



**Ciencia Latina**  
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2024,  
Volumen 8, Número 2.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i2](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2)

**PROCESO CO-CREATIVO ENTRE  
DISEÑO Y ARTESANÍA, MARCA Y MANEJO  
DE REDES**

**CO-CREATIVE PROCESS BETWEEN DESIGN AND  
CRAFTSMANSHIP, BRANDING  
AND NETWORKING**

**Daniela Stephany Godoy Lobato**  
Universidad Estatal Amazónica, Ecuador

**Daniel Mauricio Pérez Suárez**  
Universidad Estatal Amazónica, Ecuador

**Carla Johanna Meza Cueva**  
Universidad Estatal Amazónica, Ecuador

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rem.v8i2.10765](https://doi.org/10.37811/cl_rem.v8i2.10765)

## Proceso Co-creativo entre Diseño y Artesanía, Marca y Manejo de Redes

**Daniela Stephany Godoy Lobato**<sup>1</sup>

[ds.godoyl@uea.edu.ec](mailto:ds.godoyl@uea.edu.ec)

<https://orcid.org/0009-0006-6905-9280>

Universidad Estatal Amazónica  
Ecuador

**Daniel Mauricio Pérez Suárez**

[dm.perezs@uea.edu.ec](mailto:dm.perezs@uea.edu.ec)

<https://orcid.org/0009-0008-1432-9081>

Universidad Estatal Amazónica  
Ecuador

**Carla Johanna Meza Cueva**

[cj.mezac@uea.edu.ec](mailto:cj.mezac@uea.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-6598-0116>

Universidad Estatal Amazónica  
Ecuador

### RESUMEN

Este trabajo busca mostrar el resultado del proceso co-creativo entre la disciplina del diseño y la artesanía como proyecto social con productos sostenibles, culturales, con valor agregado y la intervención tecnológica para darse a conocer en redes sociales; las estrategias metodológicas empleadas fueron guías de observación para la investigación de campo, entrevistas aplicadas a los artesanos y diseñadores que previamente tenían experiencia en esta área, fichas técnicas aplicadas a los productos de la artesana Rosita Hasqui, libro de vida y anecdotario -fundamentado en la metodología de Robert Scott- el primero sobre la artesana y el segundo sobre el proceso de elaboración de las artesanías que fueron la base para desarrollar el proceso co-creativo, posteriormente se realiza un análisis de la estructura de la marca creada a partir de esta investigación y un análisis sobre la Red Social Instagram que maneja la misma.

**Palabras clave:** procesos co-creativos, co-diseño, artesanía, marca, redes sociales

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [ds.godoyl@uea.edu.ec](mailto:ds.godoyl@uea.edu.ec)

# Co-creative Process Between Design and Craftsmanship, Branding and Networking

## ABSTRACT

This work seeks to show the result of the co-creative process between the discipline of design and craftsmanship as a social project with sustainable, cultural, value-added products and technological intervention to make themselves known on social networks; The methodological strategies used were observation guides for the field research, interviews applied to the artisans and designers who previously had experience in this area, and technical files applied to the products of the artisan Rosita Hasqui, life book and anecdotes - based on Robert Scott's methodology - the first on the artisan and the second on the process of making the crafts that were the basis for developing the co-creative process, followed by an analysis of the structure of the brand created from this research and an analysis of the Instagram social network that she manages.

**Keywords:** *co-creative processes, co-design, crafts, brand, social networks*

*Artículo recibido 05 marzo 2024*

*Aceptado para publicación: 15 abril 2024*



## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo expone los resultados de una investigación en el contexto del proceso co-creativo entre diseñadores y artesanos, que conlleva características sociales de sostenibilidad, cultura, valor agregado y tecnología. Por una parte el artesano textil que es quien desarrolla las artesanías hechas a mano con técnicas tradicionales que satisfacen necesidades materiales y espirituales (Pinilla Apud Durand, 2004, como se citó en Godoy, D. 2019). Por otra parte está la diseñadora como generadora de mensajes que capten la atención del comprador.

El problema detectado fue la presencia de diseños repetidos en las artesanías y el manejo de color de las mismas, las artesanías textiles figuran como una expresión de las comunidades andinas, nos muestran hechos históricos, por lo cuál como lo menciona Fischer (2011), los tejidos se han convertido en parte de la identidad y están en un proceso de transformación permanente, sin embargo en la actualidad las artesanías textiles han perdido su valor comercial, las personas no pagan un valor justo por ellas por lo cual los artesanos disminuyen sus costos y afecta su economía. Según la Ley Orgánica de Cultura (Art. 51) las artesanías textiles son consideradas patrimonio tangible por su función histórica, artística y simbólica, y son un soporte para la memoria social, por lo cual este trabajo busca brindar un valor agregado a las artesanías en su contenido visual y así aportar al impulso de los procesos co-creativos de diseño con la artesanía textil.

Por lo cual, se justifica esta investigación ya que las artesanías textiles buscan elevar su calidad, aumentar su valor agregado mediante el diseño innovador que aporte en lo cultural, económico y social, tanto para el consumidor, como para el artesano y el diseñador; juntos los dos últimos pueden crear prendas funcionales, innovadoras y con valor estético, que las diferencian de las demás, por lo tanto este tema es de relevancia científica ya que permite evidenciar precisamente este proceso co-creativo entre diseño y artesanía, que funciona y que además dio apertura a la creación de una marca propia para así continuar con este trabajo colaborativo en donde ambas partes tienen una retribución, ahí también la relevancia de la investigación que dará apertura a nuevas investigaciones en el área.

Las teorías que sustentan este trabajo son los procesos co-creativos, co-diseño, entre diseñadores y artesanos, artesanía textil, diseño, marca y redes sociales. En cuanto a procesos co-creativos de acuerdo con Rosa Llop (2018), los procesos co-creativos son maneras de trabajo colectivo mediante las cuales



se pueden elaborar proyectos que tengan una carga de creatividad y que finalmente den paso a crear algo que no se conoce con anticipación. La co-creación involucra diversas capacidades del grupo para guiar al diseño de nuevas soluciones originales, funcionales en el desarrollo y gestión del proyecto al cuál se aporta. Dentro de la co-creación es fundamental el intercambio de ideas, así como el proceso de creación del proyecto y la toma de decisiones, de tal manera que se considera a la co-creación como la metodología de trabajo grupal que transforma en socios a los participantes en su creación.

En un proceso co-creativo se complementan conocimientos sobre el proyecto, se generan diferentes habilidades y capacidades, que permiten transmitir conocimientos así como el actuar en el proceso colectivo, para lo cual existen pasos a considerar al momento de aplicar este proceso como: definir cuál es el objetivo, servicio, proceso u organización que se va a co-diseñar, el proceso para el desarrollo del proyecto, para qué o quién va a realizarlo. (Lapuente et al., sf, como se citó en Godoy, D. 2019)

Así también, en lo que a co-diseño o diseño colaborativo, participativo, o cooperativo, se refiere, es una metodología de trabajo que hace que el equipo pueda aportar sus ideas de forma individual para generar una idea colectiva y ponerla en práctica (Godoy, D. 2019).

Para la Universidad Oberta de Catalunya (2021), el codiseño, también llamado diseño participativo, consiste en incorporar en el proceso de diseño a las personas (clientes, usuarios, ciudadanos) que utilizarán el producto o servicio, así como también a todas las personas implicadas en él. El codiseño incluye tanto un planteamiento filosófico como político sobre el diseño, al tiempo que implica la incorporación de un conjunto de métodos y actividades en el proceso de diseño. Si todas las personas implicadas en un producto participan en el proceso de diseño, este responderá a sus necesidades y será más útil y usable.

