

DOCTORADO EN DISEÑO

TESIS DOCTORAL

**Conformación del campo profesional
del diseño textil e indumentaria.
Cuenca, Ecuador. Período 2005 – 2021**

Dinámicas políticas y productivas en la
praxis del diseño textil e indumentaria

Autora

Silvia Gabriela Zeas Carrillo

Directora

Dra. Verónica Devalle, PhD

Línea temática: LÍNEA N.º 7 | Diseño, Economía en los Negocios,
Interdisciplinariedad y Emprendimiento.

Fecha de presentación:

7 de febrero de 2025



**Facultad de Diseño
y Comunicación**

CUERPO B

Dedicatoria

A ti, mi hija Sofía Amelia, eres mi luz, mi horizonte y la inspiración que guía cada uno de mis pasos; quien me acompañó en este recorrido desde antes de nacer y llenó mi vida de propósito y amor incondicional.

A mi mamá, Mercedes Carrillo, mi fortaleza inquebrantable, mi ejemplo de vida y mi faro en todo momento.

Agradecimientos

A mi directora, Verónica Devalle, por su valiosa sabiduría, su tiempo generoso y los momentos compartidos que enriquecieron este proceso.

A la Universidad del Azuay y a la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, por abrirme las puertas al futuro del conocimiento y el aprendizaje.

A mis profesores, Director del programa Roberto Céspedes y colegas de la 9ª cohorte del Doctorado en Diseño de la Universidad de Palermo, en especial a Genito, Caro, Giova y Diego, por su compañerismo y constante apoyo en este recorrido.

Finalmente, a mi familia, y amigas incondicionales Pichis, Taty, Cari, Mony, Tía Pachi y a mis tíos Carrillo que me han apoyado en este camino.

Índice de Contenidos

CUERPO B.....	2
ÍNDICE DE CONTENIDOS	5
ÍNDICE DE IMÁGENES	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
CAPÍTULO 1	15
1.1 PRESENTACIÓN DEL TEMA, DELIMITACIÓN CONCEPTUAL, TEMPORAL Y ESPACIAL	15
1.2 ENMARCACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DENTRO LAS LÍNEAS TEMÁTICAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD....	16
1.3 EXPLICACIÓN DE LOS MOTIVOS DE LA ELECCIÓN DEL TEMA	17
1.4 RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN EN SU IMPACTO CIENTÍFICO O SOCIAL	21
1.5 SÍNTESIS DE LOS CAPÍTULOS	24
CAPÍTULO 2	27
2. CONCEPTUALIZACIÓN, FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y METODOLOGÍA	27
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DE PREGUNTAS	27
2.2 HIPÓTESIS.....	30
2.3 OBJETIVO GENERAL	31
2.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	31
2.5 ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	32
2.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	47
2.6.1 TEORÍA DE LOS CAMPOS	47
DEFINICIONES CONCEPTUALES FUNDAMENTALES DE LA TEORÍA DE LOS CAMPOS DE BOURDIEU	47
DESARROLLO CONCEPTUAL DE “AGENTES” Y “HABITUS”: NATURALEZA Y FUNCIONES	51
DESARROLLO CONCEPTUAL DE “CAPITAL”: TIPOS Y APLICACIONES.	53
ESTRUCTURA DE UN CAMPO	54
PROPIEDADES DE POSICIÓN DE LOS AGENTES: DEFINICIÓN Y RELEVANCIA	54
DINÁMICAS Y MECANISMOS DE LOS CAMPOS	57
CONSTITUCIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CAMPOS	57
IMPLEMENTACIONES INTERDISCIPLINARIAS Y EN DISCIPLINAS PROYECTUALES DE LA TEORÍA DE LOS CAMPOS	61
IMPLEMENTACIÓN DE LA TEORÍA DE LOS CAMPOS EN EL CAMPO DE LA MODA Y EL DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA	66
2.6.2 MARCO CONCEPTUAL ESTUDIOS DE MODA	69
2.6.3 MARCO CONCEPTUAL PARA LA DISCIPLINA DE DISEÑO	80
2.6.4 PROPUESTA CONCEPTUAL PARA EL DESARROLLO DEL ANÁLISIS: TRANSUBSTANCIACIÓN Y EL VALOR SIMBÓLICO EN EL DISEÑO	89
2.7 METODOLOGÍA	94
2.7.1 UNIDAD DE ANÁLISIS Y DIMENSIONES	97
2.7.2 VALORES O CATEGORÍAS	101
2.7.3 INDICADORES	103
2.7.4 INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	106
2.7.5 MATRIZ DE DATOS.....	108
2.7.6 RECOLECCIÓN DEL CORPUS.....	113
CAPÍTULO 3	116
ESTRUCTURA DEL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA – ECUADOR.....	116
3.1 FACTORES POLÍTICOS – ECONÓMICOS DEL ECUADOR	118
3.1.1 BREVE RESEÑA DEL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL ECUADOR	119
3.1.2 ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LOS PLANES DE GOBIERNO EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA (2007-2021) DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE LOS CAMPOS.....	123
<i>Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana.</i>	<i>124</i>
<i>Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013.</i>	<i>129</i>
<i>Buen Vivir Plan Nacional 2013 – 2017. Todo el mundo mejor</i>	<i>135</i>

<i>Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida.....</i>	<i>137</i>
<i>Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021.....</i>	<i>140</i>
<i>Análisis integral del fomento hacia la industria textil desde los planes de gobierno.....</i>	<i>144</i>
3.1.3 DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL ECUADOR.....	156
3.1.4 EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LAS DIRECTRICES GUBERNAMENTALES EN EL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES DE ECUADOR (2007-2021) DESDE LA ÓPTICA DE LA TEORÍA DE LOS CAMPOS.....	167
<i>Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Plan para la revolución ciudadana.</i>	<i>167</i>
<i>Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013</i>	<i>169</i>
<i>Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017</i>	<i>169</i>
<i>Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021</i>	<i>173</i>
<i>Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021.....</i>	<i>175</i>
<i>Análisis integral del fomento hacia las industrias culturales desde los planes de gobierno</i>	<i>176</i>
<i>Análisis integral del fomento hacia el campo profesional de DTel desde los planes de gobierno .</i>	<i>184</i>
3.2 ESTRUCTURA DEL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA – ECUADOR	191
3.2.1 ENTIDADES PÚBLICAS A NIVEL NACIONAL	195
<i>Ministerio de Cultura y Patrimonio</i>	<i>197</i>
<i>Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI).....</i>	<i>208</i>
<i>Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC)</i>	<i>210</i>
<i>Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (MPCEIP / MIPRO)</i>	<i>213</i>
<i>Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares.....</i>	<i>221</i>
<i>BanEcuador.....</i>	<i>225</i>
<i>Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión (CCE).....</i>	<i>228</i>
3.2.2 ENTIDADES PÚBLICAS A NIVEL LOCAL: AZUAY – CUENCA.....	231
<i>Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay (CCEA)</i>	<i>231</i>
<i>Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento</i>	<i>235</i>
<i>Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC-EP).....</i>	<i>241</i>
3.2.2.4 Ley Orgánica de Cultura	245
3.2.2.5 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.	251
3.2.3 EVENTOS Y LÍNEAS DE FOMENTO DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS	259
3.2.4 ENTIDADES ACADÉMICAS	264
<i>Universidad del Azuay.....</i>	<i>264</i>
3.2.6 AGRUPACIONES SOCIALES	268
<i>Cámara de Diseño del Ecuador</i>	<i>270</i>
<i>Asociación de Diseñadores Textil y Moda</i>	<i>272</i>
<i>Asociación de Diseñadores del Azuay</i>	<i>275</i>
3.2.5 PRODUCTORES DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA.....	277
DISEÑADORES TEXTIL, MODA E INDUMENTARIA.....	278
CAPÍTULO 4	281
ESTUDIO DE CAMPO.....	281
4.1 CONFORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO: HABITUS.....	288
4.2 FORMULACIÓN DE LA SEGUNDA ENCUESTA Y ANÁLISIS DE DATOS.....	291
4.3 DESARROLLO DE LA ENCUESTA Y ANÁLISIS DE DATOS	295
<i>4.3.1 Nombre del emprendimiento</i>	<i>295</i>
<i>4.3.2 Procesos productivos y creativos.....</i>	<i>296</i>
<i>4.3.3 Procesos creativos: Diseño de colección.....</i>	<i>322</i>
<i>4.3.4 Procesos creativos del diseño a medida.....</i>	<i>350</i>
<i>4.3.5 Procesos productivos: técnicas y acabados.....</i>	<i>369</i>
<i>4.3.6 Formas de Confección: comercialización, regulaciones tributarias y fiscales, y tipo de producción.....</i>	<i>401</i>
<i>4.3.7 Medios de difusión y comercialización</i>	<i>415</i>
<i>4.3.8 Formas de comercialización</i>	<i>432</i>
4.4 HABITUS	460

4.4.1 <i>Habitus en los procesos creativos</i>	460
4.4.2 HABITUS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.....	462
4.4.3 HABITUS EN LAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN	464
4.4.4 HABITUS EN EL TIPO DE PRODUCCIÓN	466
4.4.5 HABITUS DE LOS PRODUCTORES DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA DE CUENCA	468
CONCLUSIONES	473
CONCLUSIONES POR PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	483
PROPUESTA LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	497
NUEVAS INTERROGANTES	499
PROPUESTAS PARA POLÍTICAS PÚBLICAS	501
BIBLIOGRAFÍA	507
FUENTES PRIMARIAS	507
FUENTES SECUNDARIAS	519
ÍNDICE DE ABREVIATURAS	520
ANEXOS	521

Índice de Imágenes

FIGURA 1: PORTADA DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2010. PLANIFICACIÓN PARA LA REVOLUCIÓN CIUDADANA.	124
FIGURA 2: PORTADA DEL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009 – 2013.	129
FIGURA 3: PORTADA DEL BUEN VIVIR PLAN NACIONAL 2013 – 2017. TODO EL MUNDO MEJOR.	135
FIGURA 4: PORTADA DEL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2017 – 2021. PLANIFICAMOS PARA TODA UNA VIDA	137
FIGURA 5: PORTADA DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. TODA UNA VIDA 2017 – 2021	141
FIGURA 6: CLASIFICACIÓN DE LOS SECTORES CULTURALES DENTRO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	162
FIGURA 7: LOGO INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO	197
FIGURA 8: IMAGEN GRÁFICA DEL FESTIVAL DE DISEÑO Y ARTES APLICADAS CROMIA 2013	199
FIGURA 9: NOTICIA DEL EVENTO CROMIA 2013 EN “VIDADIARIA”, SUPLEMENTO DE DIARIO EL HOY. PUBLICADO 3 DE ABRIL DE 2013.	200
FIGURA 10: IMAGEN GRÁFICA DEL MERCADO DE INDUSTRIAS CULTURALES DEL SUR (MICSUR) 2014	204
FIGURA 11: IMAGEN GRÁFICA DE LA CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DEL ECUADOR (CSC)	206
FIGURA 12: LOGO INSTITUCIONAL DEL INSTITUTO DE FOMENTO A LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN (IFCI)	208
FIGURA 13: LOGO INSTITUCIONAL DEL REGISTRO ÚNICO DE ARTISTAS Y GESTORES CULTURALES (RUAC)	210
FIGURA 14: LOGO INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA DEL ECUADOR (MIPRO)	213
FIGURA 15: IMAGEN GRÁFICA CUENCA MODA 2013	215
FIGURA 16: IMAGEN GRÁFICA CUENCA MODA 2014	217
FIGURA 17: CASTING DEL EVENTO CUENCA MODA 2014	217
FIGURA 18: IMAGEN GRÁFICA DEL CENTRO INTERAMERICANO DE ARTESANÍAS Y ARTES POPULARES.	221
FIGURA 19: IMAGEN GRÁFICA ARDIS 2020	222
FIGURA 20: IMAGEN GRÁFICA BANEcuador	225
FIGURA 21: CAPACITACIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO. FOTO CORTESÍA CAPACITACIÓN DEL MINISTERIO DE CULTURA Y QUITO	226
FIGURA 22: IMAGEN GRÁFICA DE LA CASA DE LA CULTURA BENJAMÍN CARRIÓN	228
FIGURA 23: IMAGEN GRÁFICA DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA, NÚCLEO DEL AZUAY (CCEA)	231
FIGURA 24: IMAGEN GRÁFICA DE LA INCUBADORA CULTURAL, ORGANIZADO POR LA CASA DE LA CULTURA NÚCLEO DEL AZUAY	233
FIGURA 25: DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y CONOCIMIENTO DE LA CIUDAD DE CUENCA	235
FIGURA 26: DIRECTORIO DE BIENES Y SERVICIOS CREATIVOS. HEMISFERIO CREATIVO	237
FIGURA 27: IMAGEN GRÁFICA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE DESARROLLO ECONÓMICO (EDEC-EP)	241
FIGURA 28: IMAGEN GRÁFICA DEL DESFILE DE MODAS “TEJIENDO IDENTIDAD”, ORGANIZADO POR LA EDEC EP EL 17 DE NOVIEMBRE DEL 2021	242
FIGURA 29: PUBLICACIÓN OFICIAL EN EL REGISTRO OFICIAL Nº 913 DE LA LEY ORGÁNICA DE CULTURA, 30 DE DICIEMBRE DE 2016.	245
FIGURA 30: ESQUEMA GRÁFICO CON LOS ARTÍCULOS DE FOMENTO HACIA LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LA LEY ORGÁNICA DE CULTURA DEL ECUADOR	249
FIGURA 31: PUBLICACIÓN OFICIAL EN EL REGISTRO OFICIAL Nº 151 DE LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, 28 DE FEBRERO DE 2020	251
FIGURA 32: ESQUEMA GRÁFICO CON LOS ARTÍCULOS DE FOMENTO HACIA LAS INDUSTRIAS CULTURALES, EN LA LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN DEL ECUADOR.	257
FIGURA 33: REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LOS EVENTOS DESARROLLADOS POR ENTIDADES PÚBLICAS PARA EL SECTOR CULTURAL DEL DISEÑO EN EL ECUADOR	261
FIGURA 34: IMAGEN GRÁFICA DE LA CÁMARA DE DISEÑO DEL ECUADOR	270
FIGURA 35: IMAGEN GRÁFICA ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES TEXTIL Y MODA	272
FIGURA 36: IMAGEN GRÁFICA DE LA ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES DEL AZUAY	275
FIGURA 37: DISEÑO DE ENCUESTA PARA LEVANTAMIENTO DE DATOS SOBRE LA PRODUCCIÓN DE GRADUADOS EN LA CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA ENTRE LOS 2005 AL 2021	283
FIGURA 38: ANÁLISIS GRÁFICO DE LOS PRODUCTORES DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA	287
FIGURA 39: DISEÑO DE ESQUEMA GRÁFICO VECTORIALES SOBRE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS, CREATIVOS Y DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE DTeI.	293

FIGURA 40: TEXTO INTRODUCTORIO DE LA ENCUESTA DISEÑADA PARA LOS PRODUCTORES DE DTEI	296
FIGURA 41: PREGUNTA 1 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	298
FIGURA 42: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 1 SOBRE LA PRODUCCIÓN DE FIBRAS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	301
FIGURA 43: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA PRODUCCIÓN DE FIBRAS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	302
FIGURA 44: PREGUNTA 2 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	304
FIGURA 45: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 2 SOBRE LA HILATURA DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	307
FIGURA 46: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN HILATURA DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	308
FIGURA 47	310
FIGURA 48: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 3 SOBRE LA PRODUCCIÓN DE TEJEDURÍA DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	312
FIGURA 49: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE DESARROLLAN LA PRODUCCIÓN DE TEJIDOS PLANOS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	313
FIGURA 50: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE DESARROLLAN LA PRODUCCIÓN DE TEJIDOS DE PUNTO DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	315
FIGURA 51: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 3 SOBRE LA COMPRA DE BASES TEXTILES DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	318
FIGURA 52: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA COMPRA DE TEJIDO PLANO DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	319
FIGURA 53: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA COMPRA DE TEJIDO DE PUNTO DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	321
FIGURA 54: PREGUNTA 4 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	323
FIGURA 55: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE LA CONCEPTUALIZACIÓN EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	324
FIGURA 56: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA CONCEPTUALIZACIÓN DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	325
FIGURA 57: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE LA ELABORACIÓN DE MOODBOARDS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	328
FIGURA 58: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN MOODBOARDS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	330
FIGURA 59: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	333
FIGURA 60: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN ANÁLISIS DE TENDENCIAS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	335
FIGURA 61: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE FICHAS TÉCNICAS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	337
FIGURA 62: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN FICHAS TÉCNICAS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	338
FIGURA 63: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE PATRONAJE EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	340
FIGURA 64: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN PATRONAJE DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	341
FIGURA 65: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL MODELADO SOBRE MANIQUÍ EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	344
FIGURA 66: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN MODELADO SOBRE MANIQUÍ DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	345
FIGURA 67: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE LA CONCRECIÓN DE LOS PROTOTIPOS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	347
FIGURA 68: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA CONCRECIÓN DE LOS PROTOTIPOS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	348
FIGURA 69: PREGUNTA 5 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	351
FIGURA 70: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE EL LA BOCETACIÓN EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	353

FIGURA 71: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA BOCETACIÓN EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	355
FIGURA 72: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE EL DESARROLLO DE PATRONAJE EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	358
FIGURA 73: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN PATRONAJE EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	360
FIGURA 74: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE PRUEBA DE VESTUARIO EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	363
FIGURA 75: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN PRUEBAS DE VESTUARIO EN LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS DE DISEÑO A MEDIDA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	364
FIGURA 76: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE LA ENTREGA DE DISEÑO EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	367
FIGURA 77: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE REALIZAN LA ENTREGA DE LOS DISEÑOS A LOS CLIENTES EN LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS DE DISEÑO A MEDIDA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	368
FIGURA 78: PREGUNTA 6 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	370
FIGURA 79: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE SUBLIMADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	372
FIGURA 80: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE SUBLIMADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	374
FIGURA 81: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE TINTURADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	376
FIGURA 82: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE TINTURADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	378
FIGURA 83: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE BORDADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	381
FIGURA 84: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE BORDADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	382
FIGURA 85: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE APLIQUES BORDADOS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	385
FIGURA 86: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE APLIQUES BORDADOS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	386
FIGURA 87: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DEL ACABADO TEXTIL DE PLISADO BORDADOS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	390
FIGURA 88: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE PLISADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	391
FIGURA 89: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DEL ACABADO TEXTIL DE ENCARRUJADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	394
FIGURA 90: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES QUE LA TÉCNICA DE ENCARRUJADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	395
FIGURA 91: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO OTRAS TÉCNICAS Y ACABADOS TEXTILES EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	398
FIGURA 92: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LOS AGENTES OTRAS TÉCNICAS TEXTILES EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	400
FIGURA 93: PREGUNTA 7 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	402
FIGURA 94: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 7 SOBRE EL TIPO DE REGULACIÓN TRIBUTARIA DECLARADA POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	404
FIGURA 95: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA A LOS AGENTES QUE DECLARAN SUS IMPUESTOS MEDIANTE RUC EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	405
FIGURA 96: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA A LOS AGENTES QUE DECLARAN SUS IMPUESTOS MEDIANTE RISE EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	407
FIGURA 97: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 7 SOBRE EL TIPO DE PRODUCCIÓN REALIZADA POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	411
FIGURA 98: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA PRODUCCIÓN A GRAN ESCALA REALIZADA POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	412
FIGURA 99: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA PRODUCCIÓN A MENOR ESCALA REALIZADA POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	413
FIGURA 100: PREGUNTA 8 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	416

FIGURA 101: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL DE FACEBOOK COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	419
FIGURA 102: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	419
FIGURA 103: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE LA RED SOCIAL DE TIKTOK COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	419
FIGURA 104: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA USO DE LA RED SOCIAL DE FACEBOOK COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	421
FIGURA 105: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA USO DE LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	421
FIGURA 106: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA USO DE LA RED SOCIAL DE TIKTOK COMO MEDIO DE DIFUSIÓN UTILIZADO POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	422
FIGURA 107: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO UNA PÁGINA WEB COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	425
FIGURA 108: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA EL USO DE UNA PÁGINA WEB COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	426
FIGURA 109: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE CATÁLOGOS COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	429
FIGURA 110: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA EL USO DE UN CATÁLOGO COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	430
FIGURA 111: PREGUNTA 9 DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA	432
FIGURA 112: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE TENER UN LOCAL PROPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	434
FIGURA 113: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN MEDIANTE UN LOCAL PROPIO POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	436
FIGURA 114: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE LA VENTA A CONSIGNACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	440
FIGURA 115: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN MEDIANTE VENTA A CONSIGNACIÓN POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	442
FIGURA 116: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	446
FIGURA 117: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN MEDIANTE REDES SOCIALES POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	447
FIGURA 118: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN A TRAVÉS DE UNA TIENDA DE DISEÑO LOCAL DE LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	451
FIGURA 119: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN MEDIANTE UNA TIENDA DE DISEÑO POR LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	453
FIGURA 120: PORCENTAJES OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE OTRAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN REALIZADAS POR LOS OS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	457
FIGURA 121: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA OTRAS FORMAS COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	458
FIGURA 122: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA HABITUS EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	461
FIGURA 123: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA HABITUS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	462
FIGURA 124: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA HABITUS EN LAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	465
FIGURA 125: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA HABITUS EN EL TIPO DE PRODUCCIÓN DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	466
FIGURA 126: GRÁFICO RADIAL QUE REPRESENTA HABITUS DE LOS AGENTES PRODUCTORES EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI EN CUENCA.	468

Índice de Tablas

TABLA 1: MATRIZ DE DATOS, OBJETIVO 1	109
TABLA 2: MATRIZ DE DATOS, OBJETIVO 2	111
TABLA 3: MATRIZ DE DATOS, OBJETIVO 3	112
TABLA 4: PRESENTACIÓN DEL DESARROLLO DE LAS HIPÓTESIS DE TRABAJO PARA LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1 Y 2	116
TABLA 5: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2010. PLANIFICACIÓN PARA LA REVOLUCIÓN CIUDADANA Y SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y EN EL CAMPO DTEI.	144
TABLA 6: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009 – 2013 Y SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI.	145
TABLA 7: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LA INDUSTRIA TEXTIL EN EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013 – 2017. TODO EL MUNDO MEJOR Y SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y EN EL CAMPO DTEI	145
TABLA 8: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO EN EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2017 – 2021. PLANIFICAMOS PARA TODA UNA VIDA Y SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y EN EL CAMPO DTEI.	146
TABLA 9: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. TODA UNA VIDA 2017 – 2021 Y SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIA TEXTIL ECUATORIANA Y EN EL CAMPO DTEI.	147
TABLA 10: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO EN LOS CINCO PLANES DE GOBIERNO ANALIZADOS PREVIAMENTE Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	149
TABLA 11: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2010. PLANIFICACIÓN PARA LA REVOLUCIÓN CIUDADANA Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	177
TABLA 12: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013 – 2017. TODO EL MUNDO MEJOR Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	179
TABLA 13: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2017 – 2021. PLANIFICAMOS PARA TODA UNA VIDA MEJOR Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	180
TABLA 14: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. TODA UNA VIDA 2017 – 2021. Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	182
TABLA 15: SÍNTESIS DE LAS MEDIDAS, PROGRAMAS, PLANES O POLÍTICAS DESARROLLADOS MEDIANTE UN INCENTIVO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. TODA UNA VIDA 2017 – 2021 Y SU INFLUENCIA EN EL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI.	184
TABLA 16: PRESENTACIÓN DEL DESARROLLO DE LA HIPÓTESIS DE TRABAJO PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2	191
TABLA 17: SÍNTESIS DE LOS EVENTOS DESARROLLADO POR LAS ENTIDADES PÚBLICAS, QUE HAN APORTADO A LA CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO PROFESIONAL DE DTEI	259
TABLA 18: PRESENTACIÓN DEL DESARROLLO DE LA HIPÓTESIS DE TRABAJO PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 3	281
TABLA 19: DATOS OBTENIDOS DE GRADUADOS DE LAS CARRERAS DE DISEÑO TEXTIL Y MODA, Y DE TEXTIL E INDUMENTARIA, CON EL REGISTRO DE SU EMPRENDIMIENTO O MARCA CREADA.	283
TABLA 20: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 1 SOBRE LA PRODUCCIÓN DE FIBRAS DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	301
TABLA 21: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 2 SOBRE LA HILATURA DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	306
TABLA 22: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 3 SOBRE LA PRODUCCIÓN DE TEJEDURÍA DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS Y PRODUCTIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	311

TABLA 23: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 3 SOBRE LA COMPRA DE BASES TEXTILES DENTRO DE LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	316
TABLA 24: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE LA CONCEPTUALIZACIÓN EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA. ...	324
TABLA 25: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE LA ELABORACIÓN DE MOODBOARDS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	328
TABLA 26: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 3 SOBRE EL ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	333
TABLA 27: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE FICHAS TÉCNICAS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	336
TABLA 28: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL DESARROLLO DE PATRONAJE EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	340
TABLA 29: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE EL MODELADO SOBRE MANIQUÍ EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	343
TABLA 30: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 4 SOBRE LA CONCRECIÓN DE LOS PROTOTIPOS EN LOS PROCESOS CREATIVOS, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	346
TABLA 31: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE EL LA BOCETACIÓN EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	352
TABLA 32: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE EL DESARROLLO DE PATRONAJE EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	357
TABLA 33: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE PRUEBA DE VESTUARIO EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	362
TABLA 34: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 5 SOBRE LA ENTREGA DE DISEÑO EN LOS PROCESOS CREATIVOS DE DISEÑO A MEDIDA, REALIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	367
TABLA 35: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE SUBLIMADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	372
TABLA 36: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE TINTURADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	376
TABLA 37: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE BORDADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	380
TABLA 38: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA DE APLIQUES BORDADOS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	384
TABLA 39: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DEL ACABADO TEXTIL DE PLISADO BORDADOS EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	389
TABLA 40: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO DEL ACABADO TEXTIL DE ENCARRUJADO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	393
TABLA 41: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 6 SOBRE EL DESARROLLO OTRAS TÉCNICAS Y ACABADOS TEXTILES EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS REALIZADOS POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	398
TABLA 42: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 7 SOBRE EL TIPO DE REGULACIÓN TRIBUTARIA DECLARADA POR LAS MARCAS DE DTEI EN CUENCA.	403
TABLA 43: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 7 SOBRE EL TIPO DE PRODUCCIÓN REALIZADA POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	409
TABLA 44: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR EL PRODUCTOR DE DTEI EN CUENCA.	417
TABLA 45: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO UNA PÁGINA WEB COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	423
TABLA 46: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 8 SOBRE EL USO DE CATÁLOGOS COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	428
TABLA 47: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE TENER UN LOCAL PROPIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	433
TABLA 48: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE LA VENTA A CONSIGNACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	439

TABLA 49: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN, UTILIZADOS POR LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.....	444
TABLA 50: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN A TRAVÉS DE UNA TIENDA DE DISEÑO LOCAL DE LOS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	450
TABLA 51: DATOS OBTENIDOS DE LA PREGUNTA 9 SOBRE OTRAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN REALIZADAS POR LOS OS PRODUCTORES DE DTEI EN CUENCA.	456

Capítulo 1

1.1 Presentación del tema, delimitación conceptual, temporal y espacial

La profesión de diseño textil e indumentaria (DTel)¹ se ha convertido en un campo de estudio interesante, debido a su creciente relevancia en la esfera cultural y económica, y también por las intrincadas redes de poder, estructura y capital que lo conforman. A través del lente analítico de la Teoría de los Campos de Bourdieu, este trabajo se propone explorar y entender cómo se configuran y consolidan estas estructuras en el campo del DTel, en particular en el contexto de la ciudad de Cuenca, Ecuador; en un trasfondo de cambios político-económicos significativos a nivel nacional iniciados en 2007, impulsados por nuevas políticas y leyes que impactaron sectores económicos, productivos, sociales y entre otros el desarrollo de la profesión del diseño en un contexto social-cultural de esta ciudad, la cual a diferencia de muchas otras regiones que están vinculadas al sistema global de moda y sus tendencias cíclicas estacionales, presenta particularidades interesantes de estudio en cuanto a creación, producción y circulación del diseño textil e indumentaria.

Los agentes principales de este campo –productores de diseño, emprendedores, marcas posicionadas, agrupaciones profesionales, instituciones públicas y entidades académicas– que juegan un papel en la estructura y consolidación de la profesión, y reflejan formas variadas de capital, como el cultural, simbólico y económico; estas formas de capital tal como lo propone Bourdieu no son estáticas; al contrario, se intercambian, transforman y despliegan en diferentes maneras dentro del campo. Es importante reconocer el rol de las instituciones públicas en la promoción y fomento del diseño como un componente significativo de las industrias culturales; a través de la Cuenta Satélite de la Cultura², Cuenca emerge como un punto de referencia en

¹ En Cuenca, Ecuador, los cimientos académicos de la disciplina se establecieron en la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay. Aquí, los graduados originalmente recibían el título de Diseñadores Textil y Moda. Sin embargo, con el tiempo, esta denominación evolucionó a Diseño Textil e Indumentaria, para este trabajo nos referimos con esta última denominación.

² La "Cuenta Satélite de la Cultura" es una herramienta estadística que permite medir la contribución económica de la cultura a la economía nacional. Esta herramienta puede identificar, cuantificar y describir las actividades culturales dentro de un país y su impacto en términos de empleo, creación de valor y contribución al Producto Interno Bruto (PIB). También ayuda a identificar tendencias y patrones de consumo cultural y a informar a los formuladores de políticas sobre el estado y el potencial del sector cultural. Varios países en América Latina han desarrollado o están en el proceso de desarrollar cuentas satélites para la cultura,

América Latina, evidenciando la contribución cuantitativa de los sectores del diseño a las industrias culturales y al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional.

La dirección central de esta tesis doctoral es profundizar en la estructura del campo profesional del DTel, y como su consolidación es influenciada y moldeada por cambios en factores político-económicos y dinámicas socioculturales en el marco de la industria textil y las industrias culturales³, desarrollando así el habitus y la praxis de los diseñadores-emprendedores. Este trabajo pretende contribuir al conocimiento teórico y práctico en el ámbito del diseño textil e indumentaria y las industrias culturales a nivel local y nacional, al explorar las particularidades de un contexto local mediante la comprensión profunda y contextualizada de cómo las teorías del diseño se manifiestan en la praxis profesional.

1.2 Enmarcación y justificación de la tesis dentro las líneas temáticas de investigación de la Facultad

El fortalecimiento del ámbito profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, subraya la contribución significativa del diseño a las industrias culturales en términos del PIB nacional vinculados al capital emergente de la producción; bajo este contexto esta investigación se alinea con la *Línea de Investigación N°7: Diseño, Economía en los Negocios, Interdisciplinariedad y Emprendimiento* de la Universidad de Palermo, bajo una dirección investigativa que nace de los debates y cuestionamientos de expertos en diseño sobre temas de circulación, producción y creación de proyectos recientes, donde se resalta el aporte del diseño a la estructura y administración de las organizaciones, demostrando una metodología particular en la concepción y evolución de emprendimientos variados, lo que requiere una

reconociendo la importancia de la cultura como un motor económico. Estas cuentas proporcionan un marco metodológico estandarizado para recolectar, analizar y presentar datos sobre la economía cultural, lo que a su vez ayuda a los gobiernos a diseñar políticas más informadas y efectivas para promover el sector cultural

³ Se refieren a sectores que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos culturales que son intangibles y simbólicos en naturaleza. Estos contenidos son típicamente protegidos por derechos de autor y abarcan una variedad de disciplinas, incluyendo arte, música, literatura, cine, teatro, radio y televisión, entre otros. Las industrias culturales también incluyen áreas como el diseño, la moda y las artesanías.

coordinación interdisciplinaria efectiva. Esta investigación plantea un análisis sobre la praxis del diseño en la interacción y contribución a la producción local, donde el diseño se convierte en una herramienta de desarrollo, crecimiento, consumo e innovación.

La intervención de entidades institucionales en apoyo hacia los sectores culturales y los emprendimientos, especialmente en el sector textil, evidencia la creciente importancia del diseño en la producción. Estas instituciones reconocen que, desde una perspectiva de diseño, se pueden idear soluciones innovadoras que satisfagan las necesidades del mercado e impulsen el crecimiento económico y la creación de valor. En esencia, el diseño se está consolidando como una fuerza motriz en la economía y cultura nacional.

1.3 Explicación de los motivos de la elección del tema

La elección del tema "Conformación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, en el período 2005 – 2021" se desarrolla en diversos motivos, entre los que destacan:

Relevancia Cultural y Económica

Cuenca, siendo una de las principales ciudades de Ecuador, ha experimentado una evolución significativa en su escena de la profesión del diseño textil e indumentaria en la última década. Analizar este desarrollo aporta una perspectiva tanto histórica como cultural, y proporciona una visión de su impacto productivo y social. Este sector es un importante motor económico, su evolución durante el período estudiado puede revelar procesos de creación, producción y comercialización; esta trayectoria puede ofrecer insumos para futuras estrategias de desarrollo local en la creación de políticas públicas orientadas al fortalecimiento del diseño, además de proyectos multidisciplinarios que involucren a comunidades, académicos, entidades públicas, empresas privadas y profesionales del diseño.

Vacancia Cognitiva

Hay un evidente vacío en la literatura académica respecto al desarrollo específico del diseño textil e indumentaria en Cuenca durante este período; a pesar de la rica producción textil y de diseño de la región, son pocos los estudios detallados y específicos sobre este tema, lo cual señala una necesidad de investigación. Esta vacancia cognitiva limita la comprensión completa de la evolución del diseño en la región y su interacción con factores socioeconómicos y culturales; además se destaca la necesidad y la importancia de la investigación en el campo, la documentación de este período podría servir como base para futuros estudios, permitiendo a investigadores y académicos construir sobre una base sólida y bien documentada.

Teoría de Campos de Pierre Bourdieu

La Teoría de Campos propuesta por Pierre Bourdieu ofrece una herramienta analítica ideal para estudiar el diseño como un campo cultural. Al aplicar esta teoría, es posible comprender las dinámicas de poder, los desafíos y las oportunidades que han influido en la evolución del diseño en Cuenca, donde es posible explorar cómo el campo del diseño ha interactuado con otros campos, como el económico, productivo, social, cultural, tecnológico, educativo o el político, donde las decisiones gubernamentales han influido en las prácticas de los diseñadores. Esta teoría permite rastrear cómo se ha desarrollado el campo profesional al considerar los eventos, agentes y capital significativos de cada período, se puede construir una narrativa coherente sobre los cambios, continuidades y rupturas en el campo.

Interdisciplinaridad y Aplicabilidad

La Teoría de Bourdieu permite un análisis interdisciplinario, al incorporar aspectos de la sociología, la producción y la disciplina del diseño, es posible obtener una comprensión más holística y profunda del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca; además, los hallazgos de este estudio

podrían ser aplicables a otras regiones o campos del diseño, proporcionando recursos y metodologías para áreas con dinámicas similares. La interdisciplinaridad inherente de Bourdieu asegura que estos múltiples factores sean considerados, en lugar de simplificar el campo a una serie de tendencias de diseño o desarrollos socioculturales, el enfoque interdisciplinario permite capturar la complejidad y las interrelaciones que definen el a este sector de diseño durante el período especificado. Si bien el estudio se centra en Cuenca entre 2005 y 2021, los hallazgos no están limitados geográfica o temporalmente; las dinámicas y estructuras identificadas, al ser comprendidas a través de un lente interdisciplinario, pueden proporcionar fuentes valiosas para otros campos del diseño o incluso para regiones diferentes con características similares. Esta transferibilidad es especialmente útil para académicos, diseñadores y políticos interesados en la conformación y evolución de campos profesionales en otros contextos.

Contribución al Diseño Global

En un mundo cada vez más globalizado, es importante comprender las particularidades y evoluciones regionales en campos como el diseño textil e indumentaria, donde se puede destacar las particularidades, innovaciones y contribuciones locales hacia el mundo del diseño. El comprender y valorar las dinámicas locales permite una mayor inclusión y representatividad en el panorama del diseño nacional e internacional, esta inclusión de las dinámicas y estilos particulares puede inspirar y motivar a diseñadores de todo el mundo, llevándolos a explorar, adoptar o adaptar elementos del diseño local. Al documentar y destacar el desarrollo e indumentaria también se contribuye a la preservación de la identidad, en una era donde la homogeneización debido a la globalización es una preocupación, este estudio actúa como una salvaguarda, registrando y visibilizando la producción de diseño que Cuenca ha tejido a lo largo de los años.

Contribución a la construcción de políticas públicas para el diseño

En el ámbito gubernamental y político, el estudio puede aportar a la creación de políticas públicas, decisiones de inversión y estrategias de desarrollo sectorial, al asegurar que las decisiones tomadas estén alineadas con el desarrollo de la práctica profesional, las necesidades actuales y las aspiraciones futuras del campo del diseño textil e indumentaria. Aunque centrado en Cuenca, los resultados y análisis pueden ser relevantes para otros contextos similares en Ecuador o en América Latina, al servir como un modelo sobre cómo investigar y documentar el desarrollo de campos profesionales específicos en contextos regionales.

Con una comprensión de cómo se desarrollan los procesos de creación y producción en campo del diseño en general y en el de diseño textil e indumentaria en particular; las instituciones públicas estarán mejor informados para diseñar políticas, ordenanzas, eventos y programas que apoyen el crecimiento sostenible del diseño textil e indumentaria, esto puede manifestarse en formas de apoyo financiero, formación, infraestructura y promoción, entre otros. El conocimiento integral de la disciplina del diseño puede revelar puntos de sinergia con otros sectores, como el turismo, la tecnología o la cultura. Las políticas públicas pueden ser diseñadas para aprovechar estas conexiones, creando un efecto multiplicador.

Documentación viva

El motivo final de este estudio es que sea considerado una fuente de referencia activa, un documento vivo de consulta, informando decisiones y discusiones; la investigación puede funcionar como una base educativa para estudiantes y jóvenes diseñadores, al brindarles un entendimiento sobre la praxis profesional del diseño textil en Cuenca, permitiéndoles comprender la profesión mientras innovan para el futuro. Esta investigación busca trascender de las páginas y convertirse en una influencia tangible y positiva en la conformación del futuro del diseño textil e indumentaria en Cuenca, siendo un testimonio del pasado, una guía para el presente y una inspiración para el futuro.

1.4 Relevancia de la investigación en su impacto científico o social

La investigación sobre la conformación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el período 2005-2021, posee relevancia tanto en el ámbito disciplinar como social. A continuación, se exponen las razones que subrayan esta importancia:

Como se mencionó anteriormente, existe una vacancia cognitiva con respecto a este tema específico, esta investigación enriquece el cuerpo académico y proporciona un punto de referencia para futuros estudios al sumergirse en este terreno inexplorado. La presente investigación saca a la luz la estructura y las dinámicas de este campo profesional, y sienta las bases para investigaciones futuras; este enriquecimiento del acervo académico se convierte en una fuente para investigadores, docentes, estudiantes y profesionales dispongan de información confiable y detallada, permitiendo una comprensión más profunda y contextualizada de las prácticas del diseño textil e indumentaria en Cuenca durante ese período de tiempo.

Al investigar un campo específico y en una localidad determinada, se establecen y refinan metodologías que pueden ser aplicables para investigaciones similares en otras áreas o campos, dado que se aborda un área con una vacancia cognitiva, la investigación requiere de la adaptación, innovación y, en ocasiones, creación de metodologías que se adecuen al contexto específico y las particularidades de Cuenca. Estas metodologías, una vez establecidas y refinadas, ofrecen un marco para abordar temáticas similares en otros contextos geográficos o temporales, que pueden ser adaptadas para investigar otros campos proyectuales o incluso disciplinas completamente diferentes; de este modo, el estudio trasciende su ámbito inicial, sirviendo como un modelo metodológico para investigadores en áreas afines y en regiones diversas; este legado metodológico puede influir y enriquecer futuros esfuerzos investigativos, garantizando que se aborden con rigurosidad, profundidad y pertinencia, facilitando la exploración de otros campos o regiones que también puedan carecer de un análisis detallado.

Al confrontar la teoría con una realidad tangible y específica, es posible que se destaquen aspectos de esta que no se habían considerado con anterioridad o que se interpreten de manera renovada; esto enriquece la comprensión y aplicación futura de la Teoría de Campos, con relación al diseño y en otras disciplinas proyectuales que se desarrollan en contextos diferentes. La aplicación de esta teoría en el contexto de Cuenca sirve como un caso ejemplar, ilustrando cómo las teorías consolidadas pueden ser revitalizadas al ser aplicadas en nuevos campos de estudio; de esta manera la investigación contribuye al conocimiento específico de la región y la disciplina, y ofrece un valioso aporte al discurso teórico más amplio en las ciencias sociales y humanas.

La investigación aborda la intersección de la sociología, la historia, la producción y el diseño. Esta amalgama de disciplinas puede generar nuevos enfoques y perspectivas, enriqueciendo la forma en que se abordan temas similares en el futuro.

Desde la sociología, se pueden desentrañar las dinámicas sociales, las estructuras de poder y las relaciones que configuran el campo profesional del diseño en Cuenca. La historia ofrece un marco cronológico que permite trazar la evolución del diseño en Cuenca en diferentes dimensiones, identificando momentos clave, eventos realizados, influencias externas e internas, y patrones de desarrollo. La producción del diseño en la praxis profesional de los diseñadores locales con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización. El diseño, siendo el núcleo de la investigación, aporta su perspectiva creativa, técnica y conceptual, situando las producciones y prácticas de diseño dentro de un contexto más amplio.

La interdisciplinaridad de esta investigación sienta un precedente para futuros estudios, al demostrar que es posible combinar diversas disciplinas para analizar un tema, se anima a otros investigadores a adoptar enfoques similares, ampliando los horizontes del conocimiento relacional y promoviendo una comprensión más integrada y compleja de los temas de interés. Esta

aproximación interdisciplinaria puede ser una guía para futuros investigadores que busquen abordar temas complejos desde múltiples ángulos, maximizando la profundidad y amplitud de sus estudios.

Al documentar y analizar la práctica profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, se reconoce y valora el trabajo de los profesionales del campo, lo que puede impulsar un renovado interés y aprecio por la profesión tanto a nivel local como nacional; al reconocer y valorar esta profesión Cuenca, se establece una base para futuras iniciativas que busquen preservar, promover y potenciar este sector. Este reconocimiento podría traducirse en un mayor apoyo institucional, una mayor inversión en formación y recursos, y un creciente consumo por parte de consumidores tanto locales como internacionales. Este estudio puede inspirar a diseñadores emergentes a explorar y comprometerse con el mundo del DTel, al mostrarles la riqueza, relevancia e impacto que este campo ha tenido en su región. En un sentido más amplio, la investigación refuerza la idea de que las tradiciones y prácticas locales, cuando son adecuadamente reconocidas y valoradas, tienen el poder de influir en la identidad, cohesión y desarrollo de una comunidad.

Con la información que proporciona este estudio, las políticas públicas pueden ser diseñadas para abordar cuestiones de carácter económico o técnico, y con ello reforzar el tejido social y cultural en torno al DTel, reconociendo y potenciando el rol que desempeñan los profesionales del sector en la construcción de la identidad colectiva; al resaltar el potencial de este sector de diseño, pueden surgir iniciativas de inversión y desarrollo, lo que puede llevar a un impulso económico en la región; al visualizar la trascendencia de uno de los sectores diseño en la economía local, se establece una plataforma desde la cual se pueden lanzar estrategias y acciones para capitalizar y maximizar dicho potencial, llevando a Cuenca hacia un futuro sostenible en el ámbito del diseño.

Esta investigación puede informar y mejorar programas educativos relacionados con el diseño textil, asegurando que las futuras generaciones estén bien conectadas con la historia y evolución de su campo, lo que realza el acervo académico y sienta las bases para una educación y formación más

holística, contextualizada y enriquecedora, asegurando que las futuras generaciones de diseñadores estén equipadas tanto en habilidades y conocimientos, como también profundamente conectadas con la evolución de su disciplina en la región.

El DTel, en muchas formas, es un reflejo de la cultura, tradiciones y evolución de una sociedad, al documentar su desarrollo, se fomenta una mayor conciencia y aprecio por la riqueza cultural tradicional y actual de Cuenca. Al revalorizar la cultura local a través del diseño, se puede motivar a los artesanos, diseñadores y jóvenes emprendedores a continuar con las tradiciones, adaptándolas a los contextos contemporáneos y asegurando su perpetuación. Al resaltar las particularidades, innovaciones y desafíos del diseño en Cuenca, puede incentivarse el consumo y aprecio por los productos locales, fortaleciendo así la industria local. Al destacar los desafíos enfrentados por el sector de diseño textil e indumentaria, la investigación puede actuar como un llamado a la acción para las partes interesadas, desde instituciones educativas hasta entidades gubernamentales, para brindar el apoyo necesario, ya sea en términos de formación, financiamiento o facilitación de mercados.

La investigación sobre la conformación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021 tiene el potencial de aportar significativamente tanto en el ámbito académico como en la sociedad, al proporcionar un conocimiento valioso que también puede influir en la dirección y desarrollo del campo en los años venideros. Su estudio representa una exploración profunda y significativa de un campo que está intrínsecamente ligado a la identidad, economía y cultura de Cuenca, con ramificaciones que se extienden más allá de sus fronteras y bien entrado el futuro.

1.5 Síntesis de los capítulos

El desarrollo de este trabajo se divide en tres etapas. En la primera etapa, se realiza un análisis de los factores político-económicos que han influido en Ecuador desde 2007, caracterizados por un nuevo modelo político orientado

hacia el socialismo, que ha impulsado diversas iniciativas destinadas a promover la producción nacional, incluyendo planes de gobierno dirigidos a estimular sectores como la industria textil y las industrias culturales. Aunque no se han implementado políticas públicas específicas para el campo del diseño, estas industrias han servido como el contexto social donde la disciplina del diseño textil e indumentaria ejerce su influencia.

La segunda fase del estudio profundiza el análisis del marco institucional que sustenta las iniciativas de desarrollo de la industria textil y las industrias culturales, se aplica la Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu para explorar de manera detallada la estructura del campo profesional del diseño textil y de indumentaria en la ciudad de Cuenca, lo cual implica un escrutinio de los diferentes factores y estímulos que han contribuido al crecimiento y fortalecimiento de los sectores culturales; asimismo, se realiza una identificación y análisis de los principales agentes institucionales, públicos y académicos, evaluando cómo sus acciones y políticas han influenciado en la dinámica y la estructura de este campo específico. Este enfoque integral permite comprender mejor las interacciones y la interdependencia entre las diversas entidades y cómo estas conforman el panorama actual de la industria textil y cultural en la región.

En la tercera etapa de la investigación, se examina la autonomía que alcanza el campo profesional, siguiendo la perspectiva propuesta por Bourdieu, esta autonomía otorga a los agentes del campo el poder de tomar decisiones y llevar a cabo acciones de acuerdo con sus propias lógicas. Se centra en el análisis de profesionales académicamente formados en diseño textil, moda e indumentaria, específicamente aquellos graduados de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte de la Universidad del Azuay. Estos profesionales son productores que han desarrollado emprendimientos y creado sus propias marcas, estableciendo un *habitus* que guía sus procesos de creación, producción, formas de comercialización, entre otros en su práctica profesional. Se investiga cómo el campo profesional se ha consolidado a través de la construcción de este *habitus*, comenzando con las primeras cohortes de graduados que comenzaron sus trayectorias en pequeños talleres locales con

el objetivo de comercializar sus productos; a pesar de los desafíos, estos diseñadores se han transformado en productores del diseño y han obtenido reconocimiento tanto a nivel local como nacional e internacional.

Este trabajo, en su conjunto, proporciona una visión integral de la evolución y el estado actual del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, destacando como los factores político-económicos, institucionales y profesionales influyen en la configuración de este campo. Así, se ofrece una base para futuras investigaciones y políticas que busquen fortalecer aún más este sector para la cultura y la economía del país.

Capítulo 2

2. Conceptualización, fundamentación teórica y metodología

2.1 Planteamiento del problema y formulación de preguntas

La profesión de diseño textil e indumentaria va más allá de ser un ejercicio creativo; es una confluencia de cultura, historia, producción y sociología. A lo largo de las décadas, este campo ha evolucionado y se ha adaptado a las demandas cambiantes de la sociedad, el mercado y a las innovaciones tecnológicas. Bajo este contexto, la ciudad de Cuenca con su rica tradición en textiles y artesanías ha sido un epicentro de actividad varios sectores culturales en Ecuador; sin embargo, existe poca información académica y pública sobre cómo se ha desarrollado el campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca durante el período 2005-2021, la cual requiere además ser hilvanada y entrelazada.

El inicio del siglo XXI marcó un antes y un después en las dinámicas socioeconómicas y culturales alrededor del mundo, estas transformaciones que impactaron en diversas áreas, incluido el sector del diseño textil e indumentaria. Entre 2005 y 2021, las oscilaciones económicas del país influenciadas tanto por factores internos como externos, afectaron la inversión, producción y comercialización en el sector textil; estas fluctuaciones económicas supusieron un reto para los productores de diseño textil e indumentaria de la ciudad Cuenca; paralelamente, la globalización hizo que las tendencias de moda internacionales se filtraran en el mercado ecuatoriano; el avance de la moda rápida y la presencia creciente de marcas internacionales pusieron a prueba la identidad del diseño cuencano, que enfrentó el desafío de mantener su esencia mientras se adaptaba a estas nuevas corrientes. En este contexto emergieron interrogantes sobre si el diseño local podría alcanzar un equilibrio, creando un sincretismo entre lo global y lo tradicionalmente local en sus creaciones textiles.

No se puede obviar el papel transformador de la tecnología en este período, desde sofisticados programas de diseño hasta plataformas digitales de

comercio, la tecnología brindó herramientas que hicieron más accesible el mercado global para los diseñadores. Esta revolución tecnológica presentó tanto oportunidades como desafíos, llevando a reflexionar sobre cómo podría lograrse una simbiosis entre las técnicas convencionales y las herramientas tecnológicas actuales. Las dinámicas socioculturales también sufrieron cambios, con transformaciones en los valores, percepciones y expectativas de la sociedad cuencana que se reflejaron en el diseño, convirtiéndolo en un espejo de la cultura y aspiraciones de la población. El DTel pasó a ser más que patrones y colores; se transformó en un testimonio viviente de los cambios y evoluciones de la sociedad cuencana; por ello, la importancia de explorar cómo estas transformaciones se manifestaron en el diseño, y si este ha logrado ser a la vez contemporáneo.

La creación en 2001 de la Escuela de Diseño Textil y Moda de la Universidad del Azuay marcó un hito en la educación para la disciplina del diseño y sentó las bases para el crecimiento académico la disciplina de diseño textil, moda e indumentaria en el Ecuador, el cual se manifestó en el surgimiento de diversas instituciones educativas en todo el país, con la consolidación de programas académicos que reflejaron el creciente interés y la necesidad de profesionales capacitados en este campo. Los centros de producción textil en Ambato, Quito e Ibarra, respaldados por instituciones académicas como la Universidad Técnica de Ambato, la Universidad Técnica del Norte, la Universidad San Francisco de Quito y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, solidificaron su posición como epicentros de la innovación y la educación de esta carrera.

No obstante, como todo campo en evolución, la formación académica en diseño textil e indumentaria ha enfrentado retos sustanciales, con la rápida transformación del mercado, impulsada por factores tecnológicos, globales y culturales, lo que ha requerido que las instituciones educativas sean ágiles y adaptables, el desafío radica en mantener un equilibrio entre proporcionar una educación fundamental basada dar respuesta a las necesidades contemporáneas de la producción textil, que cada vez se ve más influenciado por la tecnología y las tendencias internacionales; a esto se suma la cuestión

crítica de si la formación académica actual satisface las demandas reales del campo profesional. A pesar de la proliferación de programas académicos, ha surgido la inquietud sobre si existe una brecha entre lo que se enseña en las aulas y lo que realmente necesita el mercado. El sector textil se encuentra en constante cambio, lo cual requiere de habilidades técnicas, pero también de competencias en gestión, marketing, sostenibilidad y comprensión digital. Las universidades, por lo tanto, enfrentan el desafío de integrar estas competencias en sus currículos para preparar adecuadamente a los futuros profesionales.

A nivel local, la valoración y percepción de la profesión del diseño puede ser dual; por un lado, existe un respeto inherente por la tradición y la historia del sector artesanal, reflejado en la continuidad de un legado y por otro lado, los diseños actuales crean estilos propios que desafían las normas y estéticas tradicionales. Este equilibrio entre lo tradicional y lo contemporáneo es una práctica que los diseñadores de Cuenca deben enfrentar. Nacionalmente, la situación puede ser similar; mientras que en las principales ciudades del Ecuador se podría tener una mayor apertura a estilos contemporáneos y vanguardistas, en regiones más tradicionalistas la valoración podría inclinarse hacia los patrones clásicos; desde esta perspectiva se debe reconocer que el diseño contemporáneo no es una ruptura con el pasado, por el contrario, busca ser es una evolución que integra el legado histórico con innovaciones actuales. A nivel internacional, el desafío es aún mayor, competir en un mercado globalizado implica enfrentarse a estéticas y técnicas de todo el mundo, se presenta como una oportunidad para el diseño textil e indumentaria de Cuenca, al destacarse precisamente por su rica tradición y singularidad en estilos contemporáneos.

A partir de estas problemáticas, se formulan las siguientes preguntas de investigación, las cuales guiarán el camino del estudio:

¿Qué factores claves, ya sean políticos, económicos o educativos, influenciaron directamente en la formación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021?,
¿Qué iniciativas específicas, dentro de los planes gubernamentales entre 2005

y 2021, se diseñaron para impulsar la industria textil y las industrias culturales en Ecuador?, ¿Qué estructuras y prácticas definieron y dieron forma a la producción de moda en Cuenca durante este periodo?, ¿Dentro de qué marcos o categorías, ya sean académicos, comerciales o culturales, se ha clasificado y entendido el diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021?, ¿Cuál ha sido la evolución numérica y cualitativa de los emprendimientos de moda en Cuenca a lo largo de este periodo? y finalmente, ¿Bajo qué principios, técnicas y estrategias operan y crean los emprendedores de moda en Cuenca?

Integrando las diversas dimensiones de las preguntas anteriores en preguntas generales que abordan la complejidad del tema, se establecen las siguientes:

¿Cuál ha sido la dinámica que reconoce el campo profesional de diseño de indumentaria y textil en Cuenca Ecuador durante el periodo 2005-2021? En particular, ¿qué factores políticos, económicos, educativos permitieron consolidar la profesión de diseñador de indumentaria y textil? y ¿qué rol tuvieron en ese proceso las políticas de promoción destinadas al sector?

Estas preguntas se basan en la idea de que la conformación de un campo profesional resulta de la interacción de diversos factores en un contexto específico. Por lo tanto, las respuestas a estas preguntas deberían ofrecer una visión integral del desarrollo del diseño textil e indumentaria en Cuenca, durante el periodo señalado.

2.2 Hipótesis

En el marco de esta investigación sobre la conformación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, abarcando el período de 2005 a 2021, se presenta la siguiente hipótesis, fundamentada en el planteamiento problemático expuesto anteriormente:

Entre 2005 y 2021, en Cuenca, Ecuador, la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria ha sido impulsada

significativamente por un marco institucional fortalecido a través de políticas gubernamentales enfocadas en las industrias culturales y la industria textil. Este proceso se ha caracterizado además por un dinamismo profesional originado en el ámbito académico y la producción de diseño. Factores que se entrelazan en la conformación y consolidación de esta profesión emergente.

La hipótesis expuesta presenta una afirmación verificable que abarca los principales componentes del fenómeno que se busca investigar. Su validación o refutación a través de la investigación proporcionará una comprensión de cómo se ha conformado el campo profesional del DTel en Cuenca durante el periodo analizado.

De los objetivos planteados y la hipótesis general, se desprenden hipótesis de trabajo que se exponen en el desarrollo de cada uno de los capítulos.

2.3 Objetivo General

Para esta investigación se plantea el siguiente objetivo general, acompañado de los objetivos específicos que permiten dar cumplimiento a este recorrido:

Analizar la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el período comprendido entre 2005 y 2021, para establecer una visión integral y contextualizada de su desarrollo y consolidación en el ámbito local y nacional.

2.4 Objetivos Específicos

1. Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.

2. Identificar la estructura, con los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo profesional de diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.
3. Releva información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, desde sus procesos creativos, procesos productivos y formas de comercialización.

2.5 Estado de la cuestión

La profesión del diseño en Latinoamérica se ha desarrollado en contextos particulares, marcados por una rica diversidad cultural, histórica y social, donde cada país de la región ha aportado sus propias influencias y desafíos, resultando en un panorama de diseño único y diverso.

Al observar el caso particular de Argentina, el análisis de Devalle (2009) sobre la consolidación del Diseño Gráfico en este país es una obra relevante, donde la autora destaca entre otros factores, el papel de agentes clave en este proceso, así como la intervención de la empresa tanto pública como privada, y la creciente difusión y consumo de trabajos de diseño en la sociedad argentina. Devalle se concentra en los entretejidos, en los procesos que llevan a la conformación de una disciplina, más que en el producto final del diseño. Su interés radica en la transición de entender la gráfica como un simple arte u oficio hacia un reconocimiento del diseño como una profesión y disciplina consolidada. Este cambio no es trivial, ya que supone un cambio en la percepción social, en las estructuras institucionales y en las prácticas cotidianas de los profesionales.

En su investigación se emplea la Teoría de los Campos para examinar esta evolución, lo que le permite analizar de manera estructurada las diferentes facetas del diseño en Argentina, desde los agentes individuales y su papel en la consolidación del campo, hasta las lógicas e instituciones que lo respaldan. La noción de habitus, tiene un lugar destacado en este trabajo, al ilustra cómo

las prácticas, creencias y estructuras que conforman un campo se internalizan y manifiestan en la actividad cotidiana de sus miembros. Estos conceptos, junto con el capital cultural, ofrecen un panorama interpretativo para entender el campo del diseño gráfico en Argentina, y con ello otros contextos de América Latina. La aportación de Devalle establece una fundamentación teórica y un marco metodológico para investigar la evolución y consolidación del diseño en distintos contextos.

La institucionalización de la disciplina del diseño se analiza en el trabajo Buitrago, sus abordajes sobre la profesionalización académica del diseño industrial en Colombia, resalta un punto importante en la investigación y evolución de esta área (2010). En sus primeras etapas, muchos países de la región, incluyendo Colombia, enfrentaron la ausencia de una estructura educativa formalizada en diseño, esta situación reflejaba una etapa de desarrollo incipiente en la cual la práctica del diseño se realizaba de manera más intuitiva y menos estructurada. Con el avance del tiempo y la influencia de la globalización, surgió una necesidad creciente de formalizar la educación en diseño, lo que se tradujo en la creación de programas académicos y curriculares específicos, al impartir conocimientos técnicos y prácticos que buscaron fomentar una comprensión crítica y proyectual de la disciplina. La transición de una práctica informal a una profesión institucionalizada implicó un cambio significativo en la manera en que el diseño era percibido y valorado tanto en el ámbito académico como en el sector industrial.

Este proceso de institucionalización también condujo a una mayor reflexión sobre el papel y la importancia del diseño en la sociedad, con esto la formación académica en diseño comenzó a enfocarse en ir más allá de la creación de objetos y soluciones estéticas, sino entender el diseño como una herramienta para resolver problemas complejos, promover la innovación y contribuir al desarrollo sostenible. La investigación de Buitrago (2010) destaca cómo la profesionalización del diseño ha evolucionado para convertirse en una disciplina de la educación superior, reflejando las demandas y desafíos de un mundo cada vez más interconectado y dependiente de soluciones innovadoras y sostenibles.

El análisis del desarrollo histórico del diseño en Colombia revela que la evolución de esta disciplina ha llevado a dar respuesta a las condiciones socioeconómicas y políticas de la región. Buitrago, López y Franky (2015) abordan esta dinámica, los autores centran su atención en las décadas determinantes para el diseño, con especial énfasis en los años cincuenta, en los que se puede rastrear el inicio de la educación formal del diseño en la región. Estudian cómo los acontecimientos sociales, políticos y económicos de esa época influenciaron el sector del diseño, y hacen conexiones valiosas con la situación en otros países de América Latina, incluido Ecuador. Sus estudios destacan un período de auge económico para el diseño colombiano, marcado por políticas proteccionistas que, aunque al principio parecían favorecer al sector, eventualmente llevaron a la pérdida de competitividad, el deterioro en la calidad y la obsolescencia de la producción nacional; sin embargo, a pesar de estos obstáculos, el diseño logró encontrar su lugar en esferas tanto públicas como privadas. Los autores utilizan el concepto de "acumulado histórico" para resaltar la rica historia del diseño y cómo ha evolucionado y se ha adaptado a lo largo del tiempo, lo que representa una acumulación de conocimientos, habilidades, preocupaciones e intereses que reflejan el espíritu y las aspiraciones de la humanidad, especialmente durante el último siglo. Al mirar hacia el futuro del diseño en América Latina, es importante tener en cuenta esta perspectiva histórica, reconociendo la capacidad del diseño para adaptarse y reinventarse, incluso en tiempos de adversidad, lo que es una prueba de su relevancia y fuerza continuas.

En el mismo país de Colombia, la tesis de Dotor (2021), examina cómo el jean colombiano fue transformado y popularizado dentro del contexto de la cultura del narcotráfico; utilizando el concepto de *semiosfera* desarrollado por Yuri Lotman. La investigadora analiza cómo la *narcosfera*, o cultura del narcotráfico, influyó en la moda y el diseño, especialmente en la creación de un tipo específico de jean que reflejaba los valores y la estética de esa época; explora el concepto de *traducción cultural*, demostrando cómo el jean originario de la cultura estadounidense fue adaptado en Colombia para satisfacer las demandas y gustos específicos de la narcosfera. Este estudio desarrolla un

marco conceptual que permite analizar las dinámicas culturales, políticas y productivas en el diseño textil, con abordajes en la *semiótica de la cultura* y enfoques en los discursos sobre el poder y el género, investigando cómo el jean colombiano se convirtió en un dispositivo discursivo que refuerza las relaciones de poder patriarcales. La investigación combina el análisis discursivo y semiótico con entrevistas y un análisis visual de la publicidad, proporcionando un enfoque integral que podría ser aplicado al estudio del campo del diseño.

Al mapear la evolución y consolidación del diseño en América Latina, se resalta la obra de Javier De Ponti (2012), quien trae a la palestra historias sobre agentes claves que marcaron el desarrollo del diseño industrial y la comunicación visual en Argentina, presenta una investigación meticulosa sobre los programas de intelectuales e instituciones que desempeñaron roles fundamentales en la construcción y difusión del conocimiento en el campo del diseño. El autor hilvana una narrativa cohesiva que entrelaza a individuos, conocimientos y prácticas, destacando la manera en que estos elementos se entrecruzaban y cooperaban en los complejos procesos de circulación del diseño. Lo que distingue a este estudio es su enfoque particular en configuraciones estatales, universitarias y empresariales, situando el desarrollo del diseño dentro de los desafíos y oportunidades específicos de los contextos sociales de la periferia capitalista. Así, esta obra sirve como un valioso complemento a la de Buitrago, ampliando el espectro de análisis y permitiendo una visión más panorámica de la evolución del diseño en el cono sur del continente latinoamericano (2012).

Estas interacciones no siempre son armónicas. A veces, surgen de consensos y afinidades compartidas, pero también pueden originarse en puntos de vista opuestos o visiones contrastantes sobre la dirección y propósito del diseño; sin embargo, es precisamente esta diversidad de opiniones y enfoques lo que enriquece el campo y le permite adaptarse y evolucionar. Así, el diseño se convierte en una entidad viva, en constante interacción con su entorno, reflejando y respondiendo a los cambios en la sociedad y el mundo. Es una disciplina que se nutre tanto de sus raíces históricas como de las interacciones actuales, y que continúa siendo relevante gracias a su capacidad para

reinventarse a través de estas relaciones dinámicas. Devalle (2013) subraya cómo la historiografía del diseño ha evolucionado hacia un enfoque más amplio, superando el relato sobre la producción de objetos para abordar la interrelación entre el diseño y las dimensiones sociales, económicas, culturales y políticas. El análisis destaca el papel de las instituciones, como universidades, empresas y el Estado, en la configuración del campo del diseño. Este enfoque nos lleva a reflexionar cómo el campo del diseño se ha consolidado como una práctica técnica y también como un fenómeno influido por las dinámicas contextuales de la región, que nos lleva a explorar cómo los vínculos entre diseñadores, instituciones educativas y políticas públicas han incidido en la conformación y consolidación de la práctica del diseño; además, el enfoque en las trayectorias de los diseñadores y grupos promotores del diseño permite entender las "fortuitas casualidades" que han dado forma a las dinámicas productivas en la región.

La acción de los diseñadores en América Latina ha impactado áreas tan variadas como el desarrollo urbano, la innovación social, la sostenibilidad y la identidad cultural. Al analizar estos temas, los investigadores buscan comprender el pasado y el presente del diseño en la región; y con ello, trazar un mapa hacia su futuro, demostrando la resiliencia y adaptabilidad del diseño en este contexto latinoamericano. Bajo este panorama Devalle (2013) ofrece otra perspectiva enriquecedora sobre la consolidación del diseño como profesión en América Latina, particularmente en Argentina; resaltando que los últimos años han sido testigos de una creciente investigación sobre cómo el diseño, tanto en su aspecto genérico como en sus especializaciones, se ha institucionalizado y profesionalizado, especialmente en el ámbito universitario. Estas investigaciones revelan la complejidad y la riqueza de la historia del diseño en la región que, más allá del interés en reconstruir de manera fidedigna los eventos que dieron forma y expandieron el campo del diseño en Argentina, realizar estas investigaciones permite entender la situación actual del diseño y su proyección futura en términos económicos, sociales y políticos. La obra de la autora destaca cómo el diseño, como campo de estudio y práctica profesional, ha evolucionado y se ha enriquecido a través del tiempo, reflejando la

interacción de múltiples factores históricos, culturales y socioeconómicos en su desarrollo.

Conocer el panorama histórico y las estructuras sociales, estatales, universitarias y empresariales que enmarcan el desarrollo del diseño, nos lleva a analizar la realidad profesional y educativa que enfrenta el diseño industrial en Argentina; para ello Bianchi y Sanguinetti (2017) subrayan la paradoja existente: mientras hay una creciente cifra de graduados especializados en diseño, las plazas laborales disponibles no crecen al mismo ritmo, lo que genera una saturación en el mercado y una intensa competencia entre los profesionales; esta problemática se complica aún más por la falta de políticas públicas diseñadas para abordar y apoyar específicamente las necesidades del sector de diseño. Los autores exploran la relación entre diseñadores y empresas industriales, una relación a menudo marcada por la lucha de los diseñadores por integrarse y ser reconocidos dentro de estructuras empresariales que no siempre valoran o comprenden el aporte y la visión del diseño. Este panorama, descrito en la publicación "Hecho en Argentina", enriquece nuestro entendimiento de la praxis del diseño, sus desafíos y oportunidades, y nos brinda las herramientas para establecer comparativas entre diferentes escenarios y entornos, tanto dentro como fuera de Argentina.

En la misma rama disciplinar, el estudio de Correa (2019) proporciona un análisis detallado de la consolidación y legitimidad de la profesión de diseño en el contexto de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires. Según la escritora, la trayectoria profesional de los graduados se caracteriza por una complejidad intrínseca, en la que se entrelazan desafíos, conflictos y una diversidad de saberes y competencias; este panorama profesional, aunque lleno de desafíos, ofrece una oportunidad para que los diseñadores se conviertan en agentes de múltiples acciones y desarrollos, contribuyendo significativamente a la sociedad. En su estudio se destaca que, a pesar de la complejidad del campo profesional del diseño industrial, estos profesionales poseen la idoneidad para navegar y especializarse dentro de este entorno diverso, lo que les permite alcanzar una especificidad y consolidación en su área de experticia, así como un reconocimiento ampliado

en su ámbito de inserción laboral; de esta manera, la identidad y figura profesional del diseñador industrial se ilumina a través de su interacción con el entorno social, cultural y productivo en el que opera. La investigadora considera importante indagar el tránsito y circulación del diseño en los espacios sociales, en un continente caracterizado por una vasta diversidad cultural, donde el diseño ha demostrado ser una herramienta invaluable para enfrentar desafíos específicos, proponiendo soluciones adaptadas al contexto local, nos invita a observar cómo los diseñadores interactúan e influyen los espacios sociales en los que se mueven, y a su vez, cómo estos espacios les impactan.

Para la rama de diseño textil e indumentaria, el trabajo de Miguel (2013) ilustra un aspecto particular de esta evolución, centrado en el diseño de indumentaria desde el año 2000; el cual ha experimentado un proceso de transformación significativo, pasando de ser una extensión de la industria textil a una disciplina y profesión con una autonomía claramente definida. Este cambio es el resultado de las innovaciones en las técnicas y prácticas de diseño, siendo influenciado por un contexto cultural más amplio que ha empezado a valorar y legitimar el trabajo de los diseñadores de indumentaria. La escritora destaca que, más allá de la formación académica ofrecida por instituciones como la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, ha habido un ecosistema creciente de emprendimientos de diseño que han contribuido a la consolidación de la disciplina; los cuales han impulsado la circulación y el reconocimiento de los productos de diseño, y también han posicionado al diseño de indumentaria en un espacio donde su valor se define desde la producción y por el valor tanto simbólico, como cultural que aportan.

