

El diseño de autor vinculado a la artesanía nacional, caso Ecuador

Andrea Daniela Larrea Solórzano -
Universidad Técnica de Ambato^(*)

Actas de Diseño (2026, abril),
Vol. 53, pp. 98-100. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2022
Fecha de aceptación: agosto 2025
Versión final: abril 2026

Resumen: Este proyecto se centra en el análisis de algunos emprendimientos nacionales que han destacado la incorporación del trabajo artesanal para desarrollar la propuesta de diseño. Se exploran la pertinencia del diseño de autor y la proyección de consumo de este tipo de productos en Ecuador. Se realiza un reconocimiento de los lineamientos que rigieron el proceso de diseño y desarrollo, los principales materiales utilizados en este proceso, así como los mecanismos de comercialización a los que se recurre con mayor frecuencia. La información recolectada es mixta, con datos cualitativos sobre los emprendimientos tipo estudiados, pero también cuantitativos en función de reconocer las principales propuestas de valor impulsadas en estos espacios.

Palabras clave: diseño de autor – artesanía – proyección de consumo – propuesta de valor – marca.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 100]

Desarrollo

En los últimos años, los conceptos de diseño de autor o marca de autor se han expandido en Latinoamérica. Cada vez más se hace referencia a este tipo de producciones en las que las particularidades que el autor aplica en sus composiciones generan una propuesta de valor para la marca. En buena parte de los emprendimientos rastreados para este análisis, en el caso ecuatoriano, la fusión entre el diseño y la artesanía es una característica reiterativa entre este tipo de negocios, en los que la originalidad y la innovación, sobre todo en el uso de materiales debe primar.

El diseño de autor se centra en la identificación que debe existir con el usuario en un nivel que logre esa diferenciación dentro del mismo campo de las industrias creativas. Las producciones, aunque en serie, siempre remiten a un número limitado de productos o prendas, en algunas ocasiones incluso los productos desarrollados se numeran para resaltar la exclusividad de la producción y del bien adquirido.

En estos productos se impregna una carga identitaria fuerte, que nace de las propias afinidades del diseñador, pero también del entendimiento profundo de su nicho de mercado. En varias propuestas relacionadas con el diseño

de autor nacional se suman otros conceptos como el *folk design*, el *ethno design* o la artesanía contemporánea por medio de las cuales se intenta resaltar la riqueza cultural y ancestral que tiene el Ecuador apostando por estas características en los productos que ofertan. Las creaciones surgen inspiradas en los paisajes de las diferentes regiones y en las culturas precolombinas.

No obstante, al hablar del diseño étnico, diseño autóctono o diseño multiétnico suele considerarse, como un objetivo, la necesidad de rescatar la identidad cultural de un grupo, criterio que surge desde la postura de ciertos sectores que no, precisamente, forman parte del grupo al cual se referencian esos rasgos de identidad. Bajo esta línea de pensamiento surge una tendencia de diseño que a momentos parecería ser solo pasajera, sin embargo, brota de las propuestas artísticas contemporáneas que han encontrado en las manifestaciones de arte de carácter primigenio los recursos necesarios para sumar a sus obras. Durante los últimos años, han aumentado los estudios, en territorio Latinoamericano, sobre las gráficas precolombinas o los motivos étnicos. A pesar de la gran cantidad de material recolectado en procesos investigativos, en este mismo escenario han existido distorsiones acerca del uso de las gráficas ancestrales por parte de los sectores creativos; propiciando, no únicamente las apropiaciones de estas representaciones visuales, sino que, en muchos casos, se ha dejado de lado el origen de estos elementos como muestra cultural de grupos concretos.

En concordancia con lo expuesto, conceptos como las apropiaciones, el plagio, la resignificación, o la iconografía ancestral, se anclan a estos modelos de diseño. Tal como sucede en el campo de las artes, los antropólogos o historiadores han sido partícipes de los nuevos tipos de construcción de obra, también los artistas han tomado recursos de estos sectores para su producción. Algo similar sucede en el caso del diseño, donde la interrelación transdisciplinaria ha orientado el trabajo de los diseñadores al desarrollo de propuestas con tintes antropológicos e incluso arqueológicos (Larrea, 2020).

De este modo, el diseño étnico, promueve una línea visual que acumula los orígenes culturales de diferentes sectores, como un reflejo de la identidad, bajo la diversidad y confluencia de varios campos en ocasiones considerados antagónicos. El diseño étnico logra sintetizar el complejo y multívoco diálogo entre el diseño y el bagaje cultural-ancestral, al tiempo que establece un cruce entre las artes y las artesanías para la definición de nuevas propuestas gráficas.