Parte de la premisa de que, el diseño es una actividad inherentemente humana (no solo de los diseñadores) y, por lo tanto, es una actividad social y situada. El diseño vive en el mundo, y las personas que utilizan los diseños (objetos, servicios, productos digitales, etc.) son los expertos en cada dominio o ámbito. Si el diseñador asume el rol de facilitador, las personas pueden convertirse en diseñadores y resolver cada problema de su ámbito. Constituye una democratización del proceso de diseño, puesto que empodera a las personas y favorece que tomen control de los productos y servicios que utilizan, y de este modo impactan en su vida, el medio ambiente, la economía y la cultura material. El codiseño



utiliza un conjunto de métodos y técnicas participativas y se utiliza como un término paraguas para hablar de cocreación, diseño participativo y diseño abierto.

De manera que, el proceso co-creativo y el co-diseño se reúnen para desarrollar proyectos participativos, que ponen en consideración la creatividad, lo social, el trabajo conjunto, que fomenta la creación de nuevas ideas, de forma colaborativa, cooperativa y participativa, esto permite construir conocimiento en nuevas áreas, con resultados diversos.

En consecuencia, la co-creación entre diseñador y artesano textil, involucra algunas características como sostenibilidad, cultura, calidad de vida, valor agregado, trabajo conjunto entre el diseñador y el artesano textil, por lo cual se debe considerar en el mismo nivel de importancia y valor al trabajo de cada una de las partes para un ganar ganar entre ellas, como lo plantea Godoy (2019) según la definición de Vinatea (2014), así también (Pinilla Apud Durand, 2004, como se citó en Godoy, D. 2019) expresa que es fundamental el diálogo entre las partes para el proyecto de creación, ya que el artesano en sí transmite su experiencia, vivencia, a través de sus destrezas, saberes y habilidades que le permiten plasmar su huella, su cultura y su alma en su arte.

Por una parte el diseñador como generador y transmisor de un mensaje de forma visual, en el proceso de diseño participativo como rol en la sociedad aporta a mejorar la calidad de vida de los artesanos, al crear productos auténticos, con diseños innovadores para que exista mayor venta de artesanías que producen los artesanos, según menciona Godoy (2019)

Entonces, “La artesanía textil tiende a imprimir y codificar los comportamientos culturales y todos son portadores del mismo lenguaje”. (Sánchez-Parga, 1995). Según la UNESCO (1997), se define como artesanía textil a las piezas elaboradas “ya sea totalmente a mano, o con ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”. Con estos conceptos, se establece una relación que puede coordinarse de manera interdisciplinaria para el trabajo colaborativo, tanto el rol del diseñador como el artesano permiten construir un proyecto que aporte positivamente a las dos partes y generan algo nuevo como aporte para la sociedad y la construcción de nuevos conocimientos.

Es así como la marca, toma un valor importante en la siguiente fase del proyecto ya que con ella se comercializan los productos y dan realce a los mismos, poniendo en práctica los conocimientos



adquiridos. Según Kotler la marca puede definirse como “Un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de todos estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio y que lo diferencia de la competencia” (Kotler & Armstrong, 2008, como se citó en Siabato & Oliva, 2014)

Se puede decir que una marca es percibida por el público como un conjunto de atributos y asociaciones mentales, que se fusionan a los elementos de la identidad de la marca e influyen en la decisión de compra, se aclara que un atributo es un criterio de selección basado en una ventaja o beneficio que encuentra el cliente en ella.

Posteriormente, mediante las redes sociales, se muestran los productos elaborados, las artesanías mismas y se las exhibe al público con la finalidad de producir y vender, dando así un plus a la comercialización de las mismas. “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos des- conocidos”, afirma Celaya (2008). Es así como, la red social Instagram, es la utilizada como tal para dar a conocer los diversos reels, historias y post relacionados con las muestras de las artesanías y productos fabricados en materiales como hilo, lana y madera. Instagram es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicar efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta. Además, un usuario puede seguir a otro para poder acompañar sus publicaciones y sus actividades dentro de la red. El número de seguidores, incluso, contribuye a la visibilidad del perfil. En ella también encontramos los famosos #hashtags, que sirven como buscadores de publicaciones y, si tienes una página para tu marca, ayudan a la hora de segmentar tu audiencia. (Aguiar, 2022). La marca creada para una pequeña, mediana o gran empresa, se percibe de distintas maneras según lo que comunique en sus diversas plataformas, es importante conocer que comunica la marca y de qué manera sus contenidos llegan al público objetivo a través de las redes sociales.



En lo que a antecedentes se refiere, el principal es el de la autora Vinatea Barberena, Lucía Andrea denominado Diseñador y artesano: un diálogo sostenible, en el cual encontramos que el proceso co-creativo entre el diseñador y el artesano y expone un discurso de sostenibilidad, cultura, valor agregado, además de la importancia de un trabajo de diálogo abierto en donde las dos partes se involucren y creen una relación extraordinaria para un proyecto significativo, por una parte el conocimiento de los artesanos que mediante sus destrezas transmiten saberes y plasman historias que trascienden en el tiempo, y por otra parte, el diseñador aporta el elemento de la estética e innovación, y es ahí donde en esa conexión igualitaria se reconoce el valor de cada uno de ellos y se convierte en un ganar ganar para todos.

En el contexto de las artesanías textiles es importante que se conserven sus raíces históricas y trasciendan en el tiempo; mediante ellas se han conservado todo tipo de historias, datos, cuentos, leyendas y más, esto ha permitido que pueblos, nacionalidades, sectores crezcan su economía y se mantengan, y su economía avance y aporte al país. Su valor cultural y ancestral figuran en la complejidad del mundo de tal manera que nos sumergen en un mar de conocimientos, si bien las artesanías textiles se han mantenido a través del tiempo, en este proyecto se la inmortaliza con una base desde el diseño para coordinar conceptos y conocimientos que permitan el desarrollo de un producto innovador con un valor agregado, entre el artesano y el diseñador.

Para detallar los objetivos inmersos en este artículo lo segmentamos en dos partes, en la primera que consta el objetivo general y tres objetivos específicos de la investigación misma de la tesis de la autora principal de este artículo y en la segunda parte planteamos dos objetivos relacionados con su proyecto personal en donde se analiza la marca y la red social utilizada por la misma para mostrar sus productos, y los detallamos a continuación: El objetivo general de la investigación fue desarrollar procesos co-creativos de diseño para elevar la calidad de las artesanías textiles. Como objetivos específicos: primero, identificar los factores de diseño, que afectan a la calidad de las artesanías textiles, segundo, documentar las experiencias de trabajo co-creativo por medio de entrevistas, diario etnográfico y fotografías, tercero, desarrollar procesos co-creativos de diseño en las artesanías textiles para la elevación de su calidad, como propuesta piloto para futuras intervenciones, cuarto, analizar la marca de Alama Trama de forma denotativa y connotativa para establecer forma y concepto sentados en la base semiótica,



quinto, análisis de la red social Instagram del emprendimiento para identificar los elementos de diseño empleados, mensajes, contenido, publicaciones, seguidores, presencia e influencia de los elementos amazónicos.