En este sentido, la indumentaria diseñada va más allá de una prenda para vestir, y se convierte en una declaración de identidad, un estilo expresado, una representación de la cultura y una muestra de una sociedad; este reconocimiento de la importancia simbólica y cultural del diseño de indumentaria aporta en su legitimación y autonomía como una disciplina profesional en su propio derecho. La transformación del diseño de indumentaria, tal como lo expone Miguel (2013), evidencia cómo los escenarios

de crisis pueden ser incubadoras de innovación y renovación en el campo del diseño, en contextos donde los diseñadores, ante la necesidad de sobrevivir y prosperar, se reinventan, adoptando roles multifacéticos como los de diseñadores-empresarios.

Para Miguel esta adaptación demuestra la versatilidad, resiliencia de la disciplina y revela cómo el diseño puede ser un agente catalizador para la regeneración económica y social, donde las políticas públicas juegan un papel importante, al ofrecer un respaldo y marco regulador, que facilitan el florecimiento de emprendimientos, y la consolidación de espacios, como el barrio dedicado a la comercialización de marcas independientes, que se convierte en un epicentro de innovación y expresión cultural. La declaración de Buenos Aires como Ciudad de Diseño y las diferentes plataformas de apoyo actúan como multiplicadores, amplificando el impacto de estas iniciativas y fortaleciendo el tejido profesional, donde los nuevos productos que surgen en este contexto más allá de ser artículos de moda, se consideran manifestaciones de una cultura y una identidad que redefinen lo que significa el "diseño"; estos productos, imbuidos de significados simbólicos complejos, se convierten en emblemas de una nueva era de diseño en la región, señalando una dirección hacia donde se mueve el campo. La autora destaca cómo la experiencia y conocimiento acumuladas por los profesionales del diseño son absorbidas y adoptadas por otros agentes en la industria textil y de confección, enriqueciendo y elevando el estándar general del sector. Este trabajo, es un testimonio de este proceso de transformación y se considera una herramienta analítica valiosa; sus hallazgos y análisis han proporcionado una base sólida para la comprensión y evaluación de las tendencias y dinámicas en el diseño de indumentaria en América Latina.

Hacia otras regiones, el trabajo doctoral de Varela (2022), se centra en la conceptualización del proceso proyectual dentro del diseño industrial en Costa Rica, donde se analiza cómo los diseñadores perciben y ejercen su rol en un entorno empresarial creativo, basándose en teorías de Gui Bonsiepe y Nigel Cross para destacar la estructura y los factores que influyen en el proceso proyectual. La tesis explora el concepto de *economía creativa*, apoyándose en

estudios de Buitrago, Duque, Gasca y Lizardo, para contextualizar el impacto del diseño en la economía costarricense, lo que puede ofrecer un marco comparativo para analizar las dinámicas productivas. Utilizando el *constructivismo educativo*, la autora examina cómo los diseñadores construyen su conocimiento a través de la práctica. Este análisis es relevante para comprender cómo se organiza el trabajo de los diseñadores en las empresas.

La evolución del diseño en América Latina es tan variada y rica como su historia y cultura, con interacciones entre diversos agentes que van -desde instituciones estatales y académicas hasta empresas- han sido importantes en la formación y definición del diseño en la región. La tesis doctoral de Álvarez (2020) examina cómo las emprendedoras Mapuche de La Araucanía, Chile, integran elementos de su cosmovisión y simbología cultural en el diseño de productos, subrayando la relevancia de la identidad cultural en la creación de estos, su investigación revisa conceptos teóricos fundamentales relacionados con el diseño proyectual, citando a Tomás Maldonado (1961), González (1994), Bonsiepe (1999), y Wong (2007), quienes abordan el diseño como un proceso de creación visual orientado a satisfacer necesidades específicas. Además, la tesis destaca la capacidad de las diseñadoras Mapuche para innovar y adaptarse a las exigencias del mercado, preservando al mismo tiempo su esencia cultural; el estudio enmarca el contexto social y cultural de La Araucanía, ilustrando cómo las dinámicas históricas influyen en las prácticas de diseño.

Estudios recientes sobre la disciplina del diseño, nos permiten tener otra perspectiva de su evolución, destacan varias investigaciones, entre ellas el trabajo desarrollado por De Salvo (2019), enfatiza cómo la evolución histórica del diseño ha estado estrechamente vinculada a las transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales, subrayando la influencia de estas dinámicas en la cultura del diseño y en el rol del diseñador. La autora plantea el diseño como un "fenómeno social total", donde el diseñador juega un papel fundamental en la construcción de la realidad y en la respuesta a las necesidades contemporáneas, este concepto permite comprender cómo los diseñadores han integrado aspectos culturales y sociales en sus prácticas,

adaptando su trabajo a las dinámicas locales. Su texto aborda la responsabilidad ética y la sostenibilidad, siguiendo la perspectiva de autores como Victor Papanek y Ezio Manzini, con un enfoque de innovación social, que promueve la participación comunitaria.

Bevilacqua (2019) critica el modelo hilemórfico-intencionalista tradicional, que ha sido predominante en la explicación de las operaciones técnicas de diseño, argumentando que es insuficiente para abordar las complejidades introducidas por las tecnologías digitales. En su lugar, propone que la teoría de la individuación de Simondon, que se enfoca en la interrelación entre pensamiento y acción durante el diseño, ofrece un marco más adecuado para comprender estas nuevas dinámicas. La investigación también incorpora teorías de la complejidad y la cibernética, destacando la importancia de la información como un componente central del diseño, lo que difumina las fronteras tradicionales entre forma y materia; este enfoque proporciona una base teórica para analizar cómo las tecnologías digitales han reconfigurado los procesos de diseño y producción en el sector textil. Bevilacqua argumenta que el diseño digital es una herramienta que transforma completamente la operación de diseño.

El reciente estudio de Tripaldi (2022), explora cómo los límites del diseño han sido contruidos y definidos a través de los discursos de importantes teóricos del campo, su trabajo doctoral analiza la noción de *límites disciplinares* utilizando el marco teórico de Foucault (1997), enfocándose en cómo el conocimiento en el diseño se ha formado como una construcción discursiva; su estudio destaca que el diseño es una disciplina *inter* y *transdisciplinaria*, apoyándose en el *pensamiento relacional* y la *teoría de la complejidad* de Edgar Morin para subrayar la interacción del diseño con otras disciplinas y campos de conocimiento. Sus abordajes emplean el análisis del discurso para examinar los textos de Tomás Maldonado, Gui Bonsiepe, Victor Margolin y Richard Buchanan, analizando cómo estos autores han influido en la conceptualización y expansión del diseño como disciplina. La tesis también se apoya en el *paradigma de la complejidad*, presentando el diseño como un campo en constante evolución y reconfiguración, donde los límites son

permeables y dinámicos. Este enfoque es relevante para estudiar cómo las dinámicas políticas y productivas han influido en la praxis del diseño. Estos abordajes nos llevan a generar otras miradas disciplinares y proyectuales.

A nivel del Ecuador la producción de investigación académica se ha incrementado, lo que permite reflexionar sobre los aportes disciplinares y sus proyecciones. Entre estas publicaciones, el abordaje de Arévalo (2019) examina la tradición textil de la nacionalidad kichwa puruhá en Chimborazo, Ecuador, con un enfoque en la iconografía como elemento central en la producción de textiles. Arévalo analiza cómo los elementos iconográficos, tanto figurativos como geométricos, han evolucionado y se han transformado a lo largo del tiempo debido a cambios en las formas de producción. La tesis aborda el concepto de *cultura y tradición*, investigando cómo las prácticas tradicionales han perdurado pese a las presiones del mercado y la modernización; destaca también las transformaciones productivas en los tejidos Puruhá, mostrando cómo las técnicas tradicionales se han adaptado a nuevas demandas y mercados, un aspecto relevante para comprender las dinámicas productivas en el diseño textil. La investigación se apoya en enfoques de la sociología y la antropología para estudiar la continuidad y el cambio en la iconografía textil, explorando cómo la producción textil refleja la organización social y las creencias culturales de los Puruhá.

La tesis doctoral de Barriga (2020), explora la evolución del diseño gráfico en Riobamba y su institucionalización en el ámbito académico; este estudio aborda cómo la globalización y la modernización han influido en la cultura local, afectando el desarrollo del diseño gráfico; utiliza teorías de Giddens (1998) y Habermas (2018) para examinar la institucionalización del diseño gráfico y su adaptación a las demandas del mercado. Además, resalta la importancia de la didáctica proyectual en la enseñanza del diseño un enfoque útil para entender la conformación del campo profesional de diseño textil e indumentaria.

La interacción entre diseño, cultura popular y artesanía en el Ecuador es analizada en el trabajo doctoral de Burbano (2021), quien explora cómo el diseño en Ecuador ha sido influenciado por la artesanía, creando una identidad

única en este campo. Su estudio se sitúa en el contexto de la crisis del ideario moderno, que describe el conflicto entre modernización y tradición cultural en el país. La tesis se enfoca desde la *Teoría de los Campos* de Pierre Bourdieu para examinar cómo se ha configurado el campo del diseño en Ecuador, viéndolo como un espacio de lucha simbólica por la legitimidad. También recurre a la *historia intelectual* y al *giro lingüístico*, siguiendo a Michel Foucault y Eliseo Verón, para analizar cómo los discursos han influido en el desarrollo del diseño. Metodológicamente, emplea una combinación de análisis documental e historias orales, lo que ofrece una reconstrucción integral del proceso. Este enfoque y sus conceptos son aplicables para analizar el campo profesional de DTel en la ciudad de Cuenca.

Por otro lado, Larrea (2021), explora cómo las representaciones visuales en las artesanías del pueblo Salasaca han sido transformadas debido a los procesos migratorios y la interacción con el arte y el diseño en el Ecuador. La autora se apoya en los conceptos de *cultura estética* y *transculturación estética* de Juan Acha y Ticio Escobar, para analizar cómo la artesanía tradicional ha sido reconfigurada por influencias externas. Larrea también examina la *permeabilidad cultural*, mostrando cómo las representaciones visuales salasacas han incorporado elementos de otras culturas. Su estudio se fundamenta en la sociología y la antropología del arte, utilizando las ideas de Pierre Bourdieu y Clifford Geertz para analizar las prácticas culturales en relación con los procesos productivos. Además, recurre a estudios de iconografía y cultura visual para interpretar las transformaciones en los motivos artesanales. La investigación destaca la interacción entre arte, artesanía y diseño, proporcionando un marco teórico y metodológico útil para analizar las dinámicas culturales, políticas y productivas en el campo del diseño.

La relación entre la indumentaria y la identidad cultural en el pueblo chibuleo de Ecuador que explora Medina (2019), analiza cómo la vestimenta de las mujeres chibuleo ha evolucionado en respuesta a los levantamientos indígenas de la década de 1990 y los cambios socioeconómicos posteriores. La investigación se apoya en las teorías de Clifford Geertz y Fredrik Barth para abordar la indumentaria como un artefacto de diseño que actúa como un marcador de

identidad, reflejando tanto las transformaciones históricas como las interacciones con otras culturas. La autora también utiliza el concepto del *artefacto de diseño* de Claudia Fernández y la teoría del *diseño de objetos* de Gui Bonsiepe y Ezio Manzini para estudiar cómo la indumentaria comunica identidad y refleja la historia y la estructura social de la comunidad chibuleo. Metodológicamente, Medina emplea un enfoque etnográfico e interpretativo, utilizando la observación participante y entrevistas en profundidad para captar los significados asociados con la vestimenta, este enfoque teórico y metodológico es relevante para analizar las dinámicas políticas y productivas en la praxis del diseño.

Las discusiones y debates sobre este tema en el país han sido bastante significativos en cuanto a su aporte y perspectivas; en este sentido, la observación de Malo (2007) acerca de la influencia europea y la distinción de clases en el diseño y la moda ecuatoriana permiten comprender cómo el país ha evolucionado en sus estilos y preferencias de vestimenta. Su perspectiva sobre el bordado artesanal es particularmente reveladora, al considerar esta técnica que va más allá de una simple forma de adornar prendas, y poder convertirse en manifestación cultural profunda y enraizada, la autora eleva la discusión del diseño de indumentaria a un nivel más amplio. Esta perspectiva reconoce y valora la rica tradición artesanal del país, sugiriendo cómo se puede fusionar con las tendencias actuales para producir prendas que sean a la vez contemporáneas y reflejen la rica historia del Ecuador.

En el trabajo doctoral de Malo (2021), examina la evolución de la relación entre el diseño y la artesanía en Cuenca desde los años ochenta hasta principios del siglo XXI, donde utiliza el concepto de *inflexión cultural*, basado en las ideas de Thomas Kuhn y Katherine Hayles sobre el *paradigma*, para describir cómo las prácticas de diseño en Cuenca han sido influenciadas por cambios culturales y epistemológicos. En este estudio se analiza cómo el diseño ha pasado de una cultura del producto a una cultura del proyecto, transformando las prácticas de diseño en la región. La tesis también incorpora el *pensamiento complejo* de Edgar Morin y Rolando García para abordar las dinámicas entre diseño, artesanía y cultura, y explora el *proceso de descolonización cultural*, utilizando

nuevas epistemologías que revalorizan la identidad local en el diseño. Su trabajo se basa en un análisis comparativo de dos períodos clave en la historia del diseño en Cuenca, integrando disciplinas como la filosofía, la epistemología, la antropología y la teoría del diseño. Este enfoque proporciona herramientas conceptuales para analizar las dinámicas culturales, políticas y productivas en la praxis del diseño.

En la misma línea, Escobar (2019) toma un enfoque contemporáneo, identificando la transición en el diseño de indumentaria desde un modelo tradicional hacia uno sostenible, su análisis detallado de emprendimientos como Dominga, Paqocha y EliJuma destaca cómo el diseño de indumentaria puede ser tanto ético como estético. Al enfocar la sostenibilidad, la moda lenta y la ética en el diseño de indumentaria, la autora ilumina una ruta hacia un futuro donde el diseño de indumentaria pueda ser una expresión de estética personal, y a su vez cargada de valores éticos y sociales.

Bajo este panorama se reconoce una vacancia entre la formación académica y las trayectorias profesionales de los diseñadores egresados, así como su interacción con el mercado laboral. Esta exploración permitiría comprender mejor cómo las instituciones educativas y las dinámicas laborales moldean la praxis profesional.

Entre estos espacios sociales, es importante resaltar la reciente clasificación del diseño como sector cultural en las industrias culturales y creativas del país; con la rápida digitalización y la globalización, el diseño en este sector tiene el potencial de revolucionar la forma en que se produce, distribuye y consume la cultura. La configuración actual de las industrias culturales y creativas, especialmente en el ámbito del diseño, se puede entender desde la perspectiva económica, y además desde el papel de entrelazado que desempeñan en el tejido social y cultural de un país; como mencionan Fuentes Moncada, Molina y Rosero (2013), esta evolución es especialmente notable en el contexto del modelo de gobierno denominado "La Revolución Ciudadana", donde se reconoce el impacto de las industrias culturales en términos de retorno tanto de inversión como competitividad, y también en cómo moldean y reflejan las

identidades y aspiraciones colectivas de una nación. El documento presentado por los funcionarios del Ministerio de Cultura y Patrimonio resalta la dualidad de las industrias culturales, siendo generadoras de riqueza económica y productoras de significado (valor simbólico). Las políticas gubernamentales y la estructura institucional, en este sentido, apoyan el desarrollo económico de estas industrias, y a su vez intentan canalizar sus potenciales transformadores en direcciones que estén alineadas con los objetivos más amplios de la sociedad. El hecho de que los autores hayan realizado un análisis detallado de la cadena productiva de estas industrias refleja una comprensión profunda de que las industrias culturales no funcionan en el vacío; su éxito y crecimiento dependen de una compleja interacción entre productores, distribuidores, consumidores y, en muchos casos, intermediarios.

Flores y Cárdenas (2018) señalan que la evolución de las políticas públicas en el Ecuador, han dado prioridad a las industrias culturales, promoviendo su consolidación a través de planes nacionales y la creación del Sistema Nacional de Cultura, los autores resaltan la importancia de medir el impacto económico de estas industrias para evaluar su contribución al PIB, este enfoque permite contextualizar el desarrollo del diseño local dentro de un marco integral de cultura, economía y sostenibilidad. Se evidencia la vacancia de evaluar el impacto de las políticas públicas, programas de desarrollo, las iniciativas locales o nacionales y como estas han contribuido a la consolidación del sector. Este análisis permitiría visibilizar la relación entre las decisiones políticas y las dinámicas productivas del diseño textil.

Los abordajes analizados no detallan metodologías específicas que permitan analizar las dinámicas productivas y políticas, lo cual señala otra vacancia para esta investigación. Estas vacancias ofrecen una oportunidad para desarrollar un trabajo que contribuya al debate teórico y práctico sobre el diseño en América Latina.

Estos enfoques guían esta investigación, resaltando que la producción de diseño textil y de indumentaria trasciende los aspectos estéticos y funcionales para convertirse en productos cargados de valor simbólico, que transmiten una

identidad cultural y generan estilos propios. Estas creaciones se desarrollan en emprendimientos locales que impulsan la circulación económica y fomentan el consumo cultural en contextos locales. En la ciudad de Cuenca, la formación académica en esta disciplina surgió con un estrecho vínculo con la artesanía y sus expresiones culturales, una relación que ha perdurado y evolucionado sin romperse, permitiéndole alcanzar el reconocimiento como un sector cultural y ser clasificado como un sector económico que contribuye al PIB nacional. Bajo esta perspectiva, avanzamos hacia la construcción de la fundamentación teórica.

2.6 Fundamentación teórica

El desarrollo del marco de referencia conceptual se organiza en cuatro niveles interconectados, fundamentados en una teoría predominante. El primer nivel se centra en la *Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu*, analizando su aplicación en la formación de campos disciplinares y proyectuales, y explorando la interacción entre diferentes áreas de conocimiento y práctica. El segundo nivel, de carácter sustantivo, se enfoca en los enfoques teóricos sobre la disciplina del diseño, explorando sus conceptos clave y áreas de estudio. El tercer nivel aborda los estudios de moda, explorando su origen y evolución como fenómeno social; este nivel profundiza en la evolución de la moda y del diseño de moda, textil e indumentaria, sus principios fundamentales y su impacto en la práctica profesional y académica. En el último nivel, se desarrolla una propuesta teórica sobre la transubstanciación y el valor simbólico generado a través de los procesos creativos y productivos en la praxis profesional. La integración de estos niveles configura un marco teórico que permite una comprensión holística y detallada de la disciplina del diseño.

2.6.1 Teoría de los campos

Definiciones conceptuales fundamentales de la Teoría de los Campos de Bourdieu

La Teoría de los Campos, desarrollada por el sociólogo francés Pierre Bourdieu, ofrece un marco conceptual idóneo para analizar las estructuras y dinámicas de diversos ámbitos sociales y profesionales. Según Bourdieu (1984), un campo es un espacio social estructurado y relativamente autónomo, donde se llevan a cabo interacciones específicas entre agentes sociales que compiten por diferentes tipos de capital: económico, cultural, social y simbólico. Este concepto permite observar cómo los individuos y grupos dentro de un campo desarrollan estrategias para acumular y ejercer poder en función de su capital, generando así una estructura jerárquica que influye en la configuración y evolución del campo.

Esta teoría nos permite estudiar campos profesionales, como el del diseño textil y de indumentaria, en los cuales el reconocimiento, la legitimación y la competencia entre actores son factores esenciales para su desarrollo. En este contexto, los diseñadores, académicos, instituciones culturales y otros agentes luchan por el control y el prestigio, estableciendo normas y valores que configuran el campo en su totalidad (1993). La perspectiva de Bourdieu permite entender cómo estos campos operan no solo en función de intereses económicos, sino también de valores simbólicos y culturales que reflejan y refuerzan la identidad colectiva del campo.

La presente investigación se basa en la Teoría de los Campos para analizar la estructura y las dinámicas de interacción en el campo profesional del DTel, explorando cómo los agentes configuran y transforman este campo en respuesta a influencias internas y externas. En las próximas secciones, se detallan los conceptos clave de esta teoría y su aplicación en el análisis de campos sociales y profesionales, proporcionando una comprensión integral de las relaciones de poder y competencia que definen a esta disciplina.

Desarrollo conceptual del “campo”: descripción y características

En la concepción de Bourdieu, nuestro mundo social es una intrincada red de esferas o microcosmos, a las que él se refiere como "campos" (Bourdieu P. , [1980] 2013). Estos campos no son meros escenarios pasivos; están

caracterizados y definidos por las dinámicas relaciones de poder que emergen a medida que diferentes agentes despliegan diversas estrategias para alcanzar sus objetivos. Si bien estos campos pueden manifestarse en áreas tan tangibles como la economía, la política o el ámbito académico, también tienen relevancia en dominios culturales y simbólicos; contrariamente al enfoque original de Bourdieu, en donde examinaba ciertos campos específicos, su teoría ha demostrado ser versátil y adaptable, encontrando aplicaciones en áreas tan diversas como el diseño, la arquitectura y más allá, esto pone de relieve la pertinencia y la universalidad de su propuesta teórica.

En la interpretación del concepto de campo, este se concibe como espacios sociales intrínsecamente autónomos, en los cuales prevalece la libertad de establecer reglas propias; son entornos estructurados en los que los agentes, ya sean individuos o instituciones, se hallan en constante tensión y competencia por acumular capitales específicos (Fontaine, 2003). Bourdieu, en su extenso análisis, destaca la relevancia de agentes específicos, como los profesionales; también de instituciones significativas, tales como universidades y organismos gubernamentales; y el capital simbólico que estos profesionales, sus marcas y obras pueden acumular. Un aspecto relevante de la teoría es la autonomía relativa de los campos, mientras que estos tienen sus propias lógicas internas, no están completamente desligados del mundo exterior. Bourdieu y Wacquant (1992) destacan que la autonomía de un campo se refiere a su capacidad de autorregularse y definirse por sí mismo, aunque sigue siendo susceptible a influencias externas.

En 1966, el sociólogo introdujo la idea del campo intelectual, describiéndolo como un dominio singular y relativamente autónomo; aquí, identificó la existencia de un sistema de posiciones y relaciones objetivas que lo definían, y también destacó cómo se interconectan con el flujo de la historia. Este enfoque histórico-relacional le permitió a Bourdieu proponer una perspectiva analítica que además de ver a los campos como entidades inmutables, se las considera como estructuras fluidas en constante transformación debido a las interacciones y las dinámicas sociales (Bourdieu P. , 2010). Ahondando en este pensamiento, Bourdieu no visualiza el campo intelectual como una agrupación

de ideas, teorías o conceptos aislados; para él, este campo es una red vibrante de relaciones, un ecosistema dotado de sus propias normativas, fronteras y temáticas distintivas. En este contexto dinámico, el creador es un agente inmerso en una densa trama de relaciones sociales que influencia y da forma a su trabajo; así, esta estructura relacional determina cómo se concibe, se percibe y se valora cualquier creación dentro del ámbito intelectual (Bourdieu P. , 2002).

La naturaleza competitiva de los campos se evidencia en las constantes luchas por mejorar la posición relativa de un agente, que según Bourdieu (1986), están intrínsecamente ligadas a cómo los agentes acumulan y utilizan su capital para influir o ejercer poder. Bourdieu (1988) concibe que cada campo tiene su propio conjunto de normas y reglas que determinan lo que es valioso y legítimo dentro de ese espacio; por ejemplo, el campo artístico tiene criterios diferentes para juzgar la valía en comparación con el campo científico o el político. Esta teoría nos ofrece una herramienta para comprender la constante evolución y reconfiguración de los campos a lo largo del tiempo, bajo el prisma de las tensiones y luchas que ocurren dentro y entre ellos; es fundamental recordar que los campos no son entidades estáticas; su estructura y dinámicas pueden cambiar con el tiempo, como señala Bourdieu (1988); además, en cada campo, siempre existen dinámicas de poder entre los agentes dominantes y los dominados, con tensiones y conflictos surgiendo de estas relaciones de poder (Bourdieu P. , 1996). Dentro de estos campos, los agentes tienen diferentes tipos y cantidades de capital, que puede ser económico, cultural, social o simbólico.

En el amplio y diverso espectro de campos de estudio, el análisis de la profesión del diseño ofrece una perspectiva para identificar patrones y características comunes que sobrepasan las barreras del tiempo y el espacio, que a menudo son invariantes ante las diferencias culturales o históricas, tienden a desvelar una dinámica subyacente de confrontación o competencia, que se manifiesta en las tensiones existentes entre lo antiguo y lo nuevo, entre los defensores de la innovación y los partidarios de la tradición. El sociólogo señaló la importancia de estas tensiones para comprender la esencia de

cualquier campo de estudio. Según Bourdieu ([1984]1990), estas rivalidades permiten realizar el análisis de los campos, ya que revelan las estructuras subyacentes que dan forma a las prácticas y percepciones dentro de un campo específico. Bourdieu ([1980] 2013) introduce el concepto de "habitus", refiriéndose a un conjunto de disposiciones adquiridas que orientan las acciones y perspectivas de los individuos en un campo determinado, que está modelado por las experiencias previas y la posición social del individuo, juega un papel importante la manera en que navega por el complejo terreno del diseño, evidenciando cómo las preferencias y prácticas estéticas están intrínsecamente ligadas a las dinámicas de poder y distinción social.

Desarrollo conceptual de “agentes” y “habitus”: naturaleza y funciones

Bourdieu describe a los agentes como seres sociales que buscan trascender las dicotomías tradicionales y superar las antinomias que surgen de percepciones simplificadas sobre las interacciones humanas (1997), son receptores pasivos del mundo que les rodea, individuos activos y conscientes, dotados de un "sentido práctico" que guía sus acciones y percepciones. Esta orientación se origina en el habitus, un conjunto de disposiciones y estructuras cognitivas que las personas adquieren a lo largo de su vida. Para Bourdieu ([1980] 2013), se trata esencialmente de un sistema de disposiciones aprendidas a lo largo del tiempo que guían la manera en que los individuos interpretan y actúan en el mundo, como una interacción de experiencias pasadas y presentes, estructurando acciones y pensamientos de una manera que es coherente y predecible, pero también adaptable.

Es un constructo teórico clave que sirve para comprender cómo las estructuras sociales se incrustan dentro de los individuos y, a su vez, cómo estas estructuras son reproducidas o transformadas por medio de las acciones individuales; es decir el habitus es un sistema de disposiciones duraderas y estructuradas que guían nuestras percepciones, valoraciones y acciones (Bourdieu P. , 1977). Se forma a través de un proceso de socialización que abarca la vida del individuo, siendo un producto de condiciones históricas y

sociales particulares (Bourdieu P. , 1984). El habitus determina en gran medida nuestras acciones y percepciones, opera a un nivel mayormente inconsciente, incrustado profundamente en nuestro ser (Bourdieu & Wacquant, 1992). Es en este espacio de juego, influenciado tanto por el habitus individual como por las instituciones y estructuras más grandes, donde se juega la vida social.

El habitus actúa como un puente entre las estructuras objetivas de la sociedad, que Bourdieu denomina "campos", y las prácticas individuales cotidianas, donde se proporcionan mecanismos a través de los cuales las estructuras sociales se manifiestan en acciones tanto individuales como colectivas (Bourdieu P. , 1977). Sin embargo, mientras tiene una función inherente de reproducir las estructuras y condiciones que lo formaron, el habitus también posee la capacidad de transformación. Las circunstancias cambiantes o las interrupciones en la estructura del campo pueden desencadenar reflexiones y eventualmente cambios en las prácticas habituales (Bourdieu & Wacquant, 1992). Aunque no se hace de manera consciente, el habitus guía a los individuos en la generación de estrategias prácticas que les permiten maniobrar y operar dentro de los diferentes campos en los que se mueven, adaptándose a las condiciones específicas de esos campos (Bourdieu P. , 1990).

El habitus también puede ser entendido como una especie de "gramática generativa", que permite generar un número infinito de oraciones, el habitus permite a los individuos producir y regular una serie de prácticas sin depender constantemente de reglas explícitas (Bourdieu P. , 1977); a través de este mecanismo, las condiciones objetivas son internalizadas y transformadas en prácticas espontáneas, aunque el habitus tiende a perpetuar las estructuras de dominación y reproducción social, no es un mecanismo rígido o determinista. Los individuos, al enfrentarse a nuevos contextos o experiencias, pueden experimentar tensiones o desajustes en su habitus, lo que Bourdieu denominó "hibridación" o "crisis del habitus" (Bourdieu & Wacquant, 1992). Estas crisis pueden llevar a la reflexión y reajuste de las prácticas, proporcionando espacio para la resistencia, la innovación y el cambio.

Este habitus no es estático; es producto de una vida de experiencias, educación y socialización. Bourdieu ([1980] 2013) argumenta que el habitus guía a los individuos, dándoles una especie de "intuición" sobre cómo actuar en diferentes situaciones, es una interacción entre el pasado y el presente, permitiendo a los individuos navegar en el complejo mundo social. La relación dinámica entre habitus y campo es lo que configura la realidad social y da forma a la vida cotidiana de las personas. El habitus no actúa de forma aislada, su operación y manifestación luchan por el capital en sus diversas formas: económico, cultural, social o simbólico (Bourdieu P. , 1986).

Desarrollo conceptual de “capital”: tipos y aplicaciones.

En la teoría de Bourdieu, el término "capital" reviste una importancia más allá de su connotación estrictamente económica, el autor lo amplía para abordar los recursos que los individuos y grupos poseen y emplean para obtener ventajas y poder en diversos campos sociales; este capital abarca bienes materiales, habilidades, conocimientos, relaciones y reconocimientos. Descompone al capital en distintas categorías, que interactúan y se pueden transformar entre sí, dotando a los individuos de herramientas específicas en cada contexto, las cuales son:

Capital Económico: Es el más directo y se refiere a los recursos financieros y materiales que posee una persona o grupo, incluye dinero, propiedades y otros activos tangibles que pueden ser utilizados para producir ingresos (Bourdieu P. , 1986).

Capital Cultural: Se refiere a los recursos culturales, tales como habilidades, educación, maneras de hablar, vestir o actuar, que son valoradas en un campo particular, puede manifestarse en tres estados: incorporado (por ejemplo, la educación formal que una persona ha recibido), objetivado (como en posesión de obras de arte o libros) e institucionalizado (como títulos académicos) (Bourdieu P. , 1986).

Capital Social: Está compuesto por la red de relaciones y conocidos de una persona o grupo, implica conexiones, amistades y relaciones que pueden ser utilizadas para obtener ventajas o acceso a recursos; es, en esencia, el valor de "quién conoces" en lugar de "qué conoces" (Bourdieu P. , 1986).

Capital Simbólico: Es la forma en que los otros tipos de capital son percibidos y reconocidos, es la legitimación de los otros tipos de capital, donde son reconocidos y otorgados valor en un campo particular; este puede ser visto como la reputación o el prestigio, y a menudo se basa en el reconocimiento y la legitimación por parte de otros (Bourdieu P. , 1977).

Bourdieu argumentó que estos diferentes tipos de capital pueden ser transformados o "convertidos" de uno a otro, dependiendo de las estrategias del agente y las especificidades del campo en el que se opera; por ejemplo, una persona puede usar su capital económico para obtener un título universitario (capital cultural institucionalizado) o usar su capital social para obtener un trabajo o acceso a oportunidades. Es importante resaltar que el capital no se distribuye equitativamente entre los individuos y grupos sociales, lo que resulta en desigualdades estructurales; en su trabajo, Bourdieu exploró cómo estas desigualdades se perpetúan a lo largo del tiempo y cómo los agentes utilizan su capital en luchas y estrategias dentro de campos específicos para mantener o mejorar su posición.

Estructura de un campo

Propiedades de Posición de los agentes: Definición y relevancia

En la Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu, las propiedades de posición representan la disposición y las interacciones de los agentes dentro de un campo específico, las cuales describen la ubicación relativa y las características distintivas de un agente o institución en el espacio social del campo, formadas por la acumulación y distribución de diferentes tipos de capital (1985). Estas propiedades determinan la posición de un agente en relación con otros, e influyen en las estrategias disponibles y efectivas para ellos. Bourdieu (2010) ilumina aún más este concepto al discutir la formación de clases sociales que surgen como conjuntos de agentes y no como agrupaciones arbitrarias que, debido a su posición compartida en el espacio social, enfrentan condiciones similares y, por lo tanto, desarrollan prácticas y comportamientos compartidos (Bourdieu P. , 1993); un ejemplo en el ámbito académico, sería un agente que posee un gran volumen de capital cultural podría disfrutar de más oportunidades y reconocimiento en comparación con otro que carezca de dicho capital, esta posición privilegiada permite al agente acceder a estrategias que consoliden y expandan su dominio, mientras que aquellos en posiciones menos favorables pueden necesitar adoptar tácticas más disruptivas o colaborativas para mejorar su posición

Examinando las sociedades actuales, Bourdieu (1995) observa una notable evolución en la estructura y composición de grupos y categorías sociales, que incluyen sectores tan diversos como la academia, la industria cultural y el mercado del arte, estos son espacios dinámicos donde los agentes e instituciones se posicionan y reposicionan continuamente. Altamirano (2002) agrega que esta dinámica está impregnada desde la historia: el pasado de un campo moldea su presente y predice su futuro.

Un aspecto distintivo de la teoría de Bourdieu es su idea de "distinción" que se produce entre estos grupos sociales (1974); al decir que, en cada campo, los agentes luchan por establecer y redefinir lo que es legítimo y valioso; estas luchas buscan imponer su versión de la distinción y consolidar su posición en el campo, esta dinámica es una especie de reflejo de las luchas de clases, pero en un contexto cultural y simbólico. Más allá de la posición en un campo,

Bourdieu (1997) ve a los agentes como seres complejos, atrapados entre dualidades tradicionales, pero siempre buscando superarlas.

Es esencial reconocer que las propiedades de posición reflejan y, al mismo tiempo, perpetúan las desigualdades dentro de un campo, donde los agentes o instituciones que ocupan posiciones dominantes suelen tener acceso a más recursos y oportunidades, lo que a menudo crea barreras para aquellos en posiciones subalternas, limitando su capacidad para avanzar y acceder a los beneficios del campo (Bourdieu & Wacquant, 1992). Al examinar las dinámicas de cualquier campo a través de la lente de las propiedades de posición, es posible desvelar las complejas relaciones de poder, influencia y estrategia que definen la interacción y evolución de los agentes dentro de ese campo, estas propiedades de posición no son estáticas; los agentes, a través de sus estrategias y acciones, pueden acumular capital, cambiar su posición y transformar la estructura misma del campo; por lo tanto, el análisis de estas propiedades brinda una herramienta dinámica para estudiar los cambios, las tensiones y las evoluciones dentro de los campos sociales (Bourdieu P. , 1996).

Dominación

La concepción de la dominación en la obra de Pierre Bourdieu va más allá de una manifestación de opresión o de un poder ejercido de manera unidireccional. En su perspectiva, la dominación se encuentra profundamente enraizada en las estructuras sociales, manifestándose en las interacciones diarias y las relaciones entre los agentes dentro de un campo determinado; esta dominación es una característica intrínseca de cualquier campo social y está intrincadamente ligada a cómo se distribuye el capital y a las propiedades de posición de los agentes (Bourdieu P. , 1985). Es de importancia entender que en cada campo se establecen reglas y lógicas que dictaminan cómo los agentes adquieren y ejercen poder, estas estructuras son fruto de la evolución histórica del campo y se configuran a través de relaciones de dominación y subordinación. Los agentes que poseen mayores recursos o tipos de capital y cuyas propiedades de posición son más ventajosas tienden a ejercer una

dominación sobre el campo, relegando a otros a posiciones subalternas (Bourdieu P. , 1985).

Una de las contribuciones más significativas de Bourdieu es su análisis de cómo la dominación se perpetúa en el tiempo; a través del concepto de habitus argumenta que los agentes internalizan las estructuras y dinámicas del campo, lo que conduce a la reproducción de las relaciones de poder preexistentes. Esta internalización puede generar la percepción de que las relaciones de dominación son naturales o inevitables, a pesar de estar cargadas de desigualdades (Bourdieu & Passeron, 1990). Los agentes que dominan un campo no están exentos de acción y estrategia, porque despliegan diversas tácticas para mantener o potenciar su posición, que pueden incluir la exclusión de nuevos agentes, la definición de normativas que les sean propicias o la creación de alianzas con otros agentes dominantes (Bourdieu P. , 1991); lo que nos lleva a comprender que la dominación no es pasiva, pues los agentes con posiciones subalternas a menudo se resisten y desafían las estructuras de poder, buscando transformar el campo y reconfigurar las dinámicas de poder (Bourdieu, 1984).

Dinámicas y Mecanismos de los Campos

La teoría de los campos de Pierre Bourdieu emerge como un instrumento analítico eficaz para entender las complejas relaciones y dinámicas presentes en espacios sociales específicos. Al desglosar sus componentes, se revelan las interacciones, conflictos y transformaciones que tienen lugar en estos microcosmos. Entre estas dinámicas se pueden destacar:

Constitución y estructura de los campos

La constitución de un campo no es un acto arbitrario ni aleatorio, emerge históricamente de luchas y negociaciones que definen su naturaleza y fronteras; así, por ejemplo, el campo artístico no siempre existió como tal, pero se formó y se estructuró en respuesta a luchas específicas que determinaron

qué se consideraría "arte" y quiénes serían reconocidos como "artistas". Cada campo tiene sus propias reglas y lógicas, a menudo implícitas, que guían las acciones de los agentes, y determinan cómo se adjudican y se valoran los diferentes tipos de capital a un campo específico (Bourdieu P. , 1988); otro ejemplo en el campo académico, la publicación en revistas revisadas por pares puede ser una moneda de cambio para el reconocimiento y el avance profesional. Las estructuras y reglas de un campo no son estáticas, están en constante evolución y reconfiguración, reflejando las luchas en curso y las dinámicas cambiantes del poder (Bourdieu & Wacquant, 1992), esta estructura en un momento dado es el reflejo de las luchas pasadas, así como un campo en evolución será el resultado de las luchas actuales y las futuras.

Consolidación de un campo

Bourdieu (2002) resalta que la formación y consolidación de un campo involucra a los agentes en un juego dialéctico de oposiciones y alianzas, configurando la esencia y estructura de ese campo en un momento histórico concreto. Más allá de sus cualidades o méritos individuales, cada agente adquiere significado y relevancia en función de sus "propiedades de posición", esto implica que es su ubicación y relación con otros agentes dentro del campo lo que puede determinar y configurar su identidad y modo de actuar.

De acuerdo con Bourdieu (2010), las clases sociales emergen como agrupaciones de agentes que comparten posiciones similares en el espacio social, esta posición compartida, a menudo moldeada por condiciones y factores externos comunes, lleva a estos agentes a adoptar comportamientos y prácticas similares. Bourdieu (1974) argumenta que los cambios y evoluciones en un campo están impulsados por una competencia constante: una batalla por establecer la "distinción" o la diferencia más significativa y legítima, es una lucha que se manifiesta en todas las esferas de la producción y el consumo, una especie de guerra de clases en el ámbito cultural. El autor profundiza en la complejidad de la dinámica social dentro de campos específicos; durante el proceso de consolidación de un campo, existen interacciones entre los agentes, una interacción compleja entre estructuras preexistentes y nuevas

fuerzas emergentes. Estos agentes, o conjuntos de agentes, interactúan a través de una danza de oposición y colaboración, creando y reformulando la estructura de ese campo a lo largo del tiempo.

Agentes, roles e interacciones en el campo

Dentro de la teoría de Bourdieu, los agentes no actúan en el vacío; en cambio, están profundamente enraizados en las estructuras y dinámicas del campo en el que se encuentran. Estos agentes, a través de sus habitus, llevan consigo disposiciones y esquemas mentales que son el resultado de su historia y socialización, lo que influye en su percepción del mundo y en cómo interactúan dentro de los campos (Bourdieu, 1990). Estas disposiciones, sumadas al capital que poseen (que puede ser cultural, económico, social o simbólico), determinan las posibilidades y limitaciones de acción de un agente dentro de un campo específico (Bourdieu, 1986). Es fundamental comprender que el capital no solo se refiere a recursos económicos; en el contexto de la teoría de Bourdieu, el capital puede ser el reconocimiento profesional, los contactos sociales o el conocimiento específico de un dominio.

Las interacciones en el campo no son simples transacciones, son luchas y negociaciones cargadas de significado y poder, donde los agentes buscan maximizar su capital y su posición en el campo; estas interacciones pueden ser colaborativas, cuando los agentes trabajan juntos para lograr un objetivo común, o competitivas, cuando están en conflicto por recursos escasos o posiciones de poder (Bourdieu & Wacquant, 1992). Dentro de estas dinámicas, los roles que los agentes asumen pueden variar ampliamente: desde posiciones de dominación hasta posiciones subalternas; sin embargo, estos roles no son fijos y pueden cambiar a medida que los agentes adquieren más capital o a medida que las estructuras del campo se transforman (Bourdieu, 1984).

Comprender las interacciones y roles de los agentes dentro de un campo permite desentrañar las dinámicas de poder, las estrategias y las tensiones que configuran ese campo en particular.

Luchas, estrategias y relaciones de poder en el campo

Los agentes dentro de un campo no actúan al azar; están guiados por estrategias, a menudo inconscientes, que son el resultado de su habitus y su posición en el campo. Estas estrategias pueden ser proactivas, como buscar alianzas, o reactivas, como defenderse de ataques o intentos de degradación; además, pueden ser explícitas, como en el caso de campañas públicas, o más sutiles, como en prácticas que buscan definir las normas y criterios de valoración dentro del campo. Las relaciones de poder en los campos cambian y se reconfiguran en función de las luchas y las estrategias que los agentes empleen; es a través de estas luchas y dinámicas de poder que se determina lo que es valioso o legítimo dentro del campo, así como quién tiene el derecho o la autoridad para definirlo; por lo tanto, las relaciones de poder están intrínsecamente vinculadas a la definición y redefinición constante del capital específico que tiene valor en un campo determinado (Bourdieu & Wacquant, 1992). Así las luchas, las estrategias y las relaciones de poder determinan la estructura de un campo en un momento dado, y permiten comprender cómo y por qué los campos evolucionan con el tiempo.

Transformaciones y adaptaciones de los campos.

Según Bourdieu, un campo es un microcosmos en constante evolución, influenciado tanto por las dinámicas internas como por factores externos. La resistencia a las estructuras establecidas, las innovaciones y las reinterpretaciones pueden originarse dentro del campo y provocar cambios significativos (Bourdieu P. , 1984), estos cambios, a menudo impulsados por agentes que buscan desafiar o subvertir el orden establecido, pueden alterar las jerarquías y redistribuir el capital y el poder; por otro lado, los campos también se ven afectados por contextos más amplios, como factores exógenos de transformaciones políticas, revoluciones tecnológicas, crisis económicas,

entre otros, que pueden sacudir las fundaciones de un campo y exigir reconfiguraciones (Bourdieu P. , 1991). Estos factores pueden introducir nuevos agentes, reglas, y formas de capital al campo, alterando las estructuras preexistentes; además, la adaptabilidad de los agentes es fundamental para la supervivencia y evolución del campo. En respuesta a las transformaciones, los agentes pueden adoptar diversas estrategias, ya sea para defender su posición, capitalizar nuevos recursos o reformular su identidad y prácticas (Bourdieu & Wacquant, 1992). Esta capacidad de adaptarse y responder a cambios, tanto endógenos como exógenos, es significativa para la persistencia y renovación del campo.

La teoría de Bourdieu nos recuerda que, aunque los campos pueden parecer estables y arraigados, son en realidad espacios dinámicos y fluidos, sujetos a continuas transformaciones y adaptaciones.

Implementaciones interdisciplinarias y en disciplinas proyectuales de la Teoría de los Campos

La teoría de campos de Pierre Bourdieu revolucionó la sociología, y ha influido en una multitud de disciplinas, aportando herramientas para entender la dinámica de las relaciones de poder y las estructuras sociales en distintos entornos. La naturaleza intrincada de la teoría refleja la propia complejidad del tejido social que buscaba desentrañar. En el ámbito de los estudios literarios y culturales, la teoría ha proporcionado herramientas para analizar el campo literario, identificando luchas entre diferentes agentes, como escritores y editores, y cómo se distribuye el capital cultural (1993), este enfoque ha vislumbrado sobre la canonización literaria y la formación de gustos.

En educación, los conceptos de habitus y capital cultural se han tornado fundamentales para comprender la reproducción de desigualdades sociales, lo que ha demostrado cómo el sistema educativo, en sus prácticas y estructuras, refuerza las estructuras de clase y sirve como un campo de lucha para definir el conocimiento legítimo (Bourdieu & Passeron, 1990). La antropología ha

aprovechado la teoría de Bourdieu, especialmente a través de su trabajo etnográfico, para investigar la relación entre las prácticas cotidianas y las estructuras sociales más amplias.

En el campo de la economía y gestión, los investigadores han adoptado este marco teórico para analizar la competencia por recursos en diferentes campos, como el arte o la industria alimentaria. Los estudios de medios y comunicación han empleado la teoría de Bourdieu para analizar las luchas dentro del campo mediático y la interpretación y valoración de los mensajes por parte de las audiencias. En estudios de género, las teorías de Bourdieu sirven para analizar las luchas de género y la distribución desigual de capital simbólico y cultural entre hombres y mujeres.

El trabajo de Carlos Astete Barrenechea (2017) sobre *Pierre Bourdieu: el poder en el campo de la educación* profundiza en la intersección de la sociología y la educación a través de las teorías de Bourdieu, enfatizando cómo el poder simbólico y el capital cultural se manifiestan dentro del sistema educativo, donde el habitus se entiende como las disposiciones duraderas que los individuos adquieren a través de su socialización, y el capital cultural se refiere a los activos no económicos, como la educación y las habilidades, que influyen en la capacidad de un individuo para avanzar en la sociedad; el campo, por otro lado, es visto como un espacio de competencia por el poder y los recursos, donde la educación actúa como un campo de batalla en la lucha por el prestigio social. Astete destaca la metodología de Bourdieu, que integra el análisis teórico con el empírico, para desafiar la visión meritocrática de la educación, mostrando cómo esta última perpetúa las estructuras de poder y las desigualdades sociales, al transmitir y legitimar ciertas formas de capital cultural, el sistema educativo favorece a aquellos que ya poseen ventajas culturales, lo que contradice la noción de que la educación es un vehículo neutral de movilidad social.

La contribución de Bourdieu según Astete radica en su capacidad para desentrañar las complejas relaciones entre estructuras sociales, prácticas institucionales y predisposiciones individuales, revelando cómo la educación

sirve para reproducir las desigualdades existentes mediante la transmisión del capital cultural y simbólico. En este sentido el enfoque de Bourdieu proporciona herramientas para entender los desafíos contemporáneos del sistema educativo, subraya también la importancia de considerar las dimensiones de poder y cultura en el análisis educativo, desafiando así las percepciones convencionales sobre la neutralidad y la equidad del proceso educativo.

La perspectiva de Bourdieu brinda un lente valioso para examinar disciplinas proyectuales como la arquitectura, el diseño, el diseño gráfico, el diseño urbano y el diseño de indumentaria, desvelando las estructuras invisibles y las dinámicas que influyen en su producción y percepción, representan campos de estudio y práctica en los que se materializan y reflejan estructuras sociales. Bourdieu (1984) argumenta que los campos no son puramente espacios neutrales de creación; son arenas de lucha en las que los agentes compiten por el capital cultural y simbólico. En la arquitectura, por ejemplo, no sólo se diseñan edificios y espacios, se construyen escenarios para la vida social y cultural; las elecciones estilísticas y técnicas son influenciadas tanto por la formación académica del arquitecto como por las redes profesionales, formando un *habitus* específico.

En la formación de un campo disciplinario, lo esencial radica en la construcción de normativas propias y en la autonomía que lo distingue de otros campos; tal autonomía se traduce en leyes fundamentales y principios que no se pueden reducir o comparar con los de otros espacios sociales (Cirvini, 2004). La identificación de esta autonomía implica, por ende, reconocer los límites de una disciplina en contraposición a otras.

La exploración de Compte (2017) sobre la evolución del campo disciplinar de la arquitectura en Ecuador en el periodo de 1930 a 1948 resulta útil para comprender las raíces y las transformaciones de la disciplina en la región. Utilizando la Teoría de los Campos de Bourdieu, Compte desentraña cómo el campo arquitectónico interactúa, se superpone y a veces choca con otros campos, como los ámbitos académico y universitario, al considerar cómo la arquitectura, tradicionalmente vista como una mezcla de arte y ciencia, busca

su lugar y su voz dentro de un entramado de influencias culturales, económicas y políticas. Más aún, la idea de Compte de aplicar la noción de "campo artístico" a la arquitectura revela una comprensión profunda de la naturaleza dual de esta disciplina, oscilando entre la funcionalidad y la estética. El hecho de que el autor también integre la noción de "habitus" para analizar a los arquitectos, ofrece una lente para entender cómo estos profesionales se ven a sí mismos, cómo se relacionan con su entorno y cómo evolucionan en respuesta a cambios externos. El trabajo de Compte proporciona, por lo tanto, un esquema conceptual para examinar la arquitectura como un reflejo de la sociedad que la produce y la consume, al resaltar cómo los arquitectos, más allá de sus habilidades técnicas, están moldeados y moldean el contexto cultural, social y político en el que operan. En el panorama más amplio de estudios sobre diseño y arquitectura en América Latina.

El mundo del diseño, a primera vista centrado en la estética y la función, se revela como un complejo campo de interacciones cuando se observa a través del prisma de Bourdieu; esta disciplina al igual que otras, está inmersa en luchas constantes por el capital simbólico y cultural, donde las instituciones, firmas y diseñadores individuales compiten por legitimidad y reconocimiento, estableciendo estándares, definiendo tendencias y, en general, influenciando la percepción de lo que es "buen" o "mal" diseño. En este contexto, el habitus juega un papel determinante; ya que cada diseñador, influenciado por su formación, experiencias y contexto cultural, desarrolla un conjunto específico de disposiciones y esquemas mentales que definen su enfoque y estilo de diseño; es decir, las elecciones de un diseñador no son simplemente caprichos estilísticos; están profundamente vinculadas en su habitus. Además, como en cualquier otro campo, las formas de capital son importantes en el diseño; más allá del capital económico, el conocimiento técnico y la formación (capital cultural), así como las redes profesionales (capital social), pueden influir significativamente en el éxito de un diseñador; por ejemplo, haber obtenido un reconocimiento o premio puede traducirse en un capital simbólico, y además en oportunidades más tangibles en el mundo del diseño (Bourdieu P. , 1986). Por lo tanto, aunque el diseño pueda parecer una disciplina dominada por la creatividad y la innovación, está estructurado y moldeado por luchas de poder,

capital y habitus, conceptos centrales en la teoría de Bourdieu sobre los campos. La planificación en la producción de diseño se ocupa de la organización y desarrollo de espacios y comunidades a largo plazo, es igualmente un campo de luchas entre diferentes agentes; en este ámbito, es importante comprender que las decisiones y proyectos son el resultado de complejas dinámicas y relaciones de poder.

El diseño gráfico, por ejemplo, se enmarca en debates sobre lo que es estéticamente valioso o comunicativamente eficaz, esta disciplina es sensible a las influencias externas, como las tendencias del marketing y la evolución tecnológica, y se ve afectada por las luchas internas que buscan definir su dirección. Por otro lado, el diseño urbano, centrado en la creación y planificación de espacios públicos, se entrelaza con dinámicas políticas y sociales, donde las decisiones tomadas son un reflejo de estructuras de poder y luchas por capital y reconocimiento, involucrando a múltiples agentes, desde urbanistas hasta grupos de ciudadanos.

Dorochesi (2021) utiliza la Teoría de campos de Bourdieu para estudiar las dinámicas de poder y la acumulación de capital cultural, social y simbólico en las trayectorias profesionales, su trabajo aborda las *teorías de la innovación* de Joseph Schumpeter y el *paradigma postschumpeteriano*, que fueron importante en el abordaje para comprender cómo la innovación puede influir en el diseño en un contexto de cambio productivo en Chile.

Delgado explora bajo el lente de Bourdieu, la formación académica del diseño de interiores en la ciudad de Cuenca a través de las dinámicas de poder entre actores, donde destaca la búsqueda de autonomía y especificidad disciplinar frente a campos afines, como la arquitectura y la decoración. La institucionalización de la educación superior, influida por políticas públicas como la LOES, han definido y consolidado estas carreras, promoviendo cambios curriculares y metodológicos que sustentan la identidad disciplinar del diseño.

Al explorar estas disciplinas proyectuales desde la perspectiva de Bourdieu, se revelan las estructuras invisibles que moldean la producción y percepción de los proyectos, como complejas dinámicas sociales y culturales que operan en su interior.

Implementación de la Teoría de los Campos en el campo de la moda y el diseño textil e indumentaria

El marco conceptual profundo que ofrece la Teoría de los Campos permite examinar la estructura y la dinámica del campo de la moda y del campo proyectual del diseño textil e indumentaria, cada uno como un espacio social de un escenario de interacciones competitivas, cargadas de tensiones, luchas y aspiraciones donde diferentes formas de capital (económico, cultural, social y simbólico) son objeto de disputa. Este enfoque se centra en los recursos tangibles, como el dinero o los bienes, y a su vez en las diferentes formas de capital, como el capital simbólico, que es el que otorga autoridad, reconocimiento y legitimidad a los agentes de este campo que están activamente comprometidos en estrategias, buscando maximizar su capital y posición.

Entre las obras de Bourdieu, se destaca la publicación de *Alta costura y alta cultura* (1975). Aquí, el campo de la moda se considera un reflejo de complejas interacciones sociales, donde diseñadores, modelos, críticos y consumidores intercambian bienes, valores, aspiraciones y subjetividades. En este microcosmos, aquellos con una posición consolidada y respaldada por un extenso capital, tienden a proteger su territorio y mirar con escepticismo a los recién llegados, quienes en su ambición de establecerse pueden adoptar tácticas disruptivas, cuestionando y reconfigurando las normas del campo, lo que puede desafiar y eventualmente transformar las jerarquías establecidas. El sociólogo enfatiza especialmente el papel del diseñador en el campo de la moda, como alguien que tiene el poder de transformar y reconfigurar el valor y significado simbólico de un objeto; esta capacidad de *transubstanciación* es paralela a la del director de orquesta, como señala Bourdieu en su libro "El

sentido práctico" ([1980] 2013) donde el acto creativo adquiere un peso que va más allá de la creación material, redefiniendo su lugar y significado dentro del tejido social.

Desde la perspectiva de Bourdieu, alcanzar un reconocimiento en el mundo de la moda implica ocupar una posición dominante en el campo, donde el diseñador se convierte en un referente y su existencia es un estándar de excelencia. Este posicionamiento está intrínsecamente ligado al concepto de habitus, como un sistema de disposiciones que orienta las percepciones, juicios y acciones de los agentes en el campo (1977). Como destaca Cirvini (2004), el habitus actúa en los individuos de manera profunda, guiando su comportamiento de manera lógica a través de una pasión, una devoción intrínseca hacia el juego que es el campo de la moda y el diseño. Esta pasión, denominada *illusio* por Bourdieu, es lo que diferencia a un campo de otro, lo que le da su esencia notable y lo que motiva a sus agentes a actuar de acuerdo con sus reglas y estructuras inherentes.

El análisis de la evolución del sistema de la moda, como lo expone Zambrini y su equipo (2012) en *Apuntes para una Sociología del Vestir*, destaca cómo la moda ha transitado desde un fenómeno aristocrático y burgués hacia una etapa de consumo masivo y, más recientemente, hacia un sistema globalizado y fragmentado; este enfoque permite contextualizar cómo las tendencias globales han impactado las prácticas locales del diseño, donde los diseñadores buscan equilibrar las influencias internacionales con la cultura local, dentro de una globalización que presenta desafíos, como la homogeneización cultural, pero también ofrece oportunidades para la innovación y la revalorización de lo local. Los abordajes sobre distinción social de Bourdieu en este contexto, permite analizar cómo la moda es una forma de expresión cultural, y se puede transformar en una herramienta para establecer y comunicar posiciones sociales dentro de una sociedad estratificada, con dinámicas de poder y clase que influyen tanto en la producción como en el consumo de diseño.

En el campo del diseño textil e indumentaria, la autonomía de la disciplina se refleja en su capacidad para conservar y evolucionar sus prácticas y

conocimientos específicos a lo largo del tiempo, independientemente de las influencias externas (Miguel, 2019). Las entidades institucionales, ya sean escuelas de diseño, asociaciones profesionales o marcas consolidadas, juegan un papel significativo al brindar estructura y coherencia a la disciplina, trascendiendo la contribución individual de sus miembros. La expansión y consolidación de este campo depende de las capacidades técnicas o teóricas de sus agentes. Mc Robbie (1998) subraya que aspectos como redes de contactos, reconocimientos mediáticos y experiencias internacionales pueden ser tan, o incluso más, determinantes para el éxito profesional en la moda que una formación académica tradicional.

El mundo del diseño textil e indumentaria puede ser descrito como un terreno en constante evolución, donde la interacción y las luchas de poder entre los distintos agentes definen tanto la estructura como las dinámicas del campo; estas luchas, lejos de ser conflictos por recursos tangibles, en realidad son batallas más profundas por definir y redefinir qué se considera valioso y legítimo dentro de este espacio particular. Dentro de este mundo, la legitimación es una moneda de cambio y el capital simbólico se convierte en una herramienta de poder para los diseñadores que además de innovar desde la perspectiva de la estética o funcionalidad, anhelan que ese reconocimiento y autoridad les otorgue un espacio privilegiado en el espectro del diseño (Swartz, 1997). Pero adquirir capital en el mundo del diseño no es sólo cuestión de talento o creatividad, también implica habilidad para navegar las complejas redes sociales y culturales del campo, participar en exposiciones, ferias y desfiles, colaborar con marcas de renombre, ganar un premio o lograr una mención en medios especializados, son algunas de las formas mediante las cuales un diseñador puede consolidar su capital simbólico y, por ende, su posición en el campo (Mc Robbie, 1998).

Las recientes olas de globalización y digitalización han introducido nuevos agentes y dinámicas en el campo del diseño textil e indumentaria, donde influencers digitales, plataformas de e-commerce, y herramientas tecnológicas avanzadas están redefiniendo las reglas del juego. A pesar de estos cambios, Bourdieu argumentaría que las luchas fundamentales por el capital y la

legitimidad aún persisten; por ejemplo, un influencer puede acumular rápidamente capital a través de redes sociales, pero aún podría buscar la legitimidad a través del reconocimiento de las instituciones de diseño más tradicionales.

Así el campo de la moda y el campo profesional de diseño textil e indumentaria, se interpretan como un entramado intrincado de dinámicas sociales, donde los protagonistas se empeñan en una incesante búsqueda de poder, legitimidad y capital. Pese a las metamorfosis experimentadas en el sector, las esencias de estas contiendas y la primacía del capital se mantienen como ejes fundamentales en la articulación del universo del diseño.

El impacto de Bourdieu en el pensamiento latinoamericano va más allá de estos ejemplos, muchos académicos han adoptado, adaptado y contextualizado las teorías de Bourdieu para analizar la consolidación y conformación de campos disciplinares, la educación y las dinámicas de clases sociales en su contexto local. Estas adaptaciones evidencian la resonancia y adaptabilidad de las ideas de Bourdieu en la región, demostrando su vigencia y pertinencia para el estudio de fenómenos sociales y profesionales contemporáneos; no obstante, existen otros estudios interesantes con perspectivas teóricas.

La inmersión en este estudio exige además un abordaje en los sobre lo estudios de moda y la disciplina de diseño, esta aproximación facilita la demarcación teórica y proporciona claridad en las nomenclaturas empleadas y en la implementación de conceptos clave.

2.6.2 Marco conceptual estudios de moda

En los años noventa surgió la “modología”, “fashion-ology” o estudios de moda, que han permitido desarrollar investigaciones académicas y científicas sobre las dimensiones económicas, políticas, sociológicas e históricas de la moda.

Las investigaciones sobre moda registran lados invisibles de las prendas de vestir, como las formas de producción, distribución, venta, uso, circulación y eliminación. Las investigaciones sobre moda también se han expandido para abarcar otros aspectos relacionados con la moda, como la producción, el cuerpo, la identidad, la cultura, el lujo, la sostenibilidad y el consumo. Estas exploraciones han permitido entender mejor cómo la moda es un reflejo de los cambios sociales y culturales. Los estudios de moda también han contribuido a la reflexión sobre el rol que la moda juega en la construcción de identidades sociales y la formación de estereotipos.

La modología se ubica dentro de las ciencias sociales, intentando reconciliar el tiempo de constante renovación de la moda con el tiempo de análisis de los hechos y construcción de teorías que caracterizan a la ciencia (Godart, 2012). Los estudios de moda tienen dificultades debido a que la moda suele ser percibida como algo superficial, al no estar relacionada con aspectos científicos o el desarrollo de teorías exactas y ubicarse dentro de un sistema que promueve el consumo desmedido. Sin embargo, los estudios de moda pueden tener una gran importancia en el análisis de la cultura, ya que son un reflejo de los valores de una sociedad y de sus tendencias en un momento determinado. Esto es evidente en la manera en que la moda evoluciona, cambia y se adapta a las tendencias existentes; la moda también puede ser una herramienta para expresarse y diferenciarse de los demás. En este sentido, los estudios de moda proporcionan una comprensión importante de la cultura y los valores de una sociedad; además de ayudar a comprender la evolución de la industria de la moda, cómo se desarrollan las tendencias, las motivaciones de los consumidores y cómo se adaptan a los cambios en la economía y en la sociedad.

Realizar estos estudios implica diversas complejidades, desde la especificidad de cada contexto, temporalidad o espacio, hasta los análisis que revelan aspectos sociológicos y económicos, como la interacción del usuario con las prendas, los procesos creativos del desarrollo de estilos por parte de los diseñadores, las formas de producción y comercialización, entre otros. Algunos de estos abordajes serán analizados en esta fundamentación teórica para

luego ser interpretadas en el análisis específico de la consolidación de un campo profesional en un contexto determinado.

Para esta investigación, se recorre los discursos de autores que hablan sobre la moda y el sistema de la moda desde la modernidad, contexto donde se originó; examinando los diferentes modos en que se realiza la producción, distribución y consumo de la moda; lo que nos acerca a comprender cómo el sistema de la moda moderna se relaciona con el mundo actual y cómo ha cambiado desde su origen. Este estudio se enmarca en los autores desde un orden cronológico de sus publicaciones.

Los ensayos de Simmel de 1908 y publicados en 1977, analizan la moda desde una perspectiva general, se estudia cómo el sujeto interpreta y utiliza la moda, diferenciando entre el seguimiento de tendencias y la creación de costumbres. La moda se define como una imitación de algo ya existente, que transmite un sentimiento de comunidad y de pertenencia a un grupo; a su vez, cuanto más conflictiva sea la sociedad, más rápidos serán los cambios en la moda, así como su influencia en los diferentes estratos sociales. Se destaca, que la moda cumple una función social importante, ya que permite a los individuos mostrar su estatus, su estilo de vida y sus gustos, lo cual les ofrece una manera de afirmar su identidad, de destacarse del resto de la comunidad y de expresar su individualidad. La moda también se ha convertido en una forma de autoexpresión creativa, pues permite a las personas expresar sus opiniones, sus sentimientos y su personalidad.

Simmel (2017 [1977]) cuestiona las definiciones establecidas por la sociología sobre la moda, la cual suele ser vista como una práctica superficial y trivial o como un fenómeno regido por la irracionalidad, por lo que su influencia en la vida social es minimizada; sin embargo, al observar con mayor detalle este tema, se puede evidenciar que la moda incide en amplios segmentos y disciplinas de la vida humana, demostrando que no es un hecho social irracional ni una locura colectiva, ni tampoco es un fenómeno periférico o intrascendente. Por ello, es necesario abordar la moda desde una perspectiva más precisa, la moda es un fenómeno social que se encuentra presente en

todas las culturas del mundo y se caracteriza por la adopción de ciertos estilos de vestimenta, peinado y maquillaje.

La moda ha evolucionado a lo largo de la historia, adaptándose a los nuevos estilos, tendencias y modas de cada época; se relaciona con el consumismo, porque personas buscan consumir prendas, accesorios y productos de maquillaje para lucir a la moda; se considera una herramienta de influencia y expresión al usar la vestimenta para mostrar un estilo personal, un estado social, una situación económica y las creencias; por último la moda se relaciona con la economía, ya que existen varias empresas que se dedican a la producción y comercialización de prendas de vestir, accesorios, entre otros productos. La moda más allá de ser una de las muchas manifestaciones de la vida social, compagina la tendencia hacia la igualación social con la postulación de la diferenciación y variaciones individuales.

La historia de la moda ha sido abordada desde el punto de vista de la evolución de sus contenidos; lo que nos lleva a reflexionar sobre la importancia de estudiar históricamente su significado para la formación del proceso social y observar así los intentos de adaptación a la cultura individual y social de cada época. La evolución constante de la moda es un reflejo de la cultura de una sociedad, mostrando su identidad en la forma en que se viste y una reacción a eventos históricos o sociales, como guerras, cambios políticos, cambios de tendencias en la economía, etc. Todo esto nos ayuda a entender el contexto histórico en el que nos desenvolvemos.

De los primeros escritos que reflexionan sobre la interacción de la moda en una sociedad moderna, donde se marcan las jerarquías sociales, Bourdieu (1974) aborda el poder de distinción que pueden tener los objetos, donde una marca puede convertir un objeto insignificante en algo significativo simplemente por el respaldo cultural de un “gran creador”. En *La metamorfosis de los gustos* se analiza la sociología desde los gustos y cómo estos pueden llegar a influir o ser propios de cada persona, entendiendo su transformación y clasificación; por otro lado, se menciona también los gustos relacionados al amor, siendo un

descubrimiento individual y para un grupo de lo que los hace sentir bien y de lo que se identifican.

Años más tarde, la investigación de la moda se trasladó a otros campos, como el lenguaje; para Barthes ([1967] 1978), la sociología de la moda se centra en el vestido en sí, mientras que la semiología se centra en las representaciones colectivas; se habla de un vestido real y un vestido escrito, donde el vestido real representa un todo que toma en cuenta aspectos como los acabados y los modelos de producción y por otro lado, el vestido escrito representa más las emociones y los símbolos que surgen del vestido. A través de los años, la investigación de la moda ha pasado de la sociología a la semiología, lo que ha permitido una mejor comprensión de cómo se representan los significados de la moda a través del lenguaje.

Lipovetsky (1996) analiza el concepto de la moda y su forma cambiante en la sociedad moderna, la cual, a pesar de los argumentos de poca importancia para ciertos grupos, tiene una gran complejidad desde diferentes perspectivas; esta problemática se remonta al occidente y su modernidad, y este texto pretende reinterpretarla en la evolución de su concepto. Desde otra perspectiva Bruzzi (2000) relaciona la moda con la industria del entretenimiento, en la que se articula la moda con la fotografía, la televisión, las revistas y los museos, donde el sujeto se ve tan influenciado que llega a tener comportamientos compulsivos de compra e incluso a transformar sus principios e ideologías; es así como la moda juega un papel relevante en la sociedad, formando parte de la cultura de sus miembros.

Esta influencia puede llegar a ser una parte importante de la inspiración para los usuarios, los cuales relacionan su vida cotidiana con la fantasía del entretenimiento, modificando su originalidad y principios; lo que ha llevado a la creación de una conciencia de moda entre la población, así como a la aparición de tendencias que seguir. Estas tendencias son a menudo impuestas por la industria de la moda, como los diseñadores y revistas, y se convierten en una influencia cada vez mayor en la forma en que la gente se ve, se comporta y hasta cierto punto, se relaciona con los demás. Varias personas ahora usan la

moda como una forma de expresar su personalidad y estilo, como un medio para diferenciarse de otros e incluso como una manera de afirmar su individualidad. En su libro Bruzzi destaca cómo los autores están fascinados por la moda y su asociación con la fotografía, las revistas, la televisión y las compras; recalca también que el diseñador de moda se ve forzado a redefinirse a sí mismo como "buen arte de moda" para atraer el tipo de atención mediática que necesita.

La moda como un lenguaje y sistema cultural actúa como un medio de comunicación complejo capaz de transmitir mensajes ambiguos y adaptarse a las demandas del mercado y a las nuevas tendencias (White & Griffiths, 2000); esta característica de la moda como un sistema adaptable se relaciona directamente con las dinámicas productivas y políticas en contextos locales. En términos de innovación y producción la industria de la moda tiene la capacidad para responder rápidamente a los cambios del mercado mediante estructuras más pequeñas y decisiones rápidas (Taylor, 2000), lo que nos lleva a reflexionar cómo los diseñadores deben ser flexibles para satisfacer las demandas locales y globales, destacando cómo las influencias globales afectan la producción y la identidad. La significancia de la moda va más allá de su apreciación visual, se extiende a su capacidad para funcionar como un reflejo y un medio de comunicación dentro de la sociedad (Crane, 1994).

