos van más allá de lo estético para comunicar significados culturales profundos.

La paleta cromática, formas y geometría, y la iconografía específica se justifican desde su capacidad para ser portadoras de valores, identidad y conexiones dentro de la cultura motociclista andina.

Esta estructura no solo proporciona una guía para el diseño, sino que también resalta la trascendencia de la cultura motociclista desde una perspectiva semiótica. Al aplicar conscientemente estos signos, la guía no solo busca estilizar la decoración de motocicletas, sino también preservar y enriquecer la narrativa simbólica que define la identidad de los pueblos.

4.3.3. Aplicación de la Guía de estilo de diseño en marca comercial

a. Nombre de la Marca: Qhapaq

El término "Qhapaq", que significa "noble" en quechua, se elige como el eje central de la marca. Refleja la nobleza de la cultura andina y la profundidad de sus símbolos en la experiencia motociclista.

FIGURA 8 ilustración sintetizada de motocicleta basado en la línea gráfica de la simbología andina



Nota: Ilustración realizada con Leonardo.ia a través de prompts desarrollados en función de la investigación.

b. Slogan: "Nobleza en Ruedas"

El slogan "Nobleza en Ruedas" encapsula la esencia de la marca. Combina la nobleza inherente al término "Qhapaq" con la expresión dinámica y liberadora del motociclismo. Las ruedas no solo representan el vehículo, sino la conexión noble con la cultura andina, destacando la calidad, la integridad y el respeto.

c. Isotipo

El logo de Qhapaq se compone de un símbolo andino estilizado que incorpora ruedas en su diseño. Las líneas limpias y la simplicidad del diseño reflejan la elegancia y modernidad, mientras que los elementos andinos resaltan la conexión con la rica herencia cultural.

FIGURA 9 elemento tomado como referencia para isotipo. Tanque de combustible de motocicleta, como símbolo representativo de energía y movimiento.



FIGURA 10 arquitectura de la marca – construcción del isotipo



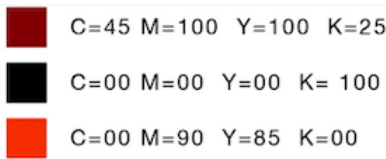
FIGURA 11 marca en escala de grises y color



d. Paleta Cromática

Se eligen tonos tierra como terracotas para evocar a la Pacha Mama, la artesanía y la manufactura andina. Estos colores no solo representan la tierra, sino también la conexión con la naturaleza.

FIGURA 12 colores corporativos - terracotas



e. Tipografía

Se utiliza una tipografía moderna y audaz para el nombre "Qhapaq", con un toque artesanal en las letras que recuerda la escritura tradicional. Esto transmite una sensación de fusión entre lo ancestral y lo contemporáneo.

FIGURA 13 tipografía corporativa

Fuente principal: Tipografía Myrida Pro – geométrico y dinámica

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

01234567890!@#\$%&/'()=?¿;

Fuente complementaria: Helvetica regular – geométrico y dinámica

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

01234567890!@#\$%&/'()=?¿;

f. Aplicaciones Gráficas

Las aplicaciones gráficas incluyen imágenes de motociclistas explorando paisajes andinos, fusionando la nobleza cultural con la experiencia audaz del motociclismo. Las representaciones gráficas se utilizan en productos, embalajes y promociones para crear una identidad visual coherente y atractiva.

En conjunto, Qhapaq busca ser más que una marca de motocicletas; aspira a ser un símbolo de nobleza, conectando el motociclismo con la rica herencia andina de una manera contemporánea y emocionante.

FIGURA 14 aplicación de la marca como elemento decorativo e identitario en motocicleta



FIGURA 15 aplicación de la marca como sponsor de equipo motocross



FIGURA 16 aplicación de la marca en material promocional y accesorios para motociclismo



5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La investigación sobre la construcción simbólica en la cultura del motociclismo revela la coexistencia de dos mundos visuales distintos. La fusión de elementos culturales andinos en la estética motociclista subraya una riqueza simbólica única. Este hallazgo destaca la capacidad de las comunidades para reinterpretar y resignificar símbolos, generando una síntesis visual que trasciende fronteras culturales.
- La observación detallada de propuestas gráficas en productos motociclistas resalta la influencia marcada de la cultura estadounidense, evidenciando patrones en el uso de colores y símbolos. Este fenómeno ilustra la globalización visual y la permeabilidad de los códigos culturales.
- La guía de estilo "Ruedas Andinas" ofrece una estructura coherente para aplicar la investigación. Desde la iconografía hasta la paleta cromática, cada sección justifica la elección de signos desde una perspectiva semiótica, proporcionando un marco integral para la expresión visual de la cultura motociclista andina. Este enfoque no solo potencia la estética, sino también preserva y enriquece la narrativa simbólica de la comunidad

5.2. Recomendaciones

- Fomentar la colaboración intercultural en eventos motociclistas para promover la comprensión y apreciación mutua de los símbolos. Esto podría enriquecer aún más la síntesis visual, fomentando un diálogo constante entre las comunidades.
- En el diseño de productos motociclistas, considerar la diversidad cultural y evitar la homogeneización visual. Explorar símbolos locales y colores representativos podría ofrecer propuestas más auténticas y culturalmente sensibles.
- Implementar la guía de estilo de manera amplia en la comunidad motociclista andina, incentivando la adopción consciente de los signos culturales. Esto no solo fortalecerá la identidad visual, sino que también contribuirá a la preservación y promoción de la rica narrativa simbólica.