## **METODOLOGÍA**

El enfoque de la investigación fue cualitativo, se utilizó el método de estudio analítico descriptivo así como también el empírico y etnográfico, el primero permitió recolectar información para el análisis semiótico de signos y símbolos que se utilizan en las artesanías textiles, el segundo para la recolección de datos a partir de un fenómeno natural y del análisis de la base de datos de una teoría o llegar a una conclusión, y el tercero que es un método que permite desarrollar una investigación para el aprendizaje del modo de vida de una unidad social concreta en este caso la de la tejedora con la cuál se realizó el proceso de co-creación llamada Rosita Hasqui a quien denominaremos como la artesana.

El tipo de investigación fue bibliográfica, aplicada y de campo; la primera que consistió en la recolección de material bibliográfico, la segunda que buscó convertir el conocimiento teórico en práctico-útil para ponerlo en práctica en la co-creación de diseños y así elevar la calidad de los diseños en las artesanías textiles, la tercera que permitió obtener datos e información mediante la recolección a través de diversas técnicas en este caso entrevistas a tejedores y diseñadores que ya habían trabajado con artesanos.

El nivel de la investigación fue exploratoria ya que permitió la identificación de variables, relaciones sobre el fenómeno estudiado, en este caso el proceso co-creativo y la calidad del diseño de las artesanías textiles.

El diseño de la investigación fue correlacional en función de las variables mencionadas, así también las técnicas de recolección de datos fueron: guía de observación para la investigación de campo, entrevistas aplicadas a los artesanos y diseñadores. Las técnicas de análisis e interpretación de resultados fueron: fichas técnicas aplicadas a los productos realizados por la artesana, el libro de vida que permitió recopilar información de la artesana y así desarrollar el proceso co-creativo.

Para el análisis de la estructura de la marca y de la red social Instagram, en la primera se realizó un análisis denotativo y connotativo, que permitieron establecer datos de forma y concepto, sentados en la base semiótica, mientras que en la segunda se plantearon algunos parámetros para el análisis como:



manejo de íconos, colores, formas, contenidos y mensajes, frecuencias de publicación y número de seguidores, presencia e influencia de elementos amazónicos.

## **RESULTADOS**

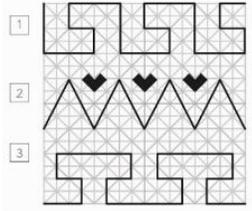
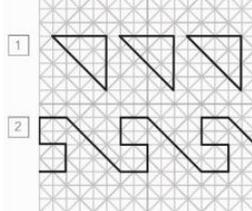
Para esta investigación cualitativa se realizaron fichas técnicas, un libro de vida y un anecdotario, el último fundamentado en la metodología de Robert Scott que se basa en 4 causas, siendo estas: primera, formal, material y técnica.

### **Fichas técnicas - Identificación de factores de diseño**

En la investigación completa se utilizaron fichas técnicas para analizar los posibles problemas de diseño existentes en las artesanías textiles elaboradas por la artesana, para el detalle de este escrito se seleccionó dos ejemplos de cada producto: shigras, fajas y gorros, los cuales se detallan con los siguientes datos generales: producto, material, precio, técnica utilizada, además de los parámetros de diseño: simetría, ritmo, equilibrio, adyacencia y cromática, finalmente un análisis iconográfico que se desglosa en la muestra de los íconos presentes en una retícula con su respectiva interpretación, así también las imágenes reales de los productos textiles.



Tabla 1. Fichas técnicas para identificar factores de diseño

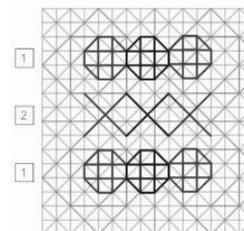
Nº Ficha en la Investigación completa	Artesana	Producto	Material	Costo	Imagen	Análisis	Composición modular	Interpretación
02	Rosita Hasqui	Shigra	Lana de Borrego	\$10		<p><b>Técnica:</b> Tejido a crochet. <b>Clasificación:</b> Geométrica. <b>Categorías / Leyes compositivas:</b> <b>Simetría:</b> esta shigra mediana no posee simetría. <b>Ritmo:</b> posee un ritmo formal porque busca las semejanzas entre las diferentes figuras. <b>Equilibrio:</b> existe un equilibrio visual asimétrico, dado a que el peso de la composición no se encuentra distribuido equitativamente. <b>Adyacencia:</b> esta shigra tiene adyacencia en sus figuras porque se unen entre ellas. <b>Cromática:</b> combinación de colores cálidos como el naranja, violeta rojizo y rojo con colores fríos como el azul, el verde y sus matices. Se utiliza el color negro en la iconografía para que sobresalga en la composición.</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representación de la reciprocidad que tiene que ver con la relación entre los mundos de arriba, abajo y ahora.</li> <li>2. Caracterización la ascendencia y descendencia del sol.</li> <li>3. Simulación la reciprocidad que tiene que ver con la relación entre los mundos de arriba, abajo y ahora.</li> </ol>
04	Rosita Hasqui	Shigra	Lana de Borrego	\$12		<p><b>Técnica:</b> Tejido a crochet. <b>Clasificación:</b> Fitomorfa y geométrica. <b>Categorías / Leyes compositivas:</b> <b>Simetría:</b> esta shigra posee simetría y da la sensación de orden en su composición. <b>Ritmo:</b> posee un ritmo formal, busca la semejanza y repetición armónica entre sus formas. <b>Equilibrio:</b> posee equilibrio visual simétrico. <b>Adyacencia:</b> posee adyacencia en sus figuras porque se unen entre sí para crear un todo. <b>Cromática:</b> se usó dos colores primarios, el rojo y el amarillo; existe además una combinación armónica de complementarios al juntar el rojo y verde. El negro es utilizado como fondo en tres franjas de la shigra.</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El triángulo está relacionado a la tripartición del círculo, representa el principio y fin de las cosas.</li> <li>2. Simbología de espirales que tiene como significado la representación de un camino.</li> </ol>



08 Rosita Hasqui Faja Lana orlón de \$5



**Técnica:** Telar de cintura. **Clasificación:** Geométrica. **Categorías/Leyes compositivas:** **Simetría:** esta mama chumbi posee simetría porque las distintas partes de la faja forman una composición ordenada y equilibrada. **Ritmo:** posee un ritmo formal por la repetición de sus íconos. **Equilibrio:** existe un equilibrio visual simétrico, dado a que el peso de la composición está distribuido de igual forma. **Adyacencia:** esta mama chumbi presenta adyacencia en sus figuras ya que unen sus vértices. **Cromática:** se utilizó colores complementarios como el rojo y el verde y el amarillo, color primario.

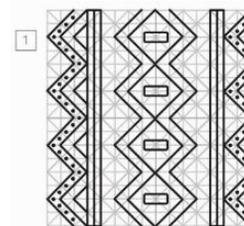


1. Simbología de una cruz andina, representa la formación de caminos.  
2. Representación de campos con surcos.

09 Rosita Hasqui Faja Lana orlón de \$5



**Técnica:** Telar de cintura. **Clasificación:** Geométrica. **Categorías / Leyes compositivas:** **Simetría:** esta mama chumbi posee simetría porque las distintas partes de esta faja forman una composición ordenada y equilibrada. **Ritmo:** posee un ritmo formal por la repetición de sus íconos. **Equilibrio:** existe un equilibrio visual simétrico, dado a que el peso de la composición está distribuido equitativamente. **Adyacencia:** esta mama chumbi presenta adyacencia en su iconografía. **Cromática:** existe la combinación de colores cálidos con colores fríos del círculo cromático.