Entwistle (2002) argumenta persuasivamente que la moda se ha de considerar como un sistema distintivo para la provisión de prendas, que se remonta al siglo XIV y se entiende como un sistema histórico y geográfico específico para la producción y organización del vestir; es un sistema particular de vestir que se encuentra bajo determinadas circunstancias sociales. Desde estos abordajes la moda se ha convertido en una forma de identificación de grupos e individuos, ya que los elementos de la moda reflejan influencias culturales, económicas, políticas, sociales y religiosas; por otro lado se reconoce como una forma de expresión de aceptación de grupo, donde los miembros de un grupo pueden seguir los mismos patrones de vestimenta para mostrar su pertenencia a un grupo determinado, lo cual es particularmente cierto para los grupos juveniles que adoptan la moda como una forma de afirmar su identidad y su autonomía.

Existe una industria internacional que ha aumentado considerablemente en los últimos años lo que se debe en gran parte a la influencia de la cultura de internet y los medios de comunicación, que han contribuido a popularizar las tendencias de la moda.

En los discursos de Sassatelli (2004) sobre la moda en las sociedades contemporáneas de consumo, menciona que existe un estrecho vínculo entre el consumo y las relaciones sociales, ya que además de ser un factor económico, hay una gran cantidad de juicios de valor que se deben abordar; lo cual explora diferentes estructuras para formar condiciones sociales relacionadas con las preferencias, los gustos de un grupo y el comportamiento de las grandes metrópolis, que se centran en la identidad de la persona y colocan un letrero de estatus al que solo pocos pueden acceder. El consumo o gasto ostentoso funciona como un dispositivo para demostrar una posición social elevada.

La moda también ha desempeñado un papel importante en el desarrollo de la economía a nivel mundial; sin embargo, hay algunos aspectos negativos del consumo de moda que debemos considerar como el consumismo excesivo de moda, que se vuelve un problema que afecta a muchas personas. Esta industria está llena de productos de baja calidad y precios excesivos, lo que puede llevar a la gente a gastar de más en cosas que realmente no necesitan, generando un impacto en el medio ambiente por la ropa fabricada con materiales sintéticos. En este entorno se promueve el culto a la imagen corporal y la competencia entre personas de diferentes edades, lo que puede llevar a la gente a sentir que no son lo suficientemente buenos, lo que puede llevar a problemas de autoestima y problemas psicológicos.

Los estudios de moda de Kawamura (2005) abordan la moda y el vestido o vestimenta, ya que estudia ambos conceptos que guardan una estrecha relación, su publicación *Fashion-ology* es una investigación sociológica de moda, que se basa en la consideración de la moda como un sistema de instituciones que generan el concepto como un fenómeno en la práctica de la moda. Estos estudios se enfocan en la influencia social y cultural de la moda,

su relación con el comportamiento humano y la identidad de la persona en la sociedad; estudian además el impacto de la moda en la expresión de la cultura, el lenguaje, las emociones, las aspiraciones y los valores de una persona; y analizan la relación entre la moda y el cambio social, así como la influencia de la cultura, el medio ambiente y la tecnología en el diseño de la moda.

Barnard (2007) aporta en sus investigaciones menciona que no existe una sola idea específica o un concepto singular para definir, analizar, criticar y explicar la moda y que tampoco existe una sola disciplina que desarrolle un trabajo específico y represente una teoría de la moda; propone que existen varias teorías, cada una de ellas con su propia serie de ideas que pueden explicar y dar a conocer lo que la moda realmente significa y se pueden clasificar en tres grandes grupos: Teorías Económicas, Teorías Sociales y Teorías Estéticas; las Teorías Económicas se enfocan en el estudio de los ciclos de moda y el comportamiento de los consumidores; las Teorías Sociales se enfocan en los factores sociales y culturales que influyen en la elección de los consumidores; y las Teorías Estéticas se centran en el estudio del diseño y los elementos estéticos que conforman la moda.

Godart (2012) aborda las principales fuerzas motrices de la moda moderna como una de las más influyentes en la vida contemporánea; señala que la industria de la confección representa el 6% de la producción económica a nivel global y que el interés de la moda se basa en preservar el equilibrio dinámico entre los polos opuestos de la vida social y psicológica, como la universalidad y la particularidad, o incluso la creación y la destrucción; esto permite al individuo reconciliarse con lo colectivo al permitirle establecer sus gustos personales dentro de un marco colectivo. Define moda como un hecho social que se mueve entre la imitación y la distinción, entre el individuo y la sociedad; propone que la moda aborda un conjunto de instituciones que producen prendas de vestir y que portan sentido, las cuales las personas utilizan para construir su identidad.

Steele (2018) subraya la naturaleza dinámica de la moda, su potencial para generar nuevas formas de autoexpresión y su papel como medio para

manifestar muchas formas de identidad, propone una teoría cultural de la moda que ha inspirado a muchos otros estudiosos de la moda, incluyendo a los académicos de la Universidad de Oxford, Universidad de Cambridge, Universidad de Londres y otras instituciones; también ha contribuido a una mayor comprensión de la moda como un fenómeno social y culturalmente significativo. Desde estas teorías podemos decir que la moda se refiere a la forma en que se viste la gente en un momento y lugar determinados, se basa en tendencias que surgen de la cultura, la política, la economía y otras fuerzas sociales; la moda es temporal y cambia constantemente como resultado de la innovación, la tecnología, la exposición a nuevas culturas, el comercio y otros factores; es una forma de expresión personal, con la cual la gente se vincula a una identidad, grupo e incluso generación particular; la moda también se puede usar como una forma de protesta, una forma de presentación de sí mismo y una forma de afirmar la individualidad.

En esta misma línea de investigación Zambrini (2019) examina la relación entre el diseño de indumentaria y la construcción de las identidades de género desde una perspectiva histórica, con un enfoque particular en el siglo XIX, cuando se consolidaron las normativas de género en la vestimenta. Este análisis nos lleva a explorar cómo las normas sociales y las relaciones de poder se reflejan en las prácticas de diseño, tanto en términos de estilo como de producción; la autora destaca cómo la indumentaria ha sido utilizada históricamente como un dispositivo de regulación social, vinculada a la construcción de identidades de género binarias: su enfoque está basado en la teoría de Michel Foucault sobre la disciplina y la regulación de los cuerpos, donde la vestimenta actúa como una herramienta de control y diferenciación social. La publicación subraya la importancia de considerar la moda como un hecho sociológico y semiótico que comunica identidades sociales y culturales. Este abordaje permite contextualizar cómo el diseño de indumentaria puede actuar como un espacio de negociación y resistencia frente a las normativas globales, promoviendo al mismo tiempo la identidad cultural y el respeto a la diversidad.

Escobar y Amoroso (2019) exploran la transición hacia un sistema de moda sostenible, subrayando la importancia de transformar tanto los productos como

los procesos del diseño, esta perspectiva motiva a los diseñadores a adoptar prácticas responsables, como la promoción del comercio justo y el uso de técnicas artesanales que valoran la identidad local y minimizan el impacto ambiental. Sus análisis critican la moda rápida y el sistema de producción masiva, que fomenta el consumo desenfrenado y la rápida obsolescencia, optando por modelos de producción a pequeña escala que revalorizan técnicas tradicionales y promueven la sostenibilidad. Encontraron que, en el Ecuador algunas marcas han adoptado la producción con un enfoque de responsabilidad social, implementando modelos que integran la moda ecológica, ética, lenta y sostenible, las cuales desarrollan sistemas que priorizan el medio ambiente, la salud de los consumidores y las condiciones laborales de quienes participan en la industria de la moda. Además, valoran el trabajo artesanal, promueven la recuperación de saberes ancestrales de comunidades indígenas ecuatorianas, integrando prácticas que respetan la vida y las condiciones de mujeres artesanas, garantizando su bienestar, integridad y estabilidad económica. Estas iniciativas apoyan el comercio justo y abogan por prácticas de diseño con responsabilidad social, posicionándose como agentes de transformación social y humanización de la moda. Estas iniciativas son reconocidas para la salvaguardia y promoción del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. La transformación del sistema de moda en Ecuador implica ver la moda como un componente en la construcción de la identidad social e individual, promoviendo un diseño regional que utilice materiales y mano de obra local para fortalecer la identidad cultural del país.

Zambrini (2022) sostiene que la moda ha sido históricamente un espacio de reproducción de normas de género, pero también un terreno donde se han gestado resistencias y cambios significativos, influenciados por movimientos sociales como el feminismo; la autora recurre a teorías de Judith Butler sobre la performatividad de género, así como a las ideas de Pierre Bourdieu sobre cómo el habitus refuerza las estructuras de poder en la moda. En sus estudios analiza el impacto del consumo masivo y la sostenibilidad en la industria, apoyándose en autores como Naomi Klein y Ulrich Beck. El enfoque poscolonial, inspirado en Edward Said y Homi Bhabha, también es fundamental en su análisis de cómo la moda refleja y desafía las relaciones de poder

cultural. Su trabajo explora cómo la moda puede actuar como un campo de lucha cultural, ofreciendo una comprensión profunda de las dinámicas de género, clase y raza que han influido en la práctica del diseño textil e indumentaria.

La moda ha sido una parte importante de la cultura desde hace mucho tiempo, se ha convertido en una parte integral de la identidad personal y la expresión de la individualidad, desde la modernidad la moda ha permitido a la gente expresar sus sentimientos, emociones y opiniones de manera creativa; esta ha contribuido a la construcción de una cultura global, donde los diseñadores y marcas de moda tienen la capacidad de influenciar la forma en que la gente ve y se siente acerca de su cultura y su país; esto permite que se sientan conectados con personas de todo el mundo, así como con sus propias culturas. En la cultura de la belleza la moda también ha jugado un papel importante, llevando a la gente a adoptar diferentes estilos de vestir y peinados para expresar su individualidad; esto ha creado un sentido de empoderamiento entre los individuos, especialmente entre las mujeres. Los análisis y teorías en torno a la moda revelan una dimensión mucho más profunda que la apariencia estética; en su esencia, es un lenguaje visual y cultural que articula nuestra identidad, proyecta nuestras convicciones y refleja tanto nuestra pertenencia a un grupo como nuestra singularidad individual. Se convierte en un espejo de las sociedades y las épocas, dando voz a revoluciones silenciosas y transformaciones culturales.

Dentro de este marco, el diseño textil e indumentaria se desarrolla como una rama creativa, una herramienta poderosa de comunicación y expresión; a través de sus patrones, texturas y estilos, relata historias, evoca emociones y establece diálogos entre culturas y generaciones; busca ser una manifestación de una conciencia colectiva e individual. Es una disciplina proyectual que responde y refleja las dinámicas, tensiones y aspiraciones de una comunidad, consolidando su relevancia en el mundo de la estética y en el ámbito sociocultural. Más allá de las tendencias, esta disciplina tiene el potente rol de documentar y, a veces, anticipar cambios sociales; por ejemplo, la creciente popularidad de la moda sostenible y ética es una respuesta a la creciente

conciencia sobre los problemas medioambientales y de explotación laboral. Cada diseño confeccionado, desde su textura hasta su patrón, trasciende la estética y se convierte en una expresión del contexto actual, del espíritu de una época. Este espíritu encapsula una variedad de elementos, desde movimientos sociopolíticos hasta transformaciones tecnológicas y culturales (Entwistle, 2002).

En un análisis interdisciplinario sobre el rol de la moda y el diseño de indumentaria en las relaciones sociales, Zambrini (2022 - 2023) aborda la moda como un lenguaje que atraviesa dimensiones económicas, ambientales, discursivas, culturales y políticas. Sus abordajes se organizan en torno a tres ejes principales: cuerpo-género, sustentabilidad-nuevos paradigmas y arte-diseño, resaltando la importancia de vincular la moda con fenómenos económicos, sociales y ambientales.

La moda, más allá de ser una representación estética, actúa como un barómetro de las dinámicas socioculturales de una época. Dentro de este contexto, la relación entre moda y diseño textil e indumentaria es de especial relevancia. La moda, en su esencia, refleja y es influenciada por los discursos y prácticas del diseño textil (Barnard, 2002). Esta interconexión pone de manifiesto la trascendencia de comprender las teorías y propuestas que han configurado la evolución del diseño, tanto como en la disciplina como en la profesión.

2.6.3 Marco conceptual para la disciplina de diseño

El diseño, como disciplina y práctica, ha evolucionado en un contexto de cambios sociales, tecnológicos y económicos significativos. Calvera (2017) aporta un análisis profundo sobre los orígenes del diseño, sugiriendo tres hipótesis sobre la configuración histórica de esta disciplina.

La primera hipótesis se centra en la formación académica y cultural promovida por la Bauhaus, una escuela que surgió como una entidad innovadora en el escenario del diseño mundial, la cual introdujo nuevos paradigmas en la formación de diseñadores y estableció un puente entre las artes y la producción industrial; este enfoque emergió en respuesta a los desafíos presentados por el neocapitalismo y su rápido avance, buscando una armonía entre la estética y la funcionalidad. Aquí, el interés principal radica en identificar a los pioneros de la disciplina en diferentes regiones, examinando su relación y alineación con los maestros europeos y desentrañando las particularidades del movimiento moderno en diferentes contextos geográficos.

La segunda hipótesis que plantea Calvera enmarca el diseño en el contexto de la industrialización, bajo la idea de que el diseño, tal como lo entendemos hoy, se desarrolló en paralelo con la revolución industrial. Esta perspectiva sugiere que el diseño va más allá de ser una disciplina estética, al convertirse en componente decisivo de la producción en masa; en esta interpretación, el diseño se percibe como una respuesta a las demandas de eficiencia y estandarización, evolucionando con las fábricas y las economías de escala.

La tercera hipótesis se enfoca en la profesionalización del diseño. A medida que la disciplina se consolidaba, los diseñadores buscaban reconocimiento y legitimidad; para alcanzar estos objetivos, comenzaron a formar asociaciones profesionales, creando redes y plataformas para promover la importancia y el valor del diseño en la sociedad. Esta institucionalización buscó proteger y apoyar a los profesionales del campo, con la finalidad de educar al público sobre el papel que el diseño puede desarrollar en la construcción del mundo material y cultural que nos rodea. Estas tres hipótesis ofrecen una comprensión panorámica de la evolución del diseño, mostrando cómo se entrelaza con las corrientes económicas, tecnológicas y culturales más amplias de la sociedad. Al examinar estas raíces, obtenemos una comprensión más profunda de la posición y el papel del diseño en el mundo contemporáneo.

Desde la modernidad, el diseño se ha encasillado en plataformas elitistas sustentadas en marcas de renombre que, en lugar de vender los productos,

venden su nombre. Esta situación, bajo el influjo de un modelo norteamericano predominante en nuestra sociedad, ha provocado que los diseñadores se aboquen a proyectos de vinculación, emprendimientos propios, espacios y plataformas que potencian la producción de este sector. El auge y la transición de la modernidad al posmodernismo trajo consigo una evolución notoria en la percepción y práctica del diseño, esta transición dio origen a una nueva era donde la marca se convirtió en sinónimo de identidad, más allá del producto en sí. Las grandes marcas globales, aprovechando este cambio de paradigma, pasaron a promocionar estilos de vida, identidades y experiencias; comenzaron a establecerse como entidades culturales, donde los diseñadores se encontraron en el centro de esta revolución, jugando un papel valioso en la construcción y promoción de estas identidades (Lurie, 1994).

A medida que el neoliberalismo y la economía globalizada se afianzaron, la necesidad de diferenciación y adaptación local creció, esto llevó a los diseñadores a pensar más allá de las convenciones tradicionales y a adoptar enfoques más centrados en la comunidad y la individualidad. La participación activa en proyectos comunitarios y emprendimientos propios comenzó a ser vista como una oportunidad para redefinir y diversificar la práctica del diseño.

El diseño, como disciplina y práctica, ha experimentado una evolución considerable en las últimas décadas. Tradicionalmente visto como un proceso centrado en la creación de objetos o soluciones estéticas, ahora es reconocido por su capacidad para influir y ser influenciado por transformaciones sociales significativas. El modelo lineal de producción masiva y hegemónico ha sido reemplazado gradualmente por un enfoque que prioriza la inclusividad, la sostenibilidad y el impacto social, donde los diseñadores pueden aportar con sus conocimientos en la construcción de toda la cadena de valor: desde la conceptualización y fabricación hasta la promoción y comercialización; se considera una tarea que requiere una visión estratégica, entendiendo las complejidades culturales, económicas y sociales que rodean el producto o servicio.

En esta matriz cambiante, la formación y promoción de una cultura del proyecto es trascendental; una cultura que valora el proceso tanto como el producto final, que busca soluciones holísticas y que se centra en el usuario y su entorno (Manzini, 2015). En este panorama, el rol de los diseñadores se torna importante, sus producciones deben ir más allá de la estética o la creación de un producto; deben centrarse especialmente en la formación de una cultura del proyecto, aportando tanto en la acción como en la reflexión sobre el diseño de productos y sus procesos de fabricación. Esta cultura del proyecto busca renovar y mejorar continuamente, a través del aporte de todos los miembros involucrados en los emprendimientos; además, el diseño tiene el potencial de mejorar elementos como la marca, catálogos, packaging y el concepto general del producto; ayuda también a definir el eje estratégico del emprendimiento, ya sea esparcimiento, patrimonial, cultural, socioambiental, de accesibilidad, entre otros. Las recomendaciones de los diseñadores pueden extenderse a áreas como la comercialización y la optimización de la producción, contribuyendo así a un proyecto de promoción local más amplio y cohesivo (Bernatene, Molinari, Muraca, Ungaro, & Canale, 2009).

El diseño en su dimensión más amplia puede ser un poderoso motor de cambio social; al trabajar en estrecha colaboración con comunidades y emprendimientos locales, los diseñadores tienen la oportunidad de influir en la dirección de proyectos que pueden tener un impacto significativo en la economía y la cultura local. El enfoque de diseño centrado en el ser humano y el énfasis en la co-creación y colaboración son el camino para seguir en el contexto actual, asegurando que las soluciones propuestas estén alineadas con las necesidades y aspiraciones de la comunidad.

Manzini (2015) destaca que el diseño es el resultado de una alquimia de capacidades humanas fundamentales: sentido crítico, creatividad y sentido práctico; estas capacidades permiten a los diseñadores crear soluciones funcionales y les otorgan la habilidad de ser sensibles a su contexto y generar respuestas que se adapten a las necesidades cambiantes de la sociedad. Valdés de León (2010), por su parte, recalca la naturaleza contextual del diseño; según el autor, el diseño no opera en un vacío; está inextricablemente

vinculado a su contexto histórico y es condicionado por múltiples factores, ya sean económicos, políticos o culturales. El diseño es un jugador clave en el campo de la cultura, donde se libran batallas simbólicas por el control de significados. Escobar (2017) aborda el concepto de "diseño para las transiciones", este enfoque reconoce que el diseño tiene el poder de influir en múltiples esferas de la sociedad: cultural, social, política y económica. Ya no es suficiente para los diseñadores ser simplemente creadores; ahora deben ser visionarios, activistas y facilitadores, deben navegar y moldear los paisajes cambiantes de la vida moderna, buscando maneras de catalizar cambios positivos.

El diseño, como campo de estudio y práctica, ha sufrido transformaciones significativas a lo largo de las décadas, especialmente en cuanto a su valor e influencia en la sociedad y la naturaleza. Ha dejado atrás su percepción inicial de ser un aspecto secundario o complementario en los negocios y se ha integrado de manera profunda y crítica en los procesos productivos. Bruce Mau lo articuló con agudeza cuando mencionó que "el diseño no se trata de hacer las cosas hermosas, sino simplemente de hacerlas lo que son ... para nosotros" (2000, pág. 35); en otras palabras, el diseño ya no se limita a ser una herramienta exclusivamente estética o funcional, tiene el potencial de remodelar y rediseñar sistemas y estructuras en su totalidad.

En la actualidad el diseño tiene una relación intrínseca con la acción y transformación de la realidad, la praxis del diseño en la actualidad aborda su rol performativo, donde cada decisión y creación tiene un propósito claro y una intencionalidad detrás, generalmente vinculada a un propósito social y cultural. A principios del siglo XX, el diseño, que era tradicionalmente visto como un simple oficio, comenzó a emerger como una disciplina en su propio derecho. Este cambio fue producto de una comprensión más profunda y un manejo de las complejidades inherentes a la realidad que busca modificar. Burgos (2015) sugiere que este reconocimiento y solidificación de la disciplina del diseño se debe en gran medida a su práctica activa y constante dentro de comunidades específicas.

La metodología y el proceso detrás del diseño son fundamentales para comprender cómo los diseñadores conciben y desarrollan soluciones, los procesos de diseño no son lineales ni predecibles; están conformados por una mezcla de ideas, conceptos e inspiraciones. Tal como Valdés de León (2010) destaca, el diseño no es un acto aislado o esporádico, está condicionado y moldeado por las herramientas, técnicas y materiales disponibles en un momento dado, que involucra procesos de ensayo y error, en un desarrollo que avanza y retrocede, reflejando la iterativa y a menudo impredecible naturaleza de la creatividad. El diseño ha demostrado ser un pilar fundamental para las economías creativas, más allá del producto final, el diseño impulsa interacciones significativas entre productores y consumidores, Zeas (2016) y Galán (2007) argumentan que la incorporación del diseño y sus herramientas creativas en las operaciones de una empresa o proyecto pueden aumentar la capacidad de la organización para ser autoorganizativa y contextualmente consciente; esta conciencia y sensibilidad estratégica, aunque no garantizan ventas, sí pueden mejorar significativamente el posicionamiento y la competitividad de una empresa en el mercado.

En países como Argentina el término diseño de autor asociado al diseño de indumentaria emerge como una categoría que se asocia a la singularidad, selectividad y originalidad de las piezas producidas por los diseñadores. Guerschman (2010) define el diseño de autor como una práctica diferenciada de la producción industrial estandarizada, caracterizada por la creación de piezas únicas, artísticas y no seriadas; este tipo de diseño, aunque inicialmente vinculado a la oposición frente a la moda masiva, también participa en el mercado, pero bajo parámetros diferentes, como lo destaca Miguel (2013) quien subraya la relevancia del contexto económico, político y educativo en la producción cultural de estos bienes.

En las dinámicas productivas, las estrategias de comercialización son trascendentales en la difusión del diseño de autor. Guerschman (2010) y Miguel

(2013) analizan las ferias de diseño y otras plataformas de exposición como espacios para la circulación de estos productos, destacando que aunque las

producciones de autor suelen ser limitadas, encuentran nichos de mercado a través de estrategias comerciales que valoran la exclusividad y calidad de los productos. En este sentido, es importante analizar cómo los diseñadores han desarrollado sus propias estrategias de comercialización para diferenciarse en un mercado competitivo, utilizando tanto medios tradicionales como digitales.

El diseño textil e indumentaria, especialmente el de autor, es concebido no solo como una actividad creativa, sino como un proceso que articula elementos simbólicos, económicos y sociales, tal como lo señala María Eugenia Correa y Santiago Ojeda (Correa & Ojeda, 2021, citado en Gávito). Correa estudia el surgimiento de los diseñadores de autor en contextos locales y globales, enfatizando el marco sociopolítico en que actúan estos "trabajadores culturales", mientras que Ojeda explora la relación entre el diseño y los procesos de trabajo en pequeñas y medianas empresas. En el contexto local, esta articulación entre el diseño y el entorno productivo local ofrece un campo para explorar cómo se ha configurado el diseño textil en respuesta a las demandas sociopolíticas y productivas.

Para Paula Miguel (2019) la producción simbólica en el diseño de indumentaria se articula a través de procesos de intermediación, como la prensa y otros agentes del campo, que difunden conceptos y contribuyen a la valorización y legitimación de ciertos productos y prácticas. Este análisis se centra en la tensión entre las lógicas económicas y artísticas, así como en la relación entre los diseñadores y los intermediarios que mediatizan la percepción del término "diseño de autor". La perspectiva crítica de la autora destaca cómo este término puede perder su efectividad como categoría explicativa a medida que se vuelve un concepto ampliamente difundido y, en algunos casos, diluido. Este análisis nos permite visualizar cómo las categorías simbólicas evolucionan y son resignificadas en el tiempo, en función de las tensiones entre tradición, innovación y comercialización.

El impacto de los medios digitales en la producción y consumo del diseño de autor es otro aspecto relevante que ha transformado la interacción entre diseñadores y consumidores. INTI (2016) y Paula Miguel (2013) subrayan

cómo las plataformas digitales, redes sociales y blogs han facilitado la visibilidad de los diseñadores y permitido la creación de comunidades virtuales que fomentan el diálogo entre el creador y el consumidor. Este cambio tecnológico ha sido fundamental para los diseñadores de autor, quienes ahora pueden comercializar sus productos más allá de los espacios físicos tradicionales, aprovechando las ventajas de los sistemas digitales para establecer una relación más personalizada con sus clientes.

Asimismo, la relación entre el diseño de autor y la moda es un tema que se aborda desde distintas perspectivas. Susana Saulquin (2006) examina cómo el diseño de autor se posiciona como una alternativa a los mandatos de consumo impuestos por las grandes tendencias de moda, al tiempo que revaloriza la producción artesanal y los referentes artísticos. La moda sigue siendo un fenómeno central en los procesos de diseño y comunicación, tal como lo establece Roland Barthes ([1967] 1978) en su análisis de los lenguajes visuales y simbólicos asociados al vestuario. Esto permite reflexionar sobre cómo los diseñadores han integrado elementos de la moda global, desarrollando propuestas locales que dialogan con la identidad y las particularidades culturales de la región.

El diseño de autor es un campo simbólico y cultural, tal como lo proponen Bourdieu (1974) ([1979] 1995) y Appadurai (1986) quienes destacan que el valor de los bienes producidos no se limita a lo económico, sino que incluye dimensiones simbólicas que son significativas tanto para el productor como para el consumidor. En el caso de la producción de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, este estudio se puede analizar cómo estas dimensiones simbólicas han influido en las prácticas de creación y producción, generando circuitos alternativos que se alejan de los modelos industriales masivos.

Dentro del marco teórico propuesto por Bourdieu (1990), el campo profesional se entiende como un sistema de relaciones sociales donde diversos agentes compiten por recursos limitados y acumulan capital simbólico, que incluye elementos como el prestigio y la influencia. En el sector del diseño textil y de la

moda, este capital se puede materializar en marcas de prestigio, patentes de diseño y tendencias impuestas por diseñadores influyentes. La ciudad de Cuenca, Ecuador, ha experimentado una profesionalización notable en este ámbito, impulsada por una sinergia de factores educativos, políticos y económicos; la interacción entre estos elementos ha favorecido la consolidación de prácticas profesionales y ha promovido el reconocimiento de habilidades específicas en la comunidad del diseño textil e indumentaria. Los esfuerzos gubernamentales para potenciar la cultura y la industria textil, junto con iniciativas educativas, han sido importantes para facilitar la transmisión del conocimiento necesario para la práctica profesional en esta región.

La profesionalización del campo del diseño textil e indumentaria comprende el desarrollo de estándares, conocimientos especializados, principios éticos y prácticas definidas que juntos establecen el marco regulatorio de esta disciplina. Estos elementos permiten a los profesionales del diseño ser reconocidos por sus pares y la sociedad, creando una identidad y legitimidad profesional (Evetts, 2013). Este proceso de profesionalización en el DTel se manifiesta en la creación de programas de estudio especializados, la implementación de políticas gubernamentales de apoyo y la formación de asociaciones dedicadas a promover la investigación y la innovación, asegurando así el cumplimiento de los estándares de la profesión.

Distinguir entre intelectuales y expertos en el análisis de la profesionalización en el diseño, como discuten Neiburg y Plotkin (2004), plantea que los intelectuales pueden tener una formación amplia y operar dentro o fuera del ámbito académico, mientras los expertos tienden a estar más estrechamente vinculados a una especialización y formación académica específica en el diseño. Esta diferenciación nos permite comprender mejor cómo los diseñadores textiles y de indumentaria, como expertos, contribuyen y se integran dentro de la configuración del campo profesional. Al tomar en cuenta estas consideraciones, se facilita el avance en la comprensión de cómo los factores políticos y económicos han modelado y continúan dando forma al campo profesional del diseño textil e indumentaria. Esta visión holística enfatiza la importancia de las dinámicas políticas y económicas y su papel en la

conformación del panorama del diseño, subrayando la interconexión entre la evolución profesional y el contexto más amplio.

En nuestra aproximación a la disciplina del diseño, consideramos su notable capacidad para influir y transformar distintos aspectos de la sociedad, este impacto se extiende más allá de lo social, cultural, económico, político y medioambiental; la intervención del diseño no se limita únicamente a las etapas de creación o producción; también engloba aspectos como la comercialización, la experiencia del usuario y la sostenibilidad. El propósito del diseño va más allá de la búsqueda de estética y funcionalidad; se enfoca en la optimización y mejora continua, beneficiando tanto a los consumidores como al entorno en el que se desenvuelve. Ante el panorama actual de la disciplina del diseño y su práctica profesional, esta investigación propone desarrollar una metodología que permita recolectar información detallada sobre los procesos creativos, productivos y las formas de comercialización que los diseñadores textiles y de indumentaria de la ciudad de Cuenca aplican en sus marcas independientes.

2.6.4 Propuesta conceptual para el desarrollo del análisis:

Transubstanciación y el valor simbólico en el diseño²

El concepto de "transubstanciación" desarrollado por Bourdieu (1974) se refiere a cómo ciertos bienes culturales o productos pueden ser transformados simbólicamente, adquiriendo un valor que trasciende su funcionalidad o costo material; este valor es producto de un proceso social que convierte un objeto en un símbolo de distinción, lo que ocurre por ejemplo en la alta costura, donde la ropa se convierte en un signo de estatus y capital cultural ([1984]1990). Este valor simbólico en términos de Bonsiepe (2022) puede ser reinterpretado en el contexto del diseño como un proceso en el cual los productos diseñados adquieren un valor simbólico por el significado que les confieren los procesos

² Este apartado se presenta en esta etapa como una propuesta conceptual que se abordará en profundidad en el capítulo 4, centrando la atención en los agentes productores de diseño textil e indumentaria. Se busca enmarcar a estos agentes dentro del contexto de los bienes que los posicionan en el campo profesional de la ciudad.

creativos y la capacidad de estos productos para transmitir estilo, identidad, cultura, valores sociales, entre otros.

Los diseñadores de moda, textil e indumentaria participan en un proceso de transubstanciación al dotar a sus creaciones de un valor simbólico y cultural, convirtiéndose en agentes que contribuyen al desarrollo cultural a través de sus creaciones, desafiando la dominación de las modas globales y creando productos que pueden reflejar, valorar, preservar y fortalecer la identidad local con estilos contemporáneos que representan y mantienen viva la cultura, al tiempo que se promueve una autonomía cultural y económica. Esto puede convertir al diseño en un acto significativo, tanto en términos de producción como de consumo cultural.

El valor simbólico se construye mediante un proceso social en el que los productos de diseño se convierten en símbolos de distinción y estatus, reflejando capital cultural; desde esta perspectiva, el diseño se interpreta como una manifestación de poder y diferenciación social. Bonsiepe (2022) subraya la dimensión crítica y emancipadora del diseño, destacando que su valor trasciende la resolución de problemas prácticos o estéticos, manifestándose en su capacidad para cuestionar y desafiar las estructuras de poder. En este contexto, el proceso de diseño debe incorporar la noción de autonomía, tanto cultural como económica.

El diseño adquiere valor cuando se utiliza para impulsar la autonomía de las comunidades locales, especialmente en contextos periféricos. Este valor simbólico tiene también repercusiones económicas: si los productos de diseño son apreciados por su autenticidad y su vínculo con el entorno local, su valor en el mercado puede incrementarse. Dicho aumento refleja la calidad material del producto y el capital cultural que adquieren a través del proceso de transubstanciación. Así, la transubstanciación enriquece el significado cultural de estos productos y tiene el potencial de fortalecer la economía local, al hacer que los diseños locales sean más atractivos en el mercado global.

El proceso de transubstanciación, tal como lo describe Bourdieu, no es automático ni inevitable, requiere un contexto social y cultural específico donde los significados culturales puedan ser reconocidos y valorados; este enfoque se alinea con la propuesta de Bonsiepe, donde el diseño debe involucrarse activamente en la transformación social y en la lucha contra las desigualdades. Estos abordajes resaltan el papel del diseño como un agente de cambio social, que tiene el potencial de cuestionar y desafiar las estructuras de poder existentes, promoviendo así la autonomía y crecimiento de los contextos locales.

Este acto de resistencia se alinea con la visión de Bonsiepe sobre el valor del diseño como un acto crítico, cuando desafía las normas establecidas y propone alternativas que promuevan la justicia social y la equidad. Desde un enfoque emancipador también se refleja en cómo los diseñadores utilizan el diseño para fomentar el desarrollo local en una economía global, donde los mercados están dominados por grandes corporaciones multinacionales, los diseñadores buscan crear un espacio donde los productos locales puedan competir en términos de calidad y significado cultural. Esto se logra a través de la calidad de los materiales, la mano de obra y mediante la narración de historias, lo que puede generar un vínculo emocional entre el consumidor y el producto. Al enfatizar la historia y el significado cultural de sus productos, los diseñadores agregan un valor simbólico difícilmente puede ser replicado por los productos de fabricación masiva.

Desde este enfoque los productores de diseño que trabajan con manifestaciones culturales promueven la economía local al mantener la producción y las técnicas artesanales dentro de la región, empoderando a las comunidades locales. Al involucrar a estos agentes en los procesos creativos y productivos de diseño, los diseñadores están ayudando a preservar conocimientos y habilidades tradicionales que de otro modo podrían perderse. Además, este proceso fomenta un sentido de orgullo y pertenencia entre los artesanos, que ven sus habilidades valoradas y sus tradiciones preservadas para las futuras generaciones.

Bajo este panorama el concepto de diseño como práctica crítica también se manifiesta en la manera en que los diseñadores abordan los desafíos contemporáneos como la sostenibilidad y la justicia social. En un mundo donde la industria de la moda es una de las más contaminantes, los diseñadores locales están adoptando prácticas más sostenibles, como el uso de fibras naturales y la producción en pequeña escala. Estas prácticas desarrollan impactos positivos hacia el medio ambiente, y se consideran un acto de crítica hacia la cultura de consumo rápido que predomina en la industria global de la moda. Al adoptar estas prácticas, los diseñadores están demostrando que es posible crear productos que sean tanto estéticamente atractivos como socialmente responsables. Este enfoque refuerza la idea de Bonsiepe de que el diseño tiene aportes significativos en el desarrollo de un mundo más sostenible y equitativo, contribuyendo a un cambio más amplio en la manera en que entendemos el valor en el diseño.

Bonsiepe (2022) subraya también que el verdadero valor del diseño reside en su capacidad para crear una sociedad más justa y equitativa, donde las comunidades locales tienen el control sobre sus medios de producción y su identidad cultural. Este enfoque se traduce en un diseño que además de ser visualmente atractivo, se puede transformar en un vehículo para la emancipación social y económica. Los diseñadores locales están utilizando su trabajo para construir un futuro donde la cultura y la economía locales puedan prosperar en sus propios términos, sin sucumbir a las presiones de la globalización, sujetas a las dinámicas de dependencia económica y cultural impuestas por los centros de poder globales

Para Bonsiepe (2022) la autonomía cultural se refiere a la capacidad de una comunidad para definir y preservar su identidad cultural frente a las influencias externas, especialmente en un mundo globalizado donde las culturas locales a menudo son subsumidas por las tendencias globales dominantes. En los contextos locales, esta autonomía cultural se manifiesta a través de la resistencia a la homogeneización cultural y la conservación de las manifestaciones culturales. Los diseñadores locales que integran estas técnicas en sus productos preservan el patrimonio cultural y crean un espacio

donde la cultura local puede florecer de manera independiente y auténtica. Al utilizar motivos, técnicas y materiales tradicionales, los diseñadores están asegurando que las manifestaciones culturales sigan siendo relevantes y valoradas tanto a nivel local como en mercados más amplios. Esta revalorización contribuye a la preservación de la cultura, fortalece el sentido de identidad y orgullo comunitario, lo que genera una cohesión social y resiliencia cultural en tiempos de cambio rápido.

En términos económicos, la autonomía que se promueve a través del diseño está relacionada con la capacidad de una comunidad para controlar sus propios recursos y medios de producción, reduciendo así la dependencia de agentes externos que puedan imponer sus propias agendas económicas. En contextos donde los productos de diseño son reconocidos e impulsados, se genera una vía para alcanzar autonomía económica, al crear productos que son valorados por su estética, funcionalidad y conexión con la cultura local. Además, se genera empleo y son un sustento para los artesanos locales, manteniendo vivas las técnicas tradicionales mientras se adapta a las demandas contemporáneas del mercado. Al centrarse en la producción local, los diseñadores pueden establecer un modelo económico más sostenible, que prioriza la calidad sobre la cantidad y que valora el trabajo artesanal por encima de la producción masiva. Esta dirección también está alineada con la sostenibilidad, un tema que es cada vez más relevante en el diseño contemporáneo. Estas decisiones en los procesos reducen el impacto ambiental de la producción y refuerzan la autonomía económica de la región al reducir la dependencia de insumos importados. Además de los aspectos técnicos y materiales, en la narrativa cultural los productos pueden transmitir historias a través de sus diseños, que pueden estar relacionadas con la mitología local, con la historia de la región, o con experiencias personales. La narrativa puede añadir un nivel adicional de valor simbólico a los productos, y puede permitir a los consumidores conectar con los productos a un nivel más profundo, más allá de su funcionalidad básica.

La transubstanciación puede ser incrementada bajo este camino comunitario y colaborativo con el diseño. En lugar de operar de manera aislada, muchos

diseñadores pueden optar por trabajar con artesanos locales, quienes poseen conocimientos especializados en técnicas tradicionales, esta colaboración aporta a preservar que las tradiciones se mantengan vivas, y empodera a las comunidades locales al integrarlas en el proceso de diseño y producción. Este trabajo participativo también refuerza el valor simbólico de los productos, ya que cada pieza refleja el esfuerzo colectivo de una comunidad. Cuando un producto es comprado, el consumidor adquiere un objeto que se convierte en parte de una cadena de valor que incluye a los diseñadores, los artesanos y la comunidad en general. Este sentido de pertenencia y de apoyo a las economías locales es un elemento relevante del valor que estos productos llevan consigo, y es un claro ejemplo de cómo la transubstanciación se materializa en el diseño.

El abordaje crítico de Bonsiepe y la transubstanciación de Bourdieu aplicado al diseño textil e indumentaria puede revelar cómo el diseño se convierte en una herramienta poderosa para la emancipación cultural, el desarrollo local y la crítica social, donde los diseñadores locales pueden crear productos estéticamente agradables y utilizar al diseño como un medio para promover la autonomía cultural y económica, preservando las tradiciones textiles locales, y fomentando un desarrollo más sostenible y equitativo. Este enfoque genera valor simbólico a los productos que crean y enriquece a la comunidad en su conjunto, haciendo del diseño un acto profundamente significativo tanto a nivel local como global.

2.7 Metodología

Para el desarrollo de esta investigación, se adopta un enfoque mixto que combina elementos cualitativos, como el análisis documental, y cuantitativos, como la recopilación y análisis de datos. Esto con el fin de proporcionar una visión completa del objeto de estudio, identificado como los productores de diseño textil e indumentaria. Para ello, se han estructurado tres etapas distintas, cada una alineada con uno de los tres objetivos específicos planteados.

La primera etapa de investigación cualitativa se centra en un análisis documental de los Planes de Desarrollo Nacional de documentos oficiales para identificar regulaciones y políticas relacionadas con la industria textil, las industrias culturales y el sector cultural del diseño, esta técnica se destaca por permitir un estudio detenido de documentos para obtener información valiosa; el primer paso del proceso es la selección de documentos pertinentes al periodo en estudio, con un foco especial en los Planes de Desarrollo Nacional y otros posibles documentos gubernamentales relacionados; una vez recopilados, estos documentos se organizan cronológicamente para facilitar la identificación de políticas y directrices a lo largo del tiempo establecido. Mediante análisis de contenido se identifican y resaltan secciones que mencionen, ya sea de manera directa o tangencial, la industria textil y las industrias culturales; tras esta indagación se continua con la interpretación de los datos obtenidos. Aquí, se busca entender las tendencias en políticas y directrices para determinar cómo estas han influenciado en la conformación del campo profesional de DTel. La información recopilada se analiza a través del prisma de la Teoría de los Campos, esto permite construir una narrativa que revela la estructura del campo en el contexto y período específicos.

Con las fuentes debidamente organizadas en esta etapa, se procede a un análisis de datos descriptivo de los agentes, estableciendo instituciones públicas, instituciones académicas, organizaciones colectivas, eventos, líneas de fomento, políticas y datos relevantes. Este abordaje indaga la estructuración del campo, con sus dinámicas, influencias y luchas de poder subyacentes que han contribuido a moldearlo.

En la segunda etapa se releva información de los productores locales en diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021, para la cual se diseña una encuesta enfocada en los procesos creativos, procesos productivos y formas de comercialización, se incluyen preguntas cerradas con la finalidad de realizar un análisis estadístico. Se determina que el universo de emprendimientos que se investiga es la totalidad obtenida de una primera encuesta que determina si los graduados tienen o no su marca de diseño independiente. En base al universo de estudio, se procede a la administración

de la encuesta, determinando su desarrollo en línea, vía telefónica y vía redes sociales, se establece un periodo específico para recopilar las respuestas junto a un equipo de investigación, conformado por tesisistas de grado.

En la tercera etapa se procesan los datos recolectados, al introducir la información en un software estadístico de hojas de cálculo, seguido de una revisión para asegurar la calidad de los datos; posteriormente, se efectúa un análisis estadístico descriptivo, calculando medidas básicas y generando gráficos para visualizar la distribución de las respuestas. La interpretación de estos datos proporciona información sobre la consolidación y autonomía del campo DTel en Cuenca.

Los datos recogidos en hojas de cálculo se preparan mediante la asignación de valores a las diferentes categorías para su análisis en Rapidminer, una avanzada plataforma de ciencia de datos y aprendizaje automático. Esta plataforma ofrece un entorno integrado, facilitando la visualización de datos, la minería de texto y el análisis predictivo. Rapidminer se destaca por su diversidad de técnicas y algoritmos de aprendizaje automático, que abarcan desde regresiones básicas hasta complejas redes neuronales y algoritmos de aprendizaje profundo. Además, permite realizar análisis de manera gráfica e interactiva, lo que enriquece la experiencia del usuario y facilita la comprensión de los datos. Mediante esta plataforma con los puntajes adquiridos por los productores, se posicionan ya sea con un mayor nivel de éxito o influencia en el campo, lo que sugiere que el productor ha logrado una posición más destacada o con menor valor que se interpreta con diseñadores emergentes o que utilizan otras formas para ubicarse en el campo.

La puntuación que se asigna a los productores actúa como un indicador de su éxito en el campo, esta valoración puede abrirle las puertas a una serie de ventajas y reconocimientos por parte de las entidades gubernamentales, lo que a su vez favorece su desarrollo profesional y el crecimiento general del campo del diseño textil e indumentaria. Todos los hallazgos se consolidan en un informe que incluye gráficos y tablas para una mejor comprensión visual. Este análisis proporciona una visión clara de la situación actual de los

emprendimientos en el campo y destaca tendencias identificadas, señalando posibles áreas de oportunidad o necesidades de investigación futura. La aplicación de esta metodología asegura un análisis profundo y cuantitativo de la evolución y el estado actual de la profesión de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca durante el período analizado.

El concepto de "valor en juego" de la Teoría de los Campos está intrínsecamente vinculado a los productos que logran un mayor valor simbólico mediante la "transubstanciación" de sus procesos de creación, producción y formas de comercialización, a medida que estos productos incrementan su valor, los productores ganan reconocimiento dentro del campo, que puede conllevar a una variedad de beneficios, como la obtención de espacios gratuitos para la comercialización de sus productos, facilitados por instituciones públicas, el acceso a fondos concursables no reembolsables, beneficios fiscales, y la posibilidad de adquirir maquinaria con exención de impuestos, entre otros incentivos.

Al final de la investigación se interpreta la información obtenida sobre el habitus generado a través de los procesos creativos, productivos y formas de comercialización por los productores de DTel, lo que evidencia la conformación y consolidación del campo profesional de DTel en Cuenca entre 2005 y 2021. Para cada área, se contrastarán las perspectivas de las fuentes primarias y secundarias, buscando similitudes, discrepancias y puntos de convergencia, y organizando estos hallazgos en una matriz de comparación.

En los apartados subsiguientes, se desglosan con detalle las unidades de análisis y sus respectivas dimensiones, así como los valores o categorías y los indicadores pertinentes; además, se describen los instrumentos seleccionados para la recolección de datos y se presenta una matriz de datos que integra y resume toda la metodología de investigación propuesta.

2.7.1 Unidad de análisis y dimensiones

Según Ynoub (2015), las unidades de análisis son aquellos entes, eventos, sujetos u objetos en los cuales se centra la descripción o el análisis de una investigación, son esencialmente los aspectos, características o propiedades que se eligen para evaluar o estudiar las unidades de análisis en detalle. Esta focalización es esencial para definir y delimitar el ámbito de estudio y garantizar una investigación precisa y relevante. Dentro del marco de esta investigación, las unidades de análisis adquieren una especial relevancia para asegurar que el estudio aborde adecuadamente los diferentes aspectos de este campo en el período definido.

A continuación, se detallan las unidades de análisis y las dimensiones establecidas en relación con cada objetivo específico de esta investigación:

Objetivo 1: Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.

Unidad de Análisis:

Marcos institucionales: Políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021

Los marcos institucionales son estructuras reguladoras y orientadoras, compuestas por normas, políticas, y procedimientos, que determinan cómo funcionan las instituciones dentro de un campo específico, en este caso, el diseño en general y del textil e indumentaria (DTel) en particular. Estos marcos ejercen en la dirección de las prácticas y decisiones tomadas dentro del campo.

Estas unidades se centran en cómo estas políticas y directrices han influido en la configuración de un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y las industrias culturales en Ecuador. Por lo tanto, el análisis se enfoca específicamente en el planteamiento de estas políticas y directrices gubernamentales durante el período especificado

Dimensiones de análisis:

Discursos económicos: Directrices específicas o regulaciones que fomentan la industria textil y a las industrias culturales, con medidas económicas propuestas durante este período tienen un impacto directo en el campo profesional del diseño.

Estrategias políticas: Tácticas y metodologías que el gobierno utiliza para lograr sus objetivos.

Objetivo 2: Identificar a la estructura, los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo del diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.

Unidad de Análisis:

Tipos de acciones y prácticas que se producen al interior del campo.

Esta investigación busca dilucidar la estructura organizativa y relacional de la praxis profesional de diseño textil e indumentaria en Cuenca. A través de este análisis, se puede entender cómo se conforma el campo, quiénes son sus agentes principales, cómo se relacionan entre sí y qué dinámicas de poder y capital están en juego, proporcionando una comprensión profunda del DTel desde una perspectiva estructural. Estas unidades de análisis se enfocan en distintos aspectos del campo, examinados a través del prisma de la Teoría de los Campos de Bourdieu, que implica un análisis detallado de cómo la estructura organizativa del campo, los diferentes agentes (o agentes) involucrados, las dinámicas de poder y las diversas formas de capital (como el capital social, económico, cultural, etc.) interactúan y configuran este campo específico.

Dimensiones de análisis:

Acciones de instituciones públicas: Organizaciones y entidades gubernamentales que ejecutan el marco normativo y las políticas públicas para la industria textil y las industrias culturales.

Agentes: Individuos o grupos específicos que juegan roles determinantes en la conformación del campo.

Eventos Relevantes: Espacios que han tenido un impacto significativo en la conformación del campo.

Esta dimensión nos permite entender cómo se organiza, se regula y se desarrolla el campo, y cómo sus diversos agentes interactúan entre sí.

Objetivo 3: Relevar información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización.

Unidad de Análisis:

Productores locales de diseño textil e indumentaria: productores y sus procesos de creación, producción y formas de comercialización.

Al abordar a los productores locales de diseño textil e indumentaria (DTel) en Cuenca, esta unidad de análisis se centra en el surgimiento, desarrollo, desafíos y dinámicas de sus emprendimientos y marcas dentro del contexto geográfico y cultural específico. Estos productores, siendo agentes del campo de DTel, ofrecen una perspectiva rica y detallada sobre cómo se materializan y manifiestan las tendencias, innovaciones y desafíos en el diseño y producción textil a nivel local. A continuación, se detalla las dimensiones de análisis de esta unidad con relación al tercer objetivo específico de la investigación:

Dimensiones de análisis:

Procesos creativos: Técnicas creativas para el desarrollo de una propuesta de diseño.

Procesos productivos: Fases productivas que realizan la concreción de la propuesta de diseño. Esto abarca tanto los métodos artesanales tradicionales como las técnicas más industriales o tecnológicas.

Formas de comercialización: Canales de distribución, promoción y venta.

Estas unidades de análisis y sus dimensiones, en conjunto, proporcionan una visión holística y detallada de cómo se desarrolla el habitus de estos productores y nos dan un panorama de como se ha conformado y consolidado el campo profesional del DTel en Cuenca desde 2005 hasta 2021. Con ello, se espera relevar información sobre la interacción de factores individuales, institucionales y contextuales en la configuración de este campo profesional en un contexto geográfico y temporal específico.

Una vez que se han definido las unidades de análisis y sus respectivas dimensiones, se avanza con la metodología de investigación con el desarrollo de los valores o categorías y se diseña los instrumentos para la recolección de datos, que posteriormente se organizan en una matriz de datos.

2.7.2 Valores o categorías

Los valores o categorías son esenciales en cualquier estudio de investigación, ya que representan las posibles manifestaciones o estados que una variable puede adoptar. Según Ynoub (2015), estos valores o categorías definen las características específicas que las variables pueden mostrar en un conjunto de datos, proporcionan un marco que nos permite identificar, clasificar y, en última instancia, analizar la información recopilada en la investigación

A continuación, se presentan las categorías delineadas a partir de los objetivos específicos previamente establecidos, que están estrechamente vinculadas con sus respectivas unidades de análisis y dimensiones. La identificación de estas

categorías nos permite abordar con precisión las cuestiones planteadas y garantizar que la recopilación y análisis de datos sean coherentes y relevantes para nuestros propósitos:

Objetivo 1

Unidad de Análisis: Marcos institucionales: Políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021

Dimensión de análisis: Discursos económicos

Valores/categorías: Subsidios, inversión, formación y fomento

Dimensión de análisis: Estrategias políticas

Valores/categorías: Fomento

Objetivo 2

Unidad de Análisis: Tipos de acciones y prácticas que se producen al interior del campo.

Dimensiones de análisis: Acciones de instituciones públicas

Valores/categorías: Subsidios, inversión, formación y fomento

Dimensiones de análisis: Acciones de instituciones públicas, desarrollo de agentes internos al campo y eventos relevantes

Valores/categorías: Diseñadores productores independientes; colectivos, cámaras o asociaciones de diseño; instituciones educativas

Dimensiones de análisis: Eventos relevantes

Valores/categorías: Encuentros de diseño, desfiles de moda, congresos

Objetivo 3

Unidad de Análisis: Productores locales de diseño textil e indumentaria: productores y sus procesos de creación, producción y formas de comercialización.

Dimensiones de análisis: Procesos creativos.

Valores/categorías: Desarrollo de procesos creativos.

Dimensiones de análisis: Procesos productivos.

Valores/categorías: Desarrollo de procesos productivos.

Dimensiones de análisis: Formas de comercialización.

Valores/categorías: Medios de comercialización, regulaciones tributarias.

En conjunto, estas dimensiones y categorías ofrecen una vista completa de la evolución del DTel en Cuenca durante el periodo indicado.

2.7.3 Indicadores

Al analizar la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, de 2005 a 2021, es fundamental considerar cómo se han definido y evaluado sus componentes clave. Según Ynoub (2015) las variables se manifiestan de forma empírica mediante indicadores, que especifican qué aspectos se están evaluando y la metodología de esta evaluación. Si tomamos una analogía del "rendimiento académico", en el mundo del diseño textil e indumentaria, un indicador podría representar técnicas específicas de diseño utilizadas en un periodo determinado. La profundidad de estos indicadores podría abordar la combinación de técnicas tradicionales y tecnologías actuales, mientras que la forma en que se evalúa esa innovación podría ser a través de exposiciones o análisis de portafolios.

Objetivo 1

Unidad de Análisis: Marcos institucionales: Políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021

Dimensión de análisis: Discursos económicos

Valores/categorías: Subsidios

Indicadores: Estabilidad económica, capital, créditos, exenciones

Valores/categorías: Inversión

Indicadores: Financiamiento, incentivos, capital semilla, infraestructura, fomento prácticas sostenibles

Valores/categorías: Formación

Indicadores: Programas de capacitación, profesional / no profesional, capacitación para trabajadores, movilización de recursos sociales

Dimensión de análisis: Estrategias políticas

Valores/categorías: Fomento

Indicadores: Participación de agentes, financiamiento a proyectos, descentralización, redistribución de la riqueza, protección de la producción nacional, generación de salvaguardias, establecimiento de un sistema de calidad, convenios

Objetivo 2

Unidad de Análisis: Tipo de acciones y prácticas que se producen al interior del campo

Dimensiones de análisis: Acciones de instituciones públicas

Valores/categorías: Subsidios

Indicadores: Capital económico, costo – beneficio, acceso a nuevos mercados, distribución de productos, aumento en los márgenes de ganancia, reducción de los costos de producción.

Valores/categorías: Inversión

Indicadores: Fomento a la productividad, fortalecimiento de la cadena de valor, generación de empleo, crecimiento de las exportaciones, desarrollo local e industrial, créditos para la producción nacional, mejoramiento de la competitividad, mejora de indicadores económicos

Valores/categorías: Formación

Indicadores: Formación de diseñadores y trabajadores del sector textil, diversificación de recursos, capacitación de micro y pequeñas empresas, desarrollo ético y sostenible, mejoramiento de habilidades

Valores/categorías: Fomento

Indicadores: Visibilidad y reconocimiento de la profesión, democratización de los medios de producción, inclusión de diseñadores en la producción, mejora en la calidad de productos, aumento de competitividad, productividad e innovación, protección de propiedad intelectual, preservación de técnicas tradicionales, impulso a la colaboración entre agentes, limitación en importaciones, aplicación de salvaguardias

Dimensiones de análisis: Desarrollo de agentes internos al campo

Valores/categorías: Diseñadores productores independientes

Indicadores: Cantidad de diseñadores graduados en la carrera DTel.

Valores/categorías: Colectivos, cámaras o asociaciones de diseño

Indicadores: Número de colectivos y cámaras de diseño.

Valores/categorías: Instituciones educativas

Indicadores: Número de Escuelas y centros de diseño

Dimensiones de análisis: Eventos relevantes

Valores/categorías: Encuentros de diseño, desfiles de moda, congresos

Indicadores: Cantidad de eventos, encuentros, desfiles y congresos; cantidad y relevancia de asistentes o participantes; cantidad de expositores nacionales e internacionales; diseñadores destacados que participaron.

Objetivo 3

Unidad de Análisis: Productores locales de diseño textil e indumentaria: productores y sus procesos de creación, producción y formas de comercialización.

Dimensiones de análisis: Procesos creativos

Valores/categorías: Desarrollo de procesos creativos

Indicadores: Valor simbólico³

Dimensiones de análisis: Procesos productivos

Valores/categorías: Desarrollo de procesos productivos

Indicadores: Realiza o no realiza, vertical o específico

Dimensiones de análisis: Formas de comercialización

Valores/categorías: Medios de comercialización

Indicadores: Directa, indirecta, intermediarios

Dimensiones de análisis: Formas de comercialización

Valores/categorías: Regulaciones tributarias

Indicadores: Obligatorias

Los indicadores proporcionan una comprensión de cómo los eventos y factores socioeconómico y políticos han influenciado en la profesión del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, entre 2005 y 2021. La precisión de los indicadores depende de la calidad y disponibilidad de datos e información oficial.

2.7.4 Instrumentos para recolección de datos

Para examinar la evolución del campo profesional de diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, entre 2005 y 2021, se establecen los siguientes instrumentos para recolección de datos:

Objetivo 1

Unidad de Análisis: Marcos institucionales: Políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021

Dimensión de análisis: Discursos económicos

³ Si bien se puede disgregar estos indicadores, este subsume los otros que incluyen adaptación, innovación e impacto.

Instrumento: Análisis documental de regulaciones y directrices gubernamentales, revisión de archivos, registros gubernamentales, planes de gobierno, leyes, rendición de cuentas; una vez recopiladas las directrices, desarrollar análisis de contenido para identificar las áreas de la industria textil y creativa que se ven afectadas; registro cronológico.

Dimensión de análisis: Estrategias políticas

Instrumento: Bases de datos en línea, sitios web gubernamentales y plataformas de instituciones públicas.

Objetivo 2

Unidad de Análisis: Tipo de acciones y prácticas que se producen al interior del campo

Dimensiones de análisis: Acciones de instituciones públicas

Instrumentos: Revisión y análisis documental de políticas y programas oficiales publicados por los ministerios; informes financieros, datos de eventos y actividades; revisión documental de publicaciones oficiales y programas de apoyo, análisis de boletines y publicaciones oficiales.

Dimensiones de análisis: Desarrollo de agentes internos al campo

Instrumentos: Investigación documental, encuestas estructuradas a graduados, revisión de archivos y publicaciones de eventos.

Dimensiones de análisis: Eventos relevantes

Instrumentos: Revisión documental de programas, folletos, y demás material relacionado con el evento; encuestas, registros de asistencia, revisiones de medios, entrevistas, y análisis de redes sociales.

Objetivo 3

Unidad de Análisis: Productores locales de diseño textil e indumentaria: productores y sus procesos de creación, producción y formas de comercialización.

Dimensiones de análisis: Procesos creativos

Instrumentos: Consulta a los diseñadores sobre los procesos creativos que desarrollan, las herramientas y técnicas que utilizan, mediante encuestas

Dimensiones de análisis: Procesos productivos

Instrumentos: Consulta los procesos productivos que desarrollan, las tecnologías y métodos textiles utilizados, mediante encuestas.

Dimensiones de análisis: Formas de comercialización

Instrumentos: Consulta sobre los canales de venta, mediante encuestas

Estos instrumentos, que van desde métodos cuantitativos como encuestas hasta cualitativos como observaciones y análisis documental, benefician el análisis con múltiples fuentes y métodos, así como del uso complementario de herramientas digitales y análisis de documentos oficiales. Las fuentes secundarias, como literatura académica y documentación digital, enriquecen la comprensión del contexto. Los instrumentos se diseñan, prueban y aplican con procesos metodológicos para capturar información precisa y relevante sobre las dinámicas en el campo del diseño textil e indumentaria en Cuenca durante el período indicado.

2.7.5 Matriz de datos

Se planifica el desarrollo de este estudio mediante una matriz de datos que reúne los objetivos, las unidades de análisis, las dimensiones de análisis, los valores o categorías y sus instrumentos de recolección de datos presentados previamente.

Tabla 1: *Matriz de datos, objetivo 1*

Matriz de datos				
Objetivo General: Analizar y comprender la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el período comprendido entre 2005 y 2021, para establecer una visión integral y contextualizada de su desarrollo y consolidación en el ámbito local y nacional.				
Unidad	Dimensiones	Variables	Indicadores	Instrumento de recolección de datos
Objetivo 1. Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.				
Marcos institucionales: Políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021	Discursos económicos referidos a:	Subsidios	Estabilidad económica Capital Créditos Exenciones	Análisis documental de regulaciones y directrices gubernamentales. Revisión de archivos, registros gubernamentales, planes de gobierno, leyes, rendición de cuentas; una vez recopiladas las directrices, desarrollar análisis de contenido para identificar las áreas de la industria textil y creativa que se ven afectadas; registro cronológico.
		Inversión	Financiamiento Incentivos Capital semilla Infraestructura Fomento prácticas sostenibles	
		Formación	Programas de capacitación Profesional / no profesional Capacitación para trabajadores Movilización de recursos sociales	
	Estrategias políticas	Fomento.	Participación de agentes Financiamiento a proyectos Descentralización Redistribución de la riqueza Protección de la producción nacional Generación de salvaguardias Establecimiento de un sistema de calidad Convenios	Bases de datos en línea, sitios web gubernamentales y plataformas de instituciones públicas.

Tabla 2: Matriz de datos, objetivo 2

Unidad	Dimensiones	Valores o categorías	Indicadores	Instrumento de recolección de datos
Objetivo 2. Identificar la estructura, con los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo del diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.				
Tipo de acciones y prácticas que se producen al interior del campo	Acciones de instituciones públicas	Subsidios	Capital económico Costo – beneficio Acceso a nuevos mercados Distribución de productos Reducción de los costos de producción	Revisión y análisis documental de políticas y programas oficiales publicados por los ministerios; informes financieros, datos de eventos y actividades; revisión documental de publicaciones oficiales y programas de apoyo, análisis de boletines y publicaciones oficiales.
		Inversión	Fomento a la productividad Fortalecimiento de la cadena de valor Crecimiento de las exportaciones Desarrollo local e industrial Créditos para la producción nacional Mejoramiento de la competitividad Mejora de indicadores económicos	
		Formación	Formación de diseñadores y trabajadores del sector textil Diversificación de recursos Capacitación de micro y pequeñas empresas Desarrollo ético y sostenible Mejoramiento de habilidades	
		Fomento	Visibilidad y reconocimiento de la profesión Democratización de los medios de producción Inclusión de diseñadores en la producción Mejora en la calidad de productos Aumento de competitividad, productividad e innovación Protección de propiedad intelectual Preservación de técnicas tradicionales Impulso a la colaboración entre agentes Limitación en importaciones Aplicación de salvaguardias	
	Desarrollo de agentes internos al campo	Diseñadores productores independientes	Cantidad de diseñadores graduados en la carrera DTel; número de Escuelas y centros de diseño; número de colectivos y cámaras de diseño	Investigación documental, encuestas estructuradas a graduados, revisión de archivos y publicaciones de eventos.
		Colectivos, cámaras o asociaciones de diseño Instituciones educativas		
	Eventos Relevantes	Encuentros de diseño	Cantidad de eventos, encuentros, desfiles y congresos	Revisión documental de programas, folletos, y demás material relacionado con el evento; encuestas, registros de asistencia, revisiones de medios, entrevistas, y análisis de redes sociales.
		Desfiles de moda Congresos	Cantidad y relevancia de asistentes o participantes; cantidad de expositores nacionales e internacionales Diseñadores destacados que participaron	

Tabla 3: Matriz de datos, objetivo 3

Unidad	Dimensiones	Valores o categorías	Indicadores	Instrumento de recolección de datos
Objetivo 3. Relevar información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización.				
Productores locales de diseño textil e indumentaria: productores y sus procesos de creación, producción y formas de comercialización.	Procesos creativos	Desarrollo de procesos creativos	Valor simbólico ⁴	Consulta a los diseñadores sobre los procesos creativos que desarrollan, las herramientas y técnicas que utilizan, mediante encuestas
	Procesos productivos	Desarrollo de procesos productivos	Realiza o no realiza Vertical / específico	Consulta los procesos productivos que desarrollan, las tecnologías y métodos textiles utilizados, mediante encuestas.
	Formas de comercialización	Formas de comercialización Regulaciones tributarias	Directa Indirecta Intermediarios Obligatorias	Consulta sobre los canales de venta, mediante encuestas

Mediante esta matriz de datos, inicia el levantamiento de datos con la recolección del corpus para el desarrollo de esta investigación.

⁴ Si bien se puede disgregar estos indicadores, este subsume los otros que incluyen adaptación, innovación e impacto.

2.7.6 Recolección del corpus

En la construcción del corpus para esta investigación en el ámbito del diseño, particularmente en diseño textil e indumentaria, se adopta un enfoque estructurado y metódico; siguiendo la definición de Roland Barthes (1964, citado en 1971), el corpus se entiende como “una colección finita de materiales, predeterminada por el analista en base a una cierta arbitrariedad (inevitable) y sobre la cual trabajará” (págs. 101-102). Aceptando la naturaleza inevitablemente selectiva de este proceso, la presente investigación establece un marco de fuentes primarias y secundarias para la selección y análisis de la información, mediante una elección de documentos oficiales, bases de datos, informes y publicaciones que contribuirán significativamente al cuerpo existente de conocimiento en el campo, fuentes que se detallan a continuación:

Fuentes Primarias

Documentos oficiales:

- ☐ Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana
- ☐ Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013
- ☐ Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Todo el mundo mejor
- ☐ Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida
- ☐ Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021
- ☐ Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano
- ☐ Ley orgánica de cultura
- ☐ Ley orgánica de emprendimiento e innovación
- ☐ Cuenta Satélite de la Cultura de la ciudad de Cuenca
- ☐ Directorio de Bienes y Servicios Creativos de la ciudad de Cuenca

Universidad del Azuay:

- ☐ Registros de graduados en diseño textil e indumentaria

Instituciones públicas:

- ☐ Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP)
- ☐ Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI)
- ☐ Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC)
- ☐ Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) anteriormente denominado Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
- ☐ Centro iberoamericano de Artesanías de América (CIDAP)
- ☐ BanEcuador
- ☐ Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión (CCE)
- ☐ Casa de la Cultura Núcleo del Azuay (CCEA)
- ☐ Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento (DCC)
- ☐ Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca (EDEC)

Emprendimientos:

- ☐ Graduados de la carrera de diseño textil e indumentaria que desarrollen producción de diseño con emprendimientos y marcas propias.

Fuentes Secundarias:

- ☐ **Medios de comunicación:** Noticias, reportajes y artículos periodísticos que aborden la evolución y acontecimientos del diseño textil en Cuenca.
- ☐ **Informes de asociaciones y cámaras:** Datos, estadísticas y reportes de entidades relacionadas con el diseño textil e indumentaria.

- **Software y plataformas de análisis:** Herramienta digital de Rapidminer para analizar y organizar la información recopilada.

La metodología delineada en este estudio representa el proceso metodológico clave que guiará esta investigación. En este contexto, los capítulos subsiguientes se dedican a la recolección, análisis y procesamiento de información recabada; esta labor tiene como objetivo principal explorar y comprender la evolución y estructura del campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca.

Este análisis temporal abarca desde el año 2005, un periodo significativo marcado por la graduación de los primeros profesionales en este campo, hasta el año 2021, momento en el que se establece el cierre temporal de nuestro estudio. Durante este período, se examinan los cambios, desafíos y avances que han marcado la trayectoria de esta profesión, se presta especial atención a la forma en que los profesionales, las instituciones educativas, las políticas gubernamentales y las dinámicas de la producción han influenciado y moldeado el desarrollo y consolidación del diseño textil e indumentaria en Cuenca. De esta manera en los siguientes capítulos, se busca ofrecer una visión integral y detallada de la evolución de este campo profesional en el contexto socioeconómico y cultural de la ciudad.

Capítulo 3

Estructura del campo profesional de DTel en Cuenca – Ecuador

Tabla 4: Presentación del desarrollo de las hipótesis de trabajo para los objetivos específicos 1 y 2

Pregunta	Hipótesis	Objetivo General	Hipótesis de trabajo	Objetivos Específicos	Capítulo
¿Cómo han interactuado y evolucionado los factores políticos, económicos, educativos, junto con las estrategias de fomento, la producción en diseño de indumentaria y el emprendimiento local, para estructurar y consolidar el campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca - Ecuador, durante el periodo 2005 - 2021?	Entre 2005 y 2021, en Cuenca Ecuador, la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria ha sido impulsada significativamente por un marco institucional fortalecido a través de políticas gubernamentales enfocadas en los sectores culturales y la industria textil. Este proceso ha sido caracterizado además por un dinamismo profesional originado en el ámbito académico y la producción de diseño. Estos factores se entrelazan en la conformación y consolidación de esta profesión emergente	Analizar la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el periodo comprendido entre 2005 y 2021.	Existe una relación significativa entre las iniciativas gubernamentales y el desarrollo de los sectores culturales y la industria textil, lo cual también contribuye a la profesionalización del diseño textil e indumentaria en Cuenca	1. Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.	Capítulo 3
			La consolidación del campo profesional de DTel ha sido influenciado por un conjunto de agentes poseedores de capital, quienes, respaldados por políticas gubernamentales y estructuras institucionales, han ejercido su poder para definir las normas, los valores y las competencias legítimas dentro del campo	2. Identificar la estructura, con los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo del diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.	Capítulo 3
			Los procesos creativos y productivos individuales de los diseñadores locales de DTel han desarrollado un habitus que es parte integral en la estructura y consolidación del campo profesional	3. Relevar información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización.	Capítulo 4

En el transcurso de los años 2005 a 2021, la ciudad de Cuenca en Ecuador ha sido testigo de un fenómeno notable: la emergencia y el fortalecimiento del campo profesional dedicado al diseño textil y de indumentaria. Este proceso no ha sido aleatorio ni espontáneo; por el contrario, ha sido el resultado de una serie de factores que han convergido para dar forma a esta esfera de la actividad económica y cultural. La hipótesis central que guía este análisis sostiene que el progreso significativo en este ámbito ha estado intrínsecamente ligado a un marco institucional de dependencias públicas, el cual ha sido deliberadamente cultivado a través de políticas gubernamentales estratégicas dirigidas a potenciar tanto la industria textil como las industrias culturales.

Este capítulo se propone desentrañar la compleja red de influencias que han modelado la evolución del diseño textil y de indumentaria en Cuenca. Mediante un examen meticuloso de las políticas y directrices implementadas por el gobierno, se explorará cómo estas han creado un nuevo paradigma productivo que ha permitido el crecimiento de la profesionalización del diseño textil e indumentaria. Al hacerlo, se aspira a ofrecer una comprensión exhaustiva de cómo las decisiones políticas y las medidas de apoyo han alimentado la dinámica de este sector emergente y han cimentado su lugar dentro del panorama profesional ecuatoriano.

En este entorno de cambio y crecimiento, el papel del diseño como fuerza innovadora y empresarial ha cobrado mayor relevancia, constituyendo una pieza clave en la reconfiguración económica y cultural de la región. Así, se espera que este estudio brinde datos e información sobre el desarrollo de este sector cultural en la ciudad de Cuenca, y además insumos aplicables como las herramientas metodológicas para contextos similares, donde el diseño se proyecta como un motor de transformación y progreso.

Bajo la noción de "campo" de Bourdieu, exploraremos la red de interacciones que integran el campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, Ecuador. La autonomía dentro de un campo es una entidad en constante evolución, moldeada por factores como las políticas gubernamentales, los intereses comerciales y los cambios culturales; en este estudio, se examina cómo estos elementos impactan y moldean el campo, destacando la compleja interacción entre los factores políticos, sociales y económicos que influyen en su capacidad de autogobernarse. Este campo profesional se aborda desde una perspectiva sociológica que enfatiza su inseparabilidad de las instituciones, prácticas y discursos de una formación cultural específica. Esta perspectiva, destacada por Devalle (2009), sugiere que el diseño emerge como respuesta a problemas específicos dentro de un marco cultural, integrando factores como soportes técnicos, géneros discursivos y valores diferenciales, este abordaje permite una comprensión más profunda de la modelización disciplinaria en diseño, más allá de la suma de factores materiales o desarrollos técnicos. Devalle (2012) con sus estudios

traza un camino para analizar cómo el diseño se ha construido como un campo consolidado, institucionalizado en universidades y respaldado por diversas publicaciones, lo que permite entender su consolidación como un saber técnico y cultural en constante diálogo con las dinámicas sociales, políticas y económicas.

Bajo estas perspectivas, este estudio avanza hacia el relevamiento y análisis de factores políticos – económicos que han influido en la conformación y consolidación del campo profesional de DTel en la ciudad de Cuenca, Ecuador.

3.1 Factores políticos – económicos del Ecuador

La profesión del diseño en el Ecuador se desarrolla en un contexto influenciado por factores políticos y económicos como la dolarización, cambios de gobierno, transformación de la matriz productiva, cambio de constitución, búsqueda de una “revolución ciudadana⁵” y una “revolución cultural”. Las ramas de la profesión del diseño se establecen como un sector cultural y, en consecuencia, se enmarcan en las iniciativas de los planes de gobierno para el fortalecimiento de las industrias culturales y también dentro de una industria textil enfocada en la producción seriada.

Bajo este panorama, la investigación comienza analizando los factores políticos y económicos que han llevado a la rama del diseño textil e indumentaria a legitimarse como parte integral de las industrias culturales y contribuir al desarrollo de la industria textil en Ecuador. Se lleva a cabo un análisis descriptivo de los objetivos y metas de los planes de gobierno desde el año

⁵ La Revolución Ciudadana, liderada por Rafael Correa (2007-2017), fue un proyecto político enfocado en la justicia social, la inclusión y el Buen Vivir. A través de una nueva Constitución, promovió reformas sociales y mayor soberanía energética, con el fin de reducir la pobreza y mejorar la educación y salud, fortaleciendo la democracia participativa. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014). Sin embargo, también recibió críticas por la concentración de poder y la gestión económica.

La Revolución Cultural fue un proyecto orientado a transformar la identidad nacional de Ecuador, promoviendo la inclusión de pueblos indígenas, afroecuatorianos y otras culturas marginadas. Abogó por el reconocimiento de la diversidad cultural, el fortalecimiento de la educación intercultural y la revalorización de las tradiciones locales (SENPLADES, 2017). Además, impulsó el acceso a la cultura y la preservación del patrimonio, aunque recibió críticas por la centralización del poder y la limitación de la libertad de expresión

2000 hasta 2021, con el propósito de identificar las políticas de apoyo tanto a la industria textil como a las industrias culturales en general. Se recopilan también datos significativos sobre la evolución de la economía y la política en Ecuador durante este período. El enfoque inicial se dirige hacia el respaldo otorgado a la industria textil, seguido de un análisis posterior sobre el apoyo brindado a las industrias culturales, con el objetivo de destacar el papel del sector de diseño textil e indumentaria en este contexto.

El gobierno de Ecuador ha implementado leyes y regulaciones que impactan directamente en la industria textil, que incluyen políticas de importación y exportación, regulaciones ambientales y derechos laborales, entre otras, estas medidas gubernamentales pueden restringir o potenciar la autonomía operativa de la industria textil, dependiendo de los intereses nacionales o internacionales vigentes en cada momento; para profundizar en este análisis, se realiza una exploración concisa sobre la evolución de la industria textil en el país, considerando cómo estas políticas han influido en su desarrollo.

3.1.1 Breve reseña del desarrollo de la industria textil en el Ecuador

La industria textil ecuatoriana, con sus raíces profundamente ancladas en la historia precolombina, representa un legado cultural significativo, esta industria comenzó con las comunidades indígenas, que eran expertas en el arte del tejido, utilizando técnicas transmitidas a través de generaciones; los tejidos son una forma de vestimenta y una expresión tanto de identidad como de estatus social, los materiales utilizados como lana, algodón y varias fibras nativas, junto con pigmentos naturales, dieron lugar a una diversidad de textiles en la región. Los patrones y diseños en los textiles tradicionales ecuatorianos reflejan influencias culturales y simbolismos que varían según la región y la etnia; por ejemplo, los Otavaleños son conocidos por sus tejidos de lana, mientras que las comunidades de la costa preferían el algodón, estos tejidos se utilizaban como elementos centrales en rituales y ceremonias, subrayando su importancia cultural y espiritual (Ariel de Vidas, 1991).

Con la llegada de los españoles en el siglo XVI, la industria textil experimentó cambios significativos, con la introducción de la oveja y nuevos métodos de tejido se amplió la gama de posibilidades en la producción textil; no obstante, a pesar de la influencia europea, muchas comunidades indígenas lograron preservar sus técnicas y formas tradicionales, fusionándolos con las nuevas prácticas. Durante el período colonial y en los primeros años de la república, la industria textil ecuatoriana se mantuvo predominantemente artesanal; no fue sino hasta el siglo XX que comenzó a industrializarse y expandirse, marcando el comienzo de una era de modernización y crecimiento para la industria textil en el país (Cobo, Mancheno, Guamán, & Mancheno, 2018). La introducción de maquinaria moderna durante las primeras décadas del siglo XX, fueron un factor clave en esta transformación; con la llegada de estos equipos más sofisticados, la producción textil en Ecuador incrementó su eficiencia y capacidad, permitiendo una mayor producción y diversificación de productos, esto incluyó la manufactura de textiles más complejos y de mayor calidad, lo que a su vez abrió puertas a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales (AITE A. d., 2015). Este período también vio un aumento en la inversión gubernamental y privada en la industria textil, con políticas gubernamentales orientadas a fomentar la industrialización del país y la implementación de zonas industriales e incentivos para atraer inversión extranjera, lo que llevó a una mayor renovación y expansión de las capacidades productivas. La riqueza de la historia textil en Ecuador es, por tanto, un testimonio de su diversidad cultural y su capacidad de adaptación y resistencia ante los cambios históricos, estos textiles además de ser productos de uso cotidiano son portadores de historia y cultura.

La globalización y el desarrollo económico en Ecuador contribuyeron a un aumento en la demanda de productos textiles y estimuló aún más la expansión de la industria, llevándola a un ciclo de crecimiento sostenido. Las fábricas de textiles se convirtieron en importantes centros de empleo, especialmente en ciudades como Quito y Guayaquil; pese a este crecimiento, no estuvo exento de desafíos, con la competencia con productos importados, las fluctuaciones en la economía global y los cambios en las tendencias de consumo presentaron obstáculos significativos que la industria tuvo que enfrentar y

superar (Ariel de Vidas, 1991). El impacto de la globalización en la industria textil de Ecuador ha sido significativo, presentando tanto desafíos como oportunidades, con la competencia con productos importados especialmente de Asia y el contrabando en las fronteras, que se ha intensificado, ofreciendo precios más competitivos debido a su producción en masa y menores costos laborales; según (Appadurai, 1986) una de las estrategias clave para lograr ser competitivos ha sido la integración de significados simbólicos en la producción, con productos que destacan por su calidad, funcionalidad, el significado cultural y tradicional que llevan consigo. Este enfoque busca conectar al consumidor con las raíces culturales del país, rescatando técnicas ancestrales, patrones autóctonos y materiales tradicionales de la región. Al incorporar elementos autóctonos en sus diseños, los productores locales preservan su patrimonio cultural y promueven una identidad que puede ser percibida como auténtica, diferenciándolos de las opciones masivas y estandarizadas disponibles en el mercado global.

En las últimas décadas la industria textil ecuatoriana se ha convertido en uno de los sectores más importantes de la economía del país, gracias a su desarrollo a lo largo de los años, contribuyendo en la generación de recursos para el desarrollo económico del país, al ubicarse las principales fábricas del sector textil en las provincias de Azuay, Imbabura, Guayas, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha y Tungurahua, en las cuales se confeccionan una diversidad de productos textiles que incluyen hilandería, tejeduría plana, tejeduría de punto, maquiladoras, acabados textiles, lencería de hogar, microfibras para limpieza de hogar, entre otras.

Por otra parte, la globalización ha abierto las puertas a los mercados internacionales, permitiendo a los diseñadores y fabricantes ecuatorianos adaptar sus productos a las demandas de un público más amplio, incluyendo la exportación de textiles tanto tradicionales como contemporáneos, la adopción de nuevas tecnologías ha sido otro aspecto relevante, con empresas ecuatorianas como Enkador que han incorporado tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia, calidad del producto y sostenibilidad ambiental, se han modificado las prácticas de consumo, los consumidores están más expuestos a

tendencias globales de moda y sostenibilidad, lo que ha llevado a los productores locales a adaptar sus estrategias de marketing y diseño y la formación de alianzas estratégicas con socios internacionales ha sido clave para mejorar el acceso a mercados extranjeros, obtener conocimientos técnicos y atraer inversiones, fortaleciendo así la industria en el contexto global. La sostenibilidad y las prácticas ecológicas en la industria textil ecuatoriana han adquirido una importancia creciente, alineándose con una tendencia mundial hacia una moda más responsable y ética; esta orientación responde a una conciencia ambiental en aumento y a la demanda de los consumidores por productos éticos y sostenibles.

El sector textil del país genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos; según estadísticas levantadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar. En la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional (AITE, 2014).

La evolución de la industria textil en Ecuador refleja un progreso notable desde sus inicios, marcado por un legado de técnicas ancestrales, un desarrollo industrial y una integración progresiva de prácticas contemporáneas, diversas comunidades en Ecuador han sido custodias de técnicas textiles tradicionales a lo largo de los años, que son parte integral de la rica herencia cultural del país, continúan siendo practicadas, preservadas y algunas de ellas declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial como la técnica de tejido del sombrero de paja toquilla, ofreciendo un vínculo tangible con el pasado. Esta evolución de la

industria textil en Ecuador destaca la importancia de un análisis detallado del fomento del sector en búsqueda de información sobre las políticas y estrategias que han aportado al desarrollo de la industria textil.

3.1.2 Análisis de la influencia de los Planes de Gobierno en la industria textil ecuatoriana (2007-2021) desde la perspectiva de la Teoría de los Campos

Los planes de gobierno son documentos estratégicos que definen directrices y políticas que tienen un impacto considerable en el desarrollo de un país, incluyen leyes y regulaciones sobre importación y exportación, regulaciones ambientales y derechos laborales que influyen en el desarrollo de los diferentes sectores productivos como la industria textil. Estas medidas reflejan los intereses nacionales o internacionales del momento y pueden tanto limitar como fortalecer la autonomía operativa de un sector. En torno a esta dinámica, se realiza un análisis del fomento hacia la industria textil en el país, considerando la influencia de estas políticas gubernamentales y aplicando la Teoría de los Campos a un corpus de cinco planes de gobierno identificados para este estudio.

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana.

Figura 1: Portada del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana.



Nota. Tomado de
SENPLADES, 2007.

Durante el siglo XX, la economía ecuatoriana se caracterizó por ciclos de expansión intermitentes en la exportación de bienes primarios como cacao (1866-1925), banano (1946-1968) y petróleo (1972-hasta nuestros días), esto generó el crecimiento de una economía, altamente dependiente del comercio internacional y fuertemente inequitativa (Banco Central del Ecuador, 2010). En el año 2000, el país se encontraba bajo el mando del presidente Jamil Mahuad, produciéndose la dolarización de la economía ecuatoriana con el fin de evitar la subida del tipo de cambio del sucre en relación con el dólar, provocando un efecto inflacionario negativo, esta disposición repercutió en la solvencia del sistema financiero del país, afectando de manera significativa a la clase social baja y media baja.

A partir de esta medida, la economía del país mantuvo cierta estabilidad, lo que facilitó al sector productivo la inversión en recursos tecnológicos y viajes al exterior, las oportunidades de crédito mejoraron, lo que posibilitó la creación de

nuevas empresas, incluidos emprendimientos; este cambio afectó a los sectores más vulnerables generando mayor pobreza y descontento social que, paradójicamente, terminó en una migración masiva de ecuatorianos a Estados Unidos y Europa, convirtiendo las remesas enviadas desde el exterior en el segundo rubro de ingresos de divisas al país, después del petróleo (Hidalgo, 2008), lo que también influyó en fenómenos culturales y sociales.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante algo más de la primera década de este milenio; en el año 2013 se llega al récord histórico de exportaciones textiles, superando los 114 millones de dólares. No obstante, en los últimos dos años se ha producido una drástica caída de las ventas en los mercados externos, especialmente las dirigidas a Colombia y Estados Unidos. Las exportaciones del sector textil y confección no se recuperan tras la pandemia por COVID-19, registrando 98 millones de dólares en 2023, una disminución del 5,4% respecto a 2019 (AITE A. d., 2015, pág. 2).

El 25 de noviembre de 2006, tras los años de turbulenta política que experimentó Ecuador, el economista Rafael Correa Delgado ganó las elecciones presidenciales con un plan de gobierno que proponía una “Revolución Ciudadana”, el gobierno en turno buscó iniciar una revolución democrática para establecer una comunidad política incluyente y reflexiva, así como crear una sociedad justa, intercultural y soberana, esta era la utopía de la igualdad, que abarcaba también la biodiversidad del país. El nuevo gobierno se encontró con desafíos elementales que requerían una base sólida de principios y valores para respaldar un proceso democrático de cambio social y político en busca del desarrollo humano y la construcción de una sociedad justa y soberana. Estos desafíos se manifestaron en el Plan de Desarrollo para la Revolución Ciudadana, surgido del plan de gobierno presentado en la campaña electoral, que cuestionó el impacto del "Consenso de Washington" y el neoliberalismo local, los cuales habían debilitado el sistema político e institucional y causado una profunda crisis socioeconómica (SENPLADES, 2007). Este plan se articuló en torno a cinco ejes fundamentales que buscaban transformar la realidad del país: la revolución constitucional y democrática, la revolución ética, la revolución económica y productiva, la revolución social, y la

revolución por la dignidad, la soberanía y la integración latinoamericana. Estos ejes representaron la visión y los objetivos centrales del gobierno en ese período.

El proceso de construcción del Plan de Desarrollo contó con una significativa participación social, que incluyó la organización de diferentes mesas de trabajo, cada una de estas contaba con su propio documento sectorial; en el proceso de consulta las mesas revisaron y modificaron los objetivos y metas del Plan Plurianual, así como definieron y priorizaron políticas acordes al tema abordado, los documentos sectoriales y el Plan Plurianual fueron los insumos para llevar a cabo este trabajo, que permitió articular problemáticas, políticas y visiones sectoriales de manera abarcadora para planificar por objetivos (SENPLADES, 2007); posteriormente, estas mesas sectoriales se ampliaron a otros sectores, como el diseño, contando con la participación de la academia, asociaciones, profesionales y sus respectivas redes de proveedores.

En estos espacios se llevaron a cabo 69 mesas sectoriales en 7 ciudades del país, entre ellas la mesa de “industria textil y de cuero y calzado”, donde se buscó una alta representatividad en estas mesas, combinando las actorías locales con las nacionales y potenciando la diversidad de agentes involucrados, la participación en estas mesas estuvo compuesta por un 50% de agentes locales y un 50% de agentes nacionales; estuvieron presentes funcionarios públicos, representantes de organizaciones sociales, empresarios, miembros de organizaciones no gubernamentales y ciudadanos/as elegidos al azar (SENPLADES, 2007). Esta acción visibiliza la intención de promover la participación ciudadana en el desarrollo de planes y programas que permitan el crecimiento de estos sectores.

La participación ciudadana en la elaboración del Plan de Desarrollo, a través de mesas sectoriales, se entiende como un esfuerzo por involucrar a diversos agentes sociales en la arena política y económica del país, donde diferentes grupos compiten por influir en las políticas gubernamentales y, por ende, en la distribución del capital simbólico y el reconocimiento social en estos campos.

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 "Planificación para la Revolución Ciudadana", se delinearon 12 objetivos fundamentales, que abarcan desde promover la igualdad social y territorial, mejorar las capacidades de la ciudadanía y aumentar la calidad de vida de la población hasta garantizar un ambiente saludable, soberanía nacional, trabajo justo, recuperación del espacio público, diversidad cultural, acceso a la justicia, participación política, un sistema económico sostenible y la reforma del Estado con el enfoque en el bienestar colectivo. Estos objetivos proporcionan una visión integral de las metas y aspiraciones del plan de gobierno durante ese período.

Como una iniciativa del Bono de Desarrollo Humano, se propuso dentro de los programas de inclusión económica y generación de empleo el proyecto Hilando el Desarrollo, el cual buscó fortalecer y generar microempresas locales dedicadas a la fabricación de prendas textiles en la Costa y Sierra ecuatoriana, este plan contó con una proyección de 110.000 beneficiarios y de 1000 puestos de trabajo para el año 2007; además, la inversión planificada fue de 2,5 millones de dólares en 2007 con una proyección de 30 millones anuales para el año 2011. Con una perspectiva de género, este programa se implementó para apoyar a las mujeres con programas articulados de centros de cuidado diario y modalidades de gestión comunitaria que generaban ingresos dignos y desincentivaban la explotación laboral (SENPLADES, 2007); este programa fue la única propuesta que buscó fortalecer al sector textil, nació como iniciativa del Gobierno Nacional y entró en funcionamiento en 2007, aunque en ese entonces los procesos de contratación contaban con poca o ninguna inclusión. En Pichincha, el proceso de elaboración de uniformes escolares bajo este programa vinculó a 156 nuevos agentes de la Economía Popular y Solidaria, contando con un total de 358 artesanos participantes de esta iniciativa, el monto invertido para la contratación fue de alrededor de 2 millones de dólares, beneficiando a 29.547 niños, niñas y adolescentes con uniformes y, así, acceder a educación gratuita (Ministerio de Educación, 2015).

"Hilando el Desarrollo" se desarrolló como una alternativa de inclusión económica y movilidad social para los ciudadanos de los sectores de atención prioritaria dedicados al trabajo textil, democratizando la compra pública,

ofreciendo condiciones económicas y de trabajo dignas y estables, y comprometiendo su trabajo con la universalización escolar en el país, en camino hacia el “Buen Vivir”; además, incentivó a las instituciones públicas a contratar diseñadores de moda para desarrollar talleres que buscaran la innovación de los productos ofertados, lo cual reconoció la profesión de diseño textil e indumentaria, capaz de transformar realidades sociales a través de la intervención de procesos creativos en la producción a menor escala. A partir del 2011, se implementó Feria Inclusiva como mecanismo de contratación directa, con el cual los agentes y organizaciones de la Economía Popular y Solidaria competían por su capacidad de producción a un precio establecido por el Estado para todos por igual.

Estas iniciativas influyeron significativamente en la dinámica del campo económico al redefinir las relaciones comerciales y dar oportunidades a sectores como la Economía Popular y Solidaria; además, en el campo cultural y del diseño, la inclusión de diseñadores de moda en la creación de productos textiles y el apoyo a emprendimientos relacionados con el diseño textil e indumentaria representan un reconocimiento y legitimación de este campo cultural. En el campo político, el gobierno buscó establecer una "revolución ciudadana" que transformaría la sociedad ecuatoriana y reconfiguraría el campo político al introducir un nuevo conjunto de reglas y normas reflejadas en los objetivos del Plan de Desarrollo.

Bajo este contexto se reestructuraron la economía, la producción, el sistema político, la educación, la salud y el turismo, estos sectores fueron prioritarios para promover un cambio a través de los planes de gobierno. Se evidencia que se implementaron una serie de políticas y programas destinados a promover el desarrollo económico, la inclusión social y la participación ciudadana, con un enfoque en la Economía Popular y Solidaria y con consideración hacia el sector del diseño textil e indumentaria, estas políticas y medidas buscaron transformar la realidad socioeconómica y cultural del país.

Figura 2: Portada del Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013.



2013.

El Plan de Gobierno para el Buen Vivir recoge las iniciativas delineadas por la Revolución Ciudadana, cuya orientación se plasmó en un nuevo pacto social que dio origen a la Constitución de la República en el año 2008, esta búsqueda de modos y formas de vida de los pueblos latinoamericanos surge como una reivindicación frente al modelo económico neoliberal, enfocada en la relación con la naturaleza, la igualdad y la justicia social (SENPLADES S. N., 2009). Para lograr los objetivos declarados en el plan de gobierno se plantearon doce estrategias, la primera de ellas hace referencia a la “Democratización de los medios de producción, redistribución de la riqueza y diversificación de las formas de propiedad y organización” *Nota.* Tomado de SENPLADES, 2009 (SENPLADES S. N., 2009, pág. 102), en el sexto apartado de esta estrategia, el sector textil forma parte de la redistribución de la producción, con la siguiente disposición:

6.1 De la Democratización de los medios de producción, redistribución de la riqueza y diversificación de las formas de propiedad y organización, que es indispensable el desarrollo de esferas productivas

vinculadas a la satisfacción de necesidades básicas como la industria de alimentos, la construcción con énfasis en la provisión de vivienda social y en infraestructura de saneamiento básico, las actividades artesanales (incluida la pesca), la industria textil y del calzado, y el turismo comunitario (SENPLADES S. N., 2009, pág. 102).

En este contexto, el campo económico ecuatoriano experimentó cambios significativos con el objeto de reconfigurar las relaciones de poder y los capitales involucrados en la producción nacional, la redistribución de la riqueza y la democratización de los medios de producción se interpretan como una lucha por el capital económico en el campo; estas políticas buscaron equilibrar el acceso a los recursos productivos, modificando la distribución de poder en el campo económico, al promover la democratización de los medios de producción en la industria textil, se cambió las dinámicas de poder arraigadas en este sector.

El Ecuador se había embarcado en un camino hacia una transformación revolucionaria e histórica basada en el “Buen Vivir” de todos los ecuatorianos, en un nuevo régimen de desarrollo que articulaba de manera organizada, sostenible y dinámica el sistema económico, político, sociocultural y ambiental, con el objetivo de garantizar la vida con un horizonte intergeneracional. La Revolución Ciudadana propuso una estrategia nacional endógena y sostenible para el Buen Vivir, con una inserción estratégica y soberana en el mundo; esta estrategia preveía la implementación de políticas públicas que modificarían los esquemas de acumulación, distribución y redistribución, con un enfoque territorial que permitiría reducir las inequidades. La planificación de la inversión pública junto a los incentivos tributarios para la producción y el crédito público productivo, buscaron superar el modelo primario exportador, democratizar el acceso a los medios de producción, aumentar la productividad y generar empleo de calidad (SENPLADES S. N., 2009), estas decisiones incluyeron a los sectores de la industria textil, incrementando la productividad, fortaleciendo los procesos productivos y potenciando las redes tanto de proveedores como de mano de obra. Estas políticas de fomento y diversificación representan una lucha por el capital económico y cultural en el campo, donde la industria textil y de confecciones es reconocida como un sector estratégico, lo que genera una

competencia por los recursos y las ventajas en este campo económico. Las bonificaciones fiscales y los créditos para la producción nacional son herramientas utilizadas que influyen en la dinámica de poder y fomento a la producción local.

Con las estrategias planteadas en este plan de gobierno, se definieron Criterios para la Planificación y Priorización de la Inversión Pública, como uno de los principales instrumentos de este plan, porque permitirían el ahorro, la movilización y acumulación de capital hacia los enclaves que potencian las cadenas productivas y permiten alcanzar rendimientos crecientes en la producción. Se propusieron dos criterios, encontrando en el segundo el impulso de recursos hacia el sector textil: “Acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor”. Este impulso evidencia la necesidad de acumular capital sistemáticamente en los sectores productivos generadores de valor, esta acción aporta la estructura económica del país que tiende a privilegiar los sectores primario-extractivista en el corto plazo, impidiendo así el desarrollo de otros sectores con mayor valor agregado⁶, los cuales incluyen infraestructura de soporte para la productividad sistémica (energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, transporte y logística, plataformas de I+D, centros estratégicos de investigación), especialización de la capacidad instalada (investigación, ciencia y tecnología, capacitación industrial, educación técnica y superior), e industrias nacientes (industria de alimentos, textil y de calzado, industria de la construcción, industria farmacéutica, bioquímica, petroquímica, hardware y software, metalmecánica, servicios turísticos comunitarios y servicios ambientales) (SENPLADES S. N., 2009). Esta inversión dinamiza la economía, crea empleo e impulsa el surgimiento de emprendimientos familiares y comunitarios, contribuyendo con el buen vivir de la población.

Esta priorización de sectores estratégicos se relaciona con la lucha por el capital simbólico y económico en el campo, al destacar la importancia de la industria textil, se eleva su estatus y legitimidad en el campo económico y

⁶ Este valor agregado, para esta investigación se aborda como valor simbólico que los productores de diseño generan mediante el proceso de transubstanciación, su marco conceptual ha sido desarrollado en el marco teórico y es aplicado en el capítulo 4 sobre la conformación del campo profesional de DTel.

cultural, lo que implica una reconfiguración de las percepciones y valoraciones en torno a este sector. Además, las salvaguardias y regulaciones representan una estrategia para proteger el capital económico y simbólico en el campo, estas medidas limitan las importaciones y protegen la producción nacional en el sector textil y de confecciones, lo que refleja la lucha por mantener y fortalecer los recursos y la posición en este campo.

El gobierno de Rafael Correa se propuso transformar el modelo económico ecuatoriano, que se basaba en la concentración de riqueza y recursos naturales, hacia uno más inclusivo y centrado en el conocimiento y las habilidades de la población, esta transformación se materializó en la "Transformación de la Matriz Productiva", una revolución productiva impulsada por el Estado en 2012, el objetivo principal fue cambiar el patrón de especialización productiva, generando mayor valor agregado a la producción y promoviendo una sociedad del conocimiento; para lograrlo, se identificaron 14 sectores productivos, incluyendo la industria del calzado y confecciones, entre las 5 industrias estratégicas, esta iniciativa diversificó y fortaleció la economía ecuatoriana a través del conocimiento y el talento humano.

En esta redistribución, el gobierno optó por reforzar la industria de confecciones y calzado como tercera prioridad, con el fin de contribuir al desarrollo económico y mejorar el nivel de vida de la población, para lo cual se implementaron diferentes medidas de fomento a la producción, tales como bonificaciones fiscales a la producción nacional, facilitación de créditos para la adquisición de maquinaria, apertura de nuevos mercados internacionales, entre otros. Estas medidas buscaron contribuir al fortalecimiento de la industria, generando empleo a la población y mejorando la calidad de vida de los trabajadores del sector. Además, permitió el desarrollo de la infraestructura necesaria para la producción de calzado y ropa, lo que ha hecho posible un incremento en la práctica profesional de los diseñadores hacia los sectores productivos.

La inversión en infraestructura y capacitación se interpreta como una estrategia para acumular capital económico y cultural en el campo, donde el apoyo a la

formación de diseñadores y trabajadores del sector contribuyó a la mejora de las habilidades y conocimientos en el campo, lo que aumentó su capital cultural y, en última instancia, su capital económico. La inclusión de diseñadores en la producción se comprende como una estrategia para introducir nuevos capitales culturales en el campo, donde la participación de diseñadores contribuye a la innovación en el sector y cambio en las dinámicas de poder al introducir nuevos agentes con capital cultural específico.

En marzo de 2015, el sector textil ecuatoriano enfrentó un cambio significativo cuando el gobierno implementó una salvaguardia de balanza de pagos, esta medida, que limitó el 32% de las importaciones en 2.800 partidas arancelarias, tenía como objetivo estabilizar la balanza de pagos y controlar la salida de divisas; no obstante, este mismo año se observó una disminución en el consumo interno y en las exportaciones del sector textil, con una reducción estimada en las ventas del sector de entre un 20% y un 25%. A pesar de la devaluación monetaria en los países vecinos y los controles fronterizos para limitar la importación de prendas, los precios bajos continuaron atrayendo a los ecuatorianos a las fronteras para realizar compras (El Universo, 2015) (Diario La Hora, 2015). La promoción de estas exportaciones textiles es una estrategia para expandir tanto el capital económico como el simbólico del sector a nivel internacional, enfrentando retos de visibilidad y reconocimiento en el mercado global.

El tamaño y la diversidad de las empresas del sector textil en la ciudad de Cuenca quedan evidenciados en un estudio de posgrado realizado por Cordero (2018), basándose en información del Servicio de Rentas Internas (SRI) de Ecuador, este estudio destaca la variedad en el tamaño de las empresas de textil y confección en el cantón, donde se identificó dos fábricas clasificadas como gran contribuyente, tres empresas consideradas medianas, sesenta y tres como pequeñas, y ochocientos cuarenta y cuatro calificadas como microcontribuyentes (pág. 142), dentro de la categoría de microcontribuyentes, se encuentran las MiPymes o microempresas, donde se ubican los emprendimientos individuales y las marcas independientes de los diseñadores

de textil e indumentaria, subrayando así la importancia y el dinamismo de este sector en la economía local.

La prevalencia de un gran número de microempresas en el sector textil se vincula estrechamente con la competencia por el capital económico y cultural dentro del campo, estas empresas, a pesar de su tamaño reducido, juegan un rol fundamental en la generación de empleo y en el fomento del desarrollo económico, donde su esfuerzo por fortalecer su posición y aumentar su capital en el ámbito económico demuestra su contribución importante a la dinámica económica y cultural más amplia.

La visión de mejorar las condiciones de vida de la población fue uno de los principales objetivos de este plan de gobierno, esto se reflejó en el objetivo de desarrollar y mejorar la economía del país al fortalecer los sistemas de salud y educación y aumentar los niveles de bienestar de la población; mediante la implementación de políticas destinadas a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, con la creación de programas de subsidios y ayudas sociales, la mejora de la infraestructura, la promoción de la igualdad de oportunidades y el desarrollo de programas de inclusión social. También se buscó mejorar la seguridad de los ciudadanos mediante la implementación de leyes y normas para garantizar su protección, así como el fortalecimiento de la justicia penal y la creación de un sistema de seguridad nacional, todas estas medidas contribuyeron a mejorar significativamente la calidad de vida de la población.

Las políticas y estrategias implementadas hacia el sector textil y de confecciones durante este gobierno revelan las luchas por el capital económico, cultural y simbólico en este campo económico específico, estas medidas buscaron reconfigurar las relaciones de poder y los recursos en el campo, con el objetivo de transformar la economía y mejorar las condiciones de vida de la población. En conjunto, estas políticas y estrategias reflejan un esfuerzo integral para fortalecer la industria textil y de confecciones en Ecuador como parte de la transformación económica y social que se buscó durante ese período.

Figura 3: *Portada del Buen Vivir Plan Nacional 2013 – 2017. Todo el mundo mejor*



Nota. Tomado de SENPLADES, 2013

En unas elecciones del 17 de febrero de 2013, el pueblo ecuatoriano optó por dar continuidad a la "Revolución Ciudadana" bajo los preceptos de la Constitución de 2008 y con la Planificación para el Buen Vivir como guía. Durante este período, el Ecuador experimentó un notable desarrollo económico que se tradujo en una reducción de la pobreza, obras públicas significativas y un aumento en la recaudación tributaria sin necesidad de incrementar impuestos. Además, el país logró renegociar su deuda externa de manera favorable, estos logros se atribuyen en gran medida a la implementación de planes gubernamentales y al seguimiento riguroso de sus objetivos (SENPLADES, 2013).

Sin embargo, la industria textil ecuatoriana enfrentó desafíos durante estos años, principalmente debido a la dolarización que mermó su competitividad frente a países vecinos y a la dependencia de insumos importados que encarecieron los productos finales, según registros el sector de fabricación de prendas de vestir tuvo una participación promedio en el PIB total del 0.31% entre 2016 y 2019 (CFN , 2021).

Para superar estos desafíos, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 promovió la creación de asociaciones y alianzas estratégicas entre empresas textiles locales y extranjeras, con el fin de potenciar la producción, calidad y competitividad del sector en Ecuador. El gobierno impulsó una plataforma de innovación que incentivó la colaboración entre estas empresas, mejorando así la competitividad de la industria a nivel internacional, este enfoque en la mejora de la calidad y la competitividad en la industria textil se traduce en un aumento del capital simbólico, ya que eleva la reputación de las empresas y sus productos en los mercados nacionales e internacionales; por otra parte, la implementación de programas enfocados en el uso de tecnologías de producción avanzadas, como tejidos sintéticos, recubrimientos y tratamientos químicos, ha marcado una mejora significativa en la calidad de los productos, lo cual ha permitido la producción de prendas a costos más bajos, fortaleciendo la posición de la industria textil ecuatoriana y permitiendo ofrecer productos de alta calidad a precios más competitivos en el mercado internacional. La adopción de estas tecnologías avanzadas y programas de innovación en la industria textil ecuatoriana se alinea con el objetivo de elevar el estatus de la industria a través de la adquisición de conocimientos y prácticas innovadoras.

Estas políticas y estrategias reflejan el compromiso del gobierno ecuatoriano en fortalecer la industria textil y mejorar su competitividad en un contexto económico desafiante. Las asociaciones, la innovación y la promoción de tecnologías avanzadas fueron fundamentales en este esfuerzo por impulsar el crecimiento y la calidad de la industria textil ecuatoriana.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una

Figura 4: Portada del Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida



vida

A partir del año 2017, el ex vicepresidente de Correa, Lenin Moreno, asumió la presidencia del Ecuador y redujo significativamente los puntos desarrollados en los anteriores planes de gobierno e implementó dos planes de gobierno: Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021 y Toda Una Vida Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021. Estos planes buscaron avanzar hacia una economía social y solidaria, ecologista, fundada en el conocimiento y el talento humano, para salir del extractivismo, conseguir empleo, alcanzar mayor productividad, y democratizar los medios de producción y la riqueza (SENPLADES, 2017).

Durante los 10 años de gobierno de Correa, sus planes de gobierno plantearon recuperar la planificación para lograr mayor equidad y justicia social, ampliar las capacidades productivas y fortalecer el talento humano, esto con el fin de profundizar, innovar y mejorar para que todos los ecuatorianos puedan

aprovechar lo logrado, y colectivamente sigan el camino hacia el Buen Vivir. El nuevo plan de gobierno de Moreno buscó recuperar la planificación para lograr una mayor equidad y justicia social, ampliar las capacidades productivas y fortalecer el talento humano, a fin de profundizar, innovar y mejorar las condiciones de vida de la población. De acuerdo con el Foro Económico Mundial (Schwab, 2017), Ecuador logró un avance considerable gracias a la inversión estatal, destacándose en el primer lugar de América Latina en calidad vial, lo que resulta de gran importancia para la producción de bienes y servicios en el país.

El Plan Nacional de Desarrollo para el período 2017-2021 se basa en la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial, en este sentido, el documento contempla tres ejes programáticos y nueve objetivos generales; en particular, el objetivo 5 se refiere al fomento de la productividad; para ello, se destaca la necesidad de trabajar conjuntamente entre el sector público, privado y comunitario, con el fin de fortalecer el incremento de la productividad, la diversificación, la agregación de valor y la capacidad exportadora, de modo que se genere una mayor competitividad en el mercado, así como empleo de calidad y oportunidades de negocio que garanticen un crecimiento sustentable (SENPLADES, 2017). Este cambio en el liderazgo político en Ecuador con Lenin Moreno en la presidencia se enfocó en la economía social y solidaria, la diversificación de la economía y la democratización de los medios de producción reflejando así una reconfiguración en este campo, con políticas orientadas hacia el bienestar social y la salida del extractivismo.

Como sabemos Ecuador cuenta con una rica base de recursos naturales, tanto renovables como no renovables, lo que ha llevado a que su desarrollo económico se sustente en la extracción, producción y comercialización de materias primas. Las élites que han gobernado el país a lo largo de los años han favorecido a los grupos económicos aventajados, en detrimento de las grandes mayorías. Tras la aprobación de la Constitución en 2008, se inició un proceso político tendiente a cambiar estas relaciones de poder, para construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los

medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. El Estado recuperó así su rol estratégico en el desarrollo del país, con el objetivo de construir una sociedad con mercado, incluyente, que procure bienestar y prosperidad.

En el marco de este plan, se implementaron varias medidas con el fin de fomentar el desarrollo de la industria textil, se previó la modernización de la industria textil ecuatoriana para garantizar la competitividad de los productos y servicios en el mercado internacional, se tomó medidas para impulsar la industrialización de los productos textiles, estas medidas incluyeron apoyo financiero a la innovación tecnológica para mejorar la productividad, el desarrollo de una política de precios y comercialización para los productos textiles, así como el establecimiento de un sistema de calidad para garantizar la calidad de los productos. El sector de Fabricación de productos textiles, prendas de vestir; fabricación de cuero, productos de cuero y calzado registró en el periodo comprendido del 2016 al 2020 una participación promedio sobre el PIB total del 0.77% (CFN , 2021).

La mejora de la calidad y la competitividad de los productos textiles puede considerarse como una búsqueda de capital simbólico que se relaciona directamente con la reputación de las empresas textiles y sus productos en el mercado nacional e internacional. En este contexto del campo económico, la industria textil ecuatoriana enfrentó desafíos económicos como la dolarización y la competencia internacional. Las políticas gubernamentales implementadas fortalecieron este campo al promover alianzas estratégicas, modernización y mejora de la competitividad de las empresas textiles, lo que se traduciría en la acumulación de capital económico en este sector.

El fortalecimiento de la cadena de valor de la industria textil implicó la promoción de una mayor integración de la industria con el mercado internacional con el objetivo de asegurar que los productos textiles ecuatorianos sean competitivos con los productos similares de otros países. La aplicación de mecanismos para la inclusión de los trabajadores de la industria textil, con la implementación de políticas de capacitación, la promoción de la

igualdad de género y el fortalecimiento de los derechos laborales, aseguraron el trato justo a los trabajadores y la mejora de sus condiciones laborales. La implementación de tecnologías avanzadas y programas de innovación en la industria textil ecuatoriana se alinea al concepto de capital simbólico a través de la producción de conocimiento, ya que busca elevar el estatus de la industria a través de la adquisición de conocimiento y prácticas innovadoras, lo que se traduce en capital simbólico.

Gracias a estas medidas, Ecuador logró movilizar importantes recursos sociales que estaban capturados y utilizados ineficientemente, lo que permitió potenciar la inversión pública y mejorar los indicadores económicos del país, como la reducción de desigualdad, disminución de la pobreza y extrema pobreza, e incremento del empleo y cobertura de seguridad social. No obstante, el crecimiento sigue siendo dependiente de la extracción de recursos naturales no renovables y de la producción de materias primas, los cuales se comercializan en mercados con gran inestabilidad en precios, lo que vuelve vulnerable la balanza comercial del país (SENPLADES, 2017).

Las políticas y estrategias implementadas en Ecuador para fortalecer la industria textil se ven como una interacción compleja entre diferentes campos, como el económico, político y cultural; estas políticas y estrategias buscan acumular capital económico y simbólico, mejorar la competitividad y elevar el estatus de la industria en un contexto de competencia global y transformación económica y social.

Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021



Nota. Tomado de SENPLADES, 2017

tuvo como objetivo principal fomentar un desarrollo humano integral con un enfoque en la reducción de la pobreza, la desigualdad y la promoción de la sostenibilidad, este enfoque integral abarcó las dimensiones social, económica y ambiental y se basó en principios de igualdad de género, participación juvenil, emprendimiento y responsabilidad social (SENPLADES, 2017). El plan delineó 16 ejes estratégicos diseñados para mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo sostenible del país, que incluyeron aspectos como el crecimiento económico inclusivo, el acceso a derechos sociales fundamentales, la mejora de la educación, la atención médica de calidad, la seguridad alimentaria, la justicia, la participación ciudadana, la igualdad de género, la protección ambiental, el desarrollo de infraestructura, la promoción de la competitividad, la productividad y el emprendimiento, la modernización de la industria, el fortalecimiento de la agricultura, la inversión en ciencia, tecnología e innovación, y la promoción del comercio internacional y la integración regional.

El gobierno ecuatoriano buscó implementar políticas públicas que respaldaran este enfoque de desarrollo humano integral y que contribuyeran a reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida de la población y promover la sostenibilidad del país. El plan se estructuró en tres ejes principales que incluyeron "Derechos para todos durante toda la vida", centrado en la protección de los vulnerables y la promoción de la plurinacionalidad y la interculturalidad; "Economía al servicio

de la sociedad", que se centró en el sistema económico social y solidario, la productividad, el empleo y la redistribución de la riqueza; y "Más sociedad, mejor Estado", que buscó fomentar la participación ciudadana, la ética social, la transparencia gubernamental y la construcción de un Estado cercano con servicios de calidad (SENPLADES, 2017).

Se reconoció la importancia del territorio como un factor clave en la realización de estos objetivos, lo que llevó a la implementación de la Estrategia Territorial Nacional, la cual se enfocó en mejorar la competitividad, productividad y sostenibilidad de la producción nacional (SENPLADES, 2017). Este plan estableció una serie de objetivos y estrategias para lograr tales fines, incluyendo el fomento del aumento de la productividad, el desarrollo de nuevos productos, la promoción de la innovación y el aumento de la competitividad. Adicional se promovieron prácticas como la reutilización de materiales, la reducción del uso de recursos no renovables, la adopción de métodos de fabricación limpia y la protección del medio ambiente y se propuso el establecimiento de una cadena de suministro sostenible para las industrias con el objetivo de mejorar la eficiencia en la producción, la calidad de los productos y la gestión de costos, al mismo tiempo que se promovía el desarrollo económico regional (SENPLADES, 2017).

Al establecer políticas que promueven la sostenibilidad en la industria, incluida la industria textil, como la reutilización de materiales y la adopción de métodos de fabricación limpia, se redefinen las reglas y las relaciones de poder en el campo de la industria textil, lo que implica un cambio en las disposiciones y prácticas de los agentes involucrados en este campo. Bajo este panorama, las empresas textiles adaptaron sus procesos de producción para cumplir con las nuevas normativas de sostenibilidad, lo que requirió inversiones en tecnología y formación de su fuerza laboral, con lo que las organizaciones empresariales se presionaron por políticas que beneficiaron a sus miembros y promovieron la competitividad en el campo; los trabajadores buscaron formación y capacitación para adaptarse a las demandas de una industria más sostenible. Estos cambios dentro del campo de la industria textil reconfiguraron las relaciones de poder y los recursos disponibles, al promover la sostenibilidad y

la competitividad que redefinieron las reglas del juego en el campo, afectando a los agentes involucrados y sus estrategias.

Como corolario de estos planes podríamos decir que, la diversificación e industrialización en el sector permitió que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción, sin embargo, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar. La industria textil y confección se considera la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional (AITE, 2014). El sector textil y sus dinámicas con proveedores y consumidores generaron varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, luego del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estadísticas levantadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas laboraban directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que generó, la industria textil y confección del país se encadena con un total de 33 ramas productivas del país.

Bajo este contexto, el campo de la política pública en Ecuador es un espacio en el que diferentes agentes, como el gobierno, las organizaciones empresariales, los grupos de interés, las industrias y otros sectores productivos, compiten por influir en la formulación e implementación de políticas; en este contexto. El Plan Nacional de Desarrollo se convierte en una herramienta para establecer las reglas y las estrategias que guiarán el desarrollo del país. Dentro del campo de la política económica y la industria textil, se pueden identificar agentes clave, como las empresas textiles, los trabajadores del sector, las organizaciones empresariales, las instituciones educativas y las organizaciones medioambientales, donde cada uno de estos agentes tiene intereses y recursos específicos que buscan movilizar en el campo para promover sus objetivos. Estas políticas y estrategias, respaldadas contribuyeron al crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida de la población.

Análisis integral del fomento hacia la industria textil desde los planes de gobierno

En general, las políticas y estrategias implementadas en Ecuador durante los períodos de gobierno analizados tuvieron un impacto positivo en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria, estas directrices contribuyeron a crear un entorno más favorable para el desarrollo del campo, lo que se reflejó en el aumento de la visibilidad de la industria textil ecuatoriana en el mercado internacional, y con ello la apertura de un camino para el sector del diseño textil e indumentaria.

Las tablas presentadas a continuación resumen los principales puntos de los planes de gobierno referidos al desarrollo de la industria textil en el Ecuador, los incentivos planificados y como estos influyen en el campo profesional del diseño en general y del DTel en particular.

En el cuadro que se presenta a continuación, se destaca en primer lugar, el nombre del plan nacional; seguido de una columna que registra la medida, programa, plan o política implementada; continuo se encuentra una columna que indica el incentivo generado por la propuesta; finalmente, la última columna analiza cómo estas decisiones políticas han influenciado en la industria textil ecuatoriana y en el campo profesional de DTel.

Tabla 5: *Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a la industria textil en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana y su influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.*

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.
Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana	Dolarización de la economía	Medida adoptada en el año 2000 por el presidente Jamil Mahuad.	Estabilidad económica al país, lo que facilitó el acceso al crédito y la creación de nuevas empresas, incluyendo emprendimientos en diseño.
	Plan de Desarrollo "Planificación para la Revolución Ciudadana"	Uno de los ejes fundamentales del plan es la inclusión social, que incluye al sector textil.	El plan fue elaborado con la participación activa de la ciudadanía, lo que permitió que el sector textil aportara sus conocimientos y propuestas.
	Participación social en la construcción del Plan de Desarrollo	El sector textil y los sectores de diseño participaron en las mesas sectoriales del plan, aportando sus	Esta participación permitió que el plan considerara las necesidades y demandas del sector.

	conocimientos y propuestas.	
Programa "Hilando el Desarrollo"	Iniciativa para fortalecer y generar microempresas textiles.	El programa tuvo como objetivo generar empleo y apoyar a la Economía Popular y Solidaria, incluyendo al sector textil y con ello a los productores de diseño.
Feria Inclusiva	Contratación directa que benefició a la Economía Popular y Solidaria.	La feria benefició al sector textil, incluyendo a empresas de diseño.
Inclusión de diseñadores de moda	Instituciones públicas contrataron diseñadores especializados.	Permitió reconocer y valorar la profesión.

Tabla 6: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a la industria textil en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013 y su influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo profesional de DTel.

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.
Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013	Políticas de Exportación	Desde el inicio del nuevo milenio se observó un cambio en las exportaciones textiles.	Aumento constante de las exportaciones textiles desde el año 2000. Crecimiento del 8.14% comparado con 1999. Tendencia positiva marcada en el nuevo milenio en el sector textil.
	Inversiones y Desarrollo Industrial	El sector textil se fortaleció y centralizó en varias provincias claves del país.	Ubicación: Azuay, Imbabura, Guayas, Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha, Tungurahua. Impacto: Estas provincias se convirtieron en centros de producción textil y confección. Inversiones significativas en infraestructura y desarrollo industrial relacionado con textiles.

Tabla 7: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a la industria textil en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Todo el mundo mejor y su influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.
Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Todo el mundo mejor	Redistribución de la Riqueza y Democratización de los Medios de Producción	Democratización de los medios de producción y la redistribución de la riqueza.	Esto incluyó medidas para apoyar la industria textil como un sector estratégico, como la promoción de la economía popular y solidaria, la inversión en infraestructura y capacitación para micro y pequeñas empresas, y la inclusión de diseñadores en la producción.
	Políticas de Fomento y Diversificación	Se identificó la industria textil y de confecciones como una de las áreas clave para la diversificación de la economía.	Se implementaron políticas de fomento que incluyeron bonificaciones fiscales y créditos para la producción nacional en este sector.
	Priorización de Sectores Estratégicos	Se priorizó la industria textil como una de las áreas estratégicas para el desarrollo económico	Esto implicó un enfoque específico en fortalecer la producción de prendas de vestir y calzado.

		del país.	
	Salvaguardias y Regulaciones	Salvaguardias para limitar las importaciones de prendas de vestir y proteger la producción nacional en el sector textil y de confecciones.	Esto ayudó a proteger la industria textil nacional de la competencia extranjera, lo que permitió que el sector se desarrollara y creciera.
	Inversión en Infraestructura y Capacitación	Inversión en infraestructura y capacitación para fortalecer la industria textil, lo que incluyó el apoyo a la formación de diseñadores y trabajadores del sector.	Esto ayudó a mejorar la competitividad de la industria textil ecuatoriana, lo que le permitió aumentar sus exportaciones y crear empleos.
	Promoción de Exportaciones	Se buscaron oportunidades para abrir nuevos mercados internacionales para los productos textiles ecuatorianos.	Esto ayudó a la industria textil ecuatoriana a llegar a nuevos mercados y aumentar sus exportaciones.
	Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas	Apoyo a las micro y pequeñas empresas en el sector textil, reconociendo su importancia en la generación de empleo y el desarrollo económico.	Esto ayudó a las micro y pequeñas empresas del sector textil a crecer y desarrollarse, lo que contribuyó a la creación de empleo y al desarrollo económico del país.
	Inclusión de Diseñadores en la Producción	Participación de diseñadores en la producción textil, lo que contribuyó a la innovación en el sector.	Esto ayudó a mejorar la calidad y el diseño de los productos textiles ecuatorianos, lo que los hizo más competitivos en los mercados internacionales.

Tabla 8: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida y su influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel
Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida	Inversión Estatal	Mejoras en la calidad de las carreteras y la infraestructura vial.	Acceso a los mercados y la distribución de los productos, mejoría en el transporte de materias primas y productos terminados, lo que puede reducir los costos de producción.
	Fomento de la Productividad	Medidas de formación y capacitación para mejorar la eficiencia y la calidad de la producción.	Reducción de los costos de producción y aumentar los márgenes de ganancia y mejora en la eficiencia y la calidad de la producción, lo que puede contribuir al fomento de la productividad.
	Modernización de la Industria Textil	Inversiones en tecnología y procesos de producción más avanzados.	Competitividad en el mercado internacional, mejora en la calidad, la eficiencia y la productividad de los productos textiles

	Política de Precios y Comercialización	Se desarrolló una política para los productos textiles.	Regulaciones y normativas específicas para la comercialización de productos textiles, como precios máximos, controles de calidad y etiquetado.
	Sistema de Calidad	Establecimiento de un sistema para la calidad textil.	Regulaciones y normativas para garantizar la calidad de los productos textiles, como pruebas de laboratorio y certificaciones. Estas regulaciones mejoran la reputación de los productos textiles ecuatorianos y aumentan su competitividad en el mercado internacional.
	Fortalecimiento de la Cadena de Valor	Políticas de fomento para promover la integración de la industria con el mercado internacional	Asistencia técnica y financiera para las empresas textiles, que ayudan a las empresas textiles a acceder a nuevos mercados y a mejorar su competitividad.
	Inclusión de Trabajadores	Implementación de políticas para los trabajadores textiles.	Capacitación, promoción de igualdad de género y fortalecimiento de derechos laborales, que mejoran las condiciones de trabajo de los trabajadores textiles y contribuyen al desarrollo sostenible de la industria.
	Movilización de Recursos Sociales	Asistencia financiera como subsidios y créditos para mejorar indicadores económicos y sociales.	Esta asistencia ayuda a las empresas textiles a superar desafíos económicos y sociales.
	Dependencia de Recursos Naturales	Estrategias de inversión para reducir la dependencia de la extracción de recursos naturales y producción de materias primas.	Estas estrategias ayudan a la industria a ser más sostenible y a contribuir al desarrollo de la economía ecuatoriana.

Tabla 9: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo en el Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021 y su influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en la industria textil ecuatoriana y en el campo DTel.
Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021	Políticas Públicas y Sociales	Se promovieron políticas para garantizar el acceso a derechos sociales fundamentales, como la educación, la atención médica de calidad y la seguridad alimentaria. También se buscó la promoción de la justicia y la participación ciudadana.	Estas políticas ayudaron a crear un entorno más justo y equitativo para el desarrollo de la industria textil, al garantizar que todos los ciudadanos, independientemente de su género, raza, etnia o condición social, tuvieran las mismas oportunidades para participar en el mercado laboral.
	Promoción de la Igualdad de Género	Se establecieron políticas para promover la igualdad de género en todos los aspectos de la sociedad, reconociendo la importancia de la equidad en el desarrollo.	Estas políticas ayudaron a crear un entorno más igualitario para las mujeres en la industria textil, al promover su acceso a la educación, el empleo y la participación en la toma de decisiones.

	Protección Ambiental y Desarrollo Sostenible	Se fomentaron prácticas sostenibles en la industria, como la reutilización de materiales, la reducción del uso de recursos no renovables y la adopción de métodos de fabricación limpia. Además, se promovió la conservación de recursos naturales.	Estas políticas ayudaron a proteger el medio ambiente y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la industria textil.
	Modernización de la Industria Textil	Se implementaron estrategias para mejorar la competitividad y productividad de la industria textil, incluyendo la modernización de procesos de producción y el fomento de la innovación tecnológica.	Estas estrategias ayudaron a la industria textil a ser más competitiva en el mercado internacional.
	Promoción del Comercio Internacional	Se incentivó el comercio internacional y la integración regional, lo que podría haber implicado acuerdos comerciales y estrategias para abrir nuevos mercados para los productos textiles ecuatorianos.	Estas acciones ayudaron a la industria textil a acceder a nuevos mercados y aumentar sus exportaciones.
	Desarrollo de la Cadena de Suministro Sostenible	Se propuso el establecimiento de una cadena de suministro sostenible en la industria textil, con el objetivo de mejorar la eficiencia en la producción y la calidad de los productos, al tiempo que se impulsaba el desarrollo económico regional.	Esta medida ayudaría a mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de la industria textil, al tiempo que promovería el desarrollo económico regional.
	Inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación	Se buscó promover la investigación, el desarrollo y la innovación en el sector textil para mejorar su competitividad.	Esta medida ayudaría a la industria textil a mantenerse a la vanguardia de las tendencias y mejorar su competitividad.
	Formación y Capacitación	Se promovieron programas de formación dirigidos a los sectores culturales y se consideró importante la capacitación de la fuerza laboral en el sector textil.	Estas acciones ayudarían a mejorar las habilidades y el conocimiento de la fuerza laboral textil, lo que contribuiría a la competitividad de la industria.

	Incentivos Económicos	Podrían haberse establecido exenciones fiscales, reducciones impositivas o créditos fiscales para fomentar la inversión en el sector textil.	Estos incentivos ayudarían a atraer inversión a la industria textil y promover su crecimiento.
	Infraestructura y Modernización	Se reconoció la importancia de fortalecer la infraestructura y modernizar los procesos de producción en el sector textil.	Estas acciones ayudarían a mejorar la eficiencia y la productividad de la industria textil.

Adicional a los aspectos ya mencionados, se organiza cronológicamente en un cuadro una síntesis de las diversas estrategias, programas e incentivos contemplados en los planes de gobierno. Dentro de estos elementos se destacan la inversión en programas específicos, el soporte financiero orientado a fomentar la creación de empresas, el desarrollo de esquemas de formación y capacitación profesional, y la instauración de incentivos económicos y tributarios dirigidos a la modernización industrial; se incluyen los esfuerzos promover proyectos de exportación y la implementación de políticas y programas enfocados en el desarrollo sostenible. Todas estas iniciativas tienen como fin, mejorar la competitividad de la industria textil en Ecuador, buscando alcanzar un desarrollo que sea sostenible y equilibrado.

Tabla 10: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo en los cinco planes de gobierno analizados previamente y su influencia en el campo profesional de DTel

Planes de Gobierno del Ecuador 2007 - 2021				
Plan Nacional de Desarrollo	Plan Nacional para el Buen Vivir	Buen Vivir. Plan Nacional Todo el mundo mejor	Plan Nacional para el Buen Vivir. Planificamos para toda la vida	Toda una vida. Plan Nacional de Desarrollo
2007 - 2010	2009 - 2013	2013 - 2017	2017 - 2021	2017 - 2021
2007	2009	2013	2017	2018
Programa: Hilando el Desarrollo Iniciativa para fortalecer y generar microempresas textiles Objetivos: - Generar empleo. - Apoyar a la Economía Popular	Estrategia I: Democratización de los medios de producción, de esferas productivas vinculadas a la satisfacción de necesidades básicas como la industria textil.	La dolarización resta competitividad con los países vecinos y depender de los insumos importados encarecen el valor final.	Tres ejes programáticos y Nueve Objetivos Generales	Segundo eje: "Economía al servicio de la sociedad", plantea consolidar el sistema económico social y solidario, ampliar la productividad y competitividad

y Solidaria.				
2007	2009	2013	2017	2018
Mesas sectoriales: Contribución de diversos agentes, incluyendo el sector textil	Inversión Pública: Acumulación de capital en sectores productivos generadores de valor: industria textil	Facilidad de créditos para microempresas. Contratación Estatal: Producción de microempresas Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas	Datos: 844 micro contribuyentes (emprendimientos) registrados en el SRI en Cuenca (Cordero, 2018)	Políticas Públicas y Sociales Promoción de la Igualdad de Género
2007	2010	2013	2017	2018
Proyecto Feria Inclusiva: Contratación directa que benefició a la Economía Popular y Solidaria, incluido el sector de la confección	Políticas de Exportación: Incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999	Asociatividad: industrialización y comercialización Inversión en Infraestructura y Capacitación Promoción de Exportaciones Inclusión de Diseñadores en la Producción	Inversión Estatal Fomento de la Productividad (Objetivo 5) Modernización de la Industria Textil	Protección Ambiental y Desarrollo Sostenible Modernización de la Industria Textil
2007	2011	2013	2017	2018
Propuesta: Inclusión de diseñadores de moda, con instituciones públicas que contraten diseñadores especializados	Feria Inclusiva: Contratación directa que benefició a la Economía Popular y Solidaria, incluido el sector de la confección	Redistribución de la Riqueza y Democratización de los Medios de Producción Salvaguardias y Regulaciones	Política de Precios y Comercialización Sistema de Calidad Fortalecimiento de la Cadena de Valor	Promoción del Comercio Internacional Desarrollo de la Cadena de Suministro Sostenible Inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación
2008	2012	2013	2017	2018
Nueva Constitución Política de la República del Ecuador	Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano	Políticas de Fomento y Diversificación Priorización de Sectores Estratégicos	Inclusión de Trabajadores Movilización de Recursos Sociales Dependencia de Recursos Naturales	Formación y Capacitación Incentivos Económicos Infraestructura y Modernización

En base a los cuadros presentados, el panorama en el primer plan analizado muestra un escenario donde las grandes empresas beneficiadas por decisiones gubernamentales ejercen un dominio significativo en la producción a gran escala, estas corporaciones, armadas con departamentos de diseño y diseñadores de planta, que gozan de una posición preponderante en la

estructura y acumulan una cantidad considerable de capital económico, dado su acceso a salvaguardias y contratos públicos.

A pesar de la inclusión de micro, pequeñas y medianas empresas en la contratación pública, estas enfrentan el desafío de encontrar su espacio en un terreno dominado por titanes industriales, esta realidad refleja las dinámicas de poder en juego, donde el gobierno, al determinar las áreas de inversión y fomento, moldea de forma activa la configuración del campo; sin embargo, esta centralización también sugiere una participación limitada de profesionales del diseño textil, indicando una posible concentración de la capacidad creativa y decisional.

El capital en este contexto se manifiesta en diversas formas donde las empresas con la habilidad de interpretar y adaptar tendencias globales acumulan capital cultural y capital simbólico, ya que se posicionan como referentes en la industria, donde la interacción entre distintos agentes y niveles empresariales fortalece las redes del capital social.

Los agentes que participan en el campo, luchan por el reconocimiento de su trabajo y por el acceso a los recursos necesarios para ejercer su profesión, estos recursos incluyen la formación, la capacitación, el empleo y los espacios de exhibición, las políticas y medidas; en un campo donde la profesión de diseño textil e indumentaria ha experimentado una notable transformación, impulsada en gran medida por políticas y programas específicos que han influido en su estructura y poder, desde la dolarización de la economía en el año 2000 se proporcionó una base firme, fortaleciendo el capital económico de este campo; esta estabilidad y predictibilidad financiera, junto con un mejor acceso al crédito, reforzaron la capacidad de los productores para emprender, al mismo tiempo que incrementaron la confianza y percepción del diseño textil, otorgando un capital simbólico valioso.

El Plan de Desarrollo "Planificación para la Revolución Ciudadana" elevó el capital cultural del diseño textil, al reconocer y destacar la importancia de la profesión para el desarrollo económico y social, el gobierno ecuatoriano validó

su valor intrínseco y sentó las bases tanto para alianzas, como para generar apoyos que fortalecieron el capital social del sector. Adicional, la participación activa de los profesionales del diseño en la formulación de este plan permitió que su voz y experiencia fueran consideradas, potenciando su capital cultural y asegurando que las políticas fueran pertinentes y efectivas.

El programa "Hilando el Desarrollo" es otro ejemplo de cómo se buscó fortalecer el campo. Al apoyar a las microempresas textiles, se potenció la infraestructura económica del sector, y al mismo tiempo, la capacitación ofrecida enriqueció el capital cultural de los diseñadores, consolidando aún más sus redes y conexiones. La Feria Inclusiva, por otro lado, ofreció a los diseñadores una plataforma económica y simbólica, quienes tuvieron la oportunidad de asegurar ingresos al vender a instituciones públicas y pudieron reforzar el prestigio del diseño ecuatoriano en el mercado nacional. La decisión de incluir a diseñadores de moda en proyectos públicos amplió su capital social, al tiempo que elevó el diseño ecuatoriano a un escenario internacional, reforzando su capital simbólico y cultural.

Las intervenciones estratégicas del gobierno ecuatoriano en el fortalecimiento de la producción nacional han demostrado una comprensión profunda de cómo se construyen y fortalecen los campos, que al utilizar las diferentes formas de capital consolidan su posición en el espacio social más amplio.

En el segundo plan analizado, las políticas de exportación fortalecieron el capital económico del sector, permitiendo a los diseñadores acceder a nuevos mercados y, por ende, diversificar y aumentar sus ingresos, este acceso a nuevos horizontes también potenció su capital social al brindarles la oportunidad de tejer redes internacionales y establecer colaboraciones con agentes foráneos. Las inversiones en desarrollo industrial robustecieron la base económica del sector al optimizar la producción y realzaron el capital cultural de los diseñadores donde el énfasis en la innovación y calidad les abrió las puertas a técnicas más avanzadas y a una formación más profunda en herramientas contemporáneas, consolidando así su capacidad y versatilidad profesional.

El impacto global de las políticas y medidas adoptadas se manifestó en una renovada estructura del campo, que evidenció una clara valoración y reconocimiento del sector, lo que le confirió un mayor capital simbólico, elevando su prestigio y posición en la sociedad ecuatoriana. Al promocionarse el diseño ecuatoriano en mercados internacionales, los diseñadores solidificaron su capital social al establecer nuevos lazos, aumentando su influencia y su visibilidad global. En el periodo gubernamental analizado se desplegaron estrategias que, intencionadamente o no, abordaron y potenciaron las diferentes formas de capital en el campo del diseño textil e indumentaria, legitimando su importancia y elevando su estatus tanto a nivel nacional como internacional.

Las políticas y estrategias implementadas durante el tercer plan citado, tuvieron un impacto positivo con una transformación dinámica de poder y estructura dentro del campo, se considera que las políticas de redistribución y democratización de la producción equilibraron el capital económico y social, permitiendo a las microempresas y diseñadores independientes acceder a recursos y oportunidades previamente inalcanzables, al mejorar la competitividad a través del fomento y diversificación, el diseño ecuatoriano ganó en riqueza y diversidad cultural, otorgando al diseño local una identidad fuerte y distintiva.

Con la priorización de sectores estratégicos como las prendas de vestir y el calzado, el rol del diseñador se elevó, reforzando su importancia y consolidando su posición en el campo, con las salvaguardias y regulaciones, al proteger la producción nacional de la competencia extranjera, se blindó el capital económico local y se fomentó un renovado sentido de identidad en el diseño nacional. La inversión en infraestructura y formación potenció el capital cultural de los diseñadores, colocándolos en un lugar más central en el proceso productivo; finalmente, la promoción de exportaciones abrió horizontes para el diseño ecuatoriano, fortaleciendo las redes y oportunidades a nivel internacional. En conjunto, estas políticas reconfiguraron el campo al elevar su estatura y consolidar su presencia tanto a nivel local como global.

El cuarto plan de estudio refleja cómo las dinámicas de poder y las formas de capital interactúan y evolucionan en un campo profesional, donde las asociaciones y alianzas estratégicas consolidaron lo que Bourdieu identificaría como "capital social"; estas colaboraciones crean redes entre las empresas textiles, permitiendo el intercambio y la acumulación de conocimientos, recursos y tecnologías. A su vez, esto mejora la eficiencia y productividad, reforzando el "capital económico" del campo.

La adopción de tecnologías avanzadas a través de la plataforma de innovación apunta a una acumulación de "capital cultural" en términos técnicos y prácticos, con empresas que, al estar al día con la tecnología pueden competir a nivel internacional con diseños innovadores y de calidad, reforzando la posición de los diseñadores dentro del campo y alentando una evolución en su capital creativo. Estas interacciones entre las diferentes formas de capital fortalecieron la industria textil ecuatoriana, reconfigurando el poder y la autoridad en el campo del diseño textil. Los diseñadores, al ser cada vez más necesarios para una industria en crecimiento y modernización, vieron consolidarse su posición y su relevancia.

El quinto plan que tratamos nos lleva a considerar las dinámicas económicas y productivas, además las luchas simbólicas y relaciones de poder dentro del campo, al abordar la inversión estatal en infraestructura, se contempla una injerencia directa en el "capital económico" del campo. Bourdieu sostendría que este tipo de inversiones estructura el campo al facilitar el acceso a mercados y al intercambio de conocimientos, reconfigurando las posiciones relativas de poder entre agentes, como diseñadores y productores.

El "fomento de la productividad", por otro lado, incide directamente en el "capital económico" y "capital cultural", donde una producción más eficiente y rentable refuerza la posición de las empresas textiles; sin embargo, el capital cultural de los diseñadores se vuelve imprescindible, pues su capacidad innovadora y creativa es necesaria para responder a un mercado en constante evolución. La "modernización de la industria textil" refleja una interacción

directa con el "capital tecnológico" y "capital cultural", una industria modernizada requiere de diseñadores que estén a la vanguardia y puedan proponer soluciones creativas a nuevos desafíos, consolidando así su importancia y posición dentro del campo.

El fortalecimiento de la cadena de valor y las políticas de inclusión laboral sugieren una reconfiguración del "capital social", donde las relaciones dentro del campo se tornan más equitativas y justas, redistribuyendo el poder entre los diversos agentes involucrados; en este sentido, Bourdieu diría que hay un esfuerzo por equilibrar el capital de aquellos dominantes y dominados en el campo. El aumento del capital simbólico se refleja en la reputación internacional de los productos textiles ecuatorianos, lo que a su vez fortalece la legitimidad y autoridad de todos los agentes involucrados, especialmente de los productores.

Bajo estos panoramas, se considera que la estructura del campo se transformó, al proporcionar a los diseñadores y empresas textiles emergentes la oportunidad de ascender en el campo y acumular capital, esta reconfiguración estructural refleja un esfuerzo por alterar las relaciones tradicionales entre las posiciones dominantes y dominadas, otorgando a nuevos agentes la posibilidad de competir y consolidarse. Las políticas enfocadas en la inclusión de trabajadores y la mejora de sus condiciones laborales redistribuyeron el capital, otorgando a estos trabajadores un mayor capital económico y un aumento en su capital social y cultural, que se traduce en un mayor reconocimiento y legitimidad dentro del campo.

Uno de los aspectos más relevantes es el incremento del capital simbólico del diseño textil ecuatoriano, al mejorar la calidad y reputación de los productos textiles, todo el campo adquiere mayor legitimidad y reconocimiento a nivel nacional e internacional; este capital simbólico engloba el prestigio, honor y reconocimiento, que fortalece la posición de todos los agentes del campo, desde productores pequeños hasta grandes empresas.

La consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria se manifestó a través de un entorno más propicio para los diseñadores, con un aumento notable en la visibilidad y reputación del diseño ecuatoriano en el escenario mundial; sin embargo, este proceso de consolidación no depende solo de intervenciones específicas, requiere un compromiso duradero de todos los agentes involucrados, desde el gobierno hasta las instituciones educativas y las propias empresas. La teoría de Bourdieu nos ofrece un lente crítico para entender estas dinámicas, mostrando cómo intervenciones específicas pueden alterar la estructura de poder y capital en un campo, pero también señalando la necesidad de un esfuerzo sostenido para lograr cambios duraderos y significativos, que valoren la diversidad y riqueza de prácticas donde reside el potencial para una industria más equitativa y sólida; y que reconozca a todos sus agentes con sus contribuciones al campo.

Al encontrar que el diseño se ubica como un sector cultural, nos introducimos en los abordajes de las industrias culturales en el país.

3.1.3 Desarrollo de las industrias culturales en el Ecuador

Las industrias culturales surgen de la intersección entre economía y cultura, el cruce de estos dos grandes campos de producción humana dio origen de un vínculo signado históricamente por cierta ambivalencia, el cual implicó desde un principio una serie de incomprensiones recíprocas; entre los dos se encuentran separaciones de un conjunto de prácticas y saberes específicos, los agentes que aportan a la economía y su desarrollo en la cultura, que se han mirado más de una vez con desconfianza suficiente para sospechar de las razones que habrían de servir de base a las empresas en común y sus beneficios (Puente, 2007).

El debate sobre el aporte que generan las industrias culturales dentro la economía de un país, la categorización de los sectores culturales, sus dinámicas y potencialidades surgieron a partir de los años 70, con las ventas e intercambios de los bienes y servicios culturales de sectores como el fonográfico, audiovisual, diseño y multimedia, se sumaron a la larga tradición y fortaleza del editorial. Durante los años noventa, el informe "Nación Creativa"

de Australia y el Departamento de Cultura, Multimedia y Deportes del Reino Unido introdujeron el término "industrias creativas" al debate sobre la economía cultural, esta incorporación buscó abarcar áreas emergentes en la economía de dichos países, como la moda, el diseño y la arquitectura (Convenio Andrés Bello, 2015).

Podemos decir que las industrias culturales nacen de la fusión entre la cultura y la economía, abarcando sectores como el diseño, audiovisual y editorial, estas industrias perpetúan la tradición y expresiones culturales, ejerciendo un papel importante en la economía actual, donde contribuyen significativamente al PIB, generan empleo y valor simbólico. Su dualidad, tanto cultural como económica, las posiciona como sectores estratégicos con un amplio potencial de expansión en el futuro.

En el Ecuador al final del siglo XX e inicios del siglo XXI las posibilidades de un desarrollo en las industrias culturales estuvieron condicionadas por inestabilidades políticas, públicas y la inexistencia de un Sistema Nacional de Cultura siendo este un periodo en el que el Estado ecuatoriano era incapaz de garantizar que sus industrias compitan con la producción de las industrias culturales internacionales y formen parte de la inserción a nuevos mercados. Sin embargo, para Fuentes Moncada, Molina y Rosero (2013), funcionarios del Ministerio de Cultura y Patrimonio, en el Ecuador se ha llevado a cabo un proceso de transformación para las industrias culturales, donde se busca fortalecer la unión de sus identidades, esta propuesta se basó en el "Buen Vivir", que tuvo como centro al ser humano, el trabajo sobre el capital y la vida sobre el trabajo; también incluye una visión de equidad, libertad e igualdad, la planificación nacional y territorial, el reconocimiento de los derechos de la naturaleza y el empleo de la tecnología.

A partir de 2007, el Estado ecuatoriano inició un proceso de reinstitucionalización y fortalecimiento de su industria cultural, este impulso fue apuntalado por la declaratoria del desarrollo cultural del país como política de Estado, la conformación del Ministerio de Cultura y Patrimonio, y la introducción del Sistema Nacional de Cultura y una declaratoria de una Revolución Cultural

y Social, bajo este enfoque estuvo alineado con el concepto de Buen Vivir, promovido por la Constitución Ecuatoriana de Montecristi de 2008, que valoriza la calidad de vida y el desarrollo humano basado en las capacidades y potencialidades de las personas.

Con la declaración de una Revolución Cultural y Social, se promueve la armonía en la diversidad, la descolonización y la promoción de los saberes propios, así como la asociación entre economía y cultura para impulsar las industrias culturales y creativas. En los últimos años, las instancias de los gobiernos han buscado dimensionar el impacto y aporte que tienen los sectores culturales hacia la sociedad, además de configurar políticas públicas que fortalezcan la producción y el fomento por parte del Estado. Flores y Cárdenas (2018), resaltan la importancia de las industrias culturales en el crecimiento económico del país, incluyendo actividades con todos los sectores que ha sido reconocidos como un motor dinamizador de la economía, estos sectores aportan valor productivo y generan riqueza simbólica intangible. Este reconocimiento ha llevado a una revalorización de estas industrias, situándolas como ejes centrales en políticas públicas enfocadas en el desarrollo económico, lo que sugiere la necesidad de revisar aspectos clave en la agenda nacional para promover el desarrollo de oportunidades en los ámbitos social y económico.

En el análisis realizado por los autores mencionados, destacan que las industrias culturales en el Ecuador han demostrado un aporte significativo a la economía del país, el mismo evidencia que hasta 2015, la contribución de la producción cultural al Producto Interno Bruto (PIB) fue del 1.99%, con un valor agregado cultural bruto que alcanzó el 1.36% del Valor Agregado Bruto Total con una tendencia creciente se evidencia que la tasa promedio interanual es del 7.1%, donde la producción de ocho segmentos culturales específicos registró una producción acumulada conjunta de 8.3242 millones de dólares, y el valor agregado atribuido a estas actividades ascendió a 5.4274 millones de dólares.

En términos de empleo, las actividades culturales y creativas representaron el 42% del total del empleo adecuado a nivel nacional, generando puestos de trabajo para más de 140.000 personas, aunque esta cifra ha disminuido desde 2007, cuando las actividades culturales captaron cerca del 6% de la Población Económicamente Activa (PEA) nacional, se destaca al subsector de diseño y artes aplicadas que constituyen alrededor de la mitad del valor económico total de las actividades culturales y creativas, destacándose también la inversión del sector público en el subsector del cine y el audiovisual. El sector editorial, entre 2010 y 2017, Ecuador registró más de 43.000 títulos, representando un promedio anual de 4.369 títulos registrados a través del ISBN. Este sector ha experimentado un crecimiento anual promedio del 2%, situando a Ecuador como el quinto mayor productor editorial en Sudamérica.

En cuanto al gasto público en cultura entre los años 2009 y 2018, se observa una disminución en el porcentaje del gasto público en cultura respecto al Presupuesto General del Estado, bajando de 0.53% en 2009 a 0.22% en 2017. A nivel de comercio internacional, se evidencia que las exportaciones culturales son superiores a las importaciones, destacando productos como papel, artesanías y pinturas; en los últimos cinco años, Ecuador ha exportado alrededor de 51 millones de dólares en bienes relacionados a la cultura (Flores & Cárdenas, 2018).

En tiempos actuales, la mayoría de los países han manifestado un creciente interés en cuantificar la contribución de las industrias culturales y el impacto económico de la cultura, esta tendencia se atribuye al crecimiento de los servicios en el Producto Interno Bruto (PIB) y al aumento del comercio de servicios a nivel global (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018). Como herramienta para evaluar la contribución de la cultura a las economías, se emplean las Cuentas Satélites de la Cultura, que países como Argentina, Chile, Costa Rica, Colombia y Ecuador. Bajo esta herramienta se comprende cómo se articulan y se interconectan los distintos sectores culturales en Ecuador y cómo cada uno contribuye al ciclo cultural completo, sin embargo, es importante destacar que la industria cultural ecuatoriana ha experimentado desafíos, particularmente en las últimas

décadas del siglo XX y los primeros años del siglo XXI, estos desafíos han tenido consecuencias directas en la interrelación de su cadena de valor, afectando especialmente las fases intermedias y finales de este ciclo (Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura, 2014).

Esto ha incidido en direccionar una mayor atención a la doble naturaleza cultural y económica a las llamadas industrias culturales y creativas por varias razones: su aporte al PIB nacional, creación de valor agregado, generación de fuentes de empleo directo e indirecto, producción, exportación e importación de bienes y servicios culturales, que las posicionan como un sector estratégico clave que vislumbra un gran potencial de crecimiento en los próximos años. (FuentesMoncada, Molina, & Rosero, 2013).

La implementación de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) ha sido un paso fundamental para comprender el impacto económico del sector cultural, este sistema de información económica ha permitido monitorear, evaluar y tomar decisiones basadas en la importancia económica del sector cultural. La CSC se ha utilizado para medir la contribución económica de los bienes y servicios culturales, así como de las actividades que los generan, estas han demostrado su importancia económica con una producción cultural que representó el 2.02% del PIB hasta 2014; además, el valor agregado cultural bruto alcanzó el 1.36% del Valor Agregado Bruto Total (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018).

En el Ecuador, la comprensión de los sectores culturales se basa en el concepto de cadena de valor, esencial para analizar y destacar los sectores más importantes en los ámbitos culturales, permitiendo priorizar y articular las fases del ciclo cultural que son clave para la producción, difusión y valorización de las expresiones y manifestaciones culturales, la cadena de valor en las industrias culturales ecuatorianas incluye la creación, que implica la invención, exploración y concepción de contenidos como la materia prima de la industria cultural, seguida por la producción, que se refiere a la reunión de elementos como suministros, equipamiento y equipo profesional necesarios para la materialización de expresiones culturales, la difusión es la etapa en la que

estas expresiones culturales llegan al público a través de las industrias masivas, la promoción incluye todas las actividades dirigidas al público para facilitar la comprensión de las expresiones culturales, utilizando estrategias de marketing para incrementar la audiencia, finalmente, el consumo y la participación se relacionan con el acceso a los productos culturales y la participación activa en las experiencias culturales.

La clasificación de sectores culturales es una cuestión en constante evolución y sujeto de discusión entre países que desean identificar y valorar los sectores creativos dentro de las industrias culturales y creativas. Organizaciones internacionales como la UNESCO, el BID y la UNCTAD han sugerido distintas categorizaciones y definiciones para estos ámbitos.

Figura 6: *Clasificación de los sectores culturales dentro de las industrias culturales y creativas*

Nota. Tomado de la *Guía Metodológica para la implementación de la Cuentas Satélites de Cultura en Iberoamérica*, 2017.



Siguiendo las directrices de la guía, se destaca que el diseño textil y el diseño de moda —incluyendo el diseño de indumentaria— se engloban dentro del sector de diseño, que se encuentra entre los once sectores culturales identificados, este reconocimiento del diseño como uno de los sectores culturales refuerza la relevancia de analizar su contribución desde una perspectiva estética y creativa, dando importancia a su impacto económico y su influencia en el desarrollo cultural y social de una nación.

Respecto a las cifras de exportación e importación en las industrias culturales y creativas, el diseño emerge como un segmento líder en el mercado global de bienes creativos. Entre 2002 y 2008, las exportaciones de estos bienes crecieron anualmente en un 12,5%, y los productos de diseño representaron el 41% en 2008 (ONU, 2010). De acuerdo con estas estadísticas, "las exportaciones totales de bienes culturales más que se duplicaron, pasando de 108.4 mil millones de dólares en 2004 a 212.8 mil millones en 2013" (UNESCO O. d., 2015). Un informe de la UNESCO en 2018 destaca que el éxito exportador está vinculado a las habilidades técnicas, financieras y de mercado de un país. Las naciones desarrolladas, con acuerdos comerciales ya consolidados, tienden a tener una ventaja, pues cumplen con requisitos técnicos y aprovechan los acuerdos de libre comercio (UNESCO O. d., 2018). Estas cifras, cuando se analizan en profundidad, ofrecen una perspectiva sobre la dinámica global del diseño de indumentaria, lo que puede reflejarse en contextos más locales.

El diseño emerge de la creatividad, manifestándose en productos y servicios con un contenido creativo que poseen un valor tanto cultural como económico, y que son susceptibles de comercializarse. Esta industria, según la PUCE (2016), engloba desde el trabajo artesanal hasta la manufactura y prestación de servicios en una cadena productiva. En cuanto a la cadena de valor del diseño y su representación en subsectores, el análisis de las respuestas de los emprendedores indica una proporción directa con su posición en la cadena. Se observa una concentración predominante en los sectores de diseño gráfico y textil.

El diseño evoluciona influenciado por múltiples factores, siendo la situación político-económica de un país uno de los más determinantes, su desarrollo se ha podido reflejar en el aporte al Producto Interno Bruto (PBI). Respecto a la distribución de productos culturales en el Ecuador, el 54.6% de los emprendimientos opera a través de un local propio, el 31.1% mediante ferias y el 18.3% a través de redes sociales; en el ámbito del diseño gráfico, se prioriza el uso de locales, internet y redes sociales; mientras que, en el diseño industrial, el énfasis recae en locales propios, ferias e internet. Para el diseño textil, la distribución en ferias es relevante, y en diseño de interiores, las redes sociales son tan relevantes como tener un espacio físico.

En los últimos años, la producción cultural ha experimentado un crecimiento constante con una tasa promedio anual del 9.3%, los ocho segmentos mencionados anteriormente lograron una producción conjunta de 8,056.700 millones de dólares en el período estudiado, generando un valor agregado de 5,266.7 millones de dólares, dada la significativa contribución económica y social de estos sectores, entidades como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, junto con otras instituciones públicas, han fortalecido su apoyo hacia los sectores vinculados a actividades culturales, estos sectores impulsan el emprendimiento en áreas culturales, generando un efecto positivo en la nación.

En relación con la participación de los segmentos culturales, el diseño ha sido especialmente notable, generando una producción acumulada de aproximadamente 4 mil millones de dólares y un valor agregado bruto cercano a los 2.9 mil millones, estas cifras indican un crecimiento sostenido del 5.4% y 5.2% respecto a 2014. Las políticas estatales han creado oportunidades, limitando importaciones y fomentando la demanda de servicios locales, lo que resulta en un panorama prometedor para el sector. Sin embargo, es importante reconocer que muchos emprendimientos aún enfrentan desafíos para su sostenibilidad, según la PUCE (2016).

Bajo este contexto, se ha generado una tendencia hacia la creación de productos de diseño firmados por autores reconocidos, lo que conduce a un

consumo más selectivo, estas producciones inician bajo la figura de emprendimientos culturales, para luego convertirse en marcas de diseño, estas iniciativas, a pesar de su naturaleza, no están limitadas a la hora de formar alianzas productivas con la industria y las instituciones públicas. Este tipo de producción se destaca en la ciudad de Cuenca, en la que prima la formación universitaria en diseño, el estatus de ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, la preservación de técnicas artesanales y ser la sede del Centro Interamericano de Artesanías y Arte Popular (CIDAP), profesión que desde sus inicios ha mantenido una relación estrecha con las artesanías, evidenciada en espacios que exhiben tanto tradiciones como innovaciones en diseño.

Desde el año 2016, Cuenca se sumó al programa *Ciudades Piloto*⁷, implementando la *Agenda 21 de la Cultura*⁸ y *Cultura 21 Acciones*⁹, para impulsar la cultura como motor de desarrollo sostenible, esto llevó a una revisión participativa de sus políticas culturales, culminando en el Plan Estratégico Cantonal de Cultura 2030, que promueve la integración, equidad y respeto medioambiental en el desarrollo urbano y turístico (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2016). Como parte de este impulso el Departamento de Cultura de Cuenca ha desarrollado la Cuenta Satélite de la Cultura, que destaca la contribución de los diferentes sectores culturales a la economía y cultura local, este informe abarca el consumo y producción cultural, e incluye inversiones públicas y privadas en el sector, así como indicadores de empleo y otros factores no monetarios (Tiempo E. , 2019).

Todas estas iniciativas han impulsado a los diferentes sectores culturales, en las cuales la profesión del diseño textil y de indumentaria, tradicionalmente vinculada a la industria textil, ha evolucionado significativamente, ganando reconocimiento dentro de las industrias culturales, este cambio implica una

⁷ Programa impulsado por la Comisión de Cultura de la asociación mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) que visibiliza la estrecha relación entre la cultura y desarrollo sostenible.

⁸ La Agenda 21 de la Cultura fue aprobada el 8 de mayo de 2004 en Barcelona (España) en el marco del IV Foro Universal de las Culturas. Este documento apuesta por establecer las bases de un compromiso de las ciudades y gobiernos locales para el desarrollo cultural. La organización mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) la adoptó como un instrumento de referencia para sus programas con el objetivo de que la cultura esté en el centro de sus procesos de desarrollo sostenible.

⁹ Cultura 21 Acciones fue aprobado en marzo de 2015 en Bilbao (España) en el marco de la primera Cumbre de Cultura de CGLU. Este documento renueva el compromiso de las ciudades y gobierno locales como complemento de la Agenda 21 de la Cultura por ser una herramienta aplicable que recoge 100 acciones puntuales divididas en 9 temáticas.

exploración más detallada de estos conceptos en el contexto cultural actual. Ante este desarrollo de los sectores culturales, especialmente del diseño, es necesario examinar cómo las estrategias gubernamentales promueven el diseño en sus agendas de desarrollo cultural y económico. Por esta razón este estudio se enfocará en analizar los cinco planes de gobierno del corpus, buscando entender sus propuestas y acciones a favor del diseño, con énfasis en diseño textil e indumentaria. Se pretende identificar iniciativas que fortalezcan las industrias culturales, considerando promoción, difusión y planificación.

3.1.4 Evaluación del Impacto de las Directrices Gubernamentales en el Desarrollo de las Industrias Creativas y Culturales de Ecuador (2007-2021) desde la Óptica de la Teoría de los Campos

Dentro de los esquemas estratégicos nacionales, los planes de gobierno de Ecuador juegan un papel decisivo en el impulso y la configuración de las industrias creativas y culturales. Las políticas y regulaciones que surgen de estos documentos estratégicos afectan de manera significativa el desarrollo de los sectores culturales, la conservación del patrimonio cultural y la promoción de la creatividad y la innovación; estas políticas gubernamentales pueden ser determinantes para potenciar o restringir la libertad de acción de estos sectores. Los siguientes apartados abordan la relevancia de estos planes en el apoyo y la consolidación de las industrias creativas y culturales en Ecuador; a través de la aplicación del conceptos desarrollados en la Teoría de los Campos a los programas gubernamentales seleccionados, el estudio busca ofrecer un panorama amplio y profundo sobre la interacción entre la gestión política y el florecimiento de las industrias creativas y culturales, que incluyen al sector cultural del diseño en el contexto ecuatoriano.

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Plan para la revolución ciudadana.

En el Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010) -enmarcado en la nueva Constitución ecuatoriana del 2008- se menciona al sector cultural dentro del objetivo 7: construir y fortalecer el espacio público y de encuentro común, el punto 7.3, titulado "Promocionar los derechos relacionados con el uso del espacio público", contiene como estrategia relacionada el número 3: "Promover inventarios y proporcionar apoyo estatal y privado a grupos que realicen actividades culturales y permitan la creación y consolidación de industrias culturales en el país" (SENPLADES, 2007, pág. 219), con apoyo tanto estatal como privado a grupos que realizan actividades culturales, reconoce y valora la posición de los sectores culturales dentro del campo; atribuyendo un valor y una posición especial a sus agentes.

En el numeral 3 bajo el título "Intervenciones y Políticas Actuales", se designa al Ministerio de Cultura y Patrimonio con el objetivo de invertir en el desarrollo de las industrias culturales y los procesos creativos, así como en la infraestructura y equipamiento cultural; así como la creación de una Agenda Cultural Concertada, un Observatorio Cultural y un programa de becas para apoyar a expresiones creativas (SENPLADES, 2007). Esta intención representa un esfuerzo tangible y concreto para ganar este capital y poder en el campo, asignando un presupuesto específico y designando responsabilidades claras, esta inversión monetaria refleja una manifestación del capital económico que el gobierno está dispuesto a inyectar en este campo, lo que también es una estrategia para aumentar su capital simbólico y su influencia en el diseño.

En este numeral se resalta también la intención del gobierno de establecer un fuerte capital simbólico en el campo de las industrias culturales, mediante la inversión en desarrollo, infraestructura, equipamiento y el fortalecimiento de los procesos creativos, el Estado busca posicionar a las industrias culturales, incluido el diseño, como campos legítimos y valiosos dentro de la sociedad ecuatoriana. La creación de una Agenda Cultural Concertada y un Observatorio Cultural instaure instrumentos que aseguran la legitimidad y continuidad del capital cultural en dicho campo, estos instrumentos funcionan como

herramientas que refuerzan el poder del Estado en la consolidación y supervisión del campo cultural.

Con esta planificación se establecieron objetivos, estrategias y metas para la provisión de bienes y servicios culturales del país, enmarcados en procesos de creación, producción, circulación y consumo. Por lo tanto, se decidió replantear el modelo de gestión del Ministerio de Cultura y Patrimonio para responder a este enfoque y a los temas relacionados con los emprendimientos y las industrias culturales, priorizando el trabajo en los sectores de cine y audiovisual, multimedia, diseño y artes aplicadas, editorial y fonográfico (Flores, y otros, 2018).

Ecuador inicia así una fase de revitalización y fortalecimiento de su industria cultural. Este renacimiento fue respaldado principalmente por: la proclamación del desarrollo cultural como política estatal, la asignación del Ministerio de Cultura y Patrimonio con unidades en todas las provincias del país, y la implementación del Sistema Nacional de Cultura con su reconocida dirección (Sylva, 2011). Estas acciones buscaron aumentar su capital simbólico, legitimidad y poder en la sociedad, así como su fomento a la producción nacional de otros sectores productivos.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013

En este Plan de Desarrollo no se hace mención del fomento de las industrias culturales.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017

La planificación con la declaratoria de una Revolución Cultural en el Ecuador centró su atención en el fortalecimiento de las industrias culturales y se establecieron dos objetivos con veinte políticas públicas para apoyar a los sectores culturales, esta planificación se basó en el mandato constituyente, que abordó la cultura en dos áreas principales: los principios y derechos culturales,

y el Sistema Nacional de Cultura, con el propósito de garantizar la vigencia de estos derechos. Esta visión de la cultura como un proceso social dinámico, capaz de generar nuevos contenidos y modificar el conocimiento acumulado por la sociedad, transformó a los ciudadanos comunes, las comunidades indígenas y las expresiones culturales contemporáneas en sujetos de derechos culturales, rompiendo con la concepción de "civilización", adoctrinamiento y dominación colonial (SENPLADES, 2013).

Esta planificación revela cómo se estructuran los sectores culturales, lo que evidencia la existencia de un campo cultural diferenciado en torno a la cultura y la creatividad, con un énfasis en la interculturalidad. La Revolución Cultural en Ecuador promovió la participación y diversidad de expresiones en la sociedad, tanto en espacios físicos como mediáticos y simbólicos, con el respaldo de la Constitución del país, la cultura se promueve de una forma democrática e intercultural, reconociendo el derecho a la creatividad y la participación en actividades culturales y artísticas. El Estado tiene la responsabilidad de garantizar condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad, incluyendo la protección y promoción de elementos culturales y patrimonio a través de políticas de investigación y apoyo a instituciones culturales (SENPLADES, 2007). Esta revolución representó un cambio en el poder dentro de los sectores culturales al romper con la concepción de "civilización" y otorgar poder a grupos antes marginados, como las comunidades indígenas y las expresiones culturales contemporáneas, lo que implicó un cambio en la distribución del poder simbólico en el campo, lo que a su vez influyó en la consolidación del campo profesional del diseño.

Dentro de este plan, el Objetivo 7 tuvo como objetivo crear espacios de encuentro y fortalecer la identidad nacional, diversa e intercultural; para lograrlo, se propusieron estrategias como la preservación del patrimonio y las memorias, el apoyo a industrias culturales inclusivas y la democratización de los medios de comunicación y espacios públicos, estas acciones buscaron promover la interculturalidad de manera integral en la política pública y en la integración regional (SENPLADES, 2007). Este objetivo contribuyó a la

consolidación del campo del diseño que fomentaron el crecimiento y reconocimiento de este campo en el contexto nacional.

La política 7.3 encargada de “promocionar los derechos relacionados con el uso del espacio público en la cual, como parte de las estrategias puntuales”, se menciona a la “promoción de inventarios y apoyo estatal y privado a grupos que realizan actividades culturales y que permiten la creación y consolidación de industrias culturales en el país” (SENPLADES, 2007, pág. 183), mismas que se fortalecen con la declaración de una revolución cultural, mediante la cual se creó el Sistema de Información Cultural, para el cual se desarrolló un Registro Único de Agentes Culturales, con un Subsistema de Administración de Proyectos Culturales, un Subsistema de Incentivos Ciudadanos para la Cultura, un Atlas Musical y Sonoro del Ecuador y un Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural del Ecuador. No obstante, estos sistemas todavía no cuentan con indicadores culturales que permitan medir el impacto de la política cultural del país y el cumplimiento de los objetivos nacionales relacionados (SENPLADES, 2013).

Dentro de las políticas y lineamientos estratégicos para el cumplimiento de este Plan Nacional de Desarrollo, en el punto 5.4 y 5.6 se especifican los lineamientos específicos para el fomento y desarrollo de las industrias culturales.

5.4. Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva

a. Definir los bienes y servicios culturales estratégicos y promover su circulación, en el marco de la integración regional.

b. Generar mecanismos de información e investigación sectorial vinculados con las industrias culturales y creativas, la economía de la cultura y otros ámbitos de información que visibilicen el aporte económico de la cultura a nivel nacional.

c. Establecer mecanismos de comparación con sistemas económicos y culturales de información regional y global.

d. Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e

industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.

e. Coordinar acciones interinstitucionales que garanticen la aplicación de regulaciones necesarias para el fomento de emprendimientos e industrias en los sectores de cine y audiovisual, fonográfico, editorial, multimedia, diseño, artes aplicadas y artesanía.

f. Establecer mecanismos de incentivos fiscales que promuevan actividades artísticas y culturales del talento nacional.

g. Incentivar y recuperar la producción local de instrumentos y otros insumos para la creación artística.

h. Generar servicios financieros y transaccionales específicos para el apoyo a la creación cultural y artística.

i. Rescatar e impulsar la valoración, la apropiación y el uso de contenidos simbólicos provenientes de las nacionalidades y pueblos en las industrias culturales y creativas.

j. Fortalecer la institucionalidad pública para articular dinámicamente la formación cultural y artística, en todos sus niveles, con el sector productivo.

k. Incentivar formas de organización económica y solidaria en los emprendimientos e industrias culturales y creativas.

l. Promover la innovación tecnológica y la modernización de emprendimientos e industrias culturales y creativas en los eslabones prioritarios de la cadena productiva.

m. Estimular mecanismos de digitalización de bienes culturales y crear plataformas nacionales para la circulación, difusión, comercialización, promoción y exhibición en línea.

n. Fomentar economías de escala mediante la articulación de redes, puntos de encuentro y trabajo asociativo entre los diversos agentes de la cadena productiva y los organismos públicos y privados vinculados al sector de emprendimientos e industrias culturales y creativas.

o. Actualizar, proponer y aplicar instrumentos regulatorios que favorezcan la protección de derechos de autor, de comunidades y derechos conexos.

p. Incorporar los patrimonios a la cadena de valor del turismo.

q. Articular a las poblaciones y los agentes locales a la gestión del patrimonio en la industria turística, con énfasis en la economía popular y solidaria.

r. Impulsar la modernización de la Empresa de Ferrocarriles y la rehabilitación integral del sistema ferroviario ecuatoriano, para el fomento de la actividad turística.

s. Potenciar la contribución de la red ferroviaria patrimonial de uso turístico al bienestar económico de pueblos y comunidades asociadas a la gestión integral de los patrimonios.

t. Generar mecanismos que permitan visibilizar el aporte de los usos de los patrimonios a la economía nacional.

5.6. Promover la integración intercultural en los procesos contrahegemónicos de integración regional

e. Construir redes de circulación de expresiones y contenidos culturales diversos y críticos de las industrias y emprendimientos culturales y creativos, con énfasis en la ALBA y la Unasur (SENPLADES, 2013, págs. 192-193).

Estos lineamientos establecen la estructura del campo del diseño, al reconocer la importancia de las industrias culturales y creativas, destacando su contribución a la transformación económica del país, lo que evidencia que existe un espacio específico y diferenciado para las actividades relacionadas con el diseño en el ámbito cultural; en el mismo, se mencionan varias formas de capital presentes en el campo del diseño, como el capital cultural al enfatizar la importancia de la investigación sectorial y la formación cultural y artística; también se alude al capital económico a través de los incentivos fiscales para actividades artísticas y la promoción de la producción local; y, se destaca el capital simbólico al mencionar la valoración de contenidos culturales de las nacionalidades y pueblos.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021

A lo largo de los años, los planes de gobierno han buscado mejorar la calidad de vida de la población de Ecuador, promoviendo el desarrollo humano sostenible, la igualdad de género, la educación, la salud y el bienestar, el

medio ambiente y el desarrollo sostenible, así como el desarrollo de las industrias culturales. Para lograr esto, se ha reforzado la infraestructura, creado incentivos para el desarrollo de las industrias culturales, actualizado la comunicación, fomentado la cultura de la legalidad, garantizado el acceso a productos y servicios de calidad a precios asequibles, involucrando a todos los sectores de la sociedad en el desarrollo de una economía diversificada y resiliente.

También en el Objetivo 9 se propuso garantizar la soberanía y la paz, así como posicionar estratégicamente al Ecuador en la región y el mundo, lo que implicó una inserción activa en el orden internacional, especialmente con América Latina y el Caribe, esto constituyó un objetivo estratégico del Estado ecuatoriano que incluyó el respeto de los Estados y su autodeterminación en materia económica, financiera, alimentaria, cultural y ambiental (SENPLADES, 2017). Este objetivo destaca la importancia del reconocimiento del Ecuador en el ámbito internacional, lo que implica que el campo del diseño en el país no se limita a las fronteras nacionales, su dimensión es global; el poder en este contexto se relaciona con la capacidad de posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo, lo que involucra cuestiones económicas, culturales y ambientales, se resalta se resalta el capital cultural en términos de la autodeterminación en asuntos culturales.

Para el cumplimiento del Objetivo 9, se desarrollaron seis políticas, siendo la número cuatro la que integra a las industrias culturales:

9.4. Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural (SENPLADES, 2017, pág. 95).

Esta política específica integra a las industrias culturales en el contexto del desarrollo turístico y la generación de divisas y empleo, dentro de esta el poder se manifiesta a través de la formulación y aplicación de políticas que promueven las industrias culturales como una fuente económica importante;

tanto el capital económico, como el cultural son claves aquí, ya que se busca generar divisas y empleo a través de la cultura y el turismo.

Los responsables de dar cumplimiento a los objetivos y políticas fueron: el Consejo Sectorial de la Política Exterior y Promoción, el Consejo Sectorial de la Producción, el Consejo Sectorial de lo Social y el Consejo Sectorial de Hábitat y Ambiente, para lo cual se contó con un Acuerdo Nacional por el Empleo, Inversión Productiva, Innovación y la Inclusión, y otro Acuerdo de Reverdecer el País, se enmarca dentro del eje de la Producción, se ubica en la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo, y la Revolución Ecológica, se tiene como observación el Desarrollo y fortalecimiento del sector turístico generando nuevas plazas de trabajo, este también tiene que ver con el eje social (SENPLADES, 2017).

Con el planteamiento de estos objetivos se refleja la estructura institucional del campo, donde el poder se distribuye entre estos consejos sectoriales, que tienen la responsabilidad de llevar a cabo políticas específicas en sus respectivos ámbitos; se destacan el capital político y el capital económico en la ejecución de políticas que afectan al campo del diseño y el turismo. La distribución del poder y la dirección del campo pueden verse influenciadas por la implementación de estas políticas y la participación de diversos agentes, desde el gobierno hasta la sociedad civil.

Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021

Al igual que la planificación anterior, las industrias culturales se enmarcan en el Objetivo 9: “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo”; para ello, se plantean propuestas para la protección del patrimonio natural y cultural, la promoción de la identidad y cultura ecuatoriana y la promoción de mercados internacionales para la exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales; asimismo, se busca el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, así como la vinculación de los saberes y conocimientos

de las comunidades en los procesos turísticos, y la promoción de industrias culturales (SENPLADES, 2017). Este objetivo que se centra en la soberanía, la paz y la proyección internacional del país, sugiere que el campo del diseño, en este caso, el sector cultural del diseño, se integra en un marco más amplio de políticas relacionadas con la cultura y la identidad; el poder en este contexto se relaciona con la capacidad de influir en políticas que promueven la cultura ecuatoriana, la identidad y las industrias culturales. Los agentes que basan su producción de diseño en esta política generan poder en el campo del diseño cultural, sus productos adquieren capital cultural y simbólico, con la promoción de la cultura y el fortalecimiento de la identidad nacional.

Con el mismo planteamiento del plan anterior se desarrollaron seis políticas para dar cumplimiento al Objetivo 9, siendo la número cuatro la que integra a las industrias culturales.

9.4. Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural (SENPLADES, 2017, pág. 106).

El mantener este objetivo, indica que el diseño, incluido el diseño textil e indumentaria, es una parte integral de las estrategias para posicionar al país internacionalmente; aquí el poder se relaciona con la capacidad de promover el turismo y las industrias culturales como generadoras de divisas y empleo. La promoción de la cultura, la identidad y las industrias culturales son parte integral de la estrategia para posicionar al país a nivel internacional, lo que a su vez impacta en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

Análisis integral del fomento hacia las industrias culturales desde los planes de gobierno

Las políticas contribuyen a la consolidación de un campo, en este análisis se evidencia como la planificación influyó de manera significativa en la consolidación del campo profesional del diseño y en específico del diseño textil e indumentaria al posicionarlo como una parte fundamental de las estrategias para proyectar la cultura y la identidad ecuatoriana a nivel internacional. En este contexto, el poder se relaciona con la capacidad de influir en políticas que promueven la cultura y la identidad nacionales, así como en la exportación de productos culturales. Las formas de capital cultural y simbólico se proyectan en la producción nacional, la generación de divisas y empleo a través del turismo y las industrias culturales.

En el gráfico presentado a continuación se evidencia el esfuerzo establecido en los planes de los gobiernos entre 2007 y 2021 para fortalecer las industrias culturales, la tabla muestra cómo las políticas públicas del Ecuador han contribuido a la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria y como estas políticas han ayudado a fortalecer la estructura del campo, redistribuir el poder en el campo e incrementar el capital simbólico del campo.

Tabla 11: *Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a las industrias culturales en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana y su influencia en el campo profesional de DTel*

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en el campo
Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010. Planificación para la revolución ciudadana	Inversiones y subsidios	El gobierno ecuatoriano destinó recursos significativos al desarrollo de las Industrias culturales, lo que implica inversiones sustanciales en infraestructura, equipamiento y apoyo financiero a expresiones creativas. Estos subsidios buscan fortalecer el campo del diseño cultural y aumentar su capital simbólico.	El gobierno ecuatoriano ha destinado recursos financieros para apoyar el desarrollo de la industria textil e indumentaria. Estos recursos se han utilizado para financiar programas de inversión en infraestructura, equipamiento y apoyo financiero a microempresas.

	Formación y capacitación	Se menciona la creación de un programa de becas para apoyar expresiones creativas, lo que indica un enfoque en la formación y capacitación de profesionales para los sectores culturales del diseño.	El gobierno ecuatoriano ha creado programas de formación y capacitación para diseñadores textiles e indumentaria. Estos programas buscan aumentar el capital cultural de los diseñadores y mejorar su capacidad de competir en el mercado.
	Políticas Públicas y Observatorio Cultural	La propuesta de una "Agenda Cultural Concertada" y un "Observatorio Cultural" refleja la implementación de políticas públicas para supervisar y orientar el campo del diseño cultural. Estos instrumentos tienen como objetivo aumentar la legitimidad del campo y consolidar su posición en la sociedad.	El gobierno ecuatoriano ha creado políticas públicas para el desarrollo del diseño textil e indumentaria. Estas políticas buscan aumentar la visibilidad y el reconocimiento del diseño ecuatoriano.
	Políticas de Exportación	Se hace referencia a la promoción de mercados internacionales para la exportación de productos culturales y patrimoniales. Esto indica una estrategia para posicionar el diseño textil e indumentaria ecuatoriano en el mercado Internacional.	El gobierno ecuatoriano ha promovido la exportación de productos textiles e indumentaria ecuatorianos. Estas acciones buscan aumentar la participación de los diseñadores ecuatorianos en el mercado internacional.
	Alianzas y Colaboraciones	La colaboración con organizaciones internacionales, universidades y el sector privado muestra cómo el gobierno busca establecer alianzas estratégicas para fortalecer el campo del diseño y aprovechar su potencial.	El gobierno ecuatoriano ha colaborado con organizaciones internacionales, universidades y el sector privado para el desarrollo del diseño textil e indumentaria. Estas alianzas buscan aumentar el capital social del campo y mejorar su capacidad de innovación.
	Programas de Formación y Certificación	La mención de programas de formación, talleres, seminarios y programas de certificación resalta la importancia de la educación y la capacitación en el campo del diseño cultural.	El gobierno ecuatoriano ha implementado programas de formación y certificación para diseñadores textiles e indumentaria. Estos programas buscan aumentar el capital cultural de los diseñadores y mejorar su capacidad de competir en el mercado.

Créditos de Bajo Interés y Financiamiento de Proyectos	La asignación de un presupuesto específico para proyectos culturales, así como la referencia a créditos de bajo interés, indica la voluntad del gobierno de proporcionar recursos financieros para el desarrollo de proyectos en el campo del diseño cultural.	El gobierno ecuatoriano ha proporcionado recursos financieros para el desarrollo de proyectos en el campo del diseño textil e indumentaria. Estas acciones buscan aumentar la capacidad de innovación del campo y mejorar su competitividad.

Tabla 12: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a las industrias culturales en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Todo el mundo mejor y su influencia en el campo profesional de DTel

Medida / programa / plan / política		Incentivo	Influencia en el campo
Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017. Todo un mundo mejor	Programa Hilando el Desarrollo	Se implementó un programa de apoyo a la microempresa textil e indumentaria, con el objetivo de generar empleo y apoyar a la Economía Popular y Solidaria.	El programa brindó apoyo financiero y técnico a microempresas textiles e indumentaria, lo que ayudó a crear miles de nuevos empleos y a fortalecer la cadena de valor de la industria textil ecuatoriana.
	Mesas sectoriales	Se creó mesas sectoriales para la participación de diversos agentes, incluyendo el sector textil.	Las mesas sectoriales permitieron la participación de agentes públicos, privados y sociales en la toma de decisiones sobre el desarrollo del sector textil.
	Facilidad de créditos para microempresas	Se facilitó el acceso a créditos para microempresas textiles e indumentaria.	Esta medida ayudó a las microempresas a financiar sus actividades productivas, lo que contribuyó a su crecimiento y consolidación.
	Contratación estatal	Se contrató a microempresas textiles e indumentaria para la producción de bienes y servicios.	Esta medida ayudó a las microempresas a acceder a nuevos mercados y a generar mayores ingresos.
	Proyecto Feria Inclusiva	Feria inclusiva para la promoción de productos y servicios de la Economía Popular y Solidaria, incluyendo el sector textil.	La feria permitió a las empresas de la EPS mostrar sus productos a un público más amplio, lo que contribuyó a su visibilidad y reconocimiento.
	Inclusión de diseñadores en la producción	Se promovió la inclusión de diseñadores en la producción textil e indumentaria.	Esta medida mejoró la calidad de los productos textiles e indumentaria ecuatorianos y a aumentar su reconocimiento internacional.

	Nueva Constitución Política de la República del Ecuador	La nueva Constitución Política de la República del Ecuador reconoce la importancia de las industrias culturales y creativas, incluyendo el diseño textil e indumentaria.	Este reconocimiento impulsó el desarrollo del diseño textil e indumentaria en Ecuador.
	Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano	Se estableció una política de transformación de la matriz productiva, que incluye el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas.	Esta política aumentó el apoyo del gobierno al diseño textil e indumentaria.
	Políticas de Fomento y Diversificación	Se implementó políticas de fomento y diversificación de la industria textil e indumentaria.	Estas políticas aumentaron la competitividad de la industria textil e indumentaria ecuatoriana.
	Formación y capacitación	Se creó programas de formación y capacitación para diseñadores textiles e indumentaria.	Estos programas incrementaron el capital cultural de los diseñadores y mejorar su capacidad de competir en el mercado.
	Incentivos Económicos	El gobierno ecuatoriano otorgó incentivos económicos a la industria textil e indumentaria.	Estos incentivos promovieron la inversión y la innovación en el sector textil.
	Infraestructura y Modernización	El gobierno ecuatoriano invirtió en infraestructura y modernización de la industria textil e indumentaria.	Estas inversiones mejoraron la productividad y competitividad del sector textil.

Tabla 13: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a las industrias culturales en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida mejor y su influencia en el campo profesional de DTel

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en el campo
Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Planificamos para toda una vida	Desarrollo Humano Sostenible	Enfoques en mejorar la calidad de vida de la población, incluyendo posibles inversiones en diseño textil e indumentaria para generar empleo y bienestar.	Esta medida elevó el nivel de vida de la población y puede incluir inversiones en la industria textil para crear empleo y mejorar el bienestar económico.
	Infraestructura y Modernización	Se resalta el fortalecimiento de la infraestructura, lo que podría incluir inversiones en instalaciones relacionadas con la industria textil.	Mejoras en fábricas, tecnología y logística en la industria textil para aumentar su eficiencia y capacidad de producción.

Incentivos para Industrias Culturales	Se menciona la creación de incentivos para el desarrollo de las industrias culturales, lo que podría incluir subsidios o beneficios fiscales para empresas de diseño textil.	Diseñadores y empresas de diseño textil pueden beneficiarse de incentivos que fomenten la creatividad y la producción en esta área.
Cultura de la Legalidad	Se destaca la promoción de la cultura de la legalidad, lo que podría influir en la protección de los derechos de autor y la propiedad intelectual en el campo del diseño.	La promoción de una cultura de respeto por los derechos de autor puede ser crítica para proteger la propiedad intelectual en el diseño textil.
Acceso a Productos y Servicios de Calidad	Se menciona la garantía de acceso a productos y servicios de calidad a precios asequibles, lo que puede ser relevante para los consumidores de productos de diseño textil.	Los consumidores de productos de diseño textil pueden beneficiarse de precios más accesibles y productos de alta calidad, impulsando la demanda.
Involucramiento de la Sociedad	Se señala que se involucra a todos los sectores de la sociedad en el desarrollo de una economía diversificada y resiliente, lo que puede incluir la colaboración entre diseñadores, empresas y organizaciones civiles.	Los diseñadores y empresas de diseño textil pueden colaborar con organizaciones civiles y otros sectores para impulsar la diversidad y la resiliencia económica.
Inserción Internacional	Se enfatiza la inserción activa de Ecuador en el ámbito internacional, sugiriendo que las exportaciones de productos textiles pueden ser una parte importante de la estrategia económica.	Oportunidades de exportación y promoción internacional para expandir su alcance y ventas.
Turismo y Cultura	Se destaca la promoción del turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, relacionando esto con la protección del patrimonio natural y cultural.	El diseño textil puede ser parte integral de la experiencia turística, ofreciendo productos relacionados con la cultura y el patrimonio nacional.
Responsables de la Implementación	Se mencionan los consejos sectoriales responsables de implementar estas políticas, reflejando la estructura institucional que afecta al campo del diseño.	Estos consejos pueden influir en la dirección y la ejecución de políticas relacionadas con el diseño textil y la industria de la moda en el país.

	Acuerdos Nacionales	Se hacen referencia a acuerdos nacionales relacionados con el empleo, inversión productiva, innovación e inclusión, así como al acuerdo de reverdecir el país.	Estos acuerdos nacionales pueden influir en la orientación y las prioridades del campo del diseño textil y la industria de la moda en el contexto nacional.

Tabla 14: *Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a las industrias culturales en el Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021. y su influencia en el campo profesional de DTel*

	Medida / programa / plan / política	Incentivo	Influencia en el campo
Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021	Objetivo 9: Garantizar Soberanía y Paz	Este objetivo se enfoca en la proyección internacional de Ecuador y la protección de su patrimonio natural y cultural. Las industrias culturales, que pueden incluir el diseño textil e indumentaria, se consideran un elemento clave para el logro de este objetivo.	La proyección internacional de Ecuador y la protección del patrimonio natural y cultural implican un interés en las industrias culturales, incluido el diseño textil, como parte de la identidad nacional y la economía. Esto puede influir en políticas que promuevan y protejan estas industrias.
	Promoción de Identidad y Cultura Nacional	Se destaca la promoción de la identidad y la cultura ecuatoriana, lo que sugiere un interés en preservar y promover las manifestaciones culturales del país. Esto puede incluir el diseño tradicional y contemporáneo como parte de la cultura.	La promoción de la identidad y la cultura nacional puede ser una oportunidad para impulsar el diseño textil y la moda ecuatoriana, ya que estos elementos son expresiones culturales significativas. Esto podría traducirse en apoyo a diseñadores locales y la preservación de técnicas y diseños tradicionales.
	Exportación de Productos Culturales	Se menciona la promoción de mercados internacionales para la exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales. Esto puede incluir productos de diseño textil y moda como parte de la oferta cultural exportable.	El diseño textil y la moda pueden contribuir a la oferta cultural exportable de Ecuador. Esto podría influir en estrategias para impulsar la exportación de productos de diseño, lo que a su vez puede beneficiar a diseñadores y empresas del sector.

	Turismo y Cultura	Se enfatiza el desarrollo de la oferta turística nacional y el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo. Además, se menciona la vinculación de los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos, lo que puede estar relacionado con la promoción de la cultura y el diseño local.	La promoción del turismo receptivo y la vinculación de comunidades en procesos turísticos pueden ser oportunidades para destacar el diseño local y las expresiones culturales a través de productos textiles y de moda. Esto podría impulsar la colaboración entre diseñadores y comunidades locales.
	Protección del Patrimonio	Se hace referencia a la protección del patrimonio natural y cultural como parte de la estrategia. Esto puede influir en la preservación de técnicas y diseños tradicionales en la industria textil.	La protección del patrimonio cultural puede ser relevante para el diseño textil, ya que puede implicar la preservación de técnicas y diseños tradicionales. Esto podría influir en políticas que promuevan y protejan el patrimonio textil y fomenten su inclusión en la industria.
	Consolidación de las Industrias Culturales	La política 9.4 busca posicionar a Ecuador como un país megadiverso e intercultural, desarrollando y fortaleciendo las industrias culturales. Esto sugiere que se promueve la consolidación y el crecimiento de las industrias culturales, lo que podría beneficiar al campo del diseño textil e indumentaria.	El énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de las industrias culturales puede ser positivo para el campo del diseño textil e indumentaria, ya que puede aumentar su relevancia y apoyo gubernamental. Esto podría influir en estrategias para promover el crecimiento de esta industria.
	Generación de Empleo y Divisas	Se destaca que el turismo receptivo y las industrias culturales se consideran fuentes generadoras de divisas y empleo. Esto podría influir en la inversión y la capacitación en el campo del diseño para aprovechar estas oportunidades.	La generación de empleo y divisas a través del turismo y las industrias culturales puede motivar la inversión en el diseño textil y la moda. Esto podría llevar a programas de formación y desarrollo que fortalezcan la industria y generen empleo en este campo.

Las políticas públicas del Ecuador han tenido una influencia significativa en el desarrollo del campo profesional del diseño textil e indumentaria, con las

iniciativas de apoyo a la microempresa, la promoción de exportaciones y la inclusión de diseñadores en la producción han contribuido a fortalecer el campo y a aumentar la participación de los diseñadores en la economía. A continuación, se presenta un análisis integral, donde se destacan estrategias relevantes en la estructura del campo profesional de DTel.

Análisis integral del fomento hacia el campo profesional de DTel desde los planes de gobierno

Este análisis se realiza a partir de los conceptos expuestos en el marco teórico sobre la Teoría de los Campos, con el propósito de identificar a los agentes, las formas de capital, las luchas de poder y otros aspectos que permitan visualizar la conformación del campo profesional del diseño textil y de indumentaria en relación con el desarrollo de la industria textil ecuatoriana.

Tabla 15: Síntesis de las medidas, programas, planes o políticas desarrollados mediante un incentivo a las industrias culturales en el Plan Nacional de Desarrollo. Toda una vida 2017 – 2021 y su influencia en el campo profesional de DTel.

Planes de Gobierno del Ecuador 2007 - 2021				
Plan Nacional de Desarrollo	Plan Nacional para el Buen Vivir	Buen Vivir. Plan Nacional Todo el mundo mejor	Plan Nacional para el Buen Vivir. Planificamos para toda la vida	Toda una vida. Plan Nacional de Desarrollo
2007 - 2010	2009 - 2013	2013 - 2017	2017 - 2021	2017 - 2021
2008	2009	2013	2017	2018
Nueva Constitución ecuatoriana de 2008				
2007	2009	2013	2017	2018
Objetivo 7: Fortalecer el espacio público y promover los derechos culturales		Facilidad de créditos para microempresas	Desarrollo Humano Sostenible Infraestructura y Modernización Incentivos para Industrias Culturales	Objetivo 9: Garantizar Soberanía y Paz Promoción de Identidad y Cultura Nacional

2007	2010	2013	2017	2018
Estrategia 7.3: Promoción de inventarios y el apoyo estatal y privado a grupos que realizan actividades culturales		Contratación estatal Proyecto Feria Inclusiva Inclusión de diseñadores en la producción	Cultura de la Legalidad Acceso a Productos y Servicios de Calidad Involucramiento de la Sociedad	Exportación de Productos Culturales Turismo y Cultura
2007	2011	2013	2017	2018
Créditos de Bajo Interés y Financiamiento de Proyectos		Nueva Constitución Política de la República del Ecuador Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano Políticas de Fomento y Diversificación	Inserción Internacional Turismo y Cultura	Protección del Patrimonio Consolidación de las Industrias Culturales
2008	2012	2013	2017	2018
		Formación y capacitación Incentivos Económicos Infraestructura y Modernización	Responsables de la Implementación Acuerdos Nacionales	Generación de Empleo y Divisas

Al explorar la estructura, el juego de poder que lo atraviesa y las diversas formas de capital que moldean la trayectoria del campo, con un enfoque particular en el diseño textil e indumentaria, donde las políticas gubernamentales, la inversión estatal y las estrategias de desarrollo cultural han influido en la consolidación de este campo profesional en Ecuador. Iniciamos con el Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010), en un contexto marcado por la nueva Constitución ecuatoriana de 2008. En este escenario, el sector cultural emerge en el Objetivo 7, que busca fortalecer el espacio público y promover los derechos culturales, donde el centro de esta política se encuentra el impulso a las industrias culturales, donde el sector del diseño desempeña un papel destacado.

La estrategia 7.3 de esta política plantea la promoción de inventarios y el apoyo estatal y privado a grupos que realizan actividades culturales. Aquí, la estructura del campo comienza a tomar forma, con el Estado y el sector privado que se unen para respaldar a agentes culturales y creativos, otorgándoles valor y posición en el campo, este es el comienzo de la acumulación de capital

simbólico, un reconocimiento oficial de la importancia del diseño textil y de indumentaria en la sociedad ecuatoriana.

El primer Plan analizado también propone una revisión del modelo de gestión del Ministerio de Cultura y Patrimonio. Este replanteamiento es esencial para focalizar el trabajo en cinco sectores específicos, entre ellos, el diseño y las artes aplicadas. Aquí, el campo se fragmenta en nichos más específicos, cada uno con sus propias dinámicas de poder y capital, donde el diseño textil e indumentaria se convierte en un subcampo dentro del campo cultural más amplio.

El gobierno canaliza recursos sustanciales en el proyecto "Fomento y promoción de industrias culturales y procesos creativos", con este punto de inflexión en la narrativa, se asigna un presupuesto específico de \$23.600 para un período de cuatro años, destinado a respaldar las industrias culturales y el desarrollo creativo, este flujo de capital económico es un símbolo tangible de la inversión estatal en el campo del diseño; además, se introducen herramientas como la Agenda Cultural Concertada y el Observatorio Cultural, que se traducen como instrumentos que tienen la tarea de consolidar y supervisar el campo. Aquí, el Estado ejerce su poder para dar forma y legitimidad al campo del diseño, construyendo su capital simbólico y político. Se concluye con el inicio de una nueva fase en Ecuador, caracterizada por la revitalización y el fortalecimiento de su industria cultural, este renacimiento se respalda con políticas que asignan recursos y estrategias que consolidan el poder del Estado en el campo del diseño textil e indumentaria. El capital simbólico y económico acumulado a lo largo de esta narrativa influye en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria, dándole un lugar sólido en el escenario cultural de Ecuador.

En el tercer plan sobre la planificación durante la Revolución Cultural en Ecuador se revela cómo se estructura el campo del diseño en general, este se distingue como un espacio diferenciado dentro del ámbito cultural más amplio; las políticas públicas y estrategias adoptadas durante la Revolución Cultural demuestran la existencia de un campo cultural específico, con sus propias

reglas y dinámicas, estas políticas tenían como objetivo apoyar los sectores culturales, reconociendo su valor y contribución a la sociedad. Un cambio significativo ocurrió en la distribución del poder en el campo del diseño textil y de indumentaria, antes de la Revolución Cultural, los grupos marginados, como las comunidades indígenas y las expresiones culturales contemporáneas, tenían poco poder en este campo; sin embargo, con esta Revolución, se les otorgó reconocimiento y voz, alterando la dinámica de poder y permitiéndoles influir en el desarrollo del campo.

Varias formas de capital jugaron un papel decisivo en este proceso, el capital cultural se fomentó a través de la investigación y la educación en el sector, mientras que el capital económico se impulsó mediante incentivos fiscales y la promoción de la producción local; además, el capital simbólico adquirió importancia al valorar y respetar las tradiciones culturales de las nacionalidades y pueblos indígenas. La estructuración del campo profesional del diseño textil y de indumentaria fue un resultado directo de estas políticas, al establecer acciones concretas que promovieron la diversidad cultural, financiamiento específico, digitalización de bienes culturales y protección de derechos de autor; estas medidas aumentaron la legitimidad y visibilidad del campo, atrayendo a más profesionales y recursos hacia él.

La integración regional fue otro aspecto clave, con un enfoque en la interculturalidad y la creación de redes para la circulación de expresiones culturales que enfatizó la importancia económica y cultural del diseño textil y de indumentaria en la región. Este enfoque ayudó a transformar la economía del país, integrando al diseño en un contexto más amplio de desarrollo cultural y económico; este período fue determinante para la redistribución del poder simbólico dentro del campo, donde comunidades y expresiones culturales antes marginadas, especialmente las indígenas y contemporáneas, ganaron reconocimiento y legitimidad; este cambio alternó la dinámica de poder existente, lo que permitió a estos grupos influir de manera más significativa en el desarrollo del campo.

El apoyo financiero, la protección de los derechos de autor, el fortalecimiento de la infraestructura y la protección legal influyeron en la estructura del campo; estas medidas proporcionaron un entorno más propicio para el desarrollo y crecimiento profesional en el diseño; además, la focalización en la economía cultural, destacando la importancia de la integración intercultural y la creación de redes para la circulación de expresiones culturales, posicionó al diseño textil e indumentaria como un sector estratégico en la transformación económica del país. Estas medidas implementadas durante la Revolución Cultural contribuyeron a la reconfiguración del campo profesional del diseño, con la redistribución del poder simbólico, la legitimación del campo, la promoción de la diversidad cultural, el apoyo financiero y la protección legal, así como el enfoque en la economía cultural, fueron fundamentales en su consolidación y fortalecimiento; bajo este panorama el campo profesional del diseño se convirtió así en un ámbito más atractivo y relevante en la sociedad ecuatoriana.

Las medidas y políticas gubernamentales establecidas en el cuarto plan analizado para el desarrollo del Ecuador influyeron en la estructura del campo, al redistribuir el poder, fomentar diversas formas de capital y aumentar su legitimidad y reconocimiento. Estas políticas han potenciado el desarrollo del diseño en el país, fortaleciendo su posición tanto a nivel nacional como internacional.

La consolidación y expansión del campo del diseño son evidentes a través del desarrollo de las industrias culturales y creativas, esto se evidencia en la creación de instituciones, regulaciones y programas específicos para el diseño, que refuerzan la infraestructura y las oportunidades disponibles para los profesionales en este ámbito. Estas iniciativas gubernamentales han ayudado a establecer una base más sólida para el campo del diseño, favoreciendo su crecimiento y desarrollo. En términos de poder, estas políticas han tenido un impacto redistributivo notable, al otorgar reconocimiento y apoyo a grupos anteriormente marginados, como las comunidades indígenas y las expresiones culturales contemporáneas, el gobierno ha alterado la dinámica de poder tradicional en el campo del diseño. Esta inclusión de diversas voces y

perspectivas influye en las tendencias y enfoques predominantes dentro del diseño.

Las políticas gubernamentales han fomentado tanto el capital económico como el cultural en el campo del diseño; por un lado, se promueven incentivos fiscales y se estimula la generación de empleo y divisas a través de las industrias culturales y el turismo y, por otro lado, se da un reconocimiento especial a la diversidad cultural y a la valoración de los contenidos culturales locales, enriqueciendo así el capital cultural del campo del diseño. La legitimidad y el reconocimiento del campo del diseño se han incrementado sustancialmente gracias a estas políticas gubernamentales, al posicionar el diseño como un sector clave para el desarrollo económico y cultural del país, el gobierno ha aumentado su atractivo para profesionales y ha atraído más recursos hacia este campo, fortaleciéndolo aún más.

La internacionalización del campo del diseño es otra consecuencia de estas políticas, con la participación activa de Ecuador en el ámbito internacional, especialmente en temas culturales y turismo, se ha abierto nuevas oportunidades para los diseñadores en el contexto global; esto fomenta la colaboración internacional que promueve la difusión de diseños ecuatorianos en los mercados internacionales. Originalmente, el diseño textil e indumentaria quizás ocupaba una posición marginal dentro del amplio espectro del diseño; sin embargo, las políticas centradas en fortalecer las industrias culturales y creativas, incluyendo el diseño, han incrementado significativamente su importancia y visibilidad, con este cambio los profesionales han adquirido un rol más central en el panorama cultural y económico de Ecuador.

Las políticas y medidas del quinto plan han tenido una influencia notable en el campo profesional del diseño, en especial en el diseño textil e indumentaria, con medidas adoptadas que han fomentado la cultura ecuatoriana y su identidad, beneficiando a aquellos diseñadores y profesionales que han contribuido a estas iniciativas. Al involucrarse en la promoción de la cultura nacional, estos profesionales del diseño acumulan capital cultural y simbólico, elevando su estatus y poder dentro del campo; además la inserción

internacional del campo del diseño también ha sido un aspecto clave, con la participación en ferias y eventos internacionales que han abierto puertas para los diseñadores ecuatorianos, permitiéndoles expandir su alcance y acceder a mercados globales, y donde aquellos con la capacidad y los contactos para navegar y competir en estos espacios internacionales han ganado un poder considerable en el campo.

En términos económicos, el fomento del turismo y las industrias culturales como generadores de empleo y divisas ha tenido un impacto positivo en el campo del diseño, al aumentar la demanda de productos textiles y de indumentaria que incorporan elementos culturales ecuatorianos, beneficiando a los diseñadores y profesionales del sector; asimismo, estas políticas han revalorizado lo local y lo tradicional en el diseño textil e indumentaria, donde destacan los diseñadores que han sabido incorporar elementos culturales autóctonos en sus producciones y han obtenido tanto un reconocimiento, como un incremento de poder dentro del campo.

A medida que el campo profesional de DTel adquirió mayor relevancia en Ecuador, también se volvió más competitivo, los diseñadores se enfrentan ahora a la competencia tanto en el ámbito nacional como internacional, creando una jerarquía donde aquellos con más éxito, mayor capital cultural y valor simbólico se destacan. Las políticas y medidas de los planes analizados han reconfigurado significativamente el campo, particularmente en el área del diseño textil e indumentaria, al crearse oportunidades económicas que revalorizan aspectos culturales y tradicionales, y establecen una jerarquía basada en el capital cultural y simbólico acumulado por los profesionales del diseño.

Desde esta perspectiva de análisis, se observa la integración del sector del diseño en la industria textil; sin embargo, este sector aún no alcanza plena autonomía dentro de la misma. Por ello, resulta relevante profundizar en su posición como un sector cultural, y explorar su relación con el ámbito de las industrias culturales. Este enfoque permite entender las dinámicas de dependencia e independencia que el diseño de moda y textil experimenta

frente a otros sectores de la economía cultural, identificando los retos y oportunidades para consolidarse como un campo con identidad y valor propio en el contexto de la industria cultural.

Plantear este abordaje permite reconocer el diseño no solo como un componente de producción, sino como una manifestación cultural que tiene el potencial de aportar valor simbólico y económico. Al entender el diseño textil como parte de las industrias culturales, se abre la posibilidad de fomentar políticas públicas, incentivos económicos y alianzas estratégicas que potencien su desarrollo y su capacidad para influir en la identidad cultural de la industria textil.

Situar el diseño en el marco de las industrias culturales permite visualizarlo como un espacio de creación, innovación y resistencia, en el que los diseñadores pueden expresar las particularidades culturales y las tradiciones del país. Este enfoque contribuye a enriquecer la oferta de productos y fortalece la identidad cultural ecuatoriana en un contexto global, donde la singularidad y la autenticidad son valores crecientes. En el siguiente espacio se arma la estructura de este campo profesional.

3.2 Estructura del campo profesional de DTel en Cuenca – Ecuador

Tabla 16: Presentación del desarrollo de la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 2

Pregunta	Hipótesis	Objetivo General	Hipótesis de trabajo	Objetivos Específicos	Capítulo
¿Con las estrategias de fomento, la producción en diseño de indumentaria y el emprendimiento local, para estructurar y consolidar el campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el período 2005 y 2021, se puede generar un nuevo paradigma productivo en las industrias textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu?	El diseño textil e indumentario ha sido impulsado significativamente por un marco institucional fortalecido a través de políticas gubernamentales enfocadas en los sectores culturales y la industria textil. Este proceso ha sido caracterizado además por un dinamismo profesional originado en el ámbito académico y la producción de diseño. Estos factores se materializan en la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentario en Cuenca, Ecuador, durante el período 2005 y 2021.	Analizar la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentario en Cuenca, Ecuador, durante el período 2005 y 2021.	Existe una relación significativa entre las iniciativas gubernamentales y el desarrollo de los sectores culturales y la industria textil, lo cual también contribuye a la profesionalización del diseño textil e indumentaria en Cuenca	1. Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.	Capítulo 3
			En la consolidación del campo profesional de DTel intervienen un conjunto de agentes poseedores de capital, quienes, respaldados por políticas gubernamentales y estructuras institucionales, legitiman la profesión y su posición dentro del campo	2. Identificar la estructura, con los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo del diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.	Capítulo 3

			Los procesos creativos y productivos individuales de los diseñadores locales de DTel han desarrollado un habitus que es parte integral en la estructura y consolidación del campo profesional	3. Relevar información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización.	Capítulo 4

El campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, durante el periodo 2005-2021, se ha transformado a nivel institucional y productivo, además en su tejido social y cultural. La segunda hipótesis de trabajo que orienta nuestra exploración en este capítulo propone que la consolidación del campo, entre otros factores se influencia por el capital, habitus, relaciones de poder y otros factores que desarrollan los productores a través de sus marcas y emprendimientos, estos agentes se benefician además de políticas gubernamentales y estructuras institucionales.

Este capítulo se aboca a identificar y examinar un espacio donde diferentes agentes como diseñadores, entidades públicas, entidades educativas, y colectivos son parte de la estructura compleja y dinámica del campo de DTel en Cuenca y han contribuido a la definición y legitimación de prácticas profesionales. A través de la Teoría de los Campos de Bourdieu, se verán las relaciones entre los diferentes tipos de capital que coexisten en el campo, con especial atención a las relaciones de los agentes y al capital generado por los profesionales mediante los procesos creativos, productivos y formas de comercialización, además de la creación de normativas y la valoración de habilidades de los sectores culturales por parte de las instituciones públicas. Al hacerlo, esta investigación busca contribuir al entendimiento académico del fenómeno y con ello ofrecer perspectivas prácticas que puedan ser aprovechadas por los diseñadores actuales y futuros, así como por los responsables de la formulación de políticas públicas.

Tras analizar detenidamente los cinco planes de gobierno y examinar las estrategias y medidas propuestas tanto para la industria textil como para las industrias creativas y culturales, se evidencia la importancia de enfocarse en la estructura del campo profesional de DTel, identificando **agentes e**

instituciones reguladoras dentro del campo, responsables de ejecutar los planes gubernamentales a través de diversas líneas de fomento, proyectos y otras iniciativas. Basándonos en el análisis previo de las estrategias y medidas establecidas en los planes de gobierno, identificamos varias instituciones públicas tanto nacionales como locales, además instituciones académicas, leyes y agrupaciones sociales como agentes e instituciones clave en el desarrollo a nivel nacional y local del campo profesional del diseño en general y del diseño textil e indumentaria en particular, incluyendo los diferentes eventos, proyectos o plataformas desarrollados.

Las instituciones públicas nacionales y locales, como ministerios y dependencias locales, juegan un papel fundamental en la formulación e implementación de políticas culturales, asignando recursos y definiendo estándares y regulaciones. Las instituciones académicas, incluyendo universidades y escuelas de diseño, contribuyen esencialmente a la formación del capital cultural y profesional, impulsando la investigación, la innovación y el desarrollo de nuevas metodologías en el diseño.

La Ley de Cultura establece un marco legal para la protección, promoción y desarrollo de las actividades culturales relacionadas con el diseño, definiendo los derechos, responsabilidades y el apoyo gubernamental hacia los agentes culturales; paralelamente, la Ley de Emprendimientos proporciona un entorno propicio para el fomento de iniciativas empresariales en el sector del diseño, facilitando la creación y consolidación de empresas, así como su acceso a recursos y mercados.

Los productores de diseño, que incluyen a diseñadores individuales, estudios, marcas y empresas, son relevantes en la aplicación práctica de las políticas y estrategias gubernamentales, representando la conexión entre la teoría y la práctica en el campo del diseño; además, las agrupaciones sociales, como colectivos y asociaciones, desempeñan un papel importante en la influencia de las políticas públicas y en la representación de los intereses y derechos de sus miembros.

Estas instituciones y leyes, trabajando de manera conjunta, constituyen un sistema integrado que desempeña un papel regulador, promotor y gestor de las industrias culturales, con especial enfoque en el diseño, su interacción moldea el campo del diseño, definiendo las dinámicas de poder, la asignación de recursos y la validación de prácticas y agentes dentro de este ámbito. A continuación, se detallan los agentes identificados para el análisis de la estructura del campo profesional de DTel.

Entidades públicas a nivel nacional:

- ☐ Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP)
- ☐ Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI)
- ☐ Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC)
- ☐ Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) anteriormente denominado Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
- ☐ Centro iberoamericano de Artesanías de América (CIDAP)
- ☐ BanEcuador
- ☐ Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión (CCE)

Entidades públicas a nivel local (Cuenca):

- ☐ Casa de la Cultura Núcleo del Azuay (CCEA)
- ☐ Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento (DCC)
- ☐ Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca (EDEC)

Entidades académicas a nivel local que ofertan la carrera:

- ☐ Universidad del Azuay (UDA)

Leyes reguladoras:

- ☐ Ley Orgánica de Cultura
- ☐ Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Agrupaciones sociales y productores de diseño:

- ☐ Cámara de Diseño del Ecuador
- ☐ Asociación de Diseñadores Textil y Moda (ADTM)
- ☐ Asociación de Diseñadores del Azuay (ADA)
- ☐ Productores de diseño textil e indumentaria

3.2.1 Entidades públicas a nivel nacional

Las entidades públicas son agentes que regulan el campo, desde la protección de derechos de autor hasta estándares de calidad y sostenibilidad en el diseño; además, tienen una influencia significativa en la distribución de los diferentes tipos de capital - cultural, social, económico y simbólico - a través de la financiación de proyectos, subvenciones, desarrollo de eventos, pasarelas, premios y reconocimientos, o mediante programas de formación y educación.

Las instituciones públicas también juegan un rol en el campo profesional de DTel, con la legitimación de ciertos agentes y prácticas dentro del campo, esto se manifiesta en el reconocimiento oficial y el apoyo a ciertos estilos o enfoques, así como en la promoción de ciertas manifestaciones culturales sobre otras; facilitan además la creación de espacios físicos y virtuales donde los agentes del campo pueden interactuar, como museos, galerías, ferias, conferencias y plataformas en línea, que son fundamentales para el intercambio de ideas, la colaboración y la competencia. Estas influyen en la formación del capital cultural de los individuos y en el desarrollo de su "habitus", es decir, el conjunto de disposiciones duraderas y estructuradas que guían sus percepciones, apreciaciones y acciones; en sí, las instituciones públicas estructuran el campo del diseño al definir y regular sus normas, distribuir capital, legitimar prácticas y agentes, crear espacios de interacción y

ejercer influencia en la formación del capital cultural y habitus de los agentes del campo.

Las líneas de fomento implementadas desde las políticas y acciones de los planes de gobierno incluyen programas de capacitación y formación para diseñadores, creación de espacios y centros especializados, promoción de ferias y exposiciones, participación en concursos y premios, entre otros aspectos relevantes.

En los siguientes apartados se analizan también los eventos desarrollados por estas instituciones, así como espacios de difusión y comercialización como ferias, exposiciones, conferencias y otras actividades relevantes que han contribuido a la visibilización y promoción del diseño en la ciudad de Cuenca, estos eventos son puntos de encuentro para profesionales, estudiantes y amantes del diseño, donde comparten conocimientos, exhiben trabajos y establecen vínculos colaborativos.

Se analiza cómo estos eventos han contribuido a posicionar al diseño como una disciplina reconocida y valorada revela su impacto significativo en la percepción y valoración del trabajo de los diseñadores en la localidad, estos espacios son vitrinas para mostrar las innovaciones y producción en el diseño, también proporcionan una plataforma para el intercambio de ideas, la colaboración entre profesionales y la interacción con el público.

Se indaga como estos y otros factores han contribuido al campo profesional del DTel y al tejido cultural y económico de la ciudad de Cuenca, considerando que el diseño además de enriquecer la diversidad cultural de la ciudad impulsa el crecimiento económico, al promover la innovación, mejorar la competitividad de las empresas locales y atraer turismo cultural.

Partiendo de este preámbulo, el análisis comienza enfocándose en las entidades públicas nacionales, estas instituciones juegan un rol en la formación de un entorno propicio para el desarrollo y el reconocimiento del diseño como una disciplina y profesión importante.

Ministerio de Cultura y Patrimonio

Figura 7: Logo institucional del Ministerio de Cultura y Patrimonio



Nota. Recuperado de www.culturaypatrimonio.gob.ec, 2023

El Ministerio de Cultura y Patrimonio fue creado para liderar el Sistema Nacional de Cultura, su misión es respetar la libertad de creación y expresión, la interculturalidad, la diversidad, gestionar y promover la cultura y el patrimonio, así como formular e implementar la política pública nacional en este ámbito, garantizando el ejercicio de los derechos culturales y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de los planes de gobierno.

Su visión es ser un motor para el desarrollo económico y social, impulsando la creatividad e innovación y poniendo en valor la memoria social y el patrimonio cultural a nivel nacional e internacional; sus Valores están basados en la eficiencia, calidad, transparencia, servicio y equidad; así como sus principios establecidos en la Constitución de la República del Ecuador y en la Ley Orgánica de Cultura, que son parámetros transversales que se consideran a la hora de planificar y ejecutar la política pública cultural: diálogo intercultural, libertad de creación, generación de valor e innovación, descentralización y desconcentración, articulación multisectorial, integralidad y complementariedad, e identidad (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2023)

Entre las acciones desarrolladas por el Ministerio, se creó el Sistema Integral de Información Cultural como una herramienta que visibiliza y fortalece el sector cultural, afirma la naturaleza profesional de quienes trabajan en la

cultura y el arte, para que sean creadores, productores, gestores, técnicos o trabajadores de diversos oficios en el sector. Sus principios rectores son la transparencia y accesibilidad, la difusión, la responsabilidad de la información, la rectificación, la eficiencia, el intercambio de información, la seguridad, la conservación y custodia de la información, la interrelación por medios digitales y la publicidad de acuerdo con la normativa legal vigente.

La normativa legal vigente establece que el Ministerio de Cultura y Patrimonio, a través del Sistema Nacional de Cultura, sea quien defina los mecanismos para acceder, recopilar y almacenar datos del sector cultural y el patrimonio cultural, generada por entidades públicas, privadas o comunitarias, la comunidad artística y la ciudadanía en general; con la finalidad de transformarlos en información relevante, la información contenida en el sistema tiene carácter oficial y público y los datos generados son de libre acceso, salvo en los casos que señale la ley.

Se dispuso que las instituciones del Sistema Nacional de Cultura tienen la obligación de proveer la información actualizada que se genera en los ámbitos de su competencia, de acuerdo con los requerimientos del ente rector de la cultura, quienes deben garantizar el uso efectivo y la protección de datos personales de los gestores culturales inscritos en el Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC), así como de los datos del Sistema de Información de Patrimonio Cultural y la Cuenta Satélite de Cultura (CSC).

El Ministerio de Cultura y Patrimonio, con sus dependencias como el Instituto de Fomento de la Creatividad y la Innovación (IFCI), poseen un alto grado de capital en varias formas: económico (a través del financiamiento de proyectos), cultural (a través del reconocimiento de la importancia del diseño como sector cultural), y simbólico (a través del poder y la legitimidad que obtienen al ser respaldados por el gobierno). La inclusión del diseño como un sector cultural incrementa la visibilidad y la importancia del diseño, lo que a su vez incentiva la acumulación de capital (en todas sus formas) por parte de los agentes dentro de este campo.

Estos movimientos institucionales y políticas refuerzan la existencia y la importancia del campo del diseño textil e indumentaria, contribuyendo a su consolidación y legitimación dentro del panorama cultural y económico de Ecuador.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio fortaleció las industrias culturales mediante la creación de la Subsecretaría de Emprendimientos, Artes e Innovación Culturales, que incluyó una Dirección dedicada al Diseño y las Artes Aplicadas, mediante esta dependencia se desarrollaron varios espacios para el fomento de los sectores culturales. A continuación, se presentan algunos de estos espacios destacados:

Festival de Diseño y Artes Aplicadas Cromia

Figura 8: *Imagen gráfica del Festival de Diseño y Artes Aplicadas Cromia 2013*



Nota. Recuperado de <https://www.facebook.com/events/pumapungo/festival-de-diseño-y-artes-aplicadas-cromía-/457956017608169/>

El Primer Festival de Diseño y Artes Aplicadas "Cromia", celebrado en la ciudad de Cuenca del 3 al 6 de abril de 2013, marcó un hito en el panorama cultural de Ecuador. Organizado por el Ministerio de Cultura, este evento inaugural congregó a más de 12.000 asistentes, transformando diversos espacios de la ciudad en un epicentro de creatividad y diseño. Su apertura, a cargo del viceministro de Cultura, Marco Tulio Restrepo, resaltó la importancia del arte como industria y la necesidad de apoyo sectorial, enfatizando la visión del Ministerio de Cultura de fomentar el diseño como un motor clave para el desarrollo productivo (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013). Este festival se destacó por su diversidad de plataformas, incluyendo un desfile de modas vanguardista y conferencias que contaron con la participación de expertos nacionales e internacionales en diseño. La agenda del evento abarcó desde el diseño de moda y de interiores hasta el diseño industrial y de alimentos, buscando promover el encuentro entre profesionales y usuarios que les permitiera fortalecer capacidades, visibilizar el sector y resaltar el talento local

Figura 9: Noticia del evento Cromia 2013 en "Vidadiaria", suplemento de Diario el Hoy. Publicado 3 de abril de 2013



Nota Recuperado de <https://issuu.com/hoycomec/docs/vd0304>

en estos campos.

El primer Cromia, se extendió más allá de sus cuatro días de duración, con una exhibición permanente que prolongó su presencia durante todo un mes, con un presupuesto de 190.400 USD, el festival atrajo a 14,397 asistentes, ofreciendo un programa rico y variado que incluyó talleres, conferencias y muestras de exhibición, proporcionando así una experiencia integral en el mundo del diseño (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014); por lo tanto, se consolidó como un evento de gran relevancia a nivel nacional, por su convocatoria y diversidad de actividades y por su contribución al fortalecimiento de las distintas áreas del diseño y la visibilización del sector del diseño y las artes aplicadas en Ecuador.

Este espacio se destaca como un evento clave para visibilizar y fortalecer a los agentes que componen la cadena productiva del sector del diseño y las artes aplicadas, a través de la oferta de productos y servicios de calidad en un espacio de venta especializado, este festival permitió que los diseñadores y artistas expongan sus creaciones y talento al público. Los resultados cuantitativos de Cromia reflejaron un total de 14,397 beneficiarios entre asistentes a conferencias, talleres y muestras de exhibición, lo que evidenció el gran interés de la comunidad por este tipo de eventos; además, se llevaron a cabo 267 talleres, lo que demostró el compromiso de Cromia por impulsar el aprendizaje y el intercambio de conocimientos entre los participantes, estos talleres ofrecieron oportunidades para adquirir nuevas habilidades y técnicas, facilitando el encuentro entre diseñadores de distintas trayectorias y perspectivas, fomentando la colaboración y el fortalecimiento de la comunidad del diseño, se destaca los impactos cualitativos con un total de 311 productos fueron puestos a la venta, lo que indica una oportunidad concreta para que los diseñadores comercialicen sus creaciones y generen un movimiento económico de aproximadamente 3.824,27 USD (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

La creación de Cromia fue el resultado del cumplimiento de competencias establecidas en el programa "Apoyo a la Producción y Circulación de Bienes Culturales" desarrollado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP). Alineado con el Objetivo 8 del Plan Nacional del Buen Vivir, que busca afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, Cromia se convirtió en un espacio que celebró la riqueza y

diversidad cultural de la nación (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014) y se enmarca en la Política 7.3 sobre estrategias para procesos de creación, producción y consumo en el contexto de la declarada "Revolución Cultural".

Se han llevado a cabo cuatro en diferentes ciudades del país, en este encuentro, los profesionales del área tuvieron acceso gratuito a plataformas especializadas que incluyeron ferias de emprendimientos, ruedas de negocios, desfiles y exhibiciones de servicios ofrecidos por diseñadores de diversas disciplinas, los espacios han sido impulsados por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, la Universidad Pontificia del Ecuador y la recién formada Cámara de Diseñadores del Ecuador, esta última se considera un actor relevante en el campo y se analizará más adelante en las agrupaciones sociales establecidas. Este evento se convirtió en una manifestación para el diseño como un agente de cambio cultural y social al convertirse en una plataforma para el fortalecimiento de la identidad nacional y la promoción de la diversidad cultural, donde se consolidó el campo del diseño al visibilizar y valorizar las creaciones de los profesionales, generando un espacio para la competencia simbólica y el intercambio de conocimientos, enriqueciendo así la comunidad del diseño en el país; en este contexto, el campo del diseño se convierte en un espacio de disputa simbólica, donde los diseñadores compiten por el reconocimiento y la legitimación de sus creaciones.

Cromia juega un papel importante al poner en valor la disciplina del diseño, enfocándose en aspectos más allá de la funcionalidad o estética de los productos, en este espacio los productores de diseño adquieren enfoque de valor simbólico, el evento resalta la importancia de la originalidad, la innovación y la capacidad de transmitir significados y mensajes a través del diseño; de este modo, se fomenta una visión más amplia y reflexiva sobre el rol del diseño en la sociedad; además de su función de consolidación del campo como un evento que promueve el consumo cultural, convirtiéndose en un espacio donde se transmiten y difunden los valores y significados asociados al diseño, en estos espacios los visitantes tienen la oportunidad de sumergirse en un universo simbólico cargado de significados, donde cada producto es una expresión cultural única y un reflejo de la visión del diseñador.

Un aspecto fundamental que destaca la relevancia de Cromia es su enfoque en el acceso por postulación, en lugar de basarse en un pago económico para participar, esta decisión es coherente con la Teoría de Bourdieu, ya que permite romper con las barreras económicas que a menudo limitan el acceso y la participación de diseñadores emergentes o menos privilegiados en el campo del diseño, al abrir las puertas a una diversidad de voces y perspectivas, se promueve la democratización del campo y se crea un terreno más equitativo para la competencia simbólica.

Cromia funcionó como una plataforma de intercambio de conocimientos y experiencias entre profesionales del diseño, donde los talleres, charlas y mesas redondas proporcionaron un espacio para la reflexión y el aprendizaje conjunto, fortaleciendo las conexiones dentro del campo del diseño; estas interacciones permitieron a los diseñadores enriquecerse mutuamente, compartir técnicas, enfoques creativos y estrategias, lo que impulsa el desarrollo y la evolución del campo del diseño. La alianza con la Red de Universidades del Diseño y la creación del Consejo Consultivo de Diseño son iniciativas importantes para el desarrollo del campo del diseño y las artes aplicadas, al promover la colaboración entre diferentes agentes y fortalecer la comunidad creativa.

El evento Cromia es un evento que consolida y visibiliza el campo del diseño a través del reconocimiento de los productos y la puesta en valor de la disciplina con un enfoque en el valor simbólico, fomenta un consumo cultural y promueve la igualdad de oportunidades, se convirtió en un espacio de competencia simbólica más equitativo y democratizado mediante la vinculación con la academia, profesionales, emprendedores e instituciones públicas y privadas.

Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) 2014

Figura 10: *Imagen gráfica del Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) 2014*



Nota. Recuperado de <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/comunicacion/noticias/micsur-2014>

Durante el periodo 2014, el Ministerio de Cultura y Patrimonio presentó una gestión enfocada en el cumplimiento de los objetivos institucionales, entre ellos el "incremento del fomento y protección a la creación, producción, circulación y consumo de los productos y servicios de los diversos emprendimientos, industrias culturales, artesanías y artes populares ecuatorianas" (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014), esta declaración demuestra la relevancia asignada al campo cultural en la formulación de políticas públicas destinadas a promover y salvaguardar la producción artística y cultural del país.

La decisión de participar en el Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) fue una estrategia consciente para impulsar la creación cultural y estimular procesos de dinamización económica a través de la cultura, específicamente, la presencia de los emprendimientos culturales vinculados a la producción de diseñadores del ámbito textil e indumentaria en el evento contribuyó a dar visibilidad y reconocimiento a este campo emergente.

La edición de MICSUR que se llevó a cabo del 15 al 18 de mayo de 2014 en Mar del Plata, Argentina, tuvo como objetivo principal la comercialización de bienes y servicios culturales en diversos formatos, mediante la realización de

rondas de negocios, showcases, presentaciones artísticas y cafés sectoriales, que brindaron una invaluable oportunidad para fomentar el comercio cultural en Latinoamérica, abriendo nuevas posibilidades de intercambio y colaboración. El objetivo de esta iniciativa fue promover seis sectores prioritarios de la industria cultural: diseño, audiovisual, música, videojuegos, artes escénicas y editorial; durante el encuentro, se estableció un espacio de interacción y negociación con diez países de la región: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, esta colaboración regional potenció la proyección y el alcance de las expresiones culturales ecuatorianas, contribuyendo a consolidar el campo cultural del país.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio desplegó esfuerzos significativos para asegurar la presencia del Ecuador en este evento, a través de una convocatoria pública, se seleccionaron compradores y vendedores de todo el país para formar parte de la delegación ecuatoriana. Destacaron especialmente las postulaciones de un 42% de Diseño y Artes Aplicadas, y un 22% de videojuegos, industria editorial, cine y audiovisual; la entidad pública asumió un papel fundamental al apoyar activamente a la delegación ecuatoriana, en su compromiso con el desarrollo cultural del país, cubrió el 100% de los gastos de movilización, hospedaje y alimentación para los 30 compradores y 30 vendedores de los diferentes sectores culturales, asegurando su plena participación en el evento.

La interacción con otros agentes culturales en un contexto internacional permitió que los participantes, en especial los diseñadores ecuatorianos compartieran su diversidad y creatividad, enriqueciendo así la oferta cultural del país, este tipo de eventos culturales favorecieron el intercambio de conocimientos y experiencias entre los distintos agentes del campo de diseño, lo que fortaleció su posición y legitimidad en el campo cultural nacional e internacional. Con el impulso otorgado a este sector cultural se demandó la generación de información y conocimientos culturales, así mismo la articulación y coordinación con otros sectores de la economía, alianzas con empresas y sociedades de gestión, esta estrategia contribuye a establecer alianzas y redes de colaboración que permiten la consolidación y sostenibilidad del campo de

diseño textil e indumentaria, al otorgarle un mayor poder simbólico y económico dentro del espacio cultural. La inversión destinada a fortalecer las capacidades de gestión cultural y la promoción de la producción y circulación de bienes culturales, en el pasado, reflejan la importancia concedida por el Ministerio de Cultura y Patrimonio al desarrollo y enriquecimiento del campo cultural ecuatoriano, estas inversiones se traducen en un apoyo concreto para que los diseñadores del ámbito textil e indumentaria puedan competir y colaborar de manera más efectiva en el mercado cultural, y así consolidar su posición en el campo cultural nacional.

La participación del Ecuador en el MICSUR resalta la importancia de estos eventos para la consolidación y legitimación del campo cultural del país con el impulso y apoyo proporcionados por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, que permitieron que los diseñadores ecuatorianos pudieran proyectar su talento y creatividad a nivel nacional e internacional, contribuyendo así a fortalecer el campo cultural y el campo de diseño del Ecuador. Además de la participación con delegaciones en estos espacios, se dio inicio a la recolección de datos relevantes para los sectores culturales, que visibilizan su aporte al desarrollo económico y social del país.

Desarrollo de la Cuenta Satélite de la Cultura (CSC)

Figura 11: Imagen gráfica de la Cuenta Satélite de la Cultura del Ecuador (CSC)



Nota. Recuperado de <https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/plataforma-cuenta-satelite-de-cultura/>

Desde 2017, el Ministerio de Cultura y Patrimonio en colaboración con la Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura, ha asumido la responsabilidad de calcular la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), esta herramienta proporciona una estimación simplificada de la contribución económica generada por el campo cultural, permitiendo medir su impacto en la producción económica a nivel nacional. El establecimiento de la cuenta y la definición de métodos para calcularla, representan formas de legitimación y validación del campo cultural en la economía nacional, este acto ayuda a solidificar el sector del diseño y de sus subsectores como campos profesionales reconocidos y valorados de manera independiente.

Para llevar a cabo este cálculo, Ecuador, en conjunto con otros países de la región andina, se basa en los lineamientos establecidos por el Convenio Andrés Bello (CAB), los cuales están detallados en el manual metodológico titulado *Cuentas satélites de cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. La CSC es una herramienta valiosa que proporciona datos clave para evaluar y entender la relevancia económica del campo cultural en el país, al analizar y cuantificar la contribución de las industrias culturales, este enfoque permite tomar decisiones informadas y promover políticas que fomenten el desarrollo sostenible y la diversificación económica en el ámbito cultural.

En la estructura del campo profesional de DTel el Ministerio de Cultura y Patrimonio se define como la entidad principal que impulsa las políticas de fomento y protección de las industrias culturales, pone de manifiesto el poder que puede tener en la determinación de las dinámicas de este campo; esta institución influye en las "reglas del juego" dentro del campo al proporcionar un marco normativo y recursos para su desarrollo.

Entre las diversas dependencias, espacios y programas para impulsar los sectores culturales desde el MCyP, destacan el Instituto de Fomento de la

Creatividad y la Innovación (IFCI) y el Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC), los cuales se describen a continuación.

Figura 12: Logo institucional del Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI)



Nota. Recuperado de <https://creatividad.gob.ec/>, 2023

Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI)

El IFCI se dedica a promover y potenciar la creación artística y cultural ecuatoriana, tanto en el ámbito nacional como internacional, busca establecer colaboraciones con otros países y asegurar una circulación equitativa de obras artísticas; su misión es fomentar la creatividad y la innovación en el ámbito cultural, garantizando el acceso de la ciudadanía a la cultura y su visión es convertirse en una entidad líder en el fomento de la creatividad y la innovación, promoviendo transformaciones a nivel individual y social a través de las industrias creativas y culturales ecuatorianas (Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación, 2022).

El 8 de diciembre de 2021, el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) lanzó la segunda convocatoria del año 2021 para sus líneas de fomento, con el objetivo de beneficiar a 128 proyectos en áreas como música, literatura, artes plásticas, audiovisuales y escénicas; el lanzamiento de esta convocatoria contó con un monto de \$2'447.000. Durante el evento, se destacó que esta convocatoria se caracterizaría por ofrecer un proceso más amigable y simplificado, con el propósito de agilizar los trámites requeridos,

adicional se mencionó la importancia de descentralizar los fondos, ya que hasta el momento el 70% de los recursos se habían concentrado en la capital Quito; por lo tanto, esta convocatoria buscaba llegar a todas las provincias del país (Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación, 2022).

Lorena Robalino, directora del IFCI, subrayó que se buscaba promover la diversidad y la participación de nuevos agentes y gestores culturales, sin requerir que estuvieran inscritos en el Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC), y enfatizó el deseo de llegar a nuevos gestores. La etapa de postulación se dividió en tres bloques, cada uno con diferentes líneas de fomento; el primer bloque finalizó su etapa de postulación el 7 de enero de 2022 e incluía líneas como "Postproducción de largometraje: ficción, documental o animación" y "Procesos de creación y producción en artes literarias"; el segundo bloque concluyó el 14 de enero de 2022 e involucraba líneas como "Desarrollo de biblia para largometraje o serie de animación" y "Producción de cortometraje animado"; por último, el tercer bloque tuvo su convocatoria abierta hasta el 21 de enero de 2022, con líneas que abarcaban temas como "Cultura viva comunitaria" y "Producción de largometraje de ficción para pueblos y nacionalidades" (El Universo, 2021).

En términos de la Teoría de los Campos, el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) se considera como un agente poderoso y principal en el campo del diseño, dada su capacidad para proporcionar formas de capital a los agentes del campo con la provisión de fondos para proyectos de creación, producción, innovación, investigación, promoción, circulación y exhibición artística y cultural es una manifestación directa de capital económico; asimismo, el IFCI proporciona capital simbólico al legitimar y reconocer el valor y la importancia de estos proyectos culturales en la sociedad ecuatoriana al influir en las formas de percepción y apreciación en el campo, que a su vez pueden transformar las estructuras del campo.

Las convocatorias de fomento del IFCI representan una estrategia para descentralizar y diversificar el campo al incentivar la participación de nuevos agentes y gestores culturales, lo que influye en las estructuras del campo al fomentar la entrada de nuevos agentes y diversificar las formas de capital existentes. A través de su papel como facilitador y promotor de la creatividad y la innovación, el IFCI contribuye a la consolidación y desarrollo del campo profesional de diseño textil e indumentaria, a la vez que influye en la estructura y dinámica del campo al proporcionar formas de capital y establecer las "reglas del juego".

Figura 13: Logo institucional del Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC)



Nota. Recuperado de <https://creatividad.gob.ec/>, 2023

Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC)

El Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC) forma parte del Sistema Integral de Información Cultural (SIIC) y está diseñado para aquellos que se dedican al campo del arte y la cultura; sus objetivos principales son consolidar la información de los agentes del Sistema Nacional de Cultura, así como de personas y organizaciones cuya actividad principal se encuentra en el ámbito cultural y artístico; además, busca facilitar el acceso de los usuarios a los beneficios fiscales establecidos por la Ley Orgánica de Cultura, generar

información actualizada del sector para investigación y políticas públicas, y facilitar los procesos de participación ciudadana en conformidad con la ley.

En cuanto a quiénes pueden registrarse en el RUAC, se incluyen artistas, gestores culturales, agrupaciones, colectivos, empresas y entidades cuya actividad económica principal esté relacionada con la cultura y las artes; también se espera que se registren aquellos que hayan utilizado o estén utilizando las diversas herramientas y mecanismos de apoyo, acreditación, patrocinio, subvención o fomento existentes, así como los que se establezcan en el futuro en cumplimiento de las disposiciones de la Ley Orgánica de Cultura.

El RUAC proporciona una plataforma importante para centralizar la información de los artistas y gestores culturales, permitiendo una mejor comprensión de la comunidad artística y facilitando la implementación de políticas y programas que benefician a este sector. Al registrarse en el RUAC, los artistas y gestores culturales tienen la oportunidad de acceder a incentivos tributarios y otros beneficios establecidos por la legislación pertinente; así como también contribuye a la generación de datos actualizados y confiables sobre el sector cultural, lo cual es fundamental para la investigación y la toma de decisiones informadas en el ámbito cultural y artístico (RUAC, 2023).

Este registro otorga poder y autoridad al campo al consolidar la información de los agentes y facilitar la participación y el acceso a los beneficios fiscales para aquellos que trabajan en el ámbito cultural y artístico. En términos de capital, el RUAC es una fuente de capital cultural y social; el capital cultural puede adquirirse al registrarse y tener acceso a información y oportunidades. Adicional este sistema de registro también proporciona capital social, ya que proporciona una plataforma para que los artistas y diseñadores se conecten, colaboren y participen en actividades culturales y artísticas.

La estructura del campo también es afectada por el RUAC y el SIIC, en términos de cómo se organiza el campo y cómo se distribuyen los recursos dentro de él; la consolidación de información a través del RUAC ayuda a dar

forma a la estructura del campo al proporcionar un panorama claro de quiénes son los agentes, qué hacen y cómo se relacionan entre sí, lo que permite una distribución más equitativa y eficiente de los recursos dentro del campo, incluyendo los beneficios fiscales y otros incentivos. Para la consolidación del campo profesional de diseño textil e indumentaria, el RUAC y el SIIC son significativos para regular y validar la profesionalidad en este campo, al convertirse en un requisito que los artistas y diseñadores se registren y cumplan con ciertas normas y regulaciones, estas instituciones ayudan a definir quién puede ser considerado un profesional en este campo y quién no.

Al proporcionar incentivos fiscales y otros beneficios, el RUAC y el SIIC incentivan la entrada de nuevos agentes al campo, lo cual puede contribuir a su diversidad y dinamismo; al mismo tiempo, al generar información actualizada y confiable sobre el sector, estas instituciones ayudan a informar las decisiones y políticas que afectan al campo, lo cual puede influir en su desarrollo y evolución a largo plazo.

El RUAC y el SIIC a través de sus roles como registradores, facilitadores de acceso a beneficios y generadores de datos, juegan un papel importante en la estructuración del campo profesional de DTel, en el ejercicio de poder dentro de este campo y en la facilitación del acceso a diversas formas de capital para sus agentes.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del

Figura 14: Logo institucional del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (MIPRO)



Nota. Recuperado <https://www.produccion.gob.ec/>, 2023

Ecuador (MPCEIP / MIPRO)¹⁰

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador es el organismo gubernamental encargado de promover el desarrollo productivo, comercial, pesquero y de inversiones del país, su objetivo es diseñar y ejecutar políticas, estrategias y programas que impulsen el crecimiento, la innovación, la competitividad y la sostenibilidad del sector productivo y comercial en el Ecuador. Entre las principales funciones del ministerio se encuentran la formulación de políticas y planes estratégicos, la promoción de la inversión y la transferencia de tecnología, así como la regulación y control de la actividad pesquera y acuícola (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023); además, coordina con otros organismos y entidades relacionadas con la producción y pesca para garantizar la eficiencia y la coherencia en las políticas implementadas.

El Ministerio asume la responsabilidad de la gestión de los recursos naturales, incluyendo los ecosistemas marinos y costeros, y trabaja en la conservación y protección de la biodiversidad (Ministerio de Producción, Comercio Exterior,

¹⁰ Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) anteriormente denominado Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

Inversiones y Pesca, 2023); para ello, promueve la investigación científica y tecnológica en el sector pesquero y acuícola, así como la capacitación y formación de recursos humanos especializados. Desempeña un papel fundamental en la promoción y regulación de los sectores productivos, comerciales, pesqueros y de inversiones del país, su enfoque se centra en el desarrollo sostenible, la competitividad y el aprovechamiento responsable de los recursos naturales para garantizar un crecimiento económico equitativo y sostenible.

El MIPRO se define como un agente dominante dentro del campo profesional de DTel, por su rol en la promoción del desarrollo productivo y comercial del país, así como en la regulación de estas actividades. La estructura del campo está moldeada por las políticas, estrategias y programas implementados por esta institución que establece reglas y normas que deben seguir los agentes dentro de este campo, contribuyendo a la definición de lo que es valorado y reconocido dentro de este espacio. El Ministerio tiene un importante poder simbólico, dada su capacidad para diseñar y ejecutar políticas que influyen en las prácticas y relaciones dentro del campo como promover la innovación y la competitividad, donde establece estos elementos como criterios valorados dentro del campo; además, tiene poder material, ya que puede movilizar recursos para apoyar ciertas actividades y agentes dentro del campo.

En términos de las formas de capital, el MIPRO se evidencia como una fuente de capital cultural, social y económico; el capital cultural es facilitado por el Ministerio a través de la promoción de la capacitación y formación de recursos humanos especializados; el capital social, por su parte, puede ser adquirido mediante la interacción y colaboración con esta institución y con otros agentes que se encuentran dentro de su red de relaciones; el capital económico, finalmente, puede ser obtenido a través de las oportunidades de inversión y desarrollo que el Ministerio puede proporcionar.

La influencia del MIPRO en la consolidación del campo profesional de DTel es notable; a través de su papel regulatorio y promotor, los espacios promovidos por la institución establecen el diseño textil e indumentaria como una actividad profesional reconocida y valorada. Al mismo tiempo, al fomentar la

sostenibilidad, la competitividad y la innovación, contribuye al desarrollo y evolución de este campo, alentando su adaptación y crecimiento en línea con las tendencias y demandas globales.

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador en la estructura del campo profesional de DTel, establece políticas, estrategias y programas, mediante la cual se implementan reglas y normas que deben seguir los agentes dentro de este campo.

A nivel local, fue una institución estratégica para posicionar la profesión de DTel, con la gestión de esta institución y el apoyo de una asociación, se pudo organizar tres ediciones del evento denominado “Cuenca Moda”, entre los años 2013 al 2016, los mismos que incluyeron pasarelas, ferias, ruedas de negocios, exhibición y concursos para profesionales y estudiantes de diseño textil e indumentaria, el cual se detalla a continuación:

Evento Cuenca Moda

Figura 15: Imagen gráfica Cuenca Moda 2013



Nota. Recuperado de <https://www.facebook.com/feriacuencamoda>

El 1 de noviembre del año **2013**, se llevó a cabo el primer evento de "**Cuenca Moda**", respaldado y financiado por el Ministerio de Industrias y Producción (MIPRO) y dirigido por la Asociación de Diseñadores Textiles y de Moda (ADTM), este evento se convirtió en una destacada plataforma que reunió a diseñadores locales y nacionales, quienes participaron en un desfile y una rueda de negocios con cadenas comerciales, esta primera edición se celebró en el Salón Yanuncay I, ubicado en el Mall del Río, entre los diseñadores que expusieron en el evento se encontraban Francisco Vanegas, Silvia Zeas, Danny Arias, Manuel Villalta, Pablo Ampuero, Sebastián Quezada (BOLSON), Jasmina Mancheno (MINA), Ximena Mogrovejo, Carolina Meneses y Stefannie Ruiz.

Desde esta perspectiva de los campos de Bourdieu, el evento se puede interpretar como un espacio de convergencia donde se manifestaron la estructura, el poder y las formas de capital en el campo del diseño; en la estructura del campo se observa que la organización del evento reunió a diversos agentes, desde diseñadores emergentes hasta consagrados, estos agentes ocuparon diferentes posiciones en el campo, desde el diseñador independiente hasta aquellos con el respaldo de importantes instituciones.

El poder en el campo se evidencia en la capacidad de influencia de los organizadores y patrocinadores. El MIPRO, al financiar el evento, ejerció un poder estructural al definir ciertas condiciones y expectativas, mientras que la ADTM, al dirigir el evento, ejerció un poder operativo al seleccionar a los participantes y estructurar el programa, este poder es clave para entender cómo se distribuyen las oportunidades y recursos dentro del campo.

Las formas de capital presentes en "Cuenca Moda" son variadas, el capital cultural se manifiesta en las habilidades, conocimientos y estilos de diseño de los participantes, donde cada diseñador, con su estilo propio, contribuye al capital cultural del campo; por otro lado, el capital social se evidencia en las redes de relaciones construidas durante el evento, como las conexiones entre diseñadores y cadenas comerciales durante la rueda de negocios; el capital

económico, aunque menos visible, también está presente en las inversiones realizadas por los diseñadores y los negocios generados a partir del evento.

La influencia de "Cuenca Moda" en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria es notable, este tipo de eventos ofrece una plataforma para la exhibición y el reconocimiento, contribuyendo a la formación de un habitus colectivo en el campo, una percepción compartida sobre la moda, el diseño y la creatividad que refuerza y enriquece la identidad del diseño textil e indumentaria en la región y el país.



Figura 17: Casting del Evento Cuenca Moda 2014

La segunda edición del **Cuenca Moda 2014** fue un espacio de moda que tuvo



Nota. Recuperado de <https://www.facebook.com/feriacuencamoda>

lugar los días 1, 2 y 3 de noviembre, donde los interesados debían tener un

título de diseñador para su participación. La dependencia del Ministerio de Industrias y Productividad de la Zona 6 realizó la convocatoria oficial para diseñadores y productores de indumentaria, textiles, calzado y accesorios. Para esta edición el coordinador zonal 6 Ramiro Ordóñez, expresó que esta feria se convirtió en una ventana para la industria de la moda y el objetivo fue convertir a la región en la capital de la moda nacional.

En este evento, participaron diseñadores tanto locales como nacionales, lo que agregó mayor importancia al evento, el 2 de noviembre se realizó un desfile de modas en el Centro de Convenciones Mall del Río, donde los diseñadores presentaron sus mejores creaciones y colecciones, se destaca que la entrada a este evento fue gratuita. En la pasarela se presentó una variedad de trabajos, tanto de profesionales locales y nacionales con trayectoria consolidada en el ámbito de la moda, como de diseñadores emergentes con un potencial prometededor, esta combinación de creativos contribuyó a enriquecer la propuesta del evento y a ofrecer una visión diversa y actualizada de la industria de la moda en la región (Metro, 2014).

El Cuenca Moda 2014, visto a través de la lente de la Teoría de los Campos de Bourdieu, revela aspectos fundamentales sobre la estructura, el poder y las formas de capital en el campo profesional del diseño textil e indumentaria. Este evento, que exigía un título de diseñador para la participación, evidencia la importancia del capital cultural, representado por la educación formal y los conocimientos específicos en diseño; la organización del evento muestra cómo las instituciones y figuras de poder ejercen una influencia significativa en la conformación y dirección del campo.

El evento se convirtió en un espacio donde convergieron diversas formas de capital; el capital cultural se manifestó en las creaciones y colecciones de los diseñadores, mientras que el capital social se generó a través de las interacciones y conexiones entre participantes; la entrada gratuita al evento también puede ser vista como una inversión en capital simbólico, democratizando el acceso y elevando el estatus cultural de la región. La diversidad de los participantes, que incluyó tanto a diseñadores consolidados

como emergentes, y la variedad en los trabajos presentados, fueron clave en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca. Este evento ofreció una plataforma para exhibir talento y creatividad, fortaleciendo la percepción y el valor del diseño en la región e impulsando su desarrollo y reconocimiento a nivel nacional.

Cuenca Moda 2015 fue un evento que potenció la industria textil del Azuay y el sector de diseño textil e indumentaria por tercer año consecutivo, el MIPRO junto con la ADTM, a través de la Coordinación Zonal 6, organizó este evento que se llevó a cabo el 16 de diciembre de 2015 en el Centro de Alto Rendimiento (CEAR). La agenda de “Cuenca Moda 2015” comprendió una rueda de negocios en la que participaron 10 diseñadores, 20 productores e industriales, y un desfile de modas, este espacio propició conexiones comerciales entre productores, diseñadores locales y empresarios nacionales, fortaleciendo así la industria textil.

En el desfile de modas, participaron miembros de la Asociación de Diseñadores de Textil y Moda, quienes presentaron diseños exclusivos y nuevas tendencias en prendas, calzado y accesorios, donde la presidenta de la Asociación, Silvia Zeas, destacó la participación y el apoyo del MIPRO, así como la presencia de destacados diseñadores como Carolina Meneses, Joshelo Altamirano, Cristina Córdova, Andrea Castro, Fabrizio Céleri y Milú Espinoza.

El coordinador zonal 6, Jaime Abril, resaltó la importancia de este apoyo a la industria textil, ya que contribuyó al cambio de la matriz productiva y promovió los encadenamientos productivos para el crecimiento del sector en la provincia del Azuay, donde se registraron 1.054 industrias textiles, las cuales facturaron \$5.169.271 solo en el año 2014, según datos del Servicio de Rentas Internas (La Nación, 2015).

El Cuenca Moda 2015, analizado desde la Teoría de los Campos de Bourdieu, refleja la estructura jerárquica y las dinámicas de poder en el campo, con la realización del evento por tercer año consecutivo demuestra la importancia y la consolidación del sector textil en la región. En la estructura del campo se

evidencia que la organización del evento facilitó las interacciones entre diferentes agentes del campo, como diseñadores, productores e industriales, fomentando el capital social a través de conexiones comerciales y colaboraciones, con la participación de destacados diseñadores y miembros de la ADTM, presentando diseños exclusivos y nuevos estilos, se subraya la relevancia del capital cultural en forma de habilidades creativas y conocimiento del diseño.

El poder en el campo se manifiesta en el papel del MIPRO y la ADTM en la organización del evento, donde su apoyo e inversión en el Cuenca Moda 2015 proporcionaron una plataforma para exhibir el talento local, reforzando la posición de autoridad y liderazgo de estas entidades en el campo textil, se destaca también el impacto del evento en la matriz productiva y el crecimiento del sector, lo que indica cómo el poder institucional puede influir en la dirección y desarrollo del campo.

La influencia del Cuenca Moda 2015 en la consolidación del campo profesional de diseño textil e indumentaria es significativa, al proporcionar un escenario para que los diseñadores muestren su trabajo, el evento contribuyó a la acumulación de capital simbólico para la región y sus creadores; además mediante estos espacios se fortaleció el habitus del campo, es decir, las disposiciones compartidas y las percepciones sobre el valor y la importancia del diseño textil. Esta consolidación contribuye para posicionar a Cuenca y a la provincia del Azuay como un centro relevante de moda y diseño textil, a nivel nacional y potencialmente a nivel internacional.

"Cuenca Moda" es un espacio clave en el campo profesional de DTel, en la estructura del campo se reproducen relaciones de poder y las formas de capital, su influencia en la consolidación del campo es considerable, ya que contribuye a establecer y reforzar las normas y los valores que definen este campo.

Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares

Figura 18: *Imagen gráfica del Centro interamericano de artesanías y artes populares*



Nota. Recuperado de <https://www.cidap.gob.ec/>

El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP), establecido en 1975 por un acuerdo entre el gobierno del Ecuador y la Organización de Estados Americanos (OEA), es una institución líder y emblemática dedicada a impulsar y promover la artesanía artífice y la cultura popular en el continente americano. Con una trayectoria sólida y sostenible a lo largo del tiempo, el CIDAP se ha posicionado como la tercera institución más antigua de su tipo en América, consolidando su reputación como un referente tanto en Ecuador como en toda la región.

La misión del CIDAP es salvaguardar, fomentar, desarrollar y valorar las artesanías y artes populares a través de la promoción, formación e investigación. Reconociendo su importancia como elemento esencial del patrimonio cultural de los pueblos americanos, esta entidad se compromete a mejorar la calidad de vida de los artesanos y artesanas artífices de Ecuador y América. Como institución, se dedica a preservar y enaltecer las tradiciones y habilidades artesanales, impulsando el crecimiento y la profesionalización de los artistas y artesanos involucrados (2022).

En cuanto a su visión, busca convertirse en una institución que contribuya activamente al mejoramiento de la actividad artesanal y a las condiciones de

vida de los artesanos y artesanas artífices en todo el continente; asimismo, se compromete a apoyar el sostenimiento y fortalecimiento de las manifestaciones culturales y artísticas populares tanto en Ecuador como en América, mediante programas y proyectos innovadores, el CIDAP busca generar un impacto positivo en la comunidad artesanal, fomentando su desarrollo integral y promoviendo el reconocimiento y valoración de su labor (CIDAP, 2022).

A través de la Secretaria de Promoción y Difusión de las Artesanías y Artes Populares del CIDAP se han fortalecido diferentes sectores culturales mediante la creación de dos espacios de promoción y comercialización de manera estratégica. Uno de estos espacios es el Festival de Artesanías de América, un evento de gran magnitud que se ha convertido en la principal plataforma de promoción y difusión de las artesanías y la cultura popular en Ecuador y América. Este festival se lleva a cabo anualmente en el marco de las festividades de independencia de Cuenca, con artesanos nacionales e internacionales, quienes para su participación atraviesan un proceso de selección establecido por un equipo de curaduría, con el objetivo de obtener un stand en el Pabellón Nacional o Internacional con productos de alta calidad en cuanto a mano de obra, materiales y técnicas artesanales empleadas, acabados y sobre todo que posean un alto valor simbólico de identidad cultural.

En años recientes la institución también ha creado y fomentado un evento propio para el vínculo de la artesanía con el diseño llamado “Semana del Diseño para la Artesanía” (ARDIS), este espacio se realiza en el mes de abril en la ciudad de Cuenca, el cual tiene como objetivo vincular tanto a artesanos, como a estudiantes y profesionales nacionales e internacionales de diversas áreas del diseño, las artes, la arquitectura y la creatividad con el sector artesanal. El ARDIS busca fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los artesanos y estos profesionales, con el fin de desarrollar nuevos productos que combinen las técnicas y materiales tradicionales con el diseño contemporáneo; en este evento se cuenta con un espacio dedicado a la comercialización de estos productos que como resultados se identifican dentro de un estilo de “etno-diseño”, al utilizar manifestaciones culturales, elementos y técnicas tradicionales de diferentes

culturas y comunidades y transportarlas a un diseño contemporáneo mediante procesos creativos y procesos productivos, este estilo de producción busca rescatar y valorar los conocimientos ancestrales de la artesanía, adaptándolos y reinterpretándolos en creaciones innovadoras y vanguardistas. La introducción del concepto de "etno-diseño" y el énfasis en la combinación de elementos tradicionales con el diseño contemporáneo muestra cómo el CIDAP influye en las tendencias y direcciones del campo.

Lo
s
pro
ce
so
s
de
cur
ad
urí



Nota. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/ardiscromia-2020-abre-postulaciones-para-feria-de-comercio-y-medalla-cidap-al-diseno-e-innovacion/>

a para la participación en este evento califican a los productos artesanales o de diseño que tienen una carga de identidad cultural alta, es decir, que incluyen mano de obra de artesanos nacionales, integran técnicas ancestrales, trabajan con materiales autóctonos, poseen un valor simbólico cultural y transmiten pertenencia hacia la identidad nacional. La creación de estos eventos demuestra el enfoque del CIDAP en visibilizar y dinamizar el sector artesanal, reconociendo la importancia del diseño como elemento clave para la competitividad y la sostenibilidad de los productos artesanales, se fomenta también una relación sostenible entre los campos de la artesanía y el diseño, promoviendo vínculos profesionales y académicos que enriquecen y fortalecen ambos sectores (CIDAP, 2018).

Bourdieu conceptualiza el mundo social como un sistema de campos, donde cada campo tiene sus propias normas y reglas y está caracterizado por la lucha por el capital específico de ese campo. En la estructura del campo profesional

de DTel, en los espacios fomentados por esta importante institución pública como el Festival de Artes y Artesanías de América -Faam- y la Semana del Diseño para la Artesanías -ARDIS-, el capital se traduce al conocimiento y habilidades técnicas, reconocimiento profesional, redes de contactos, entre otros; donde los agentes del campo, en este caso los diseñadores y artesanos, buscan acumular este capital para mejorar su posición en el campo.

Esta institución establecida y reconocida en el campo de las artesanías y las artes populares, tiene una gran cantidad de capital simbólico, que es una forma de capital que se refiere al prestigio, reconocimiento y honor; su misión y visión indican su compromiso con la promoción y desarrollo de las artesanías, mejorando las condiciones de vida de los artesanos; por medio de la organización de eventos se facilita la acumulación de capital en diversas formas para los artesanos y diseñadores; por un lado, estos eventos proporcionan una plataforma para la promoción y venta de sus productos, lo que puede traducirse en capital económico y por otro lado, la participación en estos eventos aumenta el reconocimiento y prestigio de los diseñadores y artesanos, lo que se traduce en la acumulación de capital simbólico.

El CIDAP juega un papel importante en la definición de las normas y reglas del campo, al establecer criterios para la participación en sus eventos, como la inclusión de mano de obra de artesanos nacionales, el uso de técnicas ancestrales y materiales autóctonos, estableciendo lo que se valora en el campo, esto puede influir en el habitus de los diseñadores y artesanos y en cómo se desarrollan sus procesos creativos y productivos.

En la estructura del campo profesional de DTel, el CIDAP tiene una gran influencia en la estructura, poder y formas de capital en el campo del diseño textil e indumentaria, su labor permite la acumulación de capital por parte de los diseñadores y artesanos, modela las normas y reglas del campo y puede influir en la consolidación del campo.

Figura 20: Imagen gráfica BanEcuador



Nota. Recuperado de <https://www.banecuador.fin.ec/bancadigital/>

BanEcuador

El 13 de mayo de 2015, mediante el Decreto Ejecutivo 677, BanEcuador se integró plenamente a la economía de Ecuador, fue establecido el 9 de mayo de 2015 como un banco público alineado con los objetivos nacionales, con un enfoque inclusivo de provisión de créditos adaptados a las necesidades de los sectores productivos, el cual se aseguró de contar con horarios adecuados para atender a los productores, comerciantes y campesinos.

BanEcuador se creó con el propósito de impulsar el desarrollo socioeconómico del país y mejorar el bienestar de sus ciudadanos, al ofrecer servicios inclusivos que generen rentabilidad financiera y social, en consonancia con los desafíos del país, particularmente en términos de cambio de la estructura productiva y soberanía alimentaria. La creación de BanEcuador se basó en un diálogo intensivo entre ministerios, en particular con el Ministerio Coordinador de Política Económica, el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Posteriormente, se amplió el diálogo con el Ministerio de Inclusión Económica y Social, con quienes se llevó a cabo un amplio diálogo en todo el país con organizaciones de pequeños y medianos productores, quienes evaluaron la situación del banco público, definieron la visión de la institución, analizaron sus productos y requisitos, y se convirtieron en protagonistas con un sentido de pertenencia, esto generó corresponsabilidad, compromiso y retroalimentación en la toma de decisiones, especialmente en relación con servicios, productos y metodologías.

La misión de BanEcuador es ser un banco público de desarrollo que impulsa la producción, la inclusión y la mejora de la calidad de vida de los micro, pequeños y medianos empresarios, principalmente en los sectores de agronegocios, comercio y servicios, tanto en áreas rurales como urbanas. Para lograrlo, ofrece productos financieros innovadores, eficientes y sostenibles. La visión de BanEcuador es convertirse en un banco de desarrollo innovador, con presencia regional y un enfoque agropecuario, comprometido con el crecimiento sostenible e inclusivo del país (BanEcuador, 2023).

Los valores de BanEcuador se centran en la responsabilidad de cumplir de manera oportuna con todas las funciones y obligaciones, optimizando los tiempos de respuesta frente a las diversas demandas, alcanzando las metas

Figura 21: Capacitación del Ministerio de Cultura y Patrimonio. Foto cortesía Capacitación del Ministerio de Cultura y Quito



Nota. Recuperado de <https://casadelacultura.gob.ec/postnoticias/impulso-cultura-linea-de-credito-impulsada-por-el-ministerio-de-cultura-y-patrimonio-y-banecuator/>

establecidas y contribuyendo al crecimiento institucional; como institución busca contribuir al crecimiento, posicionamiento y cumplimiento del papel de promotor de iniciativas productivas y de inclusión ciudadana, así como del desarrollo integral del país, mediante el fomento de valores de honestidad, actuando con integridad ética y transparencia (BanEcuador, 2023).

Entre las estrategias planteadas por esta institución, el programa “Impulso Cultura” ofreció financiamiento para capital de trabajo, activos fijos e iniciativas de creadores, gestores y artistas; para su ejecución se firmó un convenio entre el ministro de Cultura y Patrimonio, Juan Fernando Velasco, y el presidente del Directorio de BanEcuador, Jorge Wated, con el objetivo de implementar líneas

de crédito productivas, creadas para brindar apoyo financiero a artistas, emprendedores y trabajadores del sector cultural, así como a colectivos y asociaciones, teniendo en cuenta las condiciones y realidades del sector. Impulso Cultura formó parte del plan “Ecuador Creativo”, que buscó impulsar la economía naranja y promover la cadena productiva en el ámbito artístico y cultural. Este programa permitió financiar diversos proyectos, como adquisición de insumos, equipos tecnológicos, servicios artísticos y culturales, actualización de infraestructura y equipamiento de espacios.

BanEcuador ofreció diferentes montos de crédito, desde microcréditos hasta líneas comerciales para pequeñas y medianas empresas, asociaciones y organizaciones, el presidente de la entidad bancaria destacó que la prioridad del banco era generar oportunidades para los artistas y contribuir a su desarrollo, los interesados en acceder al programa debían estar registrados en el Registro Único de Artistas y Gestores (RUAC). Este impulso se sumó a otras medidas presentadas en el marco de Ecuador Creativo, como la exención de IVA en servicios artísticos y culturales, exenciones arancelarias para bienes de uso artístico y cultural, y la redistribución de recursos públicos para la contratación de artistas nacionales en espectáculos culturales (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019).

Desde los términos de Bourdieu, esta institución tiene un tipo de capital simbólico, que se define como el reconocimiento y prestigio dentro del campo, lo que se refleja en su misión de ser un banco público de desarrollo que promueve la inclusión y mejora la calidad de vida de los micro, pequeños y medianos empresarios. Como una manifestación el programa Impulso Creativo ofreció financiamiento para iniciativas de creadores, gestores y artistas, incluyendo aquellos que trabajan en el diseño textil e indumentaria, lo proporciona una fuente de capital económico necesaria para el desarrollo de estos negocios, añade además capital simbólico al reconocer y valorar la importancia de la labor de estos creadores dentro del campo.

En la estructura del campo profesional de DTel, la institución BanEcuador, a través de sus servicios financieros y su programa "Impulso Cultura", desempeña un papel importante en la estructuración del campo, otorgando tanto capital económico como simbólico a sus agentes. Esto, a su vez, contribuye a la consolidación del campo profesional al proporcionar los recursos necesarios para su desarrollo y reconocer su importancia dentro de la economía del país.

Figura 22: *Imagen gráfica de la Casa de la Cultura Benjamín Carrión*



Nota. Recuperado de <https://casadelacultura.gob.ec/>

Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión (CCE)

El Decreto Ejecutivo N.º 707, promulgado por el Presidente de la República del Ecuador, José María Velasco Ibarra, el 9 de agosto de 1944, estableció la creación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, esta iniciativa surgió con el propósito de restaurar la confianza perdida del país debido al conflicto limítrofe con Perú en 1941. La institución lleva el nombre de su fundador, Benjamín Carrión, reconocido como uno de los principales exponentes de las letras ecuatorianas y un ferviente promotor del pensamiento nacional, Carrión luchó incansablemente por reivindicar la dignidad nacional, centrando sus esfuerzos en la promoción de la ciencia, la literatura y el desarrollo artístico y cultural.

La CCE se concibe como un auténtico hogar de la cultura nacional y del país en su conjunto, su objetivo principal es acercarse a la cultura popular, que es una fuente genuina de creación artística, y servir al pueblo ecuatoriano, considerado el dueño exclusivo y el principal modelador e inspirador de la cultura nacional; los objetivos institucionales se centran en aumentar la promoción, producción, circulación y difusión de las artes, la literatura, el pensamiento y el uso de espacios públicos en la sociedad ecuatoriana; además, se busca contribuir a la conservación, protección y difusión del patrimonio cultural y la memoria social institucional

La misión de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión es ser un espacio democrático e inclusivo que promueva y difunda las artes, la literatura, el pensamiento nacional e internacional, el patrimonio y otras manifestaciones culturales, que se logra a través de la gestión de bienes, productos y servicios culturales de alta calidad, con el objetivo de enriquecer y satisfacer las necesidades espirituales de la sociedad ecuatoriana. La visión de la institución es convertirse en un referente en la creación artística y la difusión de manifestaciones pluriculturales, así como en la memoria social y el pensamiento crítico; busca lograrlo con autonomía y fortaleza, impulsada por el compromiso de sus miembros y gestores, con el propósito de promover el ejercicio de los derechos culturales de la ciudadanía (Casa de la Cultura Benjamin Carrión, 2022).

La CCE se rige por una serie de principios fundamentales, que integran la inclusión y el pluralismo cultural, la equidad, la participación, la democratización cultural, la ciudadanía cultural, la identidad institucional, el pluralismo, la interculturalidad, la universalidad, las acciones afirmativas, la primacía de los derechos, la libertad de pensamiento y creación, la autonomía institucional y el ejercicio de los derechos culturales.

La Casa de la Cultura cuenta con 24 núcleos ubicados estratégicamente en las capitales provinciales; en el caso del Azuay, la ciudad de Cuenca alberga uno de estos núcleos, que ha sido un impulsor clave de los sectores culturales en los últimos años, en particular más adelante, nos centraremos en analizar el

programa de incubación de proyectos, que ha tenido un impacto significativo. Este programa, ha tenido un impacto significativo en el campo, como un vehículo a través del cual la institución pudo ofrecer capital económico (financiamiento, recursos), capital cultural (experiencia, conocimiento) y capital social (redes, conexiones) a los diseñadores y artistas en el campo creativo.

En el ámbito social, donde las posiciones y relaciones de poder son fundamentales, el campo profesional del Diseño Textil e Indumentaria (DTel) se caracteriza por una constante lucha y negociación por el capital cultural, económico y social; los agentes involucrados, incluyendo diseñadores, artistas, instituciones y empresas, juegan roles clave en este proceso. Dentro de este contexto, la Casa de la Cultura Ecuatoriana emerge como un agente destacado, por su capacidad para moldear y definir el panorama cultural ecuatoriano; su influencia se extiende a la promoción y difusión de las artes, la literatura y otras expresiones culturales, ejerciendo un poder significativo en el sector.

El capital cultural de esta institución se evidencia en su dedicación a la creación artística y la promoción de manifestaciones culturales diversas, enfocándose en preservar la memoria social y fomentar el pensamiento crítico; estas acciones reflejan un tipo de capital simbólico que eleva su legitimidad y prestigio dentro del ámbito cultural ecuatoriano. Un claro ejemplo de su poder e influencia en el sector cultural de diseño, con su programa de incubación de proyectos, que apoya la innovación y el desarrollo, reforzando la posición de la institución como un pilar del sector cultural en Ecuador.

La CCE ha jugado un papel relevante en la estructura y consolidación del campo profesional de DTel en Ecuador, al brindar formas de capital y ejercer su poder, con un papel activo y de apoyo que contribuye al fortalecimiento y desarrollo de los sectores culturales.

Tras el análisis de las instituciones públicas que impactan en la conformación y consolidación del campo profesional del Diseño Textil e Indumentaria (DTel),

se procede a examinar a los agentes que operan como entidades públicas dentro de la provincia del Azuay. Estos agentes han sido seleccionados en función de los espacios y eventos que promueven y apoyan al sector del diseño en la ciudad, considerando su relevancia y alcance en el desarrollo de este campo profesional.

3.2.2 Entidades públicas a nivel local: Azuay – Cuenca

Figura 23: Imagen gráfica de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay (CCEA)



Nota. Recuperado de <https://www.cceazuay.gob.ec/>

Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo del Azuay (CCEA)

La Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo Azuay, ubicada en Cuenca, tiene como objetivo principal la creación de un espacio dentro del cual los derechos culturales puedan coexistir y se promueve la planificación y coordinación de la interacción entre obras, bienes y servicios culturales, de acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica de Cultura (2016). Según el Artículo 153 de esta ley, la CCEA cuenta con diversas competencias que incluyen el fomento y la promoción de las artes, letras y otras manifestaciones culturales, el estímulo del diálogo intercultural, la impulsión de la participación ciudadana, el establecimiento de redes de servicios culturales para su difusión, y la administración de bienes y servicios culturales (Registro oficial N. 913, 2016).

Al analizar estas competencias, se puede observar que la CCEA se compromete con la ejecución de proyectos para promover la creación, producción, promoción, circulación y difusión del arte y la cultura, con la participación activa de la comunidad, se encarga además de la ocupación del espacio público y de promover la difusión de contenidos culturales, estas responsabilidades se derivan de la legislación que establece la estructura de la institución y se llevan a cabo mediante proyectos y eventos para asegurar el cumplimiento de estas disposiciones.

En el 2018, se llevó a cabo una convocatoria para la utilización del espacio situado en el subsuelo de la institución, con el propósito de implementar un Fab Lab¹¹. Se desarrolló la propuesta de un espacio para la cohesión de creativos y creación de obras, mediante espacios de trabajo que se centran en el aprendizaje colaborativo y en el acceso a máquinas de alta tecnología para facilitar la creación de prototipos a precios asequibles, estos espacios permiten que cualquier individuo pueda expresar su creatividad mediante la construcción de una amplia variedad de objetos relacionados con diversas disciplinas (CCEAZUAY, 2018).

En la rendición de cuentas de la institución en el año 2019, se presentaron los ejes y eventos realizados, donde se destacó el fortalecimiento de los emprendimientos culturales para el desarrollo sostenible de la provincia del Azuay (Casa de la Cultura Núcleo del Azuay, 2019), bajo una visión que reconoce el valor de las expresiones culturales como generadoras de capital simbólico, agentes de transformación social y activadoras de la economía. Desde el año 2020, la Casa de la CCEA ha desarrollado la Incubadora Cultural, un programa orientado a fomentar el emprendimiento y la Economía Cultural, este programa opera como un centro de pre-incubación e incubación, brindando apoyo técnico, contactos, espacios de trabajo, acceso a créditos y

¹¹ Un "Fab Lab", abreviatura de "Fabrication Laboratory", es un tipo de taller que ofrece un entorno de fabricación digital y física para la innovación y la invención personal, fue conceptualizado por el profesor Neil Gershenfeld en el Centro de Bits y Átomos del MIT (Massachusetts Institute of Technology). Los Fab Labs son espacios abiertos al público que permiten a las personas de todas las edades y niveles de habilidad diseñar y producir objetos con una variedad de herramientas y tecnologías (Gershenfeld, Archivado en febrero de 2006).

financiamiento inicial para el desarrollo y crecimiento de modelos de negocios culturales.

Uno de los servicios ofrecidos por la Incubadora Cultural es la capacitación, a través de charlas magistrales en línea, impartidas por expertos en los temas relevantes definidos por la Incubadora, los emprendedores participantes tienen la oportunidad de adquirir conocimientos y herramientas necesarias para sus proyectos; estas capacitaciones se llevan a cabo en sesiones semanales, durante todo el proceso, los proyectos seleccionados en la fase inicial de la convocatoria reciben asesoría personalizada de mentores con experiencia en emprendimiento, cultura, creatividad, negocios e innovación, tanto a nivel local como nacional e internacional. Los proyectos que superaron la etapa de incubación recibieron un capital semilla de 1.500 USD cada uno, con este financiamiento se motivó a los emprendedores a avanzar en sus proyectos y ofrecer sus productos y servicios a la sociedad.

La Incubadora Cultural también proporciona apoyo en términos de infraestructura y tecnología, donde los emprendedores tienen acceso a espacios de comercialización en la Aceleradora Cultural, un lugar estratégico

Figura 24: Imagen gráfica de la Incubadora Cultural, organizado por la Casa de la Cultura Núcleo del Azuay



Nota. Recuperado de <https://www.cceazuay.gob.ec/incubadora-cultural-de-cuenca/>

en el corazón de Cuenca donde pueden exhibir y dar a conocer sus productos y servicios; además, se les ofrece un espacio de coworking equipado con internet y sala de reuniones; en estos espacios también se preparan y presentan obras y proyectos en el Teatro Casa de la Cultura, Sala Alfonso Carrasco, Sala de Conciertos y Sala Proceso.

Este programa integral brinda a los emprendedores culturales las herramientas, el apoyo y los recursos necesarios para desarrollar y hacer crecer sus proyectos, con capacitación, asesoría personalizada, espacios de trabajo y financiamiento inicial, esta incubadora se posiciona como una fuente clave de impulso y crecimiento para el sector cultural en la región (Casa de la Cultura Núcleo del Azuay, 2019).

Bajo este contexto y desde los abordajes de Bourdieu, la CCEA ha logrado una posición significativa en el campo, a través de sus diversas iniciativas y programas, como la Incubadora Cultural, donde el habitus, entendido como las prácticas y disposiciones interiorizadas por los individuos a través de su socialización, puede verse reflejado en los valores y principios que guían a la institución, así como en la formación y desarrollo de los emprendedores que participan en sus programas; por ejemplo, la capacitación que proporciona la Incubadora Cultural forma el habitus de los emprendedores, moldeando sus prácticas y orientándolas hacia la creatividad, la innovación y la generación de valor en el campo del diseño.

El capital, que representa los recursos que los agentes e instituciones pueden movilizar para consolidar su posición en un campo, se manifiesta en la CCEA de varias formas: su capital económico se evidencia a través del capital semilla proporcionado a proyectos de la Incubadora Cultural y el acceso a créditos y financiamiento inicial, facilitando así el desarrollo de emprendimientos; en términos de capital social, se refleja en la red de contactos y mentores disponibles para los emprendedores, junto con los espacios de trabajo y comercialización ofrecidos por la institución, promoviendo un ambiente colaborativo y de oportunidades; finalmente, el capital cultural se percibe en la capacitación y asesoría de la Incubadora Cultural, fomentando el diálogo

intercultural y la valoración de las expresiones culturales como generadoras de capital simbólico, contribuyendo de esta manera al enriquecimiento cultural y a la innovación.

La Casa de la Cultura Núcleo Azuay se posiciona como un actor clave en el campo profesional de DTel, moldeando el habitus de los emprendedores a través de su Incubadora Cultural, y acumulando y distribuyendo capital económico, social y cultural, que a su vez influye en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

Figura 25: Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento de la ciudad de Cuenca



Nota. Recuperado de
<https://www.cuenca.gob.ec/content/direccion-general-de-cultura-recreacion-y-conocimiento>

Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento

La Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento es parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la ciudad de Cuenca, tiene como misión implementar el Sistema de Gestión Integral de Cultura y Patrimonio, enfocándose en la recuperación de las culturas tradicionales, el desarrollo de nuevas expresiones, el fomento de la libertad de expresión, la creatividad y las diversidades, así como la promoción y acceso universal a

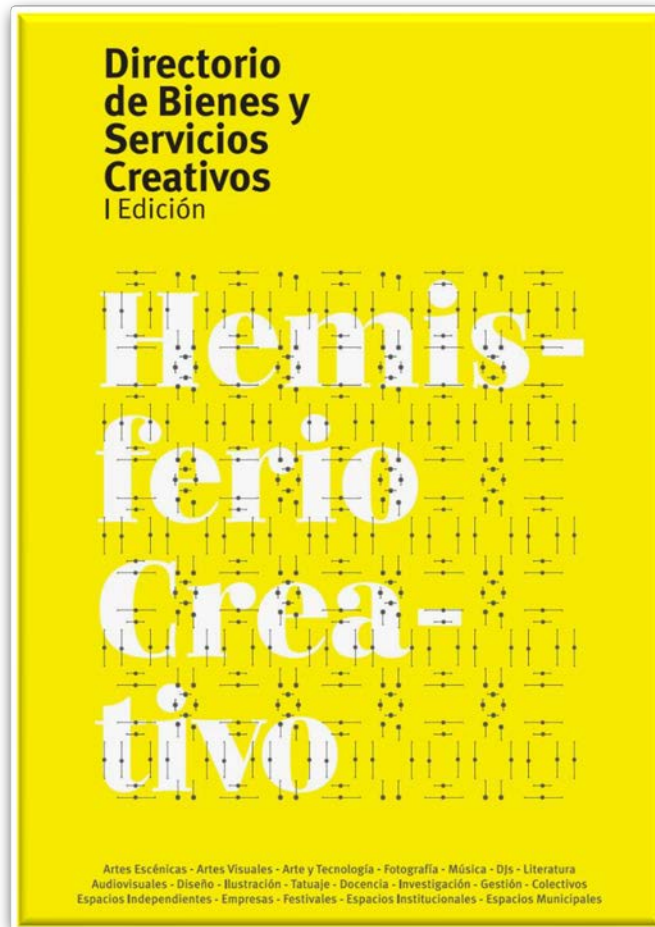
espacios de identidad, creación e innovación. Su objetivo es fortalecer la cultura, la recreación y la promoción del patrimonio cultural y el conocimiento en el cantón Cuenca, como parte del desarrollo sostenible, social y productivo. La visión de la organización es posicionar el Sistema de Gestión Integral de Cultura y Patrimonio como el cuarto pilar del desarrollo sostenible del cantón, a través del fomento de un territorio inclusivo, diverso y equitativo. Buscan empoderar a la ciudadanía en su identidad a través de procesos culturales y artísticos, bienes y servicios culturales, y el patrimonio cultural, garantizando el pleno ejercicio de sus derechos culturales.

Dentro de los programas destacados se encuentra el Programa de Fomento de las Artes y Economías Culturales, creado en 2018 con el objetivo de satisfacer las necesidades de gestores, agentes y productores en términos de profesionalización del sector y potenciación de los productos y servicios culturales y creativos, este programa buscó dinamizar las economías culturales a través de la implementación de redes de emprendimientos, escaparates creativos, proyectos y eventos que contribuyan al sector cultural de la ciudad.

La ciudad de Cuenca se integró al programa de Ciudades Piloto, adoptando la *Agenda 21 de la Cultura y Cultura 21 Acciones*, esta iniciativa proporcionó a los gobiernos locales un marco internacional para destacar la cultura como instrumento esencial en la promoción de la inclusión social, el desarrollo económico y el equilibrio medioambiental; a través de un enfoque participativo, artistas, gestores culturales, colectivos, instituciones y la sociedad civil evaluaron y analizaron la situación actual de las políticas y proyectos culturales a nivel cantonal en Cuenca; a partir de este análisis, se recopilaban datos y, en respuesta a las áreas identificadas como deficitarias, se propusieron varios proyectos, incluido el Plan Estratégico Cantonal de Cultura al 2030. En el mismo periodo, se realizó un estudio significativo denominado *Cuenta Satélite de la Cultura de Cuenca* (CSCC), su objetivo fue identificar y examinar los valores asociados a la producción y distribución de ingresos derivados de las actividades culturales en la ciudad (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018). Esta investigación arrojó información esencial sobre la oferta y demanda de productos culturales, así como sobre la

relevancia económica y laboral del ámbito cultural en la región. La CSCC fue publicada junto a la primera edición del *Directorio de Bienes y Servicios Creativos Hemisferio Creativo*, que sirve como una herramienta para difundir la oferta de personas, colectivos y emprendimientos involucrados en la creación y gestión cultural local, el directorio recopila información de artistas, técnicos,

Figura 26: *Directorio de Bienes y Servicios Creativos. Hemisferio Creativo*



Nota. Recuperado de
https://issuu.com/culturacue/docs/directorio_hemisferio_creativo

gestores y otros profesionales vinculados a diversas disciplinas artísticas y creativas, incluyendo el diseño textil (Hemisferio Creativo, 2018).

El valor de las industrias culturales y creativas, incluyendo el diseño, en la ciudad de Cuenca destaca como una contribución positiva a la economía local, según el texto publicado por la Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca (2018), "las industrias culturales y creativas suelen tener

altas tasas de retorno de inversión, niveles de competitividad elevados en comparación con otros sectores y un capital humano más calificado" (pág. 16). Además, se mencionan ejemplos internacionales, como la transformación digital en el Reino Unido y Alemania, donde se observa la importancia de las industrias culturales en la generación de empleo y su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) de dichos países.

La CSCC abarcó una amplia gama de sectores culturales, como libros y publicaciones, artes escénicas, espectáculos artísticos, audiovisuales, música, creación literaria, musical y teatral, así como diseño, artes plásticas, artes visuales y formación artística, en el ámbito del diseño, se consideraron subsectores como el diseño industrial o de productos, diseño textil e indumentaria, diseño de accesorios y diseño gráfico, incluyendo publicitario y web. Los resultados obtenidos revelaron un impacto significativo de estos sectores culturales en la economía local y nacional; por ejemplo, en el año 2016, el Valor Agregado (VA) del sector de diseño a nivel nacional ascendió a 652 millones de dólares, de los cuales 10,4 millones de dólares correspondieron específicamente a la ciudad de Cuenca, representando aproximadamente el 1,6% del total. Es importante destacar que la ciudad de Cuenca concentra alrededor del 97% del VA del sector de diseño, mientras que el resto de los cantones de la provincia del Azuay aporta un 0,3% (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2018).

Estos datos evidencian la relevancia y el potencial económico del sector de diseño en Cuenca, así como su contribución al desarrollo local y nacional. Asimismo, destacan la importancia de promover y fortalecer el sector, impulsando la formación y profesionalización de los diseñadores, así como fomentando la difusión y comercialización de productos culturales dentro y fuera de la ciudad. El estudio de la Cuenta Satélite de la Cultura de Cuenca y el Directorio de Bienes y Servicios Creativos Hemisferio Creativo han proporcionado información valiosa sobre la producción y distribución de ingresos generados por las actividades culturales en la ciudad.

El diseño, junto con otros sectores culturales, ha demostrado tener un impacto significativo en la economía local y nacional, razón por la cual, es fundamental continuar promoviendo y fortaleciendo estas industrias culturales, fomentando la profesionalización, difusión y comercialización de productos culturales, y reconociendo el potencial que tienen para el desarrollo sostenible y la generación de empleo en Cuenca. Hasta la fecha de este estudio es importante destacar que, en el área específica del diseño de moda, el directorio solo menciona 9 marcas de diseñadores, lo que resalta la necesidad de identificar y conocer la mayoría de los emprendimientos en este campo para obtener datos más completos y representativos de la realidad.