En esta línea latinoamericana de diseño las coyunturas socioculturales en las que se asienta el trabajo de los diseñadores y la definición de políticas públicas orientadas al fortalecimiento cultural de los territorios generan una influencia en el pensamiento estético, en el cual las propuestas gráficas —que buscan resaltar la identidad cultural— develan patrones visuales, en los que las creaciones son revestidas de nuevas significaciones. El diseño étnico surge en medio de criterios articulados, yuxtapuestos o tensionados sobre la identidad cultural, en cuyo panorama se evidencia una distribución desigual de los réditos de este “rescate cultural”, pues en muchos casos se asumen posturas reduccionistas frente al valor

que determinadas prácticas o signos tienen para un grupo cultural específico.

En algunos casos se decanta en procesos de folclorización y exotización, que constituyen propuestas de diseño latinoamericanas surgidas desde las corrientes europeas o norteamericanas que, al trasladarse al contexto local, bajo una intención de construcción glocal, no terminan de encajar en ninguno de estos contextos, pero se sustentan en la moda. Las modas existen en el campo del arte, y también del diseño, desde el momento en que un determinado número de artistas se ponen a trabajar en un género, en un estilo o en un campo específico, en gran parte porque el público pide y le gusta aquello que “está en la ola” (Souriau, 1998, p. 790).

En el caso de las producciones de autor, aunque en ocasiones toman como norte las corrientes de moda, su intención pretende precisamente apartarse de este campo, e impulsar una relación con su consumidor, por medio de la identificación de los beneficios que esta marca le ofrece. Esta propuesta de valor puede estar implícita en los bienes funcionales, pero también, puede ser simbólica, proyectando la experiencia a un grupo, o experiencial generando algún tipo de sensación emotiva o cognitiva por medio del uso de este producto. Se intenta generar cierto grado de placer al momento de adquirirlo. El fin es que el consumidor establezca un sentido de pertenencia con la marca y que por medio de este proceso se logre fidelidad hacia la misma.

Suspiro, Unique, Zignun, JFH son algunas de las marcas nacionales que han desarrollado el concepto de diseño de autor amparado en la producción de artesanía local, en algunos casos los productos generados incluso pueden ser consideradas propuestas de neoartesanía contemporánea. Ahora bien, aunque es cada vez más frecuente conocer sobre este tipo de empresas o emprendimientos, el diseño de autor en Ecuador representa un giro de negocio que aún no logra consolidarse ni posicionarse como una alternativa de consumo a pesar de lo innovador en sus propuestas.

Referencias bibliográficas

- Devalle, V. (2021). *Pensar el Diseño*. Buenos Aires: Infinito.
- Mon, L. (2012). Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina. *Cuaderno 42 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (2012). pp 19-34 ISSN 1668-5229. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Larrea, A. (2020). *Trama, aunque sea urdimbre*. Tesis Doctoral. Buenos Aires: Universidad de Palermo. https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/tesisdoctoral_larrea.html
- Souriau, E. (2010). *Diccionario Akal de Estética*. Madrid: Akal.
- Revista Líderes. (2020). Moda inspirada en la diversidad del país. <https://www.revistalideres.ec/lideres/moda-diversidad-ecuador-opuntia-emprendimiento.html>.

Resumo: Este projeto se concentra na análise de alguns empreendimentos nacionais que destacaram a incorporação do trabalho artesanal

para desenvolver a proposta de design. São exploradas a relevância do design de autor e as perspectivas de consumo desse tipo de produto no Equador. Realiza-se um levantamento das diretrizes que regeram o processo de design e desenvolvimento, dos principais materiais utilizados nesse processo, bem como dos mecanismos de comercialização mais frequentemente utilizados. As informações coletadas são mistas, com dados qualitativos sobre os empreendimentos-tipo estudados, mas também quantitativos, com o objetivo de identificar as principais propostas de valor promovidas nesses espaços.

Palavras-chave: design de autor – artesanato – projeção de consumo – proposta de valor – marca.

Abstract: This project focuses on the analysis of several domestic ventures that have emphasized the incorporation of artisanal work in the development of their design concepts. It explores the relevance of designer-led design and the projected market demand for this type of

product in Ecuador. The study examines the guidelines that govern the design and development process, the main materials used in this process, as well as the marketing mechanisms most frequently employed. The data collected is mixed, including qualitative information on the types of ventures studied, as well as quantitative data aimed at identifying the main value propositions promoted in these contexts.

Keywords: designer-branded products – handicrafts – consumer trends – value proposition – brand.

(* **Andrea Daniela Larrea Solórzano:** Doctora en Diseño (PhD), Magíster en Diseño Gráfico Digital, Magister en Docencia Universitaria, Diseñadora Gráfica Publicitaria. Docente de la Facultad de Diseño y Arquitectura de la Universidad Técnica de Ambato.