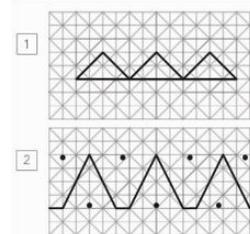
1. Representación de la dualidad, simboliza las figuras de Kinku (zig,zag). Presenta el concepto de ascendencia y descendencia del sol, descendencia y ascendencia de la luna y en el centro la expresión de dualidad del sol y la luna.



12 Rosita Gorro Lana de \$5  
Hasqui orlón



**Técnica:** Telar de cintura. **Clasificación:** Geométrico. **Categorías / Leyes compositivas:** **Simetría:** este gorro no posee simetría porque sus figuras son de diferentes tamaños, además que su confección no es precisa como se observa en la fotografía. **Ritmo:** posee un ritmo formal por la repetición de las mismas figuras. **Equilibrio:** existe un equilibrio visual asimétrico, dado a que el peso de la composición no se encuentra distribuido de igual manera. **Adyacencia:** presenta adyacencia en sus figuras, porque se unen sus vértices. **Cromática:** existe la utilización de la escala de grises como el negro, blanco y gris.



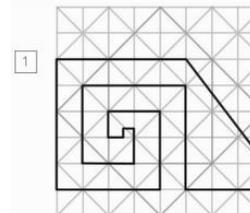
1. Representación de los triángulos que están relacionados a la tripartición del círculo. Expresan el principio y el fin de las cosas.

2. Representación del dualismo del bien y mal, oscuro y claro, arriba y abajo, cielo y tierra, femenino y masculino.

13 Rosita Gorro Lana de \$5  
Hasqui orlón



**Técnica:** Telar de cintura. **Clasificación:** Geométrico. **Categorías / Leyes compositivas:** **Simetría:** no posee simetría porque sus figuras son de diferentes tamaños y ocasionan que la composición no se vea ordenada ni equilibrada. **Ritmo:** posee un ritmo formal por la repetición de los mismos íconos. **Equilibrio:** este gorro presenta un equilibrio visual asimétrico, dado a que el peso de la composición no se encuentra distribuido equitativamente. **Adyacencia:** no existe adyacencia en sus figuras. **Cromática:** se utilizó el color natural de la lana en la iconografía y en el fondo el color azul violeta.



1. Simbología de espirales, tiene como significado la representación de caminos.

Fuente: Daniela Godoy, 2019

En las fichas técnicas se identificó una repetición de los diseños, cromática convencional, estéticamente poco atractivas, distribución de elementos no proporcionales y finalmente que no se aplicaban leyes compositivas de diseño ritmo, adyacencia, equilibrio y simetría.



## **Entrevistas y Libro de vida - Documentación de las experiencias**

En esta etapa se debe aclarar que las entrevistas fueron dirigidas a los diseñadores respectivamente y el libro de vida elaborado con la artesana de manera conjunta.

En las entrevistas a diseñadores con experiencia en procesos de co-creación con artesanos para identificar fortalezas y debilidades que pudieran existir en el proceso de co-creación; el resultado fue el siguiente, según el análisis de Daniela Godoy (2019):

Como eje fundamental para el proceso de co-creación con artesanos, es menester formar un vínculo de confianza con el mismo, en dicho proceso las dos partes se fortalecen en el intercambio de conocimientos, por una parte el diseñador conoce sobre la parte técnica sobre la creación de las piezas textiles y el artesano sobre los factores de diseño que influyen en sus productos, así también el diseñador debe inferir en la cromática e iconografía en las artesanías textiles aportando al valor estético y conceptual.

Al llevar tiempo y dedicación cada proyecto es indispensable tener la visión sobre el producto que se va a realizar para el proceso de ideación y materialización de las prendas textiles. Finalmente, es importante el reconocimiento y la valorización del esfuerzo y del conocimiento de las dos partes en el desarrollo del proyecto.

**En el libro de vida**, se recopiló información relevante sobre la artesana y el proceso de elaboración de prendas textiles para dar paso a las nuevas creaciones.

**En la biografía de la artesana**, se menciona que nació en la parroquia Cacha ubicada en la provincia de Chimborazo, casada y madre de 4 hijos, trabaja en la Plaza Roja vendiendo sus productos textiles, las cuales aprendió a tejer desde los 9 años, su madre -una tejedora textil- le enseñó este proceso artesanal y a los 10 años la inscribieron en un curso de artesanías en Cacha el cuál duró aproximadamente 6 meses, con las bases y el conocimiento impartidos empezó a fabricar sus propias artesanías como shigras, fajas, gorros, mama chumbis y fajas originales de Cacha. (Godoy, 2019):

**En el proceso de elaboración**, se especifica información de la materia prima, el proceso es *el hilado*, *la tinturación* y las *técnicas de tejido*; en la primera etapa, para la obtención de la materia prima (lana) la artesana acude directamente a la fábrica de lana en Guano o al almacén de lanas cerca de la Plaza Roja o su hermano quien obtiene la lana después de un proceso de trasquilación a sus borregos o llamas,



proceso que se lo realiza con tijeras o máquina eléctrica, inicia en la barriga hacia las extremidades, terminando en la cabeza y cuello, este proceso es anual para no estresar al animal.

**La segunda etapa**, habla sobre el hilado, el cual consiste en transformar la fibra en un hilo continuo apto para la creación de prendas textiles, para este proceso se utiliza el huso -palo mediano con un pequeño disco en el extremo, conocido como tornera que puede ser de madera o piedra- previamente se lava la fibra, se deja secar al sol y se guarda en vellones, posteriormente para hilar se toman porciones de la fibra, se retuerce en los dedos para darle forma de hebra, la cual se amarra al huso y se enrolla al mismo.

**La tercera etapa de tinturación**, consiste en pintar la lana, el color se obtiene de plantas o flores y se obtienen los rojos, azules, amarillos o negros, de la cochinilla o la remolacha de la cual se obtiene el color rojo por ejemplo, para generar el amarillo se utiliza una planta llamada hilapo; el proceso consiste en hervir el agua con la remolacha o la planta de hilapo luego de media hora se coloca la madeja dentro de la olla para que se tinte y se utiliza limón y sal que sirven como fijadores de color.

**La cuarta etapa es el tejido a crochet y agujón**, la artesana con 40 años de experiencia en el manejo de esta técnica, elabora shigras, gorros y fajas, con costos de entre 12 a 14 dólares y el tiempo de elaboración dependiendo el tamaño va de 3 a 5 días.

**La quinta etapa es el tejido en telar de cintura**, la artesana con experiencia desde sus 13 años de edad, lo moviliza, arma y desarma con facilidad ya que está elaborado por palos de madera, en esta etapa se realiza la urdimbre, crea una estructura de hilos exactos según el diseño y los coloca verticalmente a ella, luego se acomoda la atamba en su cintura, después de haber tendidos los hilos, se entrecruzan con otros atravesados en un ángulo recto denominado trama. Con un pallador va contando los hilos necesarios para generar la iconografía que está en la mente de la tejedora; el tejido se aprieta con una tablilla de madera afilada y pesada denominada callua o machete. Todo este proceso artesanal requiere concentración, habilidad y dominio. Finalmente, depende del tipo de pieza textil que se requiera elaborar se utilizará la cuarta o quinta etapa descrita en los párrafos anteriores, como acotación se menciona que los productos textiles elaborados por la artesana son vendidos en la Plaza Roja de Riobamba.