BIBLIOGRAFÍA

- AdminFuture (2020). Logo de BMW: análisis desde nuestro departamento de diseño. *Future Brand*. <https://www.futurebrand.es/logo-de-bmw-analisis>
- Arias, J. (2020). Técnicas e Instrumentos de Investigación Científica. *Enfoque Consulting*, 173.
- Bardin, L. (2018). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 13.
- Barthes, R. (2014). *The Custom Motorcycle: Art, Imagination, and Design*. Mineola, NY: Dover Publications.
- Caldevilla Domínguez, D. (2009). La importancia de la Identidad Visual Corporativa. Vivat Academia. *Revista De Comunicación*, (103), 1–26.
<https://doi.org/10.15178/va.2009.103.1-26>
- Criollo, A (2011). Inti Raymi, celebración astro cósmico de integración y sanación comunitario. *Revista Nuestro Patrimonio*, 22. Ministerio Coordinador de Patrimonio. https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/revista_22_patrimonio_ecuador.pdf
- Deobold, B., Van, D., & Meyer, W. (2015). Estrategia de la investigación. *Revista Inter*, 2.
- Echavarría, J., Ramírez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (2010). El Método Analítico como método natural. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.
- Espada Calpe, J. (2015). *Hombres, motos y riesgo. Androcentrismo y sexismo en el mundo de las motos*.
- Fernández, C., Hernández, R., & Baptista, M. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: México.
- Flores, M. (2021). La Importancia del Color en el Diseño. *Departamento de Sintesis /Creativa*, 8.
https://issuu.com/espacioidiseno/docs/el_color_en_el_diseno_parte_1_/s/16624772
- García, F. (2003). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. *Alianza Universidad Textos*, 12.
- Harada, E. (2019). *Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: Terminología*. Madrid.
- Holmstrom, D. (2019). *The Complete Harley-Davidson: A Model-by-Model History of*

the American Motorcycle. Motorbooks.

Krens, T., & Edwards, R. (2015). *The Art of the Motorcycle*. GuggenheimMuseum Publications

La hora (21 de septiembre de 2019). Se festeja el Kuya Raymi en Imbabura, la fiesta de la fertilidad. *Diario La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/secciones/se-festeja-el-kuya-raymi-en-imbabura-la-fieta-de-la-fertilidad/>

López, M. (15 de Abril de 2004). *Euroinnova*. Obtenido de *Euroinnova*. <https://www.euroinnova.ec/blog/tutoriales-de-after-effects>

Martínez, C., & Murillo, J. (2010). *Investigación Etnográfica*. Universidad Autónoma de Madrid.

Pérez Porto, J., Merino, M. (18 de abril de 2011). *Símbolo - Qué es, definición, en la lingüística y en el lenguaje cotidiano*. Última actualización el 20 de agosto de 2021. <https://definicion.de/simbolo/>

Rodríguez, F. (2018). Generalidades acerca de las Técnicas de Investigación. *SIU*, 31.
Rojas, I. (2017). Elementos para el diseño de técnicas de Investigación: una propuesta. México.

Romero, B. (10 de Abril de 2018). Agencia de Marketing Aceleradora Digital. Obtenido de *Agencia de Marketing Aceleradora Digital*. https://www.begoromero.com/tutorial-illustrator/#Que_es_Adobe_Illustrator_y_su_barra_de_herramientas

Safari, P & Pourhashemi, M. R. (2022). Semiotic analysis of cultural representations in Iranian English textbooks. *Contemporary Educational Researches Journal*. 12(4), 226-245. <https://doi.org/10.18844/cej.v12i4.8484>

Sola, S. 2014. Hacia una epistemología del concepto de símbolo. *Cinta moebio* 49. 11-21. https://www.moebio.uchile.cl/49/sola_resumen.html

Tailor Brando (s/f). El simbolismo en el diseño de logos. *Tailor Brand blog*. <https://normas-apa.org/referencias/citar-un-blog/>

Verón, Eliseo (1993) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Editorial Gedisa. <https://www.felsemiotica.com/descargas/la-semiosis-social-fragmentos-de-una-teoria-de-la-discursividad-veron-pdf.pdf>

Washco, A. (2020). Movilidades culturales. Una práctica cultural norteamericana en nuestras calles. *Tsantsa Revista de investigaciones artísticas*, 82.

ANEXO: CATEGORÍAS

TEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	FUENTES	ANÁLISIS DE INFORMACIÓN			
								METODOLOGÍA			
								CUALITATIVA			
Construcción Simbólica como Recurso Estético de la Cultura del Motociclismo	Construcción simbólica de un logotipo para motos, que identifique la cultura de la provincia de Imbabura, con expectativas de competir con las marcas ya establecidas a nivel nacional e internacional.	Analizar la simbología de la cultura de Imbabura, buscando fortalecer su identidad propia en el motociclismo.	Diseño de un Logotipo	Planificación de visita a culturas	Observación Directa Encuesta	Ficha de Observación Cuestionario	Símbolos de las 4 costumbres de la provincia de Imbabura	Distinción de los datos y símbolos recopilados.			
		Identificar los elementos gráficos basados en la identidad cultural y tradicional.		Visita a etnias para observar los Símbolos y Signos establecidos por años atrás, en su Cultura				Observación Directa Encuesta	Ficha de Observación Cuestionario	Símbolos de las 4 costumbres de la provincia de Imbabura	Reconocimiento y descripción de los símbolos y datos recopilados
		Diseñar un logo tipo para motos conformado por signos y símbolos en el que se identifique la cultura y tradición de Imbabura.		Recopilación de Información ancestral (simbología).				Observación Directa Encuesta	Ficha de Observación Cuestionario	Símbolos de las 4 costumbres de la provincia de Imbabura	Construir y Unificar los símbolos y datos recopilados