La Dirección de Cultura también se promueve el uso de las Casas Patrimoniales Municipales, que buscan generar experiencias y procesos culturales y educativos no formales en seis inmuebles patrimoniales de la ciudad. Estos espacios se enfocan en la valorización y sensibilización ciudadana respecto al patrimonio cultural actual, la memoria social y la tradición oral; como el *Programa de Espacio Público, Ferias y Festivales* que contribuye al fomento del arte y la cultura a través de presentaciones y eventos en encuentros y festivales, estos eventos fortalecen los procesos asociativos y promueven la participación de diseñadores emergentes y con trayectoria tanto locales como nacionales, beneficiando a una amplia población y contribuyendo al desarrollo del turismo y la economía de la ciudad; además buscan promover la apropiación de espacios públicos como lugares de diálogo, inclusión, participación y diversidad.

La institución también impulsa la investigación mediante proyectos de investigación cultural, con el objetivo de generar, intercambiar, recuperar, difundir y transmitir conocimientos y saberes en el campo social, artístico y cultural. Promueven también la comercialización de productos culturales a través de la galería en línea "Hackearte", que cuenta con una red de clientes y herramientas de venta para apoyar a artistas independientes de Ecuador (Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca, 2023).

La Dirección se dedica a promover y fortalecer la cultura, el patrimonio y el conocimiento en el cantón Cuenca a través de programas y proyectos que fomentan la participación ciudadana, la diversidad cultural, la profesionalización del sector y la investigación en el ámbito cultural.

Comprendemos así, que al campo profesional de DTel es una esfera de producción y consumo, un espacio social que se encuentra atravesado por diversas formas de poder y capital, con agentes luchan y se esfuerzan por acumular capital y ganar posición. El tipo de capital más evidente es el capital económico, pero también hay formas simbólicas de capital, como el capital cultural y el capital social, que puede generar valor simbólico en los productos de diseño a través de la transubstanciación en los procesos creativos y productivos.

Desde estos enfoques, podemos ver cómo la Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento de Cuenca funciona como un agente dentro del campo, que utiliza su capital simbólico -como el capital cultural acumulado a través de la promoción de la cultura y la historia de la ciudad, y el capital social obtenido a través de su conexión con el gobierno y otros agentes importantes- para influir en la estructura del campo.

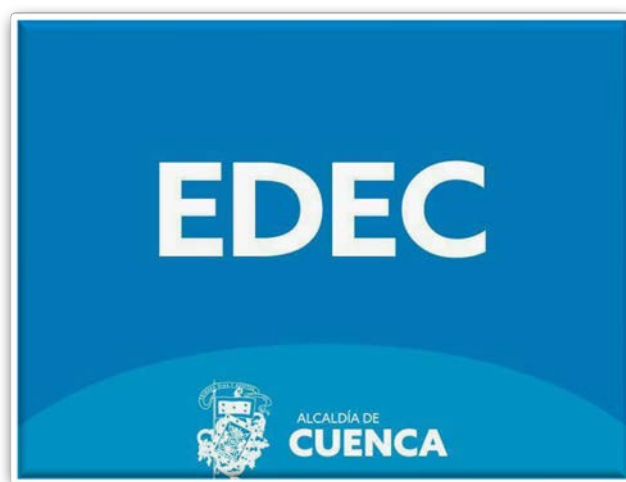
La publicación que realizó la Dirección es un ejemplo de cómo este agente utiliza su capital simbólico para cambiar el campo, al cuantificar el valor económico de las industrias culturales y creativas en Cuenca, el estudio contribuye a legitimar el diseño textil e indumentaria como un sector económico importante, ayudando a consolidar su lugar dentro del campo más amplio de la economía local y nacional.

Además, programas como el Programa de Fomento de las Artes y Economías Culturales y la creación del Directorio de Bienes y Servicios Creativos Hemisferio Creativo representan una estrategia de la Dirección para fomentar la profesionalización del campo del diseño textil e indumentaria y aumentar su capital económico y simbólico. Por otra parte, el impulso hacia la valorización y sensibilización del patrimonio cultural, así como la promoción de espacios

públicos para el diálogo y la diversidad, son estrategias que pueden ser entendidas en términos de la lógica del campo, al fomentar una apreciación de la cultura local y la diversidad, la Dirección busca incrementar el capital cultural de la ciudad y, por extensión, del campo del diseño textil e indumentaria.

La Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento de Cuenca opera dentro del campo profesional de DTel, utilizando diversas formas de capital para influir en la estructura del campo y contribuir a su consolidación como un campo profesional; a su vez, permite entender cómo las acciones de la Dirección, como la realización de estudios, la implementación de programas y la promoción de la cultura y la diversidad, son estrategias para aumentar capital y ganar posición dentro del campo.

Figura 27: *Imagen gráfica Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC-EP)*



Nota. Recuperado de
<https://www.cuenca.gob.ec/content/edec-ep>

Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC-EP)

La Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico, una dependencia del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Cuenca tiene como visión convertirse en una empresa pública reconocida con un modelo de gestión competitivo y solidario que integrara lo social y ambiental al desarrollo

económico de Cuenca y del país. Su misión es gestionar oportunidades para emprendimientos sostenibles y sustentables que impulsaran la economía del cantón Cuenca en beneficio de sus ciudadanos, se obtuvieron resultados positivos en varias unidades de negocio y proyectos, entre ellos se destacan los que promueven los sectores culturales, que incluyen al diseño.

Como fomento hacia estos sectores, se creó el Portal Regional Artesanal, un espacio donde se han llevado a cabo maratones artesanales como ferias y festivales, que han tenido como propósito para acercar el oficio artesanal a la ciudadanía, además de ferias de comercio y pasarelas que han beneficiado a artesanos y diseñadores. En cuanto a la capacitación, se han realizado proyectos en colaboración con diversas instituciones, como la Universidad del Azuay, Banco del Austro, Encuentra Empleo/Ministerio de Trabajo, Universidad de Cuenca y Avsi/Acnur, estas capacitaciones han desarrollado temas relacionados con emprendimiento, innovación, manejo de inventarios, planes de negocio, estadísticas, técnicas de ventas, entre otros. La empresa pública cuenta también con una Incubadora de Proyectos y Asesoría a Emprendedores, la cual ha brindado asesoramiento a varios emprendedores en la elaboración de sus planes de negocios e imagen corporativa, así como en la creación y mejora de sus emprendimientos; además, se puso a disposición de la ciudadanía el espacio de coworking, dentro de las cuales se pueden desarrollar sesiones de trabajo y reuniones de forma gratuita con servicios como internet y espacios de trabajo (EDEC, 2022).

Figura 28: Imagen gráfica del desfile de modas "Tejiendo Identidad", organizado por la EDEC EP el 17 de noviembre del 2021



En el año 2021, destaca el desfile de modas "Tejiendo Identidad", el cual contó con la participación de diseñadores cuencanos que presentaron artículos elaborados con habilidad manual, este evento tuvo lugar en el Portal Regional Artesanal como parte de la conmemoración del primer aniversario de la declaración de Cuenca como "Ciudad Mundial de la Artesanía". Tanto los estudiantes de diseño de la Universidad del Azuay como reconocidos diseñadores de la ciudad presentaron sus colecciones en la pasarela, destacando artículos confeccionados en paja toquilla, cuero, la icónica vestimenta de la Chola Cuencana¹² e incluso utilizando la macana que es elaborada con técnica del Ikat¹³ en prendas de indumentaria contemporánea con detalles finos para resaltar las prendas. Los diseños presentados lograron conceptualizar elementos identitarios y los transformaron en prendas contemporáneas (El Mercurio, 2021).

Bourdieu propuso que la sociedad está compuesta por una serie de campos interrelacionados y que cada campo tiene su propia estructura y dinámica de poder, el campo profesional de DTel se compone de varias posiciones ocupadas por agentes con diferentes grados de poder, y este poder está relacionado con las formas de capital que poseen. En el caso de la Empresa Pública EDEC - EP, genera capital económico al impulsar la economía del

¹² La "Chola Cuencana" es un ícono cultural y social que representa la identidad mestiza en Cuenca, Ecuador. Su construcción histórica y social refleja un sincretismo entre lo indígena y lo europeo, especialmente visible en su indumentaria tradicional. Su imagen ha sido patrimonializada, folclorizada y en ocasiones comercializada, destacando elementos como su vestimenta, accesorios y joyería. Este proceso ha llevado a una homogenización de su representación, muchas veces desconectada de la diversidad y los significados originales que expresan su contexto histórico, social y cultural. La "Chola Cuencana" sigue siendo un símbolo de la identidad local, pero su imagen demanda una revalorización que incluya su propia voz y autenticidad (Malo & Páez, 2019).

¹³ El ikat es una técnica tradicional de teñido y tejido donde los hilos de la urdimbre, o en algunos casos de la trama, son amarrados en haces con fibras impermeables antes de ser sumergidos en un baño de tinte. Las áreas protegidas por los amarres conservan su color original, mientras que las partes expuestas absorben el tinte. Este proceso da lugar a diseños característicos, creados por el contraste entre las áreas teñidas y las no teñidas. El ikat es una expresión de herencia cultural en regiones como Gualaceo, Ecuador, donde se utiliza para confeccionar los reconocidos paños tradicionales o macanas que son utilizados por las cholas cuencanas (Penley, 1988).

cantón Cuenca con sus diversas iniciativas, pero también está acumulando capital cultural y social a través de la promoción del diseño y la cultura local, y la formación y asesoramiento de nuevos emprendedores. Esta institución también genera capital simbólico, que Bourdieu describe como la forma de capital que proporciona reconocimiento y legitimidad; en este caso, a través de la organización de eventos como "Tejiendo Identidad", está elevando la estima del diseño local y proporcionando una plataforma para que los diseñadores locales obtengan reconocimiento.

En la estructura y la dinámica del campo profesional de DTel, la EDEC – EP al proporcionar formación y asesoramiento, ayuda a crear nuevas posiciones dentro del campo para emprendedores y diseñadores; y al organizar eventos como "Tejiendo Identidad", contribuye a establecer normas y expectativas dentro del campo, alentando un enfoque en los diseños que incorporan y celebran la identidad cultural local.

Con el objetivo de establecer un corpus de estudio, se han analizado las entidades locales seleccionadas. No obstante, se reconocen también los esfuerzos realizados por otras instituciones, como la Gobernación de la Provincia del Azuay y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Cuenca. A través de sus respectivas dependencias, estas entidades han gestionado iniciativas significativas, tales como el Designer Book y el Escaparate Creativo, contribuyendo al desarrollo y promoción del sector del diseño en la región.

En respuesta al crecimiento de los sectores culturales y de los emprendimientos, se han promovido dos leyes que merecen ser analizadas en detalle. Estas leyes están diseñadas para fomentar y apoyar el desarrollo de iniciativas culturales y emprendimientos en el país, se analizan en los siguientes apartados.

3.2.2.4 Ley Orgánica de Cultura

Figura 29: *Publicación oficial en el Registro Oficial N° 913 de la Ley Orgánica de Cultura, 30 de diciembre de 2016*



Nota. Recuperado de
<https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-cultura>

El "Proyecto de Ley Orgánica de Cultura" fue sometida a discusión y aprobada en la Asamblea Nacional de Ecuador; su primer debate, tuvo lugar el 8 de diciembre de 2009, mientras que el segundo debate se llevó a cabo el 27 de septiembre de 2016, finalmente, el 10 de noviembre de 2016, la ley fue aprobada (Registro oficial N. 913, 2016). La Ley de Cultura del Ecuador, también conocida como la Ley Orgánica de Cultura, es una legislación integral que busca promover, proteger y fortalecer el desarrollo cultural del país. Esta ley, marca un hito importante en el reconocimiento y valoración de la diversidad cultural del Ecuador, así como en el fomento de la participación ciudadana en el ámbito cultural.

La Ley de Cultura establece los principios y objetivos fundamentales para la gestión y promoción de la cultura en el país, donde se reconoce el derecho de

todas las personas a participar en la vida cultural y promueve la igualdad de oportunidades para el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales; asimismo, busca garantizar la diversidad cultural y lingüística, el respeto a los derechos de los pueblos y nacionalidades indígenas, así como la protección del patrimonio cultural en todas sus manifestaciones; en esta ley se establece un marco legal sólido para promover la diversidad cultural y el acceso igualitario a los bienes y servicios culturales en todo el territorio ecuatoriano, que reconoce y valora el aporte de las industrias culturales al crecimiento económico, al empleo y a la proyección internacional del país.

Una de las principales características de esta ley es su enfoque en el fomento hacia las industrias culturales, que promueve la creación de políticas públicas que incentiven la producción, circulación y comercialización de bienes y servicios culturales, esto se traduce en la generación de oportunidades para artistas, creadores, emprendedores culturales y profesionales del sector, impulsando la economía creativa del Ecuador. Esta ley establece mecanismos de financiamiento y estímulos, mediante la creación del Fondo de Fomento y Estímulos Culturales, destinado a financiar proyectos y programas culturales para apoyar la formación de talento, promover la investigación y la innovación en el ámbito cultural. Esta iniciativa proporciona recursos y herramientas para el desarrollo de proyectos culturales sostenibles y de calidad; así como se fomenta la participación y el diálogo entre los diferentes agentes del sector cultural, mediante instancias de participación ciudadana, como mesas sectoriales donde se promueve la colaboración y el intercambio de ideas entre el sector público, la sociedad civil, los colectivos, la academia y el sector privado, lo que permite una gestión más inclusiva y eficiente de las políticas culturales, potenciando el desarrollo de las industrias culturales en todas sus dimensiones.

La creación de esta ley ha sido un acontecimiento significativo para las industrias culturales, ya que proporciona un respaldo y fomento a las actividades desarrolladas por los gestores culturales. A continuación, se analizan los artículos de esta ley que impulsan a los sectores de las industrias culturales:

Sobre los fines; el Artículo 3., literal d) tiene como objetivo reconocer e incentivar el aporte de las industrias culturales y creativas a la economía, fortaleciendo sus procesos productivos y promoviendo la participación de los sectores público, privado, mixto y de la economía popular y solidaria (Registro oficial N. 913, 2016). En línea con este fin, el Capítulo Tercero de la ley aborda las políticas culturales y el Artículo 8.- establece que las entidades, organismos e instituciones del Sistema Nacional de Cultura que tienen la responsabilidad de ejecutar políticas que impulsen la creación artística y cultural, las expresiones de la cultura popular, la formación, la investigación, el fomento y el fortalecimiento de las expresiones culturales, este artículo también se enfoca en el reconocimiento, mantenimiento, conservación y difusión del patrimonio cultural y la memoria social, así como en la producción y desarrollo de las industrias culturales y creativas (Registro oficial N. 913, 2016). Este reconocimiento y el impulso proporcionado por la ley tienen el potencial de aumentar el capital económico y simbólico de aquellos que se dedican al diseño textil e indumentaria, consolidando su posición y prestigio dentro del campo.

En el Título IV, específicamente el Capítulo Único, titulado "De la Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio", el Artículo 16 establece los fines del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio, que incluye b) Propiciar el fortalecimiento de las destrezas y expresiones artísticas y formar públicos críticos para el ejercicio de los derechos culturales, el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas (Registro oficial N. 913, 2016, pág. 6). Estos artículos refuerzan la importancia de la educación y formación en artes, cultura y patrimonio, lo cual es fundamental para el desarrollo de habilidades técnicas y críticas, lo que facilita la creación de nuevos agentes culturales con capitales especializados y la capacidad de ejercer influencia y ejercer sus derechos culturales dentro del campo.

El Capítulo 1 del TÍTULO VIII, menciona "la composición, atribuciones y conformación del Subsistema de Artes e Innovación" (Registro oficial N. 913, 2016, pág. 18), con el Artículo 103.- que enumera las atribuciones del

Subsistema de Artes e Innovación, que incluye el literal d) Impulsar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales y creativas. En este punto la ley actúa como un catalizador para la transformación del campo, promoviendo la innovación y el emprendimiento, que son significativas para la generación de nuevo capital cultural y económico.

En el Capítulo 2, sobre "las definiciones y ámbitos del Fomento de la Cultura, las Artes y la Innovación", el Artículo 109.- que aborda el concepto de emprendimiento cultural o creativo como cualquier actividad realizada por agentes emergentes en el ámbito cultural o creativo con el propósito de producir un bien, servicio o proceso nuevo o significativamente mejorado; asimismo, se establece el concepto de industrias culturales y creativas como sectores productivos nacionales cuyo objetivo es la producción, distribución, circulación, intercambio, acceso y consumo de bienes y servicios culturales y creativos, con el propósito de generar valor simbólico y económico (Registro oficial, 2016). El concepto de emprendimiento cultural o creativo amplía la definición de lo que constituye el capital cultural, reconociendo y valorando las nuevas formas de producción y servicios culturales que emergen en el campo.

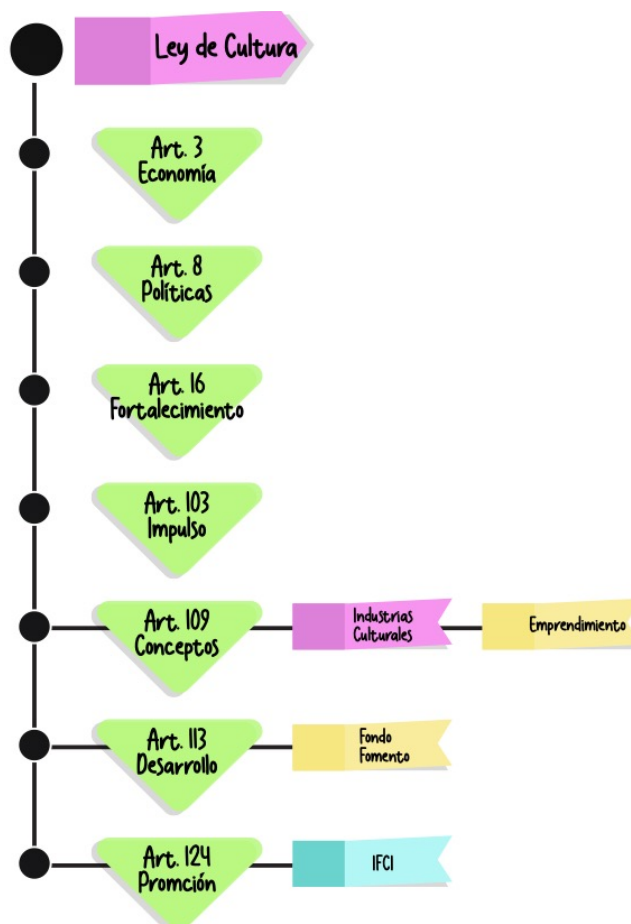
El Capítulo 3.-, "del Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación", el Artículo 113 establece los usos del Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación, donde se destaca el desarrollo, producción y sostenibilidad de emprendimientos e industrias culturales como uno de los usos del fondo (Registro oficial N. 913, 2016). Este Capítulo también aborda las políticas culturales, con el Artículo 8, al enfocarse en el fomento y fortalecimiento de las expresiones culturales, contribuyen a la acumulación de capital cultural. La ley, al promover la conservación y difusión del patrimonio cultural y la memoria social, amplía el espectro de reconocimiento y valoración de las prácticas dentro del campo, permitiendo a los diseñadores textiles y de indumentaria beneficiarse de una mayor visibilidad y apreciación de su trabajo.

El Capítulo 5.-, titulado "Del Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividad" (IFCI), se encuentra el Artículo 124, donde se establece una de las funciones del Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividad, literal

b) Impulsar, incentivar, fortalecer y garantizar la continuidad de la producción y comercialización de los emprendimientos e industrias culturales y creativas (Registro oficial N. 913, 2016, pág. 22). Con estos impulsos se refleja una inversión en la sostenibilidad y la comercialización de emprendimientos e industrias culturales y creativas, lo que refuerza la idea de que el capital económico está intrínsecamente vinculado al capital cultural y simbólico dentro del campo del diseño.

El siguiente esquema utiliza una estructura de línea de flujo, con la Ley de Cultura en la parte superior, fluyendo hacia abajo a través de los artículos que detallan los mecanismos y áreas de enfoque específicos, las flechas conectan los artículos con los temas de industrias culturales y emprendimiento, lo que implica que estos artículos contribuyen al desarrollo de estos aspectos de la cultura. El uso de colores diferenciados para cada artículo y área temática ayuda a distinguir visualmente las diferentes áreas de enfoque y su contribución al apoyo de las industrias culturales.

Figura 30: Esquema gráfico con los artículos de fomento hacia las industrias culturales en la Ley Orgánica de Cultura del Ecuador



El gráfico proporciona una representación visual clara de cómo estos artículos de la Ley Orgánica de Cultura desempeñan un papel en apoyar y estructurar el campo cultural, enfatizando la economía, las políticas, el fortalecimiento de las capacidades, el impulso de la innovación, la definición de conceptos clave, el desarrollo sostenible, y la promoción de las industrias culturales y creativas. El impulso de los sectores culturales mediante esta ley en el Ecuador ha dado lugar a un notable incremento en el número de emprendimientos relacionados con estas áreas, como resultado de este crecimiento, surge una necesidad apremiante de establecer una legislación que promueva el desarrollo de los proyectos culturales, pero que además estimule su crecimiento y contribuya a su sostenibilidad a largo plazo. En respuesta a esta demanda, se ha aprobado la siguiente ley como un paso significativo en esta dirección.

Desde la perspectiva de Bourdieu, se entiende a la Ley de Cultura del Ecuador como un intento del estado (un actor con gran capital simbólico y político) para redefinir las reglas del campo cultural y del subcampo específico del diseño. En este sentido, la ley se considera como una intervención en la estructura del campo, buscando cambiar la forma en que se distribuye el capital y cómo se reconocen y valoran diferentes formas de capital cultural.

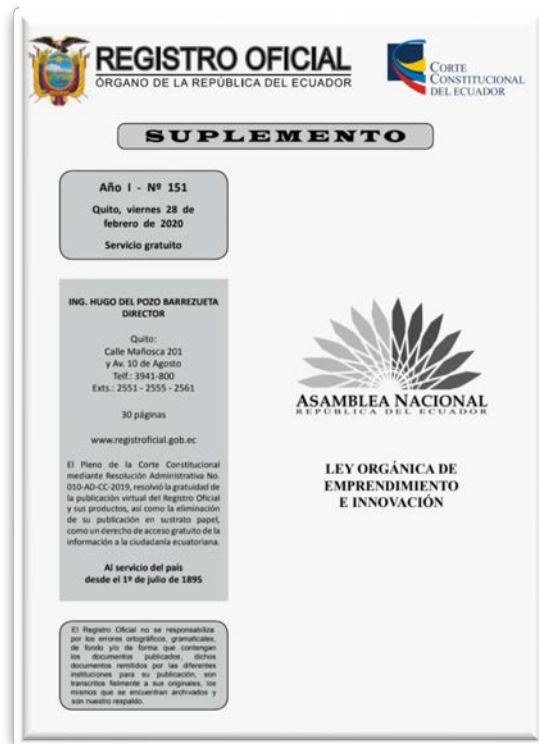
En términos de poder, la ley es un instrumento del estado para influir en las relaciones de poder en el campo cultural, al establecer un fondo de financiamiento y estímulos culturales; el estado está en una posición para determinar qué tipos de actividades culturales se valoran y se financian, y, por lo tanto, tiene un efecto significativo en la distribución del capital cultural y económico en el campo. Las formas de capital en juego en el campo del diseño textil e indumentaria son principalmente el capital cultural, representado por el conocimiento y las habilidades en diseño textil e indumentaria, y el capital económico, que puede obtenerse a través de la producción y venta de bienes culturales. La ley reconoce y valora tanto el capital cultural como el económico al incentivar la producción y comercialización de bienes culturales.

La Ley Orgánica de Cultura sirve como un medio por el cual el estado reconoce y legitima ciertas formas de capital cultural y económico en el campo del diseño textil e indumentaria, a su vez actúa para redefinir las relaciones de poder, permitiendo la consolidación y el desarrollo de la profesión en un contexto más amplio y competitivo.

La Ley Orgánica de Cultura, a través de su capacidad para alterar la estructura del campo cultural y del diseño profesional de DTel influye en las relaciones de poder dentro del campo; valora y promueve formas específicas de capital, afectando las formas de capital y las relaciones de poder existentes dentro de él y tiene una influencia significativa en la consolidación y desarrollo del campo.

3.2.2.5 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Figura 31: *Publicación oficial en el Registro Oficial N° 151 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 28 de febrero de 2020*



Nota. Recuperado de <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación en el Ecuador representa un importante marco legal que impulsa y promueve el desarrollo de emprendimientos y la innovación en el país, fue aprobada en la sesión del pleno de la Asamblea Nacional del 18 de febrero de 2020, tiene como objetivo principal promover el emprendimiento e innovación en el país, incentivando el desarrollo de proyectos empresariales y la generación de empleos, esta ley está orientada a fomentar la inversión, la investigación y el desarrollo tecnológico, la producción y el comercio internacional. Esta ley tiene como propósito principal proteger los derechos de los emprendedores y garantizar el cumplimiento de los requisitos necesarios para la legalización de los negocios; además, se establecen una serie de programas, incentivos y servicios que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos (Registro Oficial N. 151, 2020) . Una de las características más destacadas de esta legislación es su enfoque integral, abarcando diversos aspectos que son fundamentales para el éxito de los emprendedores y la promoción de la innovación, entre ellos, se encuentra la simplificación de trámites administrativos, la creación de mecanismos de financiamiento accesibles y flexibles, así como la promoción de la colaboración público-privada.

La ley tiene como objetivo promover el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, fomentando una cultura emprendedora y estableciendo nuevas formas de asociación y financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor, aplicable a todas las actividades relacionadas con el emprendimiento y la innovación, esta ley abarca distintas modalidades económicas, como la pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativa, asociativa, comunitaria y artesanal.

En consonancia con el desarrollo de los emprendimientos y la innovación, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL) ha propuesto diversas leyes modelo en respuesta al crecimiento global de los emprendimientos. El Ecuador ha logrado destacarse en los índices internacionales de emprendimiento, como el Global Entrepreneurship Monitor, que en 2017 lo situó como el segundo país con mayor índice de espíritu emprendedor (28%), solo superado por Perú. Bajo este contexto,

resultó imperativo crear un entorno propicio para la formación de empresas y la formalización de los emprendimientos, a fin de que los emprendedores y las organizaciones existentes puedan desarrollar nuevos proyectos; para lograrlo, se planteó esta ley, con la finalidad de que armonice la participación de agentes públicos y privados en el ecosistema emprendedor, fomente el desarrollo de emprendimientos y maximice su duración, resultados económicos y sociales, y, sobre todo, potencie su acceso tanto al mercado nacional como al internacional, en beneficio del desarrollo del Ecuador. A continuación, se enumeran y analizan los artículos relevantes para la presente investigación, se destacan el impulso a los sectores culturales y han sido publicadas en el Registro Oficial N.151 (2020):

Los Artículos 3 y 4 establecen los principios fundamentales de esta ley, definiendo el concepto de emprendimiento como un proyecto con una antigüedad inferior a cinco años, que requiere recursos para abordar una necesidad o aprovechar una oportunidad, este proyecto se organiza y desarrolla asumiendo riesgos, con el propósito de generar utilidad, empleo y desarrollo. La ley se fundamenta en el desarrollo económico y tiene como objetivo promoverlo a través del emprendimiento y la innovación, de manera justa, democrática, productiva, solidaria y sostenible. Además, busca fomentar la generación de riqueza y la creación de empleo digno y estable. El establecimiento de estos artículos como pilares fundamentales de la ley, define el emprendimiento y establece el marco para el crecimiento económico basado en la innovación, la equidad, y la sostenibilidad, lo que refleja una intención de aumentar el capital económico y simbólico de los diseñadores, posicionándolos favorablemente en el campo (Registro Oficial N. 151, 2020).

En el Capítulo II, enfocado en las Políticas Públicas e Institucionalidad del Emprendimiento, el Artículo 6 destaca la creación del Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación (CONEIN). Este órgano estratégico permanente se establecerá con el propósito de promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad integral del país, su función principal será coordinar acciones entre diversas instituciones, fomentar alianzas público-privadas y colaborar con el ámbito académico (Registro Oficial N. 151, 2020).

Con este artículo se introduce un nuevo actor con el potencial de ejercer una poderosa influencia en el campo, coordinando acciones y fomentando colaboraciones que pueden alterar el flujo y la valoración del capital cultural y económico.

En el Capítulo III de esta Ley, que se centra en el Fomento al Emprendedor y la Creación de Nuevos Negocios, se establece en el Artículo 12 la creación del Registro Nacional de Emprendimiento (RNE) a cargo del Ministerio de la Producción, este registro será creado y actualizado en línea, siguiendo los parámetros y características establecidos en el reglamento de la Ley; además, los proyectos incluidos en este registro estarán sujetos a las disposiciones del Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. El Artículo 13 aborda la infraestructura destinada a los centros de emprendimiento, con el propósito de brindar apoyo al desarrollo de estos proyectos, mediante la gestión inmobiliaria del sector público con los Gobiernos Autónomos Descentralizados y entidades del gobierno central, se brindará asistencia y facilitará instalaciones, infraestructuras y establecimientos bajo su responsabilidad (Registro Oficial N. 151, 2020); estos espacios se destinarán como centros de incubación gratuitos para emprendedores. Estos incentivos implican una formalización y reconocimiento del capital cultural y sugiere un esfuerzo por incrementar el capital social mediante el fomento de la colaboración y el acceso a recursos.

El Artículo 14 dispone la creación de una Guía Nacional de Emprendimiento a cargo de la Secretaría Técnica del CONEIN. Esta guía proporcionará información sobre los aspectos macroeconómicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, así como un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el extranjero, con información para la exportación de bienes y servicios. El Artículo 15 promueve la promoción comercial de emprendimientos a nivel internacional. Bajo el ente rector de Comercio Exterior, las oficinas comerciales del Ecuador en el exterior realizarán la promoción comercial de productos y servicios de emprendedores inscritos en el Registro Nacional de Emprendedores (RNE). La Guía Nacional de Emprendimiento

mencionada en el Artículo 14 y las iniciativas de promoción comercial del Artículo 15, reflejan un esfuerzo sistemático por incrementar el capital simbólico y económico de los emprendedores en el escenario internacional, mejorando su visibilidad y competitividad (Registro Oficial N. 151, 2020).

En el Capítulo IV se establecen las disposiciones para el Fomento de la Cultura y Educación Emprendedora. El Artículo 19 se enfoca en la formación de habilidades técnicas y habilidades socioemocionales. El Ministerio de Educación y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), o las instituciones correspondientes, se asegurarán de que los contenidos y criterios de evaluación destinados al desarrollo y fortalecimiento del espíritu emprendedor e innovador, así como al desarrollo de competencias para el emprendimiento, se incorporen en los niveles de educación básica, secundaria y superior (Registro Oficial N. 151, 2020). Estos contenidos y criterios de evaluación estarán centrados en el crecimiento personal del estudiante, la responsabilidad ambiental y social, la ética empresarial, la autoconfianza, la toma de decisiones, la toma de riesgos calculados, la creación de valor, el liderazgo, la creatividad, la resolución de conflictos y cualquier otra habilidad necesaria para formar a los emprendedores del futuro. El enfoque en la cultura y educación emprendedora en este artículo se interpreta como inversión en el capital cultural de los individuos, con el desarrollo de habilidades técnicas y socioemocionales, lo cual es significativo para la innovación y la consolidación del campo.

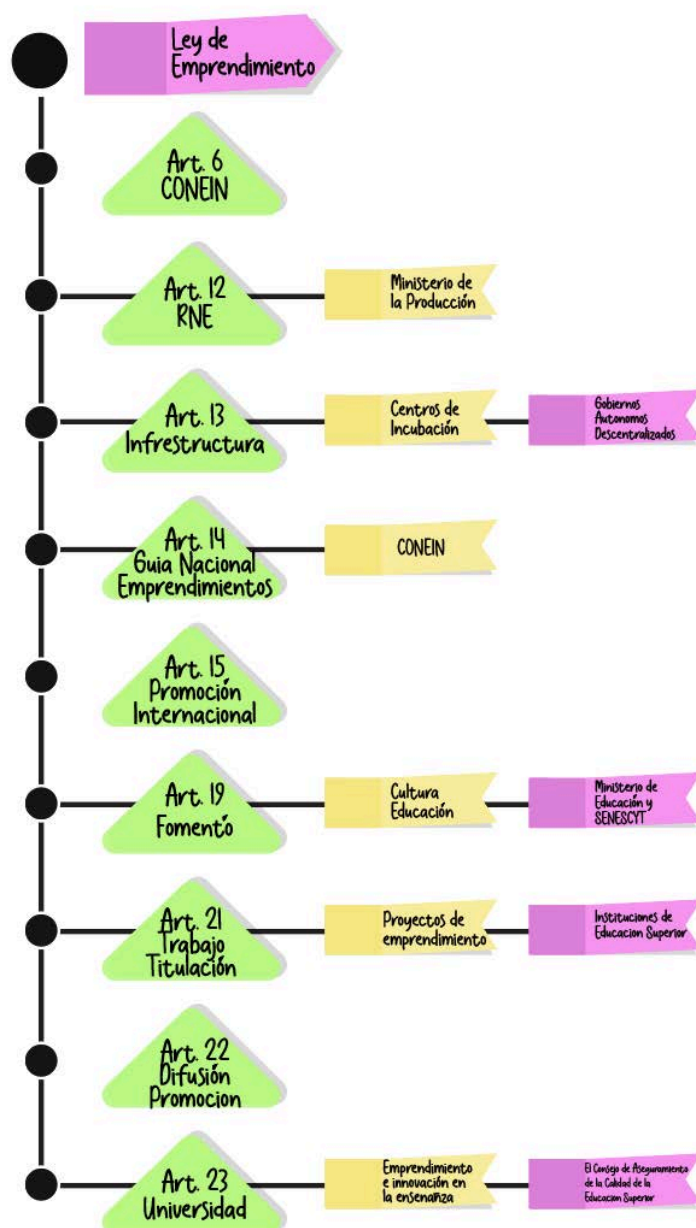
El Artículo 21 se refiere a la Opción de Trabajo de Titulación en las Instituciones de Educación General y de Educación Superior. Esta opción, en consonancia con la autonomía institucional, ofrece una alternativa a los trabajos de titulación convencionales. Dependiendo de la carrera elegida, se llevarán a cabo planes de negocios o proyectos de emprendimiento, con el objetivo de fomentar la formación, la capacitación y el intercambio de experiencias entre el cuerpo docente y empresarios invitados. En el Artículo 22 se establece la creación de espacios destinados a la difusión y promoción de emprendimientos en todos los niveles educativos. Estos espacios contarán con la participación de diversos sectores productivos y de servicios, ya sean reales,

virtuales o simulados, tanto públicos como privados, mixtos, populares, solidarios, cooperativos, asociativos y comunitarios. El propósito es fomentar el espíritu emprendedor, la innovación y la iniciativa empresarial entre los estudiantes, brindándoles la oportunidad de desarrollar habilidades como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en sí mismos y el pensamiento crítico. El Artículo 21, que ofrece opciones de trabajo de titulación relacionadas con el emprendimiento, y el Artículo 22, que promueve la creación de espacios para la difusión y promoción de emprendimientos, refuerzan la idea de que el capital educativo y experiencial es fundamental para el crecimiento del campo.

El Artículo 23 aborda el emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria. El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior tomará en consideración el desarrollo del componente de emprendimiento y la innovación al llevar a cabo el acompañamiento, evaluación, acreditación y cualificación de las Instituciones de Educación Superior. Al enfocar la atención de este artículo en el emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria, enfatiza la importancia de la calidad educativa como una forma de capital que puede conducir a la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

Mediante el gráfico presentado, se proporciona una representación organizada de la Ley de Emprendimiento, destacando cómo cada artículo contribuye al fomento de los sectores emprendedores; el cual mediante una estructura lineal de conexión entre los artículos y las instituciones involucradas, sugiere un sistema integrado que busca fortalecer el emprendimiento desde la educación básica hasta la universitaria, fomentar la creación y el apoyo de nuevos negocios, y promocionar el emprendimiento a nivel internacional, la disposición visual facilita la comprensión de cómo cada elemento de la ley contribuye a la construcción de un ecosistema de emprendimiento coherente y de apoyo.

Figura 32: Esquema gráfico con los artículos de fomento hacia las industrias culturales, en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador



Dentro del campo profesional de DTel, coexisten distintas formas de capital, entendidas como recursos valiosos que los agentes buscan acumular; el capital económico está reflejado en los mecanismos de financiamiento, inversiones, y las diversas iniciativas para promover el comercio; el capital cultural es adquirido a través de la formación y habilidades técnicas y socioemocionales promovidas por las instituciones educativas, este capital también incluye el conocimiento y aprecio por tradiciones textiles locales y técnicas de diseño; el

capital social está construido mediante redes de contactos, colaboraciones entre público y privado, y alianzas entre diseñadores y otros profesionales relacionados y, el capital simbólico refiere al reconocimiento y legitimidad que un diseñador o marca puede tener dentro y fuera del país.

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación funciona como un instrumento de poder, estructurando el campo y determinando qué prácticas son legítimas y cuáles no; al establecer requisitos, incentivos y programas, la ley posiciona a ciertos agentes y prácticas en lugares privilegiados dentro del campo, generando una jerarquía. Los productores en el campo del diseño textil internalizan ciertas disposiciones y prácticas que son promovidas y reforzadas por la ley. Así, la formación en habilidades socioemocionales, el espíritu emprendedor, la creatividad y el liderazgo se convierten en parte del *habitus* de estos emprendedores.

La interacción entre estructura legal y campo específico destaca la importancia de políticas bien definidas para el desarrollo y promoción de sectores específicos en la sociedad. Esta ley proporciona un marco regulatorio para los emprendedores y establece mecanismos de financiamiento que fomentan la inversión privada en el país. A través de sus diversos artículos, actúa como un catalizador para la consolidación y el fortalecimiento del campo del diseño. Establece un marco que favorece la acumulación de diferentes formas de capital —económico, cultural, social y simbólico— y reconfigura las relaciones de poder, lo que podría resultar en una mayor autonomía y reconocimiento del campo dentro de la sociedad.

En la estructura del campo profesional de DTel esta legislación configura una infraestructura normativa que afecta la distribución del capital y las relaciones de poder dentro del campo cultural.

3.2.3 Eventos y líneas de fomento de las instituciones públicas

Al analizar las instituciones públicas que promueven los sectores culturales y las industrias culturales, podemos identificar cómo estas instituciones influyen en la configuración del campo del diseño, al proporcionar recursos económicos, apoyo y programas de formación que contribuyen a la profesionalización y desarrollo del campo del diseño, que fomentan la interacción entre los agentes, facilitando la creación de redes y relaciones que son fundamentales en este campo. Siguiendo este enfoque, a continuación, se presentan datos relevantes sobre algunos de los eventos desarrollados por las instituciones públicas, así como las líneas de fomento que estas instituciones promueven en el campo del diseño

Tabla 17: *Síntesis de los eventos desarrollado por las entidades públicas, que han aportado a la consolidación del campo profesional de DTel*

	Entidades públicas	Evento	Ciudad	Total eventos
2013	MCYP	Encuentro Internacional de Diseño "Cromia"	Cuenca	2
	MIPRO	Cuenca Moda 2013	Cuenca	
2014	MCYP	Encuentro Internacional de Diseño "Cromia"	Atuntaqui	3
	MIPRO	Cuenca Moda 2014	Cuenca	
	CIDAP	Festival de Artesanías y Artes de América / Pabellón de diseño	Cuenca	
2015	MCYP	Encuentro Internacional de Diseño "Cromia"	Quito	3
	MIPRO	Cuenca Moda 2015	Cuenca	
	CIDAP	Festival de Artesanías y Artes de América / Pabellón de diseño	Cuenca	
2016	MCYP	Encuentro Internacional de Diseño "Cromia"	Guayaquil	4
	CIDAP	Festival de Artesanías y Artes de América / Pabellón de diseño	Cuenca	
	GPA	Reconocimiento al diseño: Presea por el aporte del diseño a la cultura	Cuenca	
	LEY DE CULTURA	Sistema Integral de Información Cultural	Cuenca	
2017	MCYP	Cuenta Satélite de la Cultura	Cuenca	1
2018	CIDAP	Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía	Cuenca	2
	CCEA	Fab Lab de Diseño	Cuenca	
2019	CIDAP	Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía	Cuenca	4
	CCEA	Aceleradora Cultural	Cuenca	
	CCEA	Incubadora Cultural	Cuenca	
	LEY EMPRENDIMIENTO	Fortalecimiento a los emprendimientos	Cuenca	

2020	CIDAP	Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía	Cuenca	1
2021	CIDAP	Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía	Quito	2
	IFCI	Fomento de artes plásticas, artes visuales y artesanías / Co creación diseño y artesanía	Cuenca	

El papel de las entidades públicas y eventos es fundamental en la configuración del poder dentro de este campo, instituciones como MCYP, MIPRO, CIDAP, y CCEA, junto con iniciativas legislativas como la LEY DE CULTURA y la LEY EMPRENDIMIENTO, tienen la capacidad de influir en las normas, valores y prácticas predominantes. La promoción de determinados estilos, técnicas o tendencias afecta directamente lo que se considera valioso o legítimo, marcando las pautas para la aceptación y el éxito dentro del campo; además, la elección de ciudades como Cuenca, Quito y Guayaquil para la realización de estos eventos refleja una distribución geográfica del poder, lo que centraliza la influencia cultural y profesional en estos núcleos urbanos.

La organización y repetición anual de eventos como "Cuenca Moda" y el "Encuentro Internacional de Diseño 'Cromia'" sugieren una estructura establecida y organizada, que permiten ofrecer continuidad, visibilidad y reconocimiento dentro del campo. Estos eventos proveen una plataforma para la exhibición de trabajos y el intercambio de ideas, con ello fomentan la formación de redes entre los profesionales, contribuyendo a la consolidación del diseño textil e indumentaria como un campo distinguido y reconocido.

Las diferentes formas de capital juegan un papel predominante en la dinámica del campo, ya que al participar en eventos reconocidos incrementa el capital cultural y simbólico de los diseñadores a través del reconocimiento y la exposición, y potencia su capital social mediante la creación de redes valiosas. Iniciativas como la "Aceleradora Cultural" y la "Incubadora Cultural" del CCEA evidencian un esfuerzo por aumentar el capital social y económico de los emprendedores, destacando la importancia de estos recursos en la consolidación profesional y comercial del campo.

La interacción entre la estructura del campo, las dinámicas de poder y la acumulación de capital es determinante en la consolidación y desarrollo futuro del diseño textil e indumentaria. Los eventos y las instituciones actúan como agentes de legitimación y autoridad, estableciendo criterios de excelencia y creatividad que definen el campo. Este análisis, permite comprender las complejidades subyacentes que configuran la evolución y profesionalización del diseño textil e indumentaria, subrayando el impacto significativo de las políticas culturales, los eventos especializados y las instituciones en su configuración y reconocimiento como campo profesional distinto.

Figura 33: Representación gráfica de los eventos desarrollados por entidades públicas para el sector cultural del diseño en el Ecuador



En cuanto al número de eventos desarrollados por las diferentes instituciones públicas, El MCYP y MIPRO son agentes que en este campo tienen una presencia significativa, poseyendo un buen monto de capital (simbólico, cultural o social), reforzando sus posiciones en el campo del diseño, con el desarrollo del “Cuenca Moda”. El CIDAP también tiene una presencia constante, con eventos regulares como "Festival de Artesanías y Artes de América / Pabellón de diseño" y "Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía", que pueden verse como actividades estratégicas para ganar reconocimiento y consolidar su posición. Instituciones como CCEA e IFCI que comenzaron a organizar eventos más tarde (desde 2018 y 2021 respectivamente) pueden verse como recién llegados al campo tratando de ganar capital y establecer sus posiciones. Los

eventos como "Fab Lab de Diseño", "Aceleradora Cultural" e "Incubadora Cultural" de CCEA, y "Fomento de artes plásticas, artes visuales y artesanías / Co creación diseño y artesanía" de IFCI podrían verse como prácticas innovadoras que desafían las normas establecidas, creando un subcampo dentro del campo del diseño. El "Sistema Integral de Información Cultural" por LEY DE CULTURA y "Fortalecimiento a los emprendimientos" por LEY EMPRENDIMIENTO, señalan la intersección del campo del diseño con otros campos como la cultura y el emprendimiento.

Cada encuentro internacional de diseño, festival de artesanías, y reconocimiento al aporte del diseño a la cultura, ha contribuido al aumento del capital simbólico de los diseñadores textil e indumentaria, legitimando su trabajo y su valor dentro del campo cultural más amplio. La repetición anual de estos eventos y el desarrollo de estructuras de apoyo como Fab Labs, incubadoras y aceleradoras culturales, reflejan un aumento en el capital social, al fomentar redes de colaboración entre diseñadores, artesanos, y empresarios.

La implementación de la Ley de Cultura, que incluye la creación de un Sistema Integral de Información Cultural, y la posterior Ley de Emprendimiento, fortalecen a los emprendimientos y son claros indicadores de un creciente reconocimiento institucional del diseño como una actividad económica y cultural valiosa, lo que se refleja en un aumento del capital económico para el campo, al proporcionar a los diseñadores y artesanos herramientas y recursos para desarrollar sus empresas. El desarrollo de la Cuenta Satélite de la Cultura en 2017, con su publicación en 2019 evidencia un esfuerzo por cuantificar y entender el impacto económico de la cultura, lo cual es fundamental para la consolidación del campo del diseño textil e indumentaria, ya que dota de argumentos sólidos para su promoción y protección. Las actividades del CIDAP y el IFCI, orientadas hacia la co-creación entre diseño y artesanía, refuerzan la idea de que la fusión de conocimientos y habilidades tradicionales con prácticas de diseño contemporáneas son decisivas para la innovación dentro del campo; esto, a su vez, implica un reconocimiento y una valoración de

formas de capital que son específicas para el campo del diseño textil e indumentaria.

Los eventos y políticas enumerados en los datos reflejan un campo del diseño textil e indumentaria en constante crecimiento y estructuración, a través de la acumulación y legitimación de diversos tipos de capital - cultural, simbólico, económico y social - y la influencia de poder ejercido por las instituciones gubernamentales y culturales, el campo ha logrado una consolidación significativa que ha fortalecido la identidad y la estatura profesional de los diseñadores textil e indumentaria en Ecuador. Estas instituciones se ven como agentes que influyen, y son influenciados por, las reglas, normas y convenciones del campo del diseño, formando la estructura del campo y alterando sus límites a través de sus acciones e interacciones. La dinámica del campo del diseño en Ecuador continuará evolucionando a medida que los agentes (instituciones) introduzcan nuevos eventos, participen en colaboraciones y quizás compitan por el reconocimiento y el dominio.

Durante el desarrollo de esta investigación, se identificaron las políticas de fomento establecidas en los últimos cinco planes gubernamentales, las cuales están orientadas a impulsar las industrias culturales, reconociendo especialmente al diseño como un sector cultural distintivo. Se analizaron las instituciones públicas encargadas de implementar estos incentivos y planes, considerándolas, conforme a la Teoría de los Campos de Bourdieu, como entidades clave en el ámbito de acción cultural. Asimismo, se evaluaron dos leyes fundamentales creadas para el beneficio de la cultura y los emprendimientos.

En la siguiente fase de la investigación, se establece especial atención en la institución académica central del estudio, identificada como la Universidad del Azuay. Esta universidad es notable por ser la única en la región del Azuay que ofrece un programa académico en diseño textil e indumentaria. Posteriormente, se incluye un análisis sobre los colectivos de diseño y los productores locales, quienes son agentes profesionales fundamentales en el campo del diseño textil e indumentaria. Este enfoque integral permite una comprensión más profunda

de la dinámica y la estructura del campo del diseño, en línea con los principios teóricos de Bourdieu.

3.2.4 Entidades académicas

Universidad del Azuay

A nivel del Ecuador la carrera de diseño textil, indumentaria y moda se ha desarrollado en varias universidades del país; en la ciudad de Ambato, la Universidad Técnica de Ambato ofrece la Carrera de Diseño de Modas, que otorga el título de Ingeniero en Procesos y Diseño de Moda tras un período de estudio de cuatro años y medio; en la ciudad de Ibarra, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador ofrece el título de Licenciado en Diseño Textil e Indumentaria, con una duración de estudio de cuatro años y medio y en la ciudad de Quito, la Universidad San Francisco ofrece una licenciatura en Artes Contemporáneas con mención en Diseño de Modas, en un período de cuatro años (Zeas, 2019), estas son instituciones que consolidan su poder y posición en el campo al ofrecer programas de estudio en diseño textil e indumentaria, y al graduar a profesionales en el área.

En 1984, en la ciudad de Cuenca, la Universidad del Azuay fundó la Facultad de Diseño, actualmente establecida como Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, esta iniciativa fue liderada por el antropólogo Claudio Malo, quien tuvo la visión de vincular el campo del diseño con los diversos oficios artesanales locales. En sus inicios, se ofrecía la carrera de Diseño Generalista, la cual posteriormente se dividió en especialidades; en el año 2001, se crearon tres escuelas: la Escuela de Diseño Gráfico, la Escuela de Diseño de Objetos y la Escuela de Diseño Textil y Moda. Estas escuelas han evolucionado tanto en su plan de estudios como en su denominación, y a lo largo del tiempo, se han agregado más carreras y especialidades dentro de la facultad. En la actualidad, la facultad cuenta con cuatro especialidades en diseño y dos carreras adicionales. Las especialidades se distribuyen en cuatro escuelas: la Escuela de Diseño Gráfico, la Escuela de Diseño de Productos, la Escuela de Diseño

de Interiores y la Escuela de Diseño Textil e Indumentaria. Las otras carreras se encuentran en la Escuela de Arquitectura y la Escuela de Arte Teatral.

La Universidad del Azuay actualmente otorga el título de Licenciado en Diseño Textil e Indumentaria después de un programa de estudios de cuatro años. Desde su primera promoción en 2005 hasta 2020, se han graduado un total de 345 profesionales en esta disciplina (Guillen & Zeas, 2021). Estos graduados han encontrado empleo en una variedad de sectores, como empresas familiares, fábricas de la industria textil, maquiladoras, medianas empresas de confección y también han optado por emprender sus propias marcas en diferentes líneas de vestimenta; estas líneas incluyen ropa de gala y fiesta, ropa casual y deportiva, prendas urbanas, moda masculina, moda infantil, lencería femenina y lencería para el hogar. Durante el período de 2020-2021, se han enfrentado a desafíos debido a la pandemia mundial del COVID-19, lo que ha llevado a un cambio en sus estrategias comerciales, donde las redes sociales han adquirido una importancia significativa en la comercialización de sus emprendimientos, ya que han tenido que cerrar sus locales físicos y trasladar sus negocios al ámbito virtual; en lugar de alquilar espacios para exhibir y vender sus productos, ahora se basan en plataformas en línea y participan en ferias de emprendedores para promover y vender sus diseños.

Estas marcas reflejan valores estéticos, morfológicos, conceptuales y empresariales, que han logrado obtener reconocimiento tanto a nivel local como en algunos casos a nivel nacional e internacional. Algunos graduados de la carrera de diseño textil e indumentaria han tenido la oportunidad de presentar sus creaciones en destacadas pasarelas de moda, lo que demuestra su impacto y contribución a la industria (Guillen & Zeas, 2021).

La institución educativa desempeña un papel fundamental al brindar formación académica a los profesionales de DTel, su labor consiste en proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para que los estudiantes se conviertan en expertos en el campo y estén preparados para enfrentar los desafíos y oportunidades que surjan en el ámbito laboral. En este contexto, se genera un capital que puede ser económico, cultural, social o simbólico, que

representa habilidades de diseño, conocimiento técnico, reputación, conexiones sociales y recursos económicos. El capital cultural está representado en el conocimiento y habilidades que transmiten a sus estudiantes. El capital social se refiere a las redes y conexiones que se crean entre los estudiantes, los graduados y la industria del diseño textil; por otro lado; el capital simbólico se refiere a la reputación y reconocimiento que las universidades y sus graduados han adquirido en el campo; y el capital económico se manifiesta en las matrículas pagadas por los estudiantes, así como en los recursos que las universidades invierten en infraestructura, profesorado y programas de estudio.

La evolución de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte de la Universidad del Azuay ilustra cómo estas formas de capital se entrelazan, al ofrecer una carrera en diseño textil e indumentaria y graduar a profesionales exitosos, la facultad acumula capital cultural, social y simbólico, que a su vez refuerza su posición en el campo y al crear subcampos especializados, la facultad también ha podido diversificar y ampliar su capital. La carrera en la Universidad del Azuay se ha consolidado como un espacio significativo donde se forjan y definen las prácticas y discursos en torno a la moda y el diseño. Los graduados de estos programas, quienes se han convertido en productores emprendedores o se han integrado en diferentes sectores de la industria textil, demuestran cómo el capital acumulado durante sus estudios se traduce en el campo laboral. La capacidad de adaptarse a los desafíos presentados por la pandemia, por ejemplo, ilustra la interacción entre el capital cultural (conocimiento y habilidades de diseño), el capital social (redes y conexiones con clientes y otros agentes del campo) y el capital económico (recursos para transformar las estrategias comerciales).

En este espacio académico, los agentes (en este caso, los estudiantes y graduados) buscan acumular un "capital" específico, ya sea en forma de conocimientos, reconocimientos o conexiones en la industria. Este capital, a su vez, es esencial para garantizar una posición más favorable dentro del campo profesional del diseño textil e indumentaria, permitiendo a los agentes ejercer mayor influencia y ganar poder en el mercado de la moda. La Universidad del

Azuay, en este contexto, es un espacio de aprendizaje y se convierte en un epicentro desde el cual se canaliza el poder y se configura el paisaje del diseño textil en el país, siendo la única institución en la región que capacita a los futuros líderes del diseño, esta exclusividad le otorga un capital simbólico particularmente potente, y, por ende, una posición privilegiada en el campo educativo relacionado con el diseño textil e indumentaria.

Los egresados de este programa, siendo productores en el ámbito del diseño, llevan consigo habilidades y conocimientos técnicos, que se reconocen en prestigio y capital cultural asociado a su alma mater, esta distinción les coloca en una posición especial dentro de las industrias culturales del Ecuador; además, al estar inmersos en el sector del diseño, poseen tanto capital cultural —derivado de su formación y experiencia— como capital social, basado en las redes y conexiones que han establecido en el transcurso de sus carreras.

En el campo profesional de DTel, la Universidad del Azuay muestra cómo las estructuras, las formas de capital y el poder están en juego en el campo del diseño textil e indumentaria en Ecuador, y cómo la educación universitaria juega un papel fundamental en la consolidación de este campo profesional.

La interacción entre las instituciones públicas y la institución educativa implica una relación dinámica y complementaria, donde las instituciones públicas crean un entorno favorable para el desarrollo de productores y marcas de diseño, mientras que la institución educativa se encarga de formar a los profesionales que impulsarán la innovación en estos sectores. Esta interacción establece un flujo constante de conocimiento y retroalimentación entre todos los involucrados.

El campo profesional del DTel analizado se caracteriza por una compleja red de relaciones entre diversos agentes que buscan acumular diferentes formas de capital. El capital cultural se manifiesta a través de la educación, las habilidades técnicas y el conocimiento especializado; el capital social se refleja en las redes de contactos y conexiones que facilitan oportunidades dentro del

campo; y el capital simbólico, que se relaciona con el prestigio y el reconocimiento, desempeña un papel clave en la configuración del estatus y la influencia de los agentes. La interacción entre estos tipos de capital determina la posición y el poder que cada agente ocupa dentro del campo.

El campo está integrado también por agrupaciones sociales que emergen en este espacio profesional, considerando su rol en la construcción y consolidación de relaciones de poder y colaboración. Estas agrupaciones reflejan intereses comunes y funcionan como plataformas para el intercambio de conocimientos y el fortalecimiento de las dinámicas culturales y económicas del sector. Este enfoque permitirá una comprensión más integral de las dinámicas internas del campo y de los factores que influyen en su evolución.

3.2.6 Agrupaciones sociales

Las agrupaciones sociales juegan un papel importante en este campo, por ser agentes que impulsan las propuestas de diseño a través de sus proyectos de integración que legitiman el capital simbólico de los diseñadores y marcas. En la era digital, la capacidad de estas agrupaciones para organizar y movilizar opiniones a través de las redes sociales ha ampliado su influencia, desafiando las estructuras de poder tradicionales y promoviendo un campo más interactivo y reactivo a las preferencias y demandas de los consumidores, este enfoque subraya la dinámica entre los agentes establecidos y emergentes, así como el rol crítico de las agrupaciones sociales en la evolución y consolidación del campo profesional del DTel.

La habilidad de estos agentes para acumular y movilizar diferentes formas de capital determina su posición y poder dentro del campo, en este escenario, las asociaciones actúan como catalizadores y protectores, asegurando que sus miembros estén bien posicionados y empoderados en el siempre cambiante campo del diseño, estas asociaciones ejercen una serie de funciones determinantes que moldean la estructura y el poder en este universo creativo. Estas entidades normatizan el campo al proponer políticas públicas, mejorar la calidad de los productos y estandarizar las prácticas; al hacerlo, establecen las "reglas del juego" que definen lo que es valorado y reconocido en el campo del

diseño textil e indumentaria, esta labor normativa otorga forma y dirección al campo, influyendo en cómo se evalúan y perciben los logros y habilidades de sus miembros; además de la normatización, estas asociaciones fomentan la formación y profesionalización de sus miembros a través de propuestas de mejoras académicas y capacitación constante. Este compromiso con la mejora continua busca elevar la calidad del trabajo dentro del campo, lo que puede contribuir al aumento del capital cultural de sus miembros, fortaleciendo su conocimiento técnico y estético.

Estas agrupaciones actúan como mediadores al conectar a diseñadores con artesanos, entidades gubernamentales y otros agentes relevantes, que funcionan como puntos de conexión que facilitan el flujo de capital social, creando redes y conexiones en la industria del diseño. En el ámbito económico, la influencia de estas asociaciones se manifiesta en su capacidad para financiar y respaldar ferias, exposiciones y otros eventos, lo que refleja un nivel significativo de capital económico, estas actividades funcionan como vitrinas que realzan el capital económico y el capital simbólico de los miembros al exhibir sus logros y competencias. El capital cultural se materializa en el conocimiento técnico y estético, en la capacidad para anticipar tendencias y la habilidad para innovar con estilos propios. Las asociaciones, al promover la educación y la formación, invierten en el capital cultural de sus miembros, aspirando a aumentar su autoridad y reconocimiento en el campo; el capital social, considerado una herramienta de empoderamiento en la industria del diseño, es esencial en la creación de redes y conexiones.

Las asociaciones, al construir bases de datos de sus miembros y establecer vínculos con otras entidades afines, fortalecen el capital social de sus integrantes, este capital se torna valioso para acceder a oportunidades, colaboraciones y mercados; y el capital simbólico, que engloba prestigio, honor y reconocimiento, se enfoca en aspectos como el diseño sostenible, la colaboración con artesanos y la producción local, establecen valores y normas que, cuando son adoptados y promovidos, incrementan el capital simbólico de sus miembros.

Dentro de esta estructura, se reconoce la participación activa de la Cámara de Diseño del Ecuador, la Asociación de Diseñadores Textil y Moda, y la Asociación de Diseñadores del Azuay como agentes clave, que han mantenido una presencia significativa en eventos organizados por instituciones públicas y participan activamente en el ámbito profesional del DTel.

Figura 34: *Imagen gráfica de la Cámara de Diseño del Ecuador*



Nota. Recuperado de <https://diseno-ec.org/>

Cámara de Diseño del Ecuador

Desde el año 2015, un actor clave en este campo ha sido la Cámara de Diseño del Ecuador (CADE), una sociedad civil organizada liderada por William Ureña, que ha venido tomando forma y adquiriendo relevancia. Reconocida oficialmente por el Ministerio de Cultura y Patrimonio en septiembre de 2015, la CADE representa a cuatro áreas de actuación del diseño, incluyendo el Diseño de Vestuario y Moda, una parte esencial del universo del diseño textil e indumentaria. La influencia y el poder que esta agrupación ejerce en el campo del diseño textil e indumentaria son palpables, ya que trabajan en la generación de un Plan Nacional de Diseño a través de políticas públicas. Esta acción estratégica se define el camino a seguir en términos de desarrollo y promoción del diseño y se establece un estándar de calidad y profesionalismo que influye en la percepción de la industria por parte de la sociedad. En el último encuentro

de diseño Cromia, celebrado en la ciudad de Guayaquil en 2018, se calculó que había alrededor de 15.000 diseñadores graduados y en ejercicio profesional en Ecuador. Cada uno de estos agentes representa una parcela de poder y una forma de capital en el campo.

En el mismo año 2018, con la participación en los encuentros de diseño se obtuvieron datos adicionales de agrupaciones sociales con sus representantes, como el Centro Ecuatoriano de Diseño, con Sebastián Pullas como representante; la Asociación de Diseñadores Gráficos de Imbabura, bajo la guía de Gandhi Godoy en Imbabura; en Ambato, Fernando Silva lidera el Colegio de Diseñadores Profesionales Autónomos; en la ciudad de Guayas, David Espín encabeza la Comunidad de Diseño del Ecuador (SCDE - Scraw), Xavier Cabrera, quien lideraba la Asociación de Diseñadores de Imbabura (ADI-CADE), y en la ciudad de Cuenca la Asociación de Diseñadores Textil y Moda (ADTM), con Silvia Zeas. La ADTM ha dejado una huella en el campo, destacando la importancia del diseño en la industria textil y de la moda.

Estos colectivos y representantes son hilos que tejen la compleja trama del diseño en Ecuador, cada uno aporta su visión, sus objetivos y su capital simbólico, económico, social y cultural al campo, influyendo en su consolidación y desarrollo. A medida que estos agentes trabajan juntos y por separado, el campo del diseño textil e indumentaria en Ecuador continúa evolucionando y definiendo su identidad en el escenario nacional e internacional.

Asociación de Diseñadores Textil y Moda

Figura 35: *Imagen gráfica Asociación de Diseñadores Textil y Moda*



La Asociación de Diseñadores Textil y Moda (ADTM) fue fundada en el año 2015, en aquel entonces, esta asociación logró reunir a 21 profesionales apasionados por el diseño textil e indumentaria, sus objetivos y metas en ese momento trazaron un intrigante camino de cómo buscaban acumular capital y consolidar su posición en este campo creativo. En ese momento, la ADTM tenía una visión clara de su papel en el campo, sus objetivos incluían la promoción de la defensa profesional y la unidad clasista entre sus miembros. Esto sugería un esfuerzo por establecer una identidad común y una voz unificada en el campo del diseño textil e indumentaria. Además, buscaban fomentar la integración de sus asociados, lo que tenía el potencial de fortalecer sus redes y conexiones dentro del campo. La asociación aspiró vincularse con eventos y programas tanto privados como gubernamentales, lo sugería un deseo de influir en políticas y proyectos relacionados con el diseño textil en ese momento, en búsqueda de establecer lazos de comunicación con asociaciones a nivel nacional e internacional, lo que podría haber ampliado su influencia y capital social en la arena global.

La ADTM también tenía una perspectiva educativa y de formación en ese entonces, donde proponían planes de mejoras académicas a entidades educativas, reflejando su interés en elevar el nivel de conocimiento y competencia de sus miembros, lo que contribuiría al aumento de su capital cultural. Uno de los aspectos más interesantes era su objetivo de establecer variables y fijación de precios para la prestación de servicios, lo que indicaba su intención de ejercer cierto control sobre la economía del campo del diseño

textil e indumentaria, acumulando capital económico y participando en procesos de contratación pública o privada. La asociación buscó comprometerse con proyectos comunitarios de desarrollo social y cultural en ese entonces, esta iniciativa demostraba su voluntad de contribuir al bienestar más allá de los límites del diseño.

En cuanto a sus fines, la asociación estableció ser parte del cambio en la matriz productiva y promover la producción y el consumo de productos locales, alineándose con las políticas gubernamentales; adicional, planteó desarrollar vínculos con artesanos para mejorar la calidad de los productos, lo que podría haber elevado su capital simbólico al promover la artesanía local. La ADTM también se fijó como fin la preservación del medio ambiente al utilizar productos orgánicos y ecológicos, lo que reflejaba un enfoque en la sostenibilidad, un valor cada vez más importante en el campo del diseño textil. La asociación participaba activamente en ferias, exposiciones y exhibiciones para promover y comercializar los productos elaborados por sus socios en ese momento, lo que reflejaba su compromiso con la promoción y difusión de la producción de sus miembros, lo que tenía el potencial de generar beneficios económicos y aumentar su capital cultural.

La ADTM fue un actor clave en el campo del diseño textil e indumentaria en ese momento, sus objetivos y fines revelaban una estrategia cuidadosamente diseñada para acumular capital en sus diversas formas, desde económico y cultural hasta social y simbólico. Su influencia y contribución a la consolidación del campo eran valiosos, ya que trabajaban incansablemente para fortalecer la posición y el poder de sus miembros en esta apasionante industria creativa, entre los logros alcanzados en el corto tiempo de la asociación, se destaca la organización de eventos públicos, mismos que se analizan en el siguiente apartado.

Eventos de participación por la ADTM

En un período que abarcó desde 2012 hasta 2015, la Asociación de Diseñadores Textil y Moda, respaldada por el Ministerio de Industrias y Productividad, dio vida al evento "Cuenca Moda", este espacio excepcional logró reunir a los profesionales locales y nacionales más destacados del país. La participación en este evento se realizaba mediante una carta de invitación, y lo más destacado era que no implicaba ningún costo para los participantes.

En su primera edición en el año 2015, este evento se llevó a cabo el 21 de diciembre, y el Ministerio de Industrias y Productividad tomó la iniciativa de organizar una rueda de negocios que se planteó con la finalidad de establecer vínculos comerciales con cadenas comerciales que permitieran la comercialización de los productos diseñados por estos profesionales en espacios comerciales más amplios. Al mismo tiempo, la Asociación de Diseñadores Textil y Moda de la ciudad de Cuenca, mediante autogestión, dio vida a la primera Galería de Diseño, en este evento, se logró una integración de todas las ramas del diseño, la gastronomía, el arte y una sección dedicada a emprendedores. Cerca de 50 participantes aprovecharon esta oportunidad, y, con un pago mínimo, obtuvieron un espacio para exhibir sus diseños, este espacio se ubicó en un edificio patrimonial recientemente restaurado, la Escuela Central, que en ese momento albergaba la Dirección de Cultura del Municipio de Cuenca.

Hacia el 2016, en la ciudad de Cuenca, se presenció el desarrollo del primer Pabellón de Diseño en el marco del Festival de Artes y Artesanías de América, festival que fue organizado por el Centro Interamericano de Artesanía y Artes Populares (CIDAP). El Pabellón de Diseño fue un logro de la gestión entre la ADTM, el Cidap y el apoyo de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de la Universidad del Azuay. Este espacio abrió una puerta a los diseñadores con producción local, con manifestaciones culturales, técnicas o materiales.

En junio de 2017, en los días 26 y 27, la ciudad de Quito fue el escenario de la primera construcción de la Agenda de la Política Exterior del Ecuador para el período 2017-2021, en este evento, participaron los principales agentes de los sectores de la cultura, diseño, turismo, comercio exterior y Relaciones

Exteriores. Este encuentro fortaleció los lazos entre los representantes de diferentes gremios y puso de manifiesto las problemáticas que afectaban al campo del diseño y cómo se podrían abordar.

En los últimos años los Ministerios de Industrias y Productividad, Cultura, Turismo y Educación han trabajado en conjunto en un plan de desarrollo integral para promover y consumir productos locales. Este período fue testigo de una serie de eventos y esfuerzos significativos que demostraron cómo diversas entidades y agentes en el campo del diseño en Ecuador se unieron para consolidar su posición y buscar formas de acumular capital en sus diversas formas. Desde la organización de eventos de moda hasta la colaboración con el sector de la artesanía y la promoción de políticas públicas para el diseño, estos esfuerzos se tejieron juntos para fortalecer la industria del diseño en Ecuador y aumentar su influencia en el campo global.

En el transcurso hacia el periodo actual, la Asociación de Diseñadores Textil y Moda (ADTM) finalizó sus operaciones, lo que resultó en una considerable disminución de eventos y plataformas que promovieran la visibilidad del diseño. No obstante, desde el año 2020, un colectivo de diseñadores provenientes de diversas disciplinas tomó la iniciativa de fundar lo que ahora se conoce como la Asociación de Diseñadores del Azuay.

Asociación de Diseñadores del Azuay

Figura 36: *Imagen gráfica de la Asociación de Diseñadores del Azuay*



Nota. Recuperado de <https://www.facebook.com/asodisenoazuay>

En el año 2021 con 14 socios fundadores se creó la Asociación de Diseñadores del Azuay sin fines de lucro y consiguió su personería jurídica, tiene objetivos que buscan defender y reconocer el diseño profesional y las buenas prácticas en el campo, lo que refleja un deseo de establecer normas y criterios que definan lo que es valorado y reconocido en este campo creativo. Al hacerlo, acumulan capital simbólico, que es esencial para su posición y poder en el campo.