## **Anecdotario - Desarrollo del proceso co-creativo**

Esta propuesta de Daniela Godoy (diseñadora), se presentó como base para futuras intervenciones bajo la metodología de Robert Scott con sus 4 causas:

**Causa primera (necesidad):** En base al análisis realizado a lo largo de la investigación se detectó la necesidad de aportar a la calidad del diseño de las artesanías textiles de la artesana en mención, esta relación artesana-diseñadora fue posible gracias al Diseñador Oscar Medina quien apoyó al primer encuentro, luego de lo cual, se estableció una relación de confianza que permitió un trabajo conjunto en donde la propuesta fue la creación de nuevos diseños innovadores para sus tejidos, en este intercambio de conocimientos entonces la diseñadora apoyaría en los nuevos diseños y la artesana en la enseñanza de los procesos de elaboración de los tejidos. Es importante destacar que, la relación entre las partes del proyecto es vital para un desarrollo armónico del trabajo, tomando en cuenta que muchas veces existe desconfianza y recelo en mostrar sus conocimientos debido al plagio de sus ideas.

**Causa formal (procedimiento):** En este apartado del anecdotario se justificó de manera teórica el producto final, por lo cuál se analizó el proceso de creación por parte de la artesana y la diseñadora, también el proceso de elaboración de las prendas de la artesana, los parámetros utilizados por la diseñadora para la creación del diseño en este caso las retículas: trazado armónico binario y el trazado armónico terciario más las retículas generadas a partir de las prendas que la artesana produce (shigras, fajas y gorros).

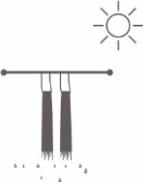
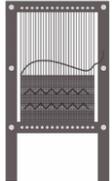
Posteriormente se eligió la iconografía basada en el concepto de los tres mundos de la cosmovisión andina (Hanan Pacha, Kay Pacha y Uku Pacha), se elaboraron nuevos diseños (debido a la propiedad intelectual de los pueblos andinos) y a partir de este en las cuadrículas empleadas bajo la técnica de punto cruz, que fue la empleada por la artesana y se aplicaron en las nuevas prendas, no sin antes haber elaborado los bocetos respectivos. A continuación se citan los procesos y procedimientos empleados por la artesana y la diseñadora respectivamente.

**Artesana:** el procedimiento por parte de la artesana para la elaboración de los tejidos, fue laborioso y de varias horas; desde la obtención de la lana hasta la fabricación del tejido según la técnica empleada (crochet, agujón, entre otras), o apoyada en instrumentos autóctonos como el telar para la obtención final de la artesanía textil, es decir aportando su mano de obra y conocimiento, como se resume en la



siguiente tabla.

**Tabla 2. Procedimiento para elaboración de tejidos**

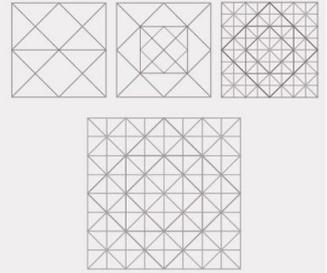
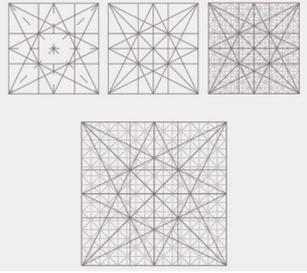
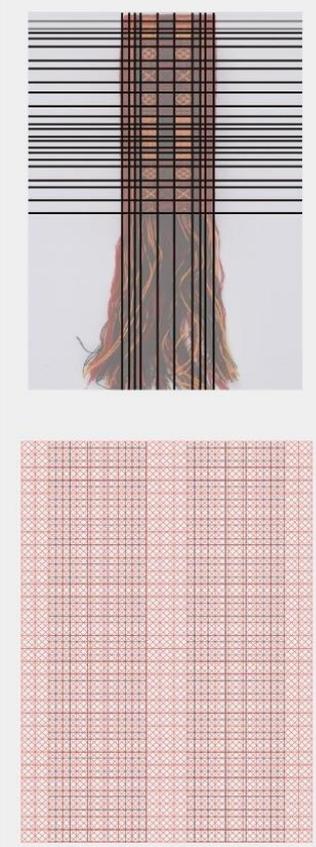
Fibra animal	Proceso de hilado	Proceso de teñido	Proceso de secado	Tejido de las piezas textiles
				
<p>Se obtuvo de la trasquilación de la fibra del animal que puede ser oveja, llama, alpaca, vicuña y guanaco.</p>	<p>Mediante la utilización del huso se transformó la fibra textil en hilo continuo.</p>	<p>De distintas plantas o flores se obtuvieron diversas gamas de color, también se suele utilizar la cochinilla o la remolacha para obtener el color rojo. Posteriormente se hirvió el hilo con los colores, se vierte la madeja en el agua y se observa cómo el color de la planta, flor o animal se impregna en el hilo. Se utiliza limón y sal como selladores de color.</p>	<p>El hilo se cuelga y se seca para posteriormente utilizarlo en el tejido.</p>	<p>Existen diversos tipos de telares: de cintura, vertical y horizontal. Aquí se realizó la urdiembre (trama) de los hilos situados verticalmente y se tensa en el telar; la trama son los hilos que se van entretrejiendo horizontalmente así se va creando el tejido y con la ayuda de instrumentos como el pallador que sirve para contar los hilos y el machete o callua que sirve para apretar el tejido se va creando la pieza textil.</p>

Fuente: Daniela Godoy, 2019

**Diseñadora:** desarrolló en el proceso de diseño, en el cuál se establecieron los parámetros para aportar con la resolución del problema mencionado anteriormente, con esto se dio una idea y un concepto de forma funcional y estética, investigó sobre comunicación ancestral, estableció una relación con la artesana y fue este vínculo de confianza que permitió este aporte de diseño que se detalla a continuación. Para iniciar la diseñadora estudió sobre el tejido andino, cosmovisión andina, semiótica del diseño andino, creación de prendas textiles, entre otros conceptos, para ampliar su conocimiento que aporten en el proceso de creación, mismo que se basó en los 3 códigos de lenguaje simbólico que Zadir Milla lo explica en su libro introducción a la semiótica del Diseño Andino Precolombino: creación de la forma textil, diseño de la iconografía y diseño de producto final.

**Creación de la forma textil:** aquí se crearon retículas basadas en los tejidos de la artesana Rosita Hasqui, así como también de los sistemas binario y terciario para establecer una guía con la cual diseñar las formas aplicadas a los nuevos productos, en este caso carteras, cinturones y pasamontañas.

**Tabla 3. Retículas**

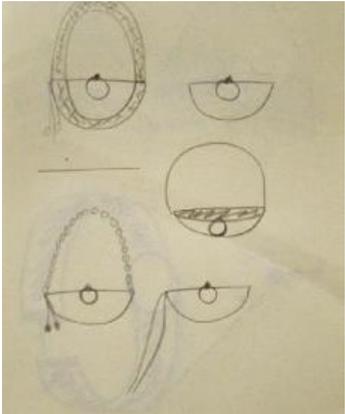
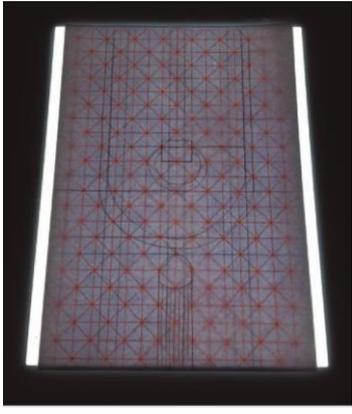
Trazado armónico binario	Trazado armónico terciario	Retículas utilizadas
<p>Nacen de la aplicación de cuadrados y cuadrados girados en sucesión, proyectados en forma de malla.</p>	<p>Es el producto del juego de las diagonales de los cuadrados con las diagonales del rectángulo <math>\frac{1}{2}</math>, cuyas cruces permiten ubicar los puntos del trazo de las diagonales.</p>	<p>En base a las prendas de la artesana.</p>
		

Fuente: Daniela Godoy, 2019

Posteriormente se realizaron bocetos de las prendas basados en las características de diseño contemporáneo, revisando referentes textiles de diversas marcas, para crear diseños innovadores que combinen lo artesanal y lo moderno.

Después de los bocetos iniciales se seleccionan los bocetos de las prendas bajo la premisa de innovación, mismas que fueron vueltas a bocetar para posteriormente ser aplicadas en las retículas generadas anteriormente basados en los tejidos de la artesana.

**Tabla 4. Bocetos**

Primeros bocetos	Bocetos elegidos	Bocetos en las retículas generadas
		

Fuente: Daniela Godoy, 2019

### **Diseño de la iconografía**

La iconografía fue diseñada en base al pensamiento de los tres mundos existentes en la cosmovisión andina: Hanan Pacha (mundo de arriba, mundo cóndor), el Kay Pacha (mundo del presente y del aquí) y el Uku Pacha (mundo de abajo, mundo de la serpiente). Aquí también se tomaron como punto de partida dos libros: “El tejido andino un libro de sabiduría” de Gmail Silverman y “Cosmovisión y sabiduría Puruwa” de Pedro Janeta.

Una vez identificados los conceptos, puntos de inspiración y referencias se crearon íconos que se apliquen a productos que simbólicamente se asocien a la cosmovisión de los tres mundos, siendo estos: pasamontañas que se utilizan en la cabeza y podemos asociarlo al mundo arriba-Hanan Pacha, carteras y cinturones que se colocan y usan en la parte central del cuerpo que representan el Kay Pacha-mundo del presente, y por último las sandalias que se utilizan en los pies, en el mundo abajo-Uku Pacha.

**Tabla 5. Iconografía seleccionada**

Hanan Pacha	Kay Pacha	Uku Pacha

Fuente: Daniela Godoy, 2019

Finalmente, se realizaron modificaciones de la iconografía, de tal manera que fuesen nuevos e innovadores, para lo cual se utilizó una cuadrícula que simulaba la técnica del bordado de punto cruz, conservando así el significado que los caracteriza, todo esto bajo el conocimiento de la artesana.

**Tabla 6. Modificaciones de iconografía**

Hanan Pacha	Kay Pacha	Uku Pacha
<p>Ascendencia y descendencia de la luna</p>	<p>Instrumento agrícola</p>	<p>Fertilización</p>

La dirección en sus elementos provoca percepciones, se observa un descenso de la línea que va de más a menos, de izquierda a derecha, posee simetría y repetición de los elementos diseñados.

Posee un equilibrio simétrico ya que los elementos están distribuidos en ambos lados. Posee ritmo lineal en las figuras que se encuentran a los costados creando una sensación de continuidad.

Se caracteriza por el uso de puntos de enfoque que son las cruces que se forman al unir las líneas, posee un equilibrio simétrico y un ritmo lineal que causa sensaciones de continuidad en la composición.

Fuente: Daniela Godoy, 2019

**Diseño del producto final:** aquí se fusionaron los bocetos y la iconografía, se aplicaron diversos colores, tanto a mano como en Adobe Photoshop para probar las combinaciones y presentar los bocetos finales.

**Tabla 7. Diseño del producto final**

Bocetos a color	Bocetos en Photoshop
	

Fuente: Daniela Godoy, 2019

Proceso de diseño: Artesana y diseñadora: una vez concluida la etapa de bocetos realizada por la diseñadora, estos fueron entregados a la artesana de manera impresa, para que pudiese guiarse y desarrollar los tejidos de las prendas seleccionadas.

**Tabla 8. Creación de las prendas artesana-diseñadora**

Pasamontaña - Hanan Pacha	Cartera - Kay Pacha	Sandalias - Uku Pacha
		

Fuente: Daniela Godoy, 2019

**Causa material:** En esta causa se analizaron los materiales a utilizar en las prendas textiles diseñadas, en este caso fibras naturales provenientes de la lana de oveja, llama, vicuña, guanaco, alpaca o fibras industrializadas como la lana de orlón, poliéster, entre otros, dicho material seleccionado se definió en base a los siguientes parámetros: funcionalidad, calidad, estética, costos de producción y tiempo, por lo cual en conjunto con la artesana los materiales seleccionados fueron orlón y lana de llama y oveja. Después de identificar la intervención de un siguiente material en los productos: la madera se integró

al artesano Abdón Morales de la ciudad del puyo quien trabaja en la elaboración de lámparas de madera y guadua.

**Causa técnica:** En este apartado se definieron las técnicas textiles para la elaboración de los productos, en este caso para los pasamontañas y carteras: tejido a crochet, para los cinturones y sandalias: tejido con telar de cintura. Debemos destacar que para los artesanos el tejido no es solamente una acción, si no que es atrapar la información del cosmos mismo en la memoria de la tierra, es la consciencia ancestral, entonces el tejido es una forma de comunicación ancestral que amerita ser valorado y respetado bajo los criterios de identidad.

### **La Marca Alama Trama, artesanías y su red social Instagram**

Es así como, después de haber desarrollado este proyecto co-creativo y formar un vínculo entre diseñadora y artesana la autora de esta investigación se adentro en el mundo de la creación de artesanías, dando paso a su proyecto personal denominado Alama Trama en la ciudad del Puyo, en esta etapa se realiza el análisis de marca y sus aspectos denotativos y connotativos, así como también el análisis de su red social Instagram.

Bajo los conceptos de Joan Costa y Norberto Chaves, hemos determinado las siguientes características para el análisis: elementos que conforman la marca como el naming, color y significado, signo, mediante los signos identificadores básicos determinados en el tipo de nombre, logotipo, imago tipo, finalmente tomando conceptos semióticos analizamos la denotación y connotación de la marca.

La marca: Como lo afirma Joan Costa “lo que no tiene nombre no existe”, al ser la marca el activo más importante debido al impacto que genera en el mercado por ende en su economía, al ser el nombre el mensaje más repetido, es entonces el elemento más importante, aún más que el logotipo, el símbolo o el color, es así que el concepto de marca que la autora a desarrollado es el siguiente:

"Alama" es una palabra en quichua que encapsula la idea de trabajar en armonía y colaboración. La trama, por otro lado, representa los hilos individuales que se entrelazan meticulosamente para formar un tejido cohesivo y resistente. En esencia, tanto "alama" como la trama simbolizan la unión y la colaboración, elementos fundamentales para crear algo significativo y duradero.