La integración de una comunidad de diseño que abarca profesionales, académicos, sectores productivos públicos, privados y ONGs es un movimiento estratégico. Esta amplia red de conexiones fortalece su capital social, ya que pueden acceder a recursos y oportunidades a través de estas conexiones; además, buscan impulsar y fortalecer el desarrollo de diseñadores, emprendedores y empresas, que implica un esfuerzo por aumentar el capital económico y cultural de sus miembros, lo que, a su vez, eleva su autoridad en el campo. La creación de un ecosistema de innovación es un paso decisivo hacia la consolidación del campo profesional del diseño que promueve la innovación en la profesión y lo conecta con la cultura, la tecnología y las industrias culturales. Este enfoque multidimensional permite la acumulación de capital cultural y económico y refuerza la posición de la asociación en el campo.

La internacionalización del diseño azuayo y la generación de comercio electrónico son objetivos que buscan expandir la influencia y el alcance de la asociación. Al abrirse a mercados globales, están aumentando su capital económico y simbólico, se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y demuestra un compromiso con valores y prácticas que pueden aumentar su capital simbólico y cultural. Entre los objetivos de la Asociación de Diseñadores del Azuay, trabajan por convertir a Cuenca en una Capital del Diseño, este es un desafío a nivel local que busca una posición de liderazgo en el campo cultural a nivel nacional, lo que implica una acumulación de capital simbólico y cultural, ya que están estableciendo un estándar de excelencia en diseño.

Entre sus objetivos principales la asociación busca generar una propuesta de políticas públicas para el diseño y la generación de planes y proyectos para fomentar el consumo local reflejan un deseo de influir en la estructura y las normativas del campo, acumulando capital económico y cultural; busca también generar una conexión con sectores de las industrias culturales, que es otra forma de fortalecer el campo, ya que amplía su red de influencia y recursos; adicional tiene como objetivo la preservación del medio ambiente y el fomento de procesos de desarrollo sostenible, lo que muestra un compromiso con la responsabilidad social, aumentando así el capital simbólico y cultural del diseño. Además, su enfoque en la capacitación y la cultura emprendedora fomenta el desarrollo de capital económico y social entre sus miembros.

La Asociación de Diseñadores del Azuay está involucrada en una serie de acciones estratégicas que van más allá de la práctica del diseño, están acumulando capital en diversas formas, desde económico y cultural hasta social y simbólico, para consolidar su posición y poder en el campo del diseño, contribuyendo así a su desarrollo y expansión.

En este complejo tejido de agentes e instituciones, la producción de diseño local cobra especial relevancia, destacándose aquellos productores en el ámbito del diseño textil e indumentaria, quienes se esfuerzan por legitimar sus emprendimientos y consolidar su presencia en el campo profesional. En este marco, nos proponemos analizar detenidamente a los agentes principales de esta investigación: los productores de diseño. Este análisis pretende entender las dinámicas, desafíos y estrategias que estos agentes emplean para navegar y eventualmente destacarse en un entorno competitivo, subrayando la importancia de su contribución al enriquecimiento y desarrollo del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

3.2.5 Productores de diseño textil e indumentaria

Al reconocer las dinámicas de poder que operan dentro del campo profesional de DTel, donde diferentes agentes luchan por el reconocimiento, la influencia y

la dominación, en este escenario, los emprendedores o marcas diseño en su calidad de productores desarrollan la habilidad para movilizar diferentes formas de capital —ya sea económico, cultural, simbólico o social— lo cual determinará en gran medida su éxito y posición dentro del campo. En esta estructura y consolidación del campo, se puede observar cómo interactúan con las instituciones y otros agentes en la búsqueda de reconocimiento y éxito en el mercado. Estos emprendimientos y marcas pueden ser influenciados por las políticas y programas implementados por las instituciones públicas, así como por las tendencias y demandas del mercado. A su vez, su éxito y reconocimiento en el campo del diseño pueden generar un mayor capital simbólico y económico, fortaleciendo su posición en el campo.

Diseñadores Textil, Moda e Indumentaria

Las interacciones entre los diseñadores, las marcas, las instituciones educativas, los eventos y otros agentes relevantes en el campo, determinan la configuración del campo y la distribución del capital en términos de reconocimiento, éxito económico y prestigio. Esto nos brinda una perspectiva más amplia y enriquecedora para comprender cómo se estructura y se desarrolla este campo profesional, así como los factores que influyen en su configuración y éxito. Para esta investigación se considera que los agentes principales son considerados productores dentro del campo, quienes ejercen su profesión a través de emprendimientos y marcas que, al formar sus talleres, construyen sus marcas propias y comercializan sus productos en locales propios o rentados.

Bajo este contexto, los productores inician sus marcas como emprendimientos, donde su principal motivación en la búsqueda de independencia con respecto a los modelos laborales tradicionales, quienes inician su producción con emprendimientos, los cuales se reconocen con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tienen riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo (Registro Oficial N. 151, 2020), esta forma

de iniciar su producción implica la identificación de una oportunidad, la organización y la gestión de un negocio con el propósito de obtener ganancias; esto les proporciona la oportunidad de desarrollar plenamente su potencial creativo como diseñadores, al mismo tiempo que buscan mejorar sus ingresos.

Según los datos aportados por la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, hasta el cierre del año 2021, se contabiliza un total de 378 graduados. Se calcula que cerca del 40% de estos profesionales ha logrado avanzar en la creación y desarrollo de sus propios proyectos o emprendimientos dentro del sector del diseño textil e indumentaria. Sin embargo, es preciso destacar que en 2019, el Departamento de Cultura, Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca elaboró y publicó un Directorio de Bienes y Servicios Creativos, en el cual únicamente se incluyeron nueve diseñadores junto con sus respectivas marcas especializadas en este ámbito. Esta considerable diferencia entre el número de graduados y los diseñadores registrados en el directorio subraya la necesidad de realizar investigaciones más detalladas y específicas que permitan esclarecer cuántos de estos graduados han conseguido establecer empresas o marcas propias en esta área mediante un riguroso estudio de campo.

Explorar en profundidad los procesos creativos y productivos de estos emprendedores nos brindará la oportunidad de entender mejor el habitus que han desarrollado mediante los procesos de transubstanciación dentro de su práctica profesional. Pese a que nuestra ciudad se caracteriza por ofrecer una extensa y variada oferta de bienes y servicios vinculados al sector artístico y cultural, hasta la fecha, no se ha reconocido adecuadamente el valor que estos aportan en términos de generación de empleo y el enorme potencial que representa el diseño en el campo de la cultura al incrementar el atractivo de nuestras comunidades, promover la resiliencia y contribuir de forma significativa a la paz y la seguridad.

En el siguiente capítulo, se planifica y ejecuta un estudio destinado a recabar esta información, con este enfoque se busca visibilizar la contribución y potencial de los diseñadores textiles y de indumentaria al tejido social y

cultural, con la finalidad de propiciar la creación de estrategias que apoyen y fomenten el desarrollo sostenible de este sector.

Capítulo 4

Estudio de campo

Tabla 18: Presentación del desarrollo de la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 3

Pregunta	Hipótesis	Objetivo General	Hipótesis de trabajo	Objetivos Específicos	Capítulo
¿Cómo han interactuado y evolucionado los factores políticos, económicos, educativos, junto con las estrategias de fomento, la producción en diseño de indumentaria y el emprendimiento local, para estructurar y consolidar el campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca - Ecuador, entre 2005 y 2021, en Cuenca, Ecuador, la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria ha sido impulsada significativamente por un marco institucional fortalecido a través de políticas gubernamentales enfocadas en los sectores culturales y la industria textil. Este proceso ha sido caracterizado además por un dinamismo profesional originado en el ámbito académico y la producción de diseño. Estos factores se entrelazan en la conformación y consolidación de esta profesión	Analizar la evolución, los factores determinantes y las dinámicas que han influenciado en la conformación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, durante el periodo comprendido entre 2005 y 2021.		Existe una relación significativa entre las iniciativas gubernamentales y el desarrollo de los sectores culturales y la industria textil, lo cual también contribuye a la profesionalización del diseño textil e indumentaria en Cuenca	1. Examinar y discernir las políticas y directrices gubernamentales implementadas entre 2005 y 2021 que dieron forma a un nuevo paradigma productivo en las industrias textil y cultural en el Ecuador.	Capítulo 3
			La consolidación del campo profesional de DTel ha sido influenciado por un conjunto de agentes poseedores de capital, quienes, respaldados por políticas gubernamentales y estructuras institucionales, han ejercido su poder para definir las normas, los valores y las competencias legítimas dentro del campo	2. Identificar la estructura, con los agentes, el poder y las formas de capital que existen en el campo del diseño textil e indumentaria desde la Teoría de los Campos de Bourdieu.	Capítulo 3
			La transubstanciación a través de los procesos creativos y productivos individuales de los diseñadores locales de DTel han desarrollado un habitus que es parte integral en la estructura y consolidación del campo profesional	3. Relevar información y describir las características del habitus de los productores locales de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, con sus procesos creativos, productivos y formas de comercialización.	Capítulo 4

En el desarrollo y la consolidación del campo del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador, se encuentran los procesos creativos y productivos de sus diseñadores locales. La tercera hipótesis de trabajo de este estudio sostiene que los diseñadores han desarrollado un habitus a través de la praxis profesional de sus formas de producción. Este capítulo se dedica a relevar y comprender el “habitus”, a través del análisis de la transubstanciación mediante sus prácticas creativas, estrategias productivas y métodos de comercialización, se busca analizar cómo las prácticas individuales y colectivas influyen y, a su vez, son moldeadas por el campo profesional. La indagación se centra en los modos en que los diseñadores desarrollan sus productos

Al explorar los engranajes internos del habitus de los diseñadores, este estudio pretende ofrecer una visión íntima de la profesionalización del diseño de indumentaria en Cuenca, revelando cómo las identidades profesionales se construyen en las disputas internas del campo y en la dinámica entre el principio de jerarquización interno y externo. Se anticipa que este análisis proporcionará una perspectiva enriquecedora sobre la interacción entre los agentes locales y el despliegue del campo profesional de DTel, contribuyendo así al entendimiento más amplio de las dinámicas que configuran las industrias creativas en el Ecuador.

En el contexto de este estudio, se implementa una encuesta colaborativa inicial enfocada en los graduados del ámbito del diseño textil e indumentaria. Esta encuesta, de naturaleza cuantitativa y estructurada como un censo, tiene como objetivo fundamental cartografiar información base sobre la producción y actividad profesional de los graduados, ofreciendo así una visión comprensiva de su participación en el sector y las complejas dinámicas de poder y distribución de capital que caracterizan al campo del diseño textil e indumentaria. Para llevarla a cabo en el año 2019 se inició en la cátedra de Gestión con el levantamiento de datos y en el año 2020 se conformó un equipo de investigación entre el cuerpo docente y el estudiantado —compuesto por las docentes Silvia Zeas y María del Carmen Trelles, y los estudiantes Tatiana Guillén, Cristian Sucuzhañay, Emilia Bravo y Priscila Cabrera—

La primera encuesta recolecta información de contacto, año de graduación, y la actividad profesional actual de los encuestados, se marca especial interés en aquellos que han emprendido de manera independiente en el diseño textil e indumentaria. En caso afirmativo, se recopilaban detalles sobre sus emprendimientos y marcas, con estos primeros resultados se delimita el alcance de estudio entre los productores del campo del diseño textil e indumentaria.

Figura 37: Diseño de encuesta para levantamiento de datos sobre la producción de graduados en la carrera de Diseño Textil e Indumentaria entre los 2005 al 2021

Colaboración para tesis doctoral. Diseño Textil y Moda. Cuenca.

Mi nombre es María del Carmen Treilles Muñoz, soy Docente - Investigadora de la Universidad del Azuay. Me encuentro realizando un Proyecto de Investigación Doctoral que tiene como fin, aportar a la innovación en el diseño textil e indumentaria independiente de la ciudad de Cuenca. La encuesta no tomará más de 1 minuto de su tiempo. Todos los datos recabados en el siguiente formulario, serán de uso exclusivo para la investigación. Agradezco enormemente su colaboración.

***Obligatorio**

Nombre y apellido completos *

Tu respuesta

¿En qué año se graduó como Diseñador Textil y Moda de la Universidad del Azuay? *

Tu respuesta

¿Actualmente, ejerce la profesión de manera independiente? *

En caso de que su respuesta sea "NO", por favor envíe el formulario. En caso de que su respuesta sea "SI", por favor conteste las cuatro preguntas restantes.

☐ Si

☐ No

¿En qué ciudad está localizada su marca / estudio / taller de diseño?

Tu respuesta

¿Nos ayudaría por favor con su número de Whatsapp?

Tu respuesta

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Nota. Información recopilada en los trabajos de titulación de los alumnos Cristian Sucuzhañay, Emilia Bravo, Priscila Cabrera, Tatiana Guillen; dirigidos por las docentes Dis Silvia Zeas y Dis Ma Carmen Treilles

Durante un periodo de tres meses, se obtuvo respuesta de 278 graduados de la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay. De este grupo, un total de 170 graduados confirmaron su participación en actividades relacionadas con la producción en el campo del diseño textil e indumentaria. Sin embargo, lo que resulta aún más relevante es que 150 de estos graduados indicaron estar activamente involucrados en el desarrollo de sus propias producciones a través de emprendimientos o marcas de su autoría. Se presenta una tabla que enumera los nombres de los graduados y los nombres de sus respectivos emprendimientos y marcas de DTel.

Tabla 19: Datos obtenidos de graduados de las Carreras de Diseño Textil y Moda, y de Textil e Indumentaria, con el registro de su emprendimiento o marca creada.

Productores De Diseño Textil E Indumentaria 2005 - 2021		
N.	Graduados Carrera Diseño Textil y Moda, y Textil e Indumentaria	Emprendimiento / Marca de diseño
1	Guillen Serrano María Elisa	Retro Industries
2	Samaniego Regalado María Fernanda	Nua Estudio De Diseño
3	Proaño Brito María Cristina	Ovily Pijamas
4	Pesántez Calle Paola Andrea	Suyana
5	Galindo Zeas Magdalena Ruht	Fit Studio De Moda
6	Apolo Guerra Daniela	El. La Clothing
7	Cuenca Argudo María Belén	Bca

8	Tenezaca Paredes Jhesenia Katherine	Kamberry Denim Jean
9	Veliz Matute Carlos Rene	Krlos Véliz Matute
10	Lasso León Yessenia Belén	Bela
11	Moncayo Guijarro Claudia Natalia	Mongui
12	Cabrera Orellana Gabriela Lizbeth	Gabriela Cabrera Diseño De Moda
13	Estrada Carpio Lilian Esther	Lily Estrada Studio De Moda
14	Herrera Luzuriaga María Paula	Paula María
15	Pesantez Calle Geovanna Carolina	Ovily
16	Morales Crespo Mónica Melissa	Matusha
17	Tapia Paula Cristina	Moon Shine Pijame
18	Carrión Troya Claudia Daniela	Kentavros
19	Vázquez Centeno Vanesa Cristina	Lamarca EC
20	Arias Cerón Gala Indira	Mishi Store
21	Mosquera Vargas Bianca Estefanía	Fjader, Estudio De Diseño
22	Ramon Calle Paola Gabriela	Gabriela Ramón Diseño De Moda
23	Iñiguez Dávila Claudia Marina	Canelle
24	Jarama Herrera Christian Alejandro	Meee
25	Crespo Ayora Karina Fernanda	Cresspo
26	Hidalgo Ormaza Andrea Katherine	Hidalgo Estudio De Moda
27	Mogrovejo Guerrero Ximena Daniela	Mena Mo
28	Nieto Trelles Daniela Cristina	Lugus
29	Pena León Diego Fernando	Dp Designers Store
30	Brito Sánchez Evelyn Cristina	Camisas B&B
31	Ochoa Arizaga Jessie Carolina	Polka Dot
32	Cajamarca Vásquez Fredi Marcelo	Marcini
33	Altamirano Gómez Diego José	Joshelo Altamirano
34	Bermeo Poma Josselyn Anahí	Consultado
35	Ordóñez Morocho Lizbeth Cristina	Lizbeth Ordoñez
36	Ordóñez Jiménez Eyleen Astrid	Plezier
37	Valdivieso Vintimilla María Gabriela	Chipachina
38	Abad Barahona Karla Daniela	Karala Abad Barahona
39	Mogrovejo Tenecela Alexandra Ximena	Kimisa Studio
40	Arévalo Maldonado Erika Rocío	Rocío Armal Calzature
41	Alvarado Ortega Verónica Alexandra	Florescence Accesories
42	Toledo Garzón Juan Andrés	Doucher EC
43	Ampuero Pena Pablo Andrés	Ampuero Indumentaria Femenina
44	Altamirano Tene María Paz	Marial Estudio De Moda
45	Carrasco Agredo Clara Yolima	Yolima Carrasco Galería
46	Polo Aguilar Claudia Elizabeth	Arte Para El Alma
47	Mancheno Moscoso Jasmina Patricia	Mina Accesorios
48	Meneses Barsallo Ana Carolina	Diseñadora Carolina Meneses
49	Pauta Coello Diana Camila	Camila Pauta C. Diseño Textil & Moda

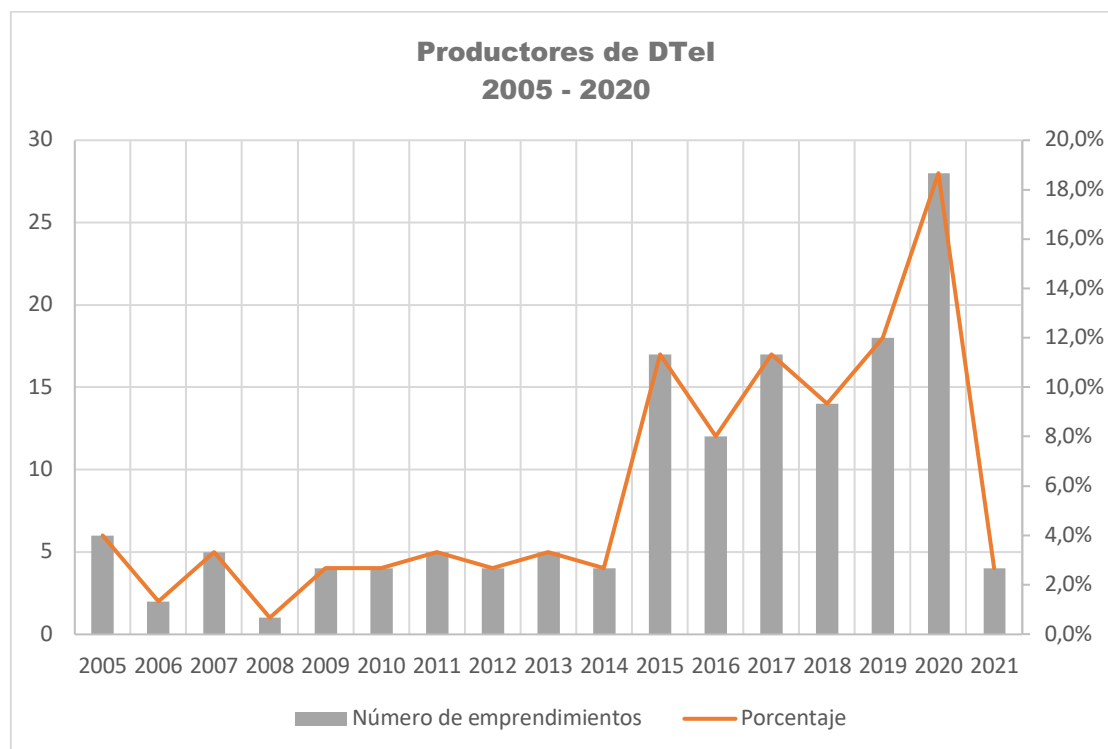
50	Baxter Moscoso Emily Jane	Emily Baxter Novias Y Ceremonia
51	Calle Lozano Andrea Belén	Cālō
52	Calle Asanza Andrea Katherinne	Paris Studio By Dis. Katty Calle
53	Álvarez Mogrovejo Ana Cristina	Almo Estudio De Moda
54	Molina Peralta María Verónica	Garasa Ilustración Textil
55	Cedillo Vera Marcela Irlanda	Marccela Atelier
56	Galarza Quezada María Soledad	Morena
57	Manzano Lituma Andrés Esteban	Andrés Manzano Designer
58	Cueva Abad Pedro José	Peter Cave Fashion Studio
59	Cooper Pesántez Michelle Ruth	Sc By Shela / Husky
60	Guapisaca Caivinagua Diego Fernando	Black Estudio De Moda
61	Andrade Guillermo Gabriela Tatiana	Kimu
62	Bravo Gordillo Rita Verónica	Moda V&B
63	Arias Gallegos Danny Nicolas	Danny Arias Menswear
64	Suquitana Calle Eneida De La Nube	Ney
65	Márquez Tapia Sheila Cruskaya	Sheila Márquez
66	Celleri Ordoñez Cindy Cecilia	CC Vestidos Y Accesorios
67	Carangui Lema Ruth Daniela	D.C Diseño Y Moda
68	Andrade García María Cecilia	María Cecilia Andrade Design
69	González Cabrera Gabriela Paola	Estudio De Moda Gabriela Gonzales
70	Rojas Terreros Dania Fernanda	Pekys Sport
71	Chumbi Rivera Karla Viviana	Vivian Estudio De Moda
72	Galarza Castro Dayra Magaly	Siul Dayra Galarza
73	León Heras Karen Mariuxi	Luhha
74	Reinoso Quezada Natali Carolina	Dorotea
75	Guzmán Peralta Erick Adrián	Adriano AG
76	Guerrero Sinchi Jenny Patricia	Jenny Guerrero
77	Llangari Pinchao Ligia Elena	Garipi Fashion Design
78	Abril Ximena Belén	Cereza&Kiwi
79	Rodas Lozano David Andrés	Kuro's Design
80	Cabrera Mendieta Jennifer Gabriela	J'nns
81	Rodríguez María José	Mjrodriguez_Atelier
82	Sánchez Llanos Maura Lisseth	Maura Sánchez
83	Merchán Arce Ninoska Fernanda	Nino Estudio
84	Saquisili Reyes Arianna Lorena	Fundora
85	Segarra Sebastián	Sebastián Segarra Design
86	Carrasco Vázquez María Emilia	Alba
87	Ávila Bustamante Oscar Paul	Job
88	Urgilés Ortiz Jennyfer Tatiana	Tagi Atelier De Moda
89	Peña Angela	Venci
90	Sandra Marcela Fernández Ramon	Sandra Fernández
91	Marcos Leonardo Armijos Vera	Chua Urbano Cuenca

92	Evelyn Fernanda Vásquez Alarcón	My Sister
93	María Paz Navarrete Calderón	Ser
94	Adriana Petroff Montesinos	Nono
95	María Angélica Brito Jurado	Malenca
96	Paul Abimael Suárez Ávila	Abimael Ávila
97	Dolores Fernanda Vera Lituma	Fervelit
98	Ruiz Castillo Pamela Elizabeth	Pamela Ruiz
99	María José Azúa Cabrera	JA //María José Azúa
100	Andrea Paulina Enderica Coronel	Runas
101	Reinoso Murillo Verónica Alejandra	Arte Bello
102	Maritza Fernanda Rojas Zapata	Lo-F's Closet
103	Jhordan Anabelle Franco Zamora	Jhordan Franco Fashion Designer
104	María Bernarda Moreno Sarmiento	Marrone
105	Diana Carolina Cortés Silva	Mangostina
106	Betsy Azucena Aucancela Carpio	Betau
107	Diana Monserrat Méndez Esparza	Arianna
108	Valeria Melissa Farfán Cárdenas	Maku Artesanía
109	María Elisa Saquicela Cordero	Bath Solutions
110	Karen Michelle Torres Alves	Sirana
111	Joselyn Paulette Sánchez Peralta	Buoo Textil
112	Tatiana Avendaño Mejía	Olarosa
113	Lisbeth Galindo	N/N
114	María Belén Vintimilla Robalino	Relevé Pirouette
115	Kelsi Marie Padrón Flasher	Blossom
116	María Paz Moscoso Ochoa	Unapazreal
117	María Alicia Camacho Pauta	María
118	María Verónica Pazmiño Martínez	MV Art Custom
119	Daniela Johanna Reinoso Cartagena	Ceda
120	Anabel Karina Guzmán Hidalgo	Escala Textil
121	Jessica Ximena Carrión Chimbo	@By_Menna
122	Claudia Cristina Barros Cárdenas	Clodette
123	Tatiana Monserrat Cabrera Capelo	Titi Lamons
124	Sofía Isabela Vargas Silva	Larga Vida
125	María Caridad Carrión Vidal	Morada
126	Juana Valeria Farfán Quintuña	Banana
127	Fernanda Muñoz Álvarez	Save The Date Accesorios Para Bodas
128	Gabriela Alexandra Peña Andrade	Gabriela Peña
129	Córdova Solís María Cristina	Cristina Córdova Alta Costura
130	Cordero Cobos María Belén	Beco
131	Paola Andrea Machado Segarra	Gemely's
132	Sangurima Merchán Karla Evelin	Coral Minnt
133	Freddy Patricio Romero Zeas	FRZ Couture

134	Miriam Alexandra Chuñir Chillpe	Alexandra Chuñir. Alta Costura
135	Liseth Fabiola Encalada Ortiz	LE. Fábrica De Vestidos
136	María Rosa Fajardo Loja	Glooc Seguridad
137	Sonia Juleysi Ramírez Piedra	Woment
138	Andrea Renata Arias Loayza	R2
139	Tatiana Burbano	TB
140	Galindo Pazán Johanna Tamara	Galindo Tamara
141	Fernanda Estefanía Villalta Molina	Brena
142	Donoso Loyola Alexandra Patricia	Alexandra Donoso
143	Polo Rincón María Alexandra	Alexandra Polo
144	Peñaherrera Alarcón Erica Karla	La Puchunga Taller
145	Zeas Carrillo Silvia Gabriela	Tienda de Diseño
146	Vele Caymayo Marithza Angélica	Marbetex
147	Quezada Cantos Sebastián Alejandro	Bolsón Bolsos Y Accesorios
148	Castro Cajamarca Andrea Liliana	Atelier Andrea Castro
149	Salgado Holguín Paul Antonio	Surreal Tienda De Moda
150	Mejía Carpio Santiago David	Aprotex Azuay
151	Martínez Palacios María De Lourdes	Lula Martínez

Con los datos obtenidos se presenta un cuadro que registra el número de emprendimientos, según su año de graduación:

Figura 38: Análisis gráfico de los Productores de Diseño Textil e Indumentaria



En el gráfico se evidencia un aumento significativo en el número de emprendimientos y marcas de DTel de la ciudad de Cuenca - Ecuador en los últimos años. Este aumento puede atribuirse a diversos factores, entre los que destacan el impulso hacia los sectores culturales en el país y la participación en espacios de visibilización. Dentro del campo estos datos se consideran como un indicador del fortalecimiento, donde el crecimiento del número de empresas y marcas es un signo de que el campo está atrayendo nuevos participantes y demuestra que el campo profesional de DTel está experimentando un crecimiento y desarrollo.

Con estos resultados alcanzados se planifica una segunda encuesta, vinculada a los trabajos de titulación de los estudiantes Tatiana Guillén y Christian Sucuzhañay, bajo la supervisión de la docente Silvia Zeas, con la finalidad de recolectar datos específicos sobre la producción en diseño textil e indumentaria a nivel local, mediante la cual se busca cuantificar el número de productores activos con emprendimientos y marcas independientes, y de ellos conocer sus procesos creativos, procesos productivos y sus formas de comercialización. Con la información obtenida se establece la conformación y consolidación del campo profesional de DTel en la ciudad de Cuenca, Ecuador.

4.1 Conformación y consolidación del campo: Habitus

La investigación se direcciona sobre las estructuras de poder existentes y busca las posiciones de dominio otorgadas por el capital que consiguen movilizar a los agentes. Así, el estudio se convierte en un reflejo de las luchas por la legitimación y el poder dentro del campo profesional, evidenciando cómo los agentes buscan consolidar su posición y cómo el habitus contribuye a la configuración del campo al dotar a los graduados de capital cultural inicial, quienes han optado por seguir carreras independientes, estableciendo emprendimientos y marcas propias, lo que sugiere un crecimiento y desarrollo considerables en el campo, con un gran número de profesionales que están contribuyendo activamente a la industria local.

Se plantea que el habitus que se ha generado mediante los procesos de transubstanciación desde los primeros graduados, surgió de la producción con emprendimientos al crear sus marcas propias con estilos diferenciados, en diversos universos de vestuario, en ellos se generó una capacidad emprendedora, persistente y de autogestión, generando un grupo heterogéneo donde cada uno de ellos desarrolla en sus talleres su propia producción con un estilo propio. Sus estilos y diferencias se marcan a partir del universo de vestuario donde trabajan una cadena de producción similar pero diferente desde el proceso creativo, al hacer la selección de referentes para las conceptualizaciones, la selección de bases textiles, las experimentaciones tecnológicas, los trazados en la moldería, los acabados textiles, la selección de insumos y más decisiones que deben tomar como parte de los procesos creativos y productivos.

Se presume que los estudiantes que deciden seguir la carrera de cierta manera se guían por estas “estructuras predispuestas” o caminos ya trazados por los antiguos profesionales de procesos creativos y productivos por los graduados de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, quienes adquirieron reconocimiento local y algunos nacional por sus años de trabajo, varios de ellos incluso han sido reconocidos por crear un estilo propio, un estilo que los identifica como marca y diferencia en el mercado.

Estas estructuras predispuestas o caminos trazados desde la perspectiva del concepto de habitus de Bourdieu, resaltan cómo este concepto articula las decisiones y caminos que toman los estudiantes al elegir la carrera, que pueden estar guiadas por las percepciones y acciones de los individuos en el mundo social. Estas disposiciones se forman a lo largo de la vida a través de la socialización en distintos contextos y son tanto históricas como sociales (1977).

El habitus actúa como una estructura predispuesta que ya ha sido formada por los graduados anteriores, quienes han creado un "camino" que los estudiantes actuales tienden a seguir, influenciados por el reconocimiento que esos antiguos estudiantes han ganado en el mercado local y, en algunos casos,

nacional. El habitus aquí juega un rol importante, ya que predispone a los estudiantes a seguir modelos y estilos que se han legitimado a través de la práctica profesional exitosa de otros diseñadores.

Los graduados reconocidos, que han desarrollado estilos únicos que funcionan como su marca personal, son ejemplos vivos de cómo el habitus funciona. Estos agentes han internalizado las estructuras sociales y profesionales del campo profesional del DTel, pero también las han transformado, creando estilos que se distinguen en el mercado. Este proceso de creación y adaptación de un estilo personal también se puede entender como un ejemplo de cómo el habitus no es rígido, al contrario, es adaptable y susceptible de cambios según el contexto (1984).

Bajo este panorama, el concepto de transubstanciación cobra relevancia, ya que describe el proceso por el cual los graduados exitosos convierten su capital cultural en capital simbólico, mismo que se encuentra como un valor simbólico en los productos de los diseñadores. A través de la transubstanciación, lo que comienza como habilidades técnicas, conocimientos o formas estéticas adquiere un valor simbólico más alto, transformándose en prestigio y reconocimiento dentro del campo profesional. Así, el capital cultural acumulado por estos diseñadores, en forma de destrezas y creatividad, se transmuta en una forma de valor simbólico, lo cual les otorga una autoridad reconocida en el mercado y entre sus pares. Este capital simbólico se distingue por sus logros y funciona como una "marca" que los diferencia y les da un valor único frente a otros agentes en el campo (1986).

Se sugiere que los estudiantes siguen estos caminos predispuestos no como una imitación, sino porque el habitus también proporciona un "sentido práctico" que les ayuda a navegar por el campo. Este sentido práctico les permite entender qué acciones, estéticas y decisiones les pueden conducir al éxito, siguiendo modelos que ya han demostrado su efectividad. En este sentido, Bourdieu explica que el habitus opera a un nivel inconsciente, lo que significa que los estudiantes pueden no ser completamente conscientes de por qué siguen ciertos caminos profesionales o creativos, pero lo hacen porque las

estructuras sociales que los rodean ya han trazado esas vías. Por lo tanto, el habitus puede reproducir estructuras existentes, transformarlas y adaptarlas a nuevas generaciones, lo que se refleja en los estudiantes actuales de Diseño Textil e Indumentaria que continúan creando su propio camino basándose en el legado de sus predecesores.

Esta dinámica entre reproducción y transformación del habitus en el campo del diseño también es paralela a la relación entre capital económico, cultural y social en la teoría de Bourdieu. Los graduados exitosos han acumulado capital cultural (en forma de habilidades, conocimiento y estilos propios), que luego se transforma en capital simbólico a través de la transubstanciación, otorgándoles reconocimiento y prestigio en el campo. Este capital simbólico actúa como un modelo de referencia para los nuevos estudiantes, quienes buscan reproducir estos logros mediante la internalización de los caminos ya establecidos.

4.2 Formulación de la segunda encuesta y análisis de datos

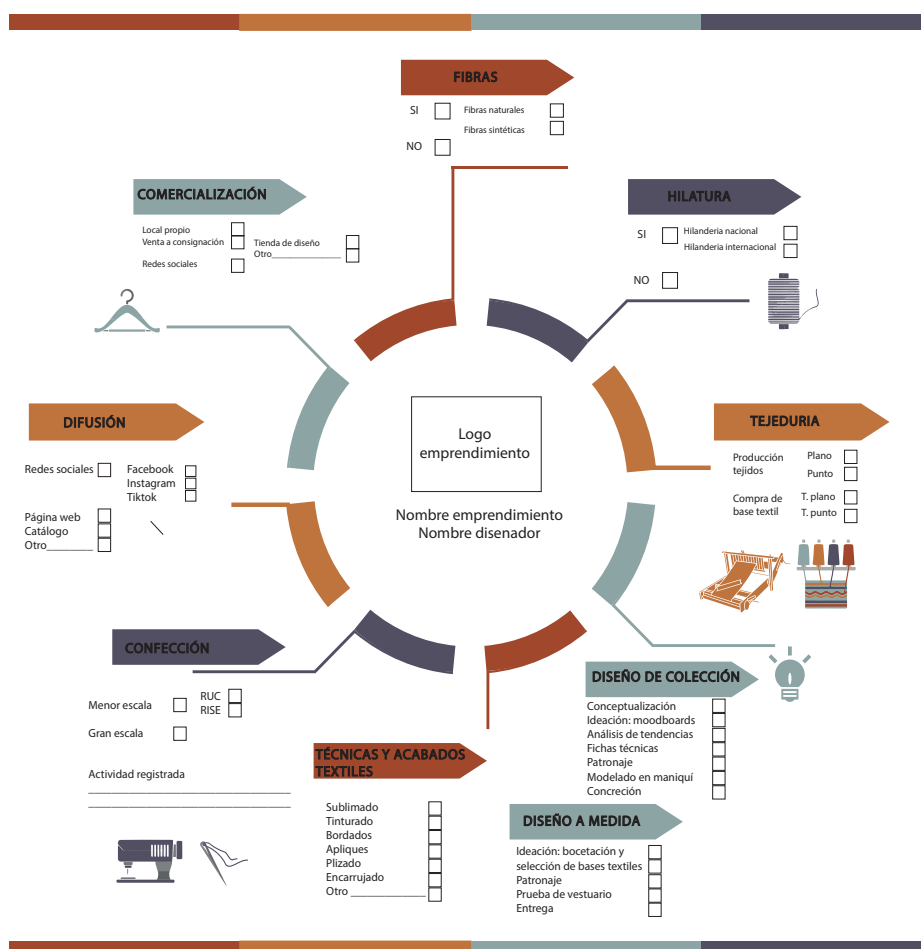
En los procesos creativos y productivos que subyacen en la producción de estos emprendimientos y marcas, es posible que existan patrones específicos o "habitus" que estos diseñadores compartan debido a su formación común y al capital cultural, social y simbólico que han acumulado en el campo del diseño textil. Este habitus podría manifestarse en cómo abordan la creación, producción y comercialización de sus diseños, cómo se posicionan en el mercado y cómo interactúan con otros agentes del campo. Para ello es importante comprender que la profesión del diseño textil e indumentaria va más allá de la creación de prendas de moda, se trata de una intrincada trama entre la producción y el proceso de diseño, donde cada decisión, desde la elección de materiales hasta la morfología y el estilo, importa. Este enfoque, reconoce que el diseño no se limita a un objeto final, porque se considera que es un diálogo en constante evolución entre diseñadores, productores, consumidores y el contexto cultural y temporal.

Como destaca López (2009), el diseño crea productos visuales, lo cual implica la concepción de "unidades de sentido" que comunican un mensaje coherente y completo a los consumidores, estas unidades pueden estar influenciadas por las tendencias de moda, que guían las decisiones sobre colores, formas y materiales de temporada. Sin embargo, el diseño trasciende la superficie y se sumerge en las "unidades culturales", que representan significados latentes que se incorporan en las prendas más allá de lo que es evidente a simple vista. Este concepto de unidades culturales añade un "valor simbólico" mediante el proceso de "transustanciación"¹⁴ a las prendas de diseño, como se denomina en esta investigación. Este valor envuelve aspectos estéticos y otorga a los agentes involucrados en el campo de diseño textil e indumentaria un mayor poder en el "campo de juego", utilizando el término de Bourdieu. Este valor se conecta con la memoria colectiva, los valores culturales y el conocimiento compartido, lo que enriquece la experiencia del consumidor y fortalece su sentido de pertenencia. Esta dimensión cultural permite que las prendas vayan más allá de su función práctica y se conviertan en portadoras de historias y significados, donde la aplicación de estas dinámicas culturales en el diseño de prendas desempeña un papel fundamental en el desarrollo y la evolución de esta disciplina.

El campo profesional de DTel no se limita únicamente a la exhibición de colores, patrones y tejidos; más bien, se presenta como un tejido complejo de expresiones culturales y producción, tiene raíces profundas en prácticas históricas y estructuras económicas. Desde la obtención de la materia prima hasta la creación del producto final, cada fase del proceso de producción presenta sus propios desafíos, agentes y dinámicas de poder.

¹⁴ Este marco conceptual ha sido desarrollado previamente en la presentación del marco teórico.

Figura 39: Diseño de esquema gráfico vectoriales sobre los procesos productivos, creativos y de comercialización de los productores de DTel.



Se planifica una encuesta mediante Google Forms que reúne información para completar esquemas gráficos vectoriales sobre los procesos productivos, creativos y de comercialización¹⁵ que emplean los diseñadores al momento de crear sus productos, partiendo por conocer si los profesionales de la rama elaboran su propia materia prima, cuáles son los procesos que emplean al momento de confeccionar una colección y diseño a medida, conocer sus medios de comercialización y difusión con la finalidad de consolidar la profesión en el medio local. Las preguntas desarrolladas se generan a partir de la identificación de áreas de interés y procesos relevantes en el campo de diseño textil e indumentaria, las mismas han sido planteadas en relación de la praxis profesional tanto personal como de terceras personas afines. Las encuestas a los productores son una herramienta valiosa para recopilar datos

¹⁵ En el [Anexo A](#) se incluyen las encuestas gráficas realizadas a los graduados de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria en el período 2005 - 2021

cuantitativos, donde cada pregunta de investigación se respalda con una justificación, que considerar cómo contribuirá al conocimiento sobre la estructura y dinámicas del campo profesional.

Una vez recopilados los datos pertinentes, se lleva a cabo un proceso de sistematización utilizando herramientas de tablas en Excel¹⁶ y Rapidminer, este enfoque permite organizar la información de manera estructurada y accesible, lo que facilita el análisis y la identificación de “habitus” enmarcados en tendencias y patrones significativos dentro del campo. Dentro de estas tablas se utilizan porcentajes para representar datos clave que ofrecen una visión clara y comparativa de cómo se distribuyen y relacionan estos aspectos en el contexto de la investigación. En particular, los porcentajes pueden revelar la prevalencia de ciertas tendencias o enfoques dentro del campo, también ayuda a identificar áreas de oportunidad o necesidades en el campo, lo que puede informar futuras investigaciones y la toma de decisiones estratégicas para los profesionales y la industria en su conjunto.

Los datos tabulados en cuadros de Excel se preparan para ser analizados en Rapidminer¹⁷, programa de predicción de datos, donde se pueden generar gráficos radiales útiles como una herramienta de visualización de datos que ofrece una representación efectiva de diversas estructuras. Estos gráficos se componen de nodos, también conocidos como vértices, que para esta investigación representan a los productores de DTel, los nodos están conectados por aristas o enlaces, que simbolizan las relaciones o interacciones entre estos agentes. En un gráfico radial, los nodos se organizan en un círculo o alrededor de círculos concéntricos, facilitando la visualización de cómo se interrelacionan desde un punto central o en un patrón circular. Este tipo de disposición es especialmente útil para entender la estructura del campo y la dinámica de las relaciones representada, donde la distancia y posición de los nodos indican la posición del productor de diseño en el campo profesional.

¹⁶ La matriz de datos procesados para el programa Excel de todas las preguntas realizadas en la encuesta a los productores de DTel se adjuntan en el [Anexo B.](#)

¹⁷ Los datos asignados y preparados desde el programa Excel para el programa Rapidminer se evidencian en el [Anexo C.](#)

Bajo esta metodología planteada para el desarrollo de la encuesta y el procesamiento de los resultados se detalla en los siguientes apartados, donde se aborda cada elemento. Inicialmente, se detalla el propósito específico de cada pregunta formulada en la encuesta, seguido por una justificación de su inclusión, lo cual es clave para comprender su importancia dentro del contexto global del estudio. A continuación, se procede al análisis de los datos recabados, interpretando los hallazgos a través del prisma de la Teoría de los Campos de Bourdieu, este enfoque nos acerca a un análisis sobre el posicionamiento dentro del campo del diseño textil e indumentaria. Finalmente, se asignan valores justificados a los resultados de cada una de las respuestas, esto permite cuantificar los resultados en el programa Rapidminer, mediante el cual se elaboran gráficos radiales para ilustrar visualmente la estructura del campo de los productores de diseño, destacando cómo, mediante sus prácticas profesionales y la creación de marcas, logran una posición de prestigio y legitimación al desarrollar productos de alto valor simbólico.

4.3 Desarrollo de la encuesta y análisis de datos

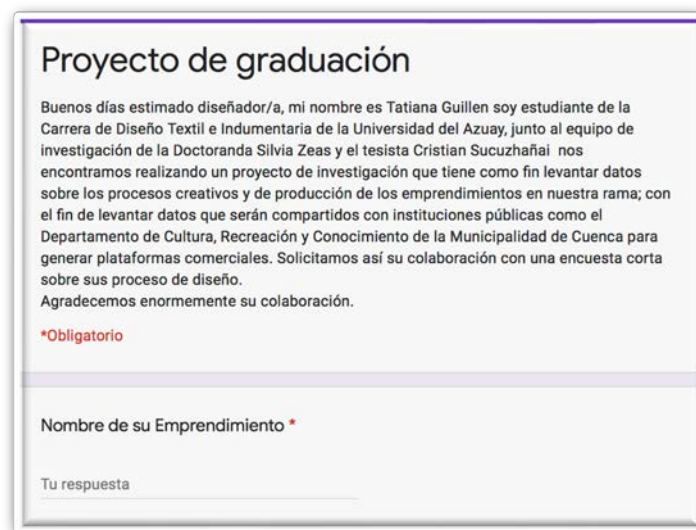
4.3.1 Nombre del emprendimiento

La elección de un nombre para una empresa de moda o confección conlleva varios aspectos que determinarán su éxito y longevidad; en primer lugar, la relevancia y el significado son fundamentales, ya que el nombre debe transmitir la esencia de los productos o la filosofía de diseño de la empresa, posiblemente haciendo referencia a elementos específicos de la moda, donde la originalidad es igualmente importante para evitar problemas legales y construir una identidad de marca sólida; además, un nombre de fácil pronunciación y escritura facilita su difusión y memorización, mientras que la versatilidad garantiza su adaptación a futuros cambios. El atractivo estético, incluyendo la tipografía y el diseño del logotipo, también contribuye a la identidad de la marca. Si la empresa opera a nivel global, es necesario considerar la percepción cultural y geográfica del nombre; por último, en la era digital, asegurarse de que el nombre de la marca esté disponible como dominio

web y en las principales redes sociales es esencial para su presencia en línea y alcance.

En esta designación que se ha asigna al negocio, en muchos casos, algunas marcas optan por conservar el nombre del diseñador, mientras que otras eligen un nombre relacionado con el estilo de sus creaciones. El proceso de selección del nombre es una decisión estratégica que puede influir en la percepción de la marca por parte de los consumidores.

Figura 40: *Texto introductorio de la encuesta diseñada para los productores de DTel*



Proyecto de graduación

Buenos días estimado diseñador/a, mi nombre es Tatiana Guillen soy estudiante de la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, junto al equipo de Investigación de la Doctoranda Silvia Zeas y el tesista Cristian Sucuzhaffai nos encontramos realizando un proyecto de investigación que tiene como fin levantar datos sobre los procesos creativos y de producción de los emprendimientos en nuestra rama; con el fin de levantar datos que serán compartidos con instituciones públicas como el Departamento de Cultura, Recreación y Conocimiento de la Municipalidad de Cuenca para generar plataformas comerciales. Solicitamos así su colaboración con una encuesta corta sobre sus proceso de diseño.

Agradecemos enormemente su colaboración.

***Obligatorio**

Nombre de su Emprendimiento *

Tu respuesta

Después de que los productores señalan el nombre de su emprendimiento o marca, la encuesta se divide en tres partes que abarcan los procesos productivos, los procesos creativos y las formas de comercialización. En cada una de estas secciones, se plantean preguntas que se justifican y analizan con base de los resultados obtenidos.

4.3.2 Procesos productivos y creativos

La importancia de los procesos creativos y productivos en el diseño no puede ser subestimada, ya que son el pilar sobre el que se construyen productos que, además de cumplir requisitos funcionales, empujan los límites de la innovación y la estética. Estos procesos comienzan en la etapa de ideación y

conceptualización, un periodo donde las semillas de las futuras creaciones son plantadas y nutridas, donde los diseñadores se sumergen en un proceso de generación de ideas, utilizando técnicas como la investigación, sesiones de brainstorming y la exploración de materiales. Este es el momento de abrir las posibilidades, donde ninguna idea es demasiado audaz o fuera de alcance, es un espacio de creatividad donde se mezclan investigación, tecnología, estética y un profundo entendimiento de las necesidades del usuario para conceptualizar soluciones de diseño que son innovadoras, funcionales y estéticas. Este es el fundamento sobre el cual se construirán los productos finales, marcando el inicio de un viaje creativo y productivo hacia la creación de soluciones de diseño excepcionales.

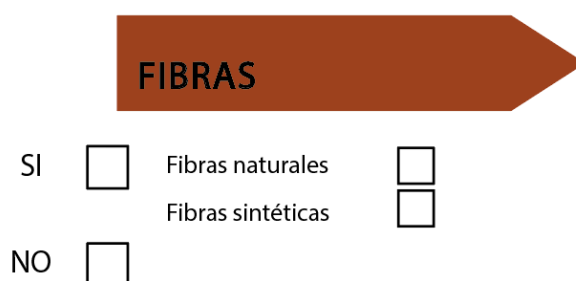
Bajo este panorama, se detallan las preguntas formuladas a 150 diseñadores, cada una de ellas se acompaña de un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de los datos recolectados, la asignación de valores específicos y la justificación correspondiente para interpretar el valor simbólico que se adquiere mediante el proceso de transubstanciación generado por cada proceso creativo y productivo. Bajo la Teoría de Campos de Bourdieu se interpretan los resultados, proporcionando una perspectiva teórica en la evaluación de los procesos. Finalmente, se desarrolla y presenta un gráfico radial utilizando el software RapidMiner, como una representación visual de la estructura del campo del campo profesional de DTel en la ciudad de Cuenca y se analiza el comportamiento de los agentes dentro del mismo, ofreciendo una visión integral de las dinámicas en juego.

4.2.2.1 ¿Elabora sus propias fibras?

La producción de fibras en el diseño textil e indumentaria es un proceso complejo que determina las características y la calidad final de los productos textiles, en esta etapa inicial, se generan las fibras que eventualmente se transformarán en hilos y luego en tejidos, los cuales se utilizan para confeccionar una amplia gama de artículos, desde prendas de vestir hasta textiles para el hogar. Las fibras naturales, obtenidas de fuentes como plantas y animales, incluyen materiales bien conocidos como el algodón, el lino, la lana

y la seda, estas fibras son valoradas por su comodidad y sostenibilidad, aunque requieren procesos de limpieza y preparación antes de su uso. Paralelamente, la industria ha desarrollado fibras sintéticas mediante procedimientos químicos, creando polímeros como el poliéster, el nylon y el acrílico, estas fibras son apreciadas por su resistencia y versatilidad, además de su coste de producción relativamente bajo; entre ambos grupos se encuentran las fibras artificiales o regeneradas, como el rayón y la viscosa, que se fabrican alterando materiales naturales para obtener propiedades deseables. Una vez que se han recolectado o sintetizado las fibras, el proceso continúa con la purificación, en el caso de las fibras naturales, o la polimerización, para las sintéticas, asegurando que los materiales estén libres de impurezas y listos para ser hilados. El hilado es el método por el cual las fibras se estiran y se tuercen para formar hilos, que luego pueden ser tejidos o tricotados en bases textiles, que son parte de inicio en la creación de moda y otros productos textiles.

Figura 41: *Pregunta 1 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*



FIBRAS			
SI	☐	Fibras naturales	☐
		Fibras sintéticas	☐
NO	☐		

Cada elección en este proceso desde la selección de la fibra hasta su transformación en la base textil tiene un impacto significativo en la apariencia, textura y durabilidad del producto final; estas decisiones influyen en el costo de producción, la viabilidad económica de los artículos de moda y su impacto ambiental, factores todos ellos que los diseñadores y productores deben considerar cuidadosamente para satisfacer tanto las demandas del mercado como las responsabilidades ecológicas.

La primera pregunta del proceso creativo busca determinar si la producción de fibras textiles está alineada con los valores de la marca y si contribuye con un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación a los productos. Esta consulta se divide en tres categorías de tipos de fibra utilizadas en la producción textil: fibra natural, fibra sintética y la ausencia de producción de fibras. La importancia de esta clasificación radica en su capacidad para identificar y valorizar las prácticas de producción que resuenan con las preferencias éticas, sostenibles y de calidad asociadas a la marca.

Cada una de estas categorías recibe una asignación de valores específicos que reflejan el grado de inclusión del tipo de fibra en los productos de diseño. Este sistema de valoración mide la presencia física de la fibra y considera el impacto ambiental, la responsabilidad social y la innovación en el desarrollo de productos, donde las fibras naturales son valoradas por su biodegradabilidad y mínima huella ecológica, las fibras sintéticas por su durabilidad y funcionalidad, y la consideración de la ausencia de producción de fibras no genera un valor.

Los valores asignados se registran en una nueva columna denominada “Valor”, que sirve como un registro numérico y un indicador del valor simbólico generado mediante el proceso de transustanciación que cada tipo de fibra aporta a los productos, este valor se cuantifica basándose en criterios tales como la sostenibilidad, la innovación, la calidad y la alineación con los valores de la marca, proporcionando así una herramienta valiosa para tomar decisiones informadas en el proceso de diseño. Este enfoque integral asegura que los productos finales cumplan con las expectativas tanto en calidad, como en desempeño, a su vez que reflejen los compromisos éticos y ambientales de la marca, fortaleciendo su posición en el mercado y fomentando una conexión más profunda con los consumidores conscientes.

Bajo este enfoque, la valoración asignada a las distintas categorías de fibras en el proceso creativo refleja su impacto directo en la calidad y el atractivo de los productos finales y también su alineación con prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social. Al otorgar 4 puntos a la producción de fibras naturales, se subraya la importancia de elegir materiales que enriquecen el producto con

cualidades únicas, apoyan la sostenibilidad ambiental y promueven un impacto económico y cultural positivo, esta valoración elevada se justifica por el beneficio dual que ofrecen estas fibras: por un lado, mejoran la percepción del producto entre los consumidores conscientes del medio ambiente y, por otro, fomentan prácticas agrícolas y de producción que benefician tanto a las comunidades locales como al entorno natural.

La asignación de 2 puntos a las fibras sintéticas refleja una valoración más matizada, si bien estas fibras pueden ofrecer ventajas en términos de durabilidad, resistencia y versatilidad de diseño, su producción y disposición final plantean desafíos significativos para la salud y el medio ambiente. Este reconocimiento implica un llamado a la industria para innovar hacia opciones más sostenibles y menos perjudiciales en la producción de fibras sintéticas, equilibrando las necesidades de rendimiento del producto con responsabilidades ecológicas y de salud pública.

La valoración de 0 puntos para las categorías que no generan valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación desde el inicio de la producción subraya una posición baja de que la sostenibilidad y la responsabilidad deben ser intrínsecas al proceso de diseño y producción, implica un reconocimiento de que la ausencia de un enfoque consciente y deliberado en la selección de materiales, omite oportunidades de innovación y mejora de la calidad, puede también perpetuar prácticas insostenibles o éticamente cuestionables.

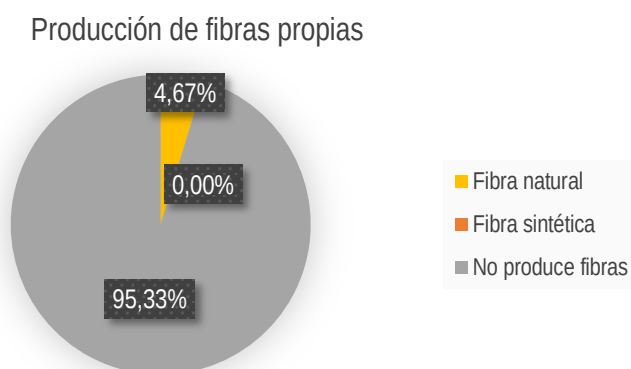
Este enfoque holístico hacia la valoración de materiales en el proceso creativo refuerza la idea de que el éxito y la innovación en el diseño de productos no se miden solamente por la estética o la funcionalidad, esta se debe evaluar por el impacto ambiental y social de las decisiones de producción, al adoptar criterios de valoración que ponderan estos aspectos, las marcas pueden liderar el camino hacia un futuro más sostenible y éticamente responsable, creando productos que los consumidores pueden elegir con confianza y orgullo.

Tabla 20: Datos obtenidos de la pregunta 1 sobre la producción de fibras dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Tipo de fibra	Producción	Porcentaje	Valor
Fibra natural	7	4,67%	4 puntos
Fibra sintética	0	0,00%	2 puntos
No produce fibras	143	95,33%	0 puntos
TOTAL	150	100,00%	

En términos de Bourdieu los resultados reflejan que el tipo de fibra seleccionada para la producción se correlaciona con distintas formas de capital. Si la producción se basa en fibras naturales de alta calidad, los agentes que controlan estas fibras tienen una ventaja en términos de capital económico en el campo del diseño textil, donde el conocimiento y la experiencia en el manejo de diferentes tipos de fibras representan un capital cultural valioso en este campo.

Figura 42: Porcentajes obtenidos de la pregunta 1 sobre la producción de fibras dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

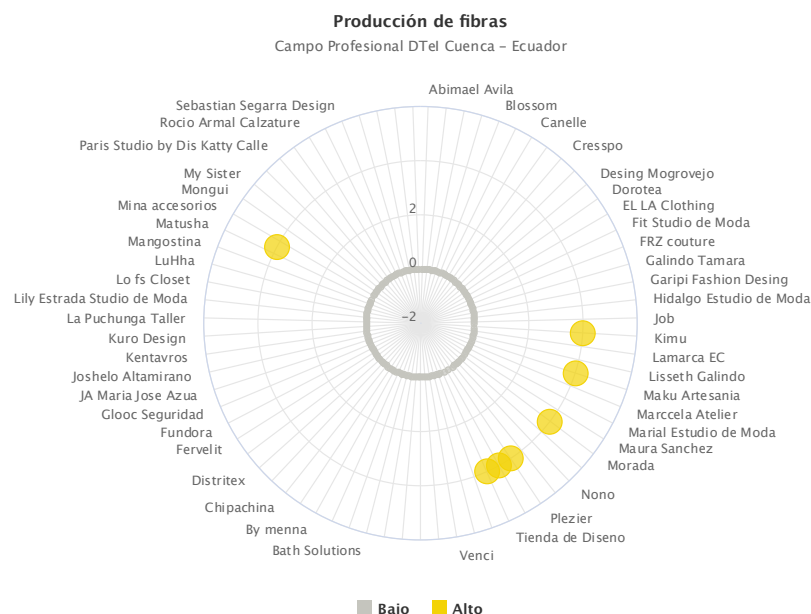


El tipo de fibra utilizada en la producción también tiene connotaciones simbólicas, como la sostenibilidad, la autenticidad o la innovación, que influyen en la posición de un actor en el campo. Se observa que un mínimo porcentaje con un 4,67% de diseñadores incluyen en sus procesos de producción la creación de propias fibras naturales, lo que refleja limitaciones tanto en términos de capital cultural como económico. Las fibras naturales, conocidas por su calidad y propiedades superiores, tienden a ser más costosas y demandan un conocimiento más profundo para su adecuado manejo y

mantenimiento. Esto evidencia que solo aquellas marcas con suficiente respaldo financiero y conocimiento especializado pueden aventurarse en el uso de estos materiales; además, el empleo de fibras naturales a menudo conlleva un valor simbólico significativo, ya que se asocia con la sostenibilidad, la excelencia en calidad y la capacidad de agregar valor.

Un 95,33% de los productores de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca opta por no producir sus propias fibras, lo que indica una falta de especialización o una estructura poco desarrollada en términos de tipo de fibra utilizada. Esta cifra sugiere también una falta generalizada de capital cultural y económico en el campo, lo que se considera un punto clave en futuras investigaciones y esfuerzos de desarrollo dentro de la industria de la moda en la región. La estructura del campo del diseño textil e indumentaria se refleja en la distribución de producción de fibras.

Figura 43: Gráfico radial que representa los agentes que realizan la producción de fibras dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Con los valores asignados previamente, se genera un gráfico radial desarrollado en el programa Rapidminer, el cual muestra que estamos ante un campo caracterizado por una diversidad y con un grado de consolidación relativamente bajo. La escasez en la producción de ciertas fibras específicas

afecta la distribución del capital vinculado directamente a la producción textil; esta situación revela una dinámica de campo en la que los productores que no generan sus propias fibras tienden a distanciarse del reconocimiento y de la posibilidad de añadir valor a sus productos. En contraste, aquellos diseñadores que sí producen sus propias fibras adquieren una ventaja distintiva: sus marcas ganan legitimidad y su posición en el campo, lo que le acercan más decididamente a la creación de productos con un valor simbólico significativo mediante el proceso de transubstanciación.

Esta red es un tapiz que se extiende desde aquellos que están en la cúspide de la innovación y la producción de alto valor, hasta aquellos con una producción más modesta pero igualmente relevante para la diversidad del campo. Cada productor de diseño -agente- en este panorama representa una entidad única que contribuye al campo, cada uno con su propio enfoque y filosofía de diseño. Los que se encuentran en la zona marcada como "Alta" son aquellos cuyos esfuerzos para producir fibras distintivas les han ganado un prestigio considerable. Sus prácticas son un testimonio de su maestría técnica y de su aguda comprensión por la moda y la cultura que impulsa sus diseños al frente del escenario tanto cultural como económico. La producción de fibras no es simplemente una cuestión de manufactura; es una expresión de identidad y una declaración de principios, en un mundo donde la sostenibilidad y la autenticidad son cada vez más valoradas, los diseñadores y productores de Cuenca que generan sus propias fibras están tomando la delantera, creando productos con una historia, una procedencia y una calidad que resuenan profundamente con consumidores conscientes.

4.2.2.2 Pregunta: ¿Elabora su propia hilatura?

La hilatura en la cadena de producción textil transforma las fibras crudas en hilos que se convertirán en la base para tejidos y tricotados, este proceso comienza con la meticulosa preparación de las fibras, sean estas de origen natural como el algodón, lana o seda, sintéticas como el poliéster y el nylon, o artificiales como el rayón. Esta etapa preliminar incluye la limpieza y alineación de las fibras, a través de métodos que pueden variar desde el desmonte hasta

el cardado y peinado, con el fin de eliminar impurezas y disponer las fibras de manera uniforme para el hilado. El proceso de hilar estas fibras preparadas puede adoptar diversas formas, cada una con su técnica específica que imparte características especiales al hilo, como el hilado en anillo que es una técnica donde las fibras se estiran y retuercen, creando un hilo continuo. Alternativas como el hilado Open-End involucran alimentar las fibras a un rotor para producir hilo sin torsión convencional. Otros métodos, como el hilado de fricción y el de aire, utilizan fuerzas de alta velocidad y chorros de aire respectivamente para entrelazar las fibras. El hilo resultante, cuyo grosor, resistencia, textura y elasticidad son determinados por la naturaleza de la fibra y el método de hilado, es posteriormente bobinado y preparado para el tejido o tricotado, este paso es decisivo, ya que la calidad del hilado tiene un impacto directo en las propiedades de la tela, influenciando la apariencia, la sensación al tacto, la durabilidad y el comportamiento durante la confección y el uso continuo de la indumentaria. La hilatura es un proceso creativo y productivo en la producción de textiles, que se puede convertir en un determinante de la calidad y el valor final del producto textil.

Figura 44: *Pregunta 2 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*



¿Elabora su propia hilatura?

SI ☐ Hilanderia nacional ☐
☐ Hilanderia internacional ☐

NO ☐



La pregunta formulada es "¿Elabora su propia hilatura?", su objetivo es determinar si el emprendimiento o marca produce su propia hilatura como parte de su proceso creativo y productivo, presenta cuatro opciones de respuesta que permiten entender el origen de la hilatura utilizada por la entidad: si la produce internamente, si utiliza hilatura de origen nacional o internacional, o si no la produce en absoluto. Esta práctica permite la creación de estructuras

textiles que pueden estar en sintonía con los valores de la marca y añadir valor a los productos.

La respuesta a esta pregunta revela sobre el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que los productores de diseño textil e indumentaria pueden proporcionar a sus productos, si la marca produce su propia hilatura, implica un control de calidad más estricto, una cadena de suministro más corta y la capacidad de responder rápidamente a los cambios del mercado. Esto, a su vez, puede traducirse en un producto final con características propias y una propuesta de valor diferenciada.

La producción de hilos con hilatura nacional refleja un compromiso con la industria local y esto implica reducir la huella de carbono debido a una logística más simplificada, lo que también aumenta el atractivo del producto entre los consumidores conscientes del impacto ambiental y económico de sus compras; por otro lado la utilización de hilatura internacional indica una búsqueda de costos de producción más bajos o el acceso a materiales específicos que no están disponibles localmente, lo que podría permitir a la marca ofrecer productos a precios más competitivos o con características que no se pueden replicar con materiales nacionales; finalmente, si la empresa no elabora su propia hilatura, sugiere una operación menos integrada verticalmente, lo que tiene implicaciones en términos de dependencia de terceros y potencialmente una menor influencia sobre los tiempos de producción y la calidad del material. La forma en que una empresa aborda la producción de hilatura influye significativamente en la percepción del valor de sus productos por parte de los clientes y en su posición en el mercado.

La asignación de valores a diferentes tipos de producción de hilatura destaca la importancia y el impacto de las decisiones en los procesos creativos y productivos. La hilatura nacional recibe una asignación de 4 puntos, lo que indica una valoración superior al máximo esperado en la escala, que es de 3 puntos, este reconocimiento subraya el significativo del valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que la hilatura nacional aporta a los productos, al mismo tiempo que destaca la inversión en capital económico y

cultural que esta práctica promueve; por otro lado, la hilatura internacional, categorizada como la segunda opción, se le asigna un valor de 2 puntos, reconociendo su contribución aunque con un impacto menor en comparación con la producción nacional y la última categoría, que no realiza hilatura, recibe un valor de 0, evidenciando la falta de valor simbólico generado desde el comienzo de la producción.

Tabla 21: Datos obtenidos de la pregunta 2 sobre la hilatura dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

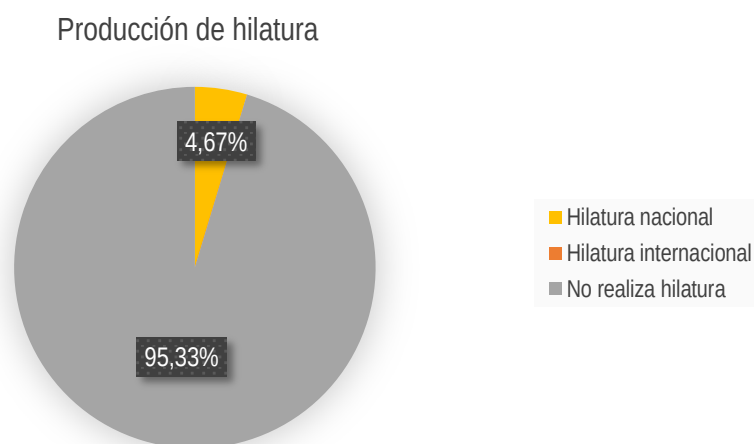
Tipo de fibra	Producción	Porcentaje	Valor
Hilatura nacional	7	4,67%	4
Hilatura internacional	0	0,00%	3
No realiza hilatura	143	95,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

Este esquema de valoración junto a los resultados obtenidos en la encuesta refleja las preferencias por ciertos métodos de producción sobre otros, con las implicaciones más amplias de estas elecciones en términos de impacto económico, cultural y de sostenibilidad. Se registra un 4.67% de las producciones dedicadas a la hilatura nacional y un 95.33% que no participa en la hilatura, queda claro el contraste en la industria y el espacio significativo para el crecimiento y la revalorización de prácticas más locales y sostenibles. Estos datos, junto con la ausencia de producción hilatura internacional en este análisis, sugieren una tendencia hacia la centralización de la producción y un potencial no explotado para diversificar y enriquecer la industria textil a través de inversiones en hilatura tanto a nivel local como internacional.

Desde la teoría de los campos la producción de hilatura ofrece una visión significativa de la estructura del campo, en donde la mayoría de los productores opta por no realizar hilatura, lo que indica una falta de especialización y una estructura poco desarrollada en términos de tipo de fibra utilizada en la región, En este contexto, la elección de la fibra utilizada está intrínsecamente relacionada con la acumulación de capital económico que se manifiesta cuando se utilizan hilaturas nacionales de alta calidad, lo que otorga

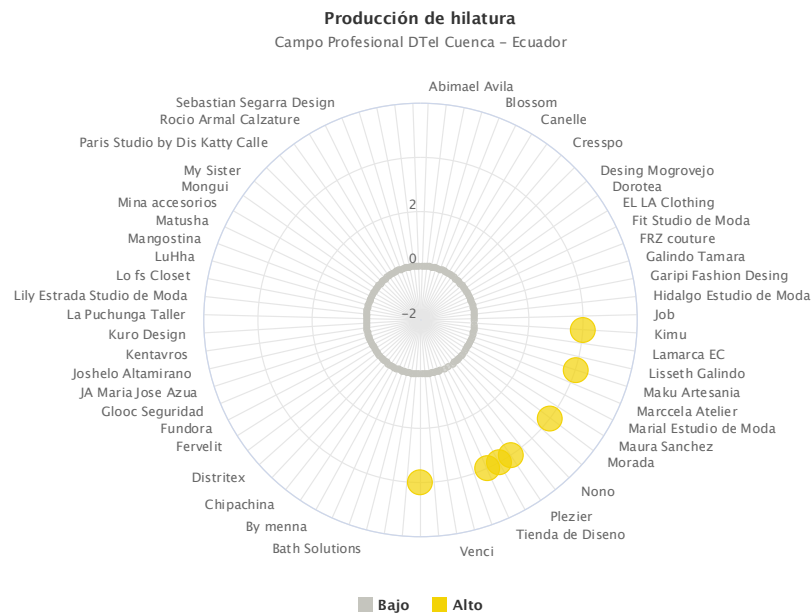
una ventaja en términos de recursos financieros a los agentes que controlan estas hilaturas en el campo del diseño textil; el capital cultural, representado por el conocimiento y la experiencia en el manejo de diferentes tipos de fibras, desempeña un papel importante en la consolidación de la posición de un actor en este campo, donde el tipo de fibra utilizada también tiene connotaciones simbólicas, como la autenticidad o la innovación, lo que influye en la percepción y posición de un actor en el campo.

Figura 45: Porcentajes obtenidos de la pregunta 2 sobre la hilatura dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.



La falta de producción de hilatura internacional y la preeminencia de la categoría con un 95,33% que "No realiza hilatura" apuntan a una falta de especialización y desarrollo en términos de tipo de fibra utilizada en la región. Estos patrones de producción y elección de fibras están intrínsecamente ligados a la acumulación de capital económico, cultural y simbólico en este campo, lo que a su vez influye en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad.

Figura 46: Gráfico radial que representa los agentes que realizan hilatura dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Con la valoración asignada a los datos obtenidos se presentada en el gráfico de los productores de diseño en un ecosistema complejo y dinámico en el campo de DTel en Cuenca, donde la producción de hilatura es un componente significativo para algunos diseñadores y productores de textiles en esta región, quienes están claramente comprometidos en un proceso creativo que va más allá de la fabricación de prendas, al producir fibras y tejidos que son el corazón de sus diseños distintivos, y con este enfoque en la obtención de materia prima eleva la calidad y autenticidad de los productos finales, reforzando la identidad y la marca de los diseñadores