**Tabla 9. Signos identificadores básicos.**

Nombre	Colores y significado	Logotipo	Imagotipo	Denotación	Connotación
Alama Trama	Blanco y negro		No aplica	Tipografía recta de palo seco, de color negro, nace de una tipografía base y se realiza una edición en cada letra, la tipografía no tiene la misma altura pero si el mismo ancho.	Las letras altas se interpretan como con la libertad, lo divino. El entrecruzado de las letras se asemejan al telar y los tejidos, tiene ritmo y movimiento en las letras que suben y bajan, guardan una armonía estética. Dan un sentido a lo mecánico, lo artesanal, lo hecho a mano.

Fuente: Alama Trama

Elaborado por los autores

El valor que le da a la marca, mantiene el concepto que converge entre lo ancestral, lo artesanal y lo colaborativo, la conexión con las raíces, así como la materialidad del ser, la marca comunica con claridad el valor principal, así también existe un juego de palabras que al leer la palabra Alama también se interpreta como Alma, figurativamente nos evoca al alma, es decir un trabajo más profundo.

Posteriormente pasamos al análisis de su red social Instagram, para lo cual hemos empleado una ficha de observación, en donde recopilamos los siguientes datos: número de seguidores, número de seguidos, link, número de publicaciones hasta la fecha de esta investigación, tipos de publicaciones: fotografías, pie de fotos, historias, reels, publicación con mayor número de reacciones, comentarios, mensajes directos.

**Tabla 10. Análisis de la Red Social Instagram**

Alama Trama				
Ficha de observación de la red social Instagram hasta el 04/03/24	Número de seguidores	3894	Fotografías	
	Número de seguidos	126		
	Link:	<a href="https://www.instagram.com/alama.trama?igsh=eXBpdGhwemlraWhw">https://www.instagram.com/alama.trama?igsh=eXBpdGhwemlraWhw</a>		
	Número de publicaciones	Si		121
Fotografías	Si	106		
Reels	Si	69		
Historias	Si	No son constantes		
Publicación con mayor número de reacciones	Si	6892		

Comentarios	Si	1256	
Mensajes directos	Si	Respuesta inmediata	
Contextualización	Si	Objetiva	
Pie de foto	Si	Descriptiva	

Fuente de las imágenes: Perfil de Instagram de Alama Trama  
<https://www.instagram.com/alama.trama?igsh=eXBpdGhwemlraWhw>

Como resultado del análisis obtuvimos que, el perfil de Instagram de Alama Trama, está manejado de forma orgánica, es decir sin pago, los seguidores que se han alcanzado ha sido específicamente por el tipo de contenido publicado y el algoritmo de la red social, la misma que tiene un manejo cromático armónico que van de la mano con lo sobrio y lo artesanal, observamos que además trabajan por varios artesanos de la amazonía para el desarrollo de artesanías en lana, hilo, madera que son enfocados en el área textil, indumentaria y decoración de interiores, este trabajo colaborativo aporta al movimiento artesanal del sector, cabe destacar que todo el contenido publicado se lo ha desarrollado bajo la dirección de la diseñadora Daniela Godoy.

En cuánto a las fotografías son de muy buena calidad, manejan conceptos fotográficos, el estilo es marcado y bien diferenciado, siempre armonizando con la paz, la tranquilidad y el orden, la composición de los elementos son sutiles y dan un aire de pureza y libertad, en cuanto a fotografía y video en general están manejados con una buena iluminación, concepto, encuadre y precisión, el mensaje se identifica de forma clara y estilizada.

## DISCUSIÓN

La presente investigación realizada en el cruce entre procesos co-creativos entre la artesanía y el diseño, y tuvo como objetivo general desarrollar procesos co-creativos para elevar la calidad de las artesanías textiles, para cumplir con el primer objetivo el cual fue identificar los factores de diseño y la calidad de las artesanías, se identificó datos como repetición de diseños, cromática convencional y estética poco atractiva, distribución de elementos no proporcionales y sin aplicación de leyes de composición, estos

resultados no son similares a los encontrados en el estudio realizado por Villegas y Fuentes, (2024), en donde figura que “los parámetros estéticos y funcionales responden a consumidores finales ajenos a los contextos artesanales de producción” (Albarrán , 2020 , como se citó en Villegas y Fuentes 2024).

En este sentido, en el segundo objetivo que tiene relación con las experiencias de trabajo co-creativo, con entrevistas, diario etnográfico y fotografías que dio como resultado, un intercambio de información, aprendizaje, trabajo colaborativo, dando así resultados favorables para la artesana y la diseñadora. Estos resultados concuerdan con la investigación de Pilay y Custoja (2023), ya que permitió un intercambio de conocimientos, en donde el ejercicio participativo permitió conocer a profundidad los procesos y hacer de cada uno.

Así también en el tercer objetivo, relacionado con procesos co-creativos, artesanías textiles y calidad como propuesta piloto para futuras intervenciones, resultó en un trabajo innovador, de intercambio, que da paso a una relación recíproca que funciona, esto concuerda con Herrera (2022), quién menciona que esta colaboración fortalece este ecosistema de conocimientos, de forma creativa, recíproca y cultural.

Siguiendo con el cuarto objetivo, en la dimensión del análisis de la marca Alama Trama de forma denotativa y connotativa, el resultado fue que la marca concuerda con el concepto propio, conecta con lo ancestral y artesanal de forma lingüística y figurativa y comunica con claridad, este resultado concuerda con el estudio de Cepeda (2014), en donde concluye que la marca es un sistema de significados que se relaciona con el producto, con el consumidor y la organización.

Finalmente el quinto objetivo responde al análisis de la red social Instagram de Alama Trama, en donde el resultado fue un contenido orgánico, funcional, armónico que se relaciona con el estilo y tipo de productos y que comunican con claridad el orden y concepto, este resultado concuerda con Chang (2010), que resolvió que las estrategias empleadas en la plataforma desde la coordinación visual con la marca y contenido permiten afianzar y conectar con los espectadores a quienes se dirigen.



## CONCLUSIONES

Esta investigación contribuye al trabajo co-creativo, colaborativo, artesanal, que nació de un proyecto de investigación para la obtención de un título de grado, mismo que posteriormente deja un aprendizaje, un intercambio de información y permite la creación de un proyecto que hoy da vida y trabajo a los artesanos de la amazonía para hacer posible este proyecto, por lo cuál se sentó un precedente para una futura investigación sobre todo el proceso que Alama Trama desarrolla en la Ciudad del Puyo con artesanos de la zona, sin dejar de lado que siempre ha destacado la labor de Rosita Hasqui, quien fue su mentora en el tejido textil, y poco a poco la autora ha crecido hacia otras áreas artesanales, en donde la experimentación, el gusto y la pasión por conservar técnicas artesanales ancestrales han motivado a un proyecto que más que nada expresa creatividad.

Así, la documentación de las experiencias de trabajo co-creativo deja inmortalizado un proceso artesanal para el fomento de futuros proyectos, se han materializado las técnicas, se crearon nuevos productos con un enfoque innovador, en donde tanto el diseño como la artesanía hicieron un conjunto práctico, debemos rescatar también la importancia de entablar una buena relación entre las partes para que el proyecto surja y rinda los frutos esperados, todo esto plasmado en las fichas, libro de vida y anecdotario respectivamente. De este modo, Alama Trama, nació en el año 2020 como un proyecto de artesanías textiles, y poco a poco se han ido incorporando elementos que dan vida a productos en el ámbito de la indumentaria y la decoración de interiores, la marca juega un rol importante en el desarrollo de una empresa ya que es lo que más se pronuncia y se visibiliza en el medio, es imagen y es en sí quien nos dice quién es y qué dice de la empresa, y se refleja en el manejo de una red social que tiene un estilo armónico, limpio y rescata el concepto principal que es lo artesanal.

Por último, reconocemos la importancia cada vez mayor de las prácticas educomunicacionales que permiten una participación inclusiva y participativa de la sociedad, por la conservación de los conocimientos artesanales y ancestrales, además del papel importante que cumplen las redes sociales para que llegue la información de forma libre y así también trascienda el conocimiento a través de las mismas, al ser esta investigación de tipo cualitativa nos permite plantearnos más premisas para buscar respuestas más profundas que confluyen en el campo de la expresión, pensamiento crítico, el intercambio de información, que genere emociones y que transmita contenido de valor.



## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguiar, A. (2022, 29 junio). *Instagram: ¿conoce todo sobre esta red social! Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/instagram/#:~:text=Instagram%20es%20una%20red%20social,y%20tambi%C3%A9n%20en%20Instagram%20Stories>.
- Alama Trama. [alama.trama]. (2021, mayo 14). Tapiz Macramé [Video donde se muestra parte del proceso de fabricación del tapiz] de <https://www.instagram.com/p/CO32g5wBGjY/>
- Alama Trama. [alama.trama]. (2021, mayo 14). Espejo Macramé [Imagen donde se muestra un espejo de macramé hecho a mano] de [https://www.instagram.com/p/C2Yh70YO1CS/?igsh=eXBpdGhwemlraWhw&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2Yh70YO1CS/?igsh=eXBpdGhwemlraWhw&img_index=1)
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (11.a ed.) [Digital]. PEARSON. [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Celaya, J. (2008). *La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial* (Grupo Planeta) [Digital]. <https://books.google.com.cu/books?id=w8SaUTXcxDMC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Cepeda, S. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia 1. *Entramado*, 10(2). <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265433711009.pdf>
- Chang, S. (2010). Análisis sobre el uso de Instagram como herramienta publicitaria en el mercado venezolano [Trabajo de Grado, Universidad Católica Andrés Bello]. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/Febrero%202018/AAT3420.pdf>
- Chaves, N., & Belluccia, R. (2005). *La Marca Corporativa: Gestión y Diseño de Símbolos y Logotipos* (1.a ed.) [Impreso]. Paidós SAICF.
- Chaves, N. (2005). *La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional* (3.ª ed.). Gustavo Gili. <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-siglo-21/disenio-de-comunicacion-visual-ii/chavez-la-imagen-corporativa-teoria-y-practica-de-la-identificacion-institucional/29408725>
- Cornejo, L. (2000). *Semiótica* [Impreso].



- Costa, J. (2010). *El DirCom hoy: Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía* (2.a ed.) [Impreso]. Costa Punto Com.
- Costa, J. (2005). Naming: Lo que no tiene nombre no existe [Digital]. <http://www.interarts.net/descargas/interarts12.pdf>
- Costa, J. (2004). La imagen de la Marca: un fenómeno social [Digital]. Paidós Ibérica. <https://books.google.com.pe/books?id=Jh1Xkx0QuDMC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- European Commission. (2023). Ethical Guidelines on the Use of Artificial Intelligence (AI) and Data in Teaching and Learning for Educators. Available online: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d81a0d54-5348-11ed-92ed-01aa75ed71a1/language-en>
- Godoy, D. (2019, Septiembre 04). *Procesos Co-Creativos Del Diseño Para Elevar La Calidad De Las Artesanías Textiles En La Parroquia Calpi* [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6338>
- García Pérez , M., & Rodríguez López, C. (2022). Factores Asociados a la Obesidad y su Impacto en la Salud: un Estudio de Factores Dietéticos, de Actividad Física y Sociodemográficos. *Revista Científica De Salud Y Desarrollo Humano*, 3(2), 01-15. <https://doi.org/10.61368/r.s.d.h.v3i2.31>
- Herrera, H. (2022). Niveles de co-creación entre diseñadores y artesanos: Cooperación, mutualismo y co-evolución. *REVISTA DE LA FACULTAD DE ARTES y DISEÑO PLANTEL TAXCO*, 9. <https://revista925taxco.fad.unam.mx/index.php/2022/05/05/nivelescocreaciondiseadoresyartesanos/>
- Hütt, H. (2012). Las Redes Sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Llop, R. (2018). [Procesos Co Creativos]. Recuperado de <https://www.rosallop.com/blog/#sthash.vxqa3FHp.dpbs>
- Manjarres, G. (2019, Septiembre 04). *Análisis De La Red Social Instagram Como Medio De Publicidad* [Tesis de pregrado]. Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.



<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9881/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000409.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (1997). *Definición de productos artesanales, adoptada por el Simposio [Informe]*. Simposio Internacional Sobre La Artesanía Y El Mercado Internacional: Comercio Y Codificación Aduanera, Manila, Filipinas. Recuperado de <https://docplayer.es/2199524-Simposio-internacional-sobre-la-artesania-y-el-mercado-internacional-comercio-y-codificacion-aduanera-manila-filipinas-6-8-de-octubre-de-1997.html>
- Pilay, L., & Custoja, M. (2023). Tejiendo la memoria huancavilca. Experiencias en el codiseño para la conservación de prácticas textiles ancestrales. *BOLETÍN DEL MUSEO CHILENO DE ARTE PRECOLOMBINO*, 28. <https://www.scielo.cl/pdf/bmchap/v28n2/0718-6894-bmchap-28-02-31.pdf>
- Ruíz Ledesma, E. F., Córdova Pérez., C., & Montiel Sánchez, A. S. (2023). Errores comunes en estudiantes universitarios al trabajar con la integral definida. *Emergentes - Revista Científica*, 3(2), 21-31. <https://doi.org/10.60112/erc.v3i2.29>
- Rivera, M., & Pérez, C. (2023). Factores Asociados a la Obesidad y su Impacto en la Salud: Un Estudio de Factores Dietéticos, de Actividad Física y Sociodemográficos. *Sapiencia Revista Científica Y Académica*, 3(2), 145-160. <https://doi.org/10.61598/s.r.c.a.v3i2.59>
- Sanchez, J. (1995), *Textos Textiles En La Tradición Cultural Andina*, Ecuador, Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53540.pdf>
- Siabato, M. F. F., & Oliva, E. J. D. (2014). *Evolución y caracterización de los modelos de Brand Equity*. *Suma de Negocios*, 5(12), 158-168. [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70038-2](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70038-2)
- Silva Herrera , G. A. (2023). La Influencia de las Redes Sociales en el Sistema Judicial. *Estudios Y Perspectivas Revista Científica Y Académica*, 2(1), 1-26. <https://doi.org/10.61384/r.c.a.v2i1.7>
- Universidad Oberta de Catalunya. (s.f.). *Codiseño*. Recuperado de <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/codiseno/>



Villegas, E., & Fuentes, A. (2023). Las Prácticas colaborativas Diseño + Artesanía como espacios de encuentro para explorar el diseño fuera de la hegemonía. *Cuaderno 187 | Centro de Estudios En Diseño y Comunicación*.  
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/9473/15925>

Vinatea, L. (2014). UNIVERSIDAD DE PALERMO. Recuperado de  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?i](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?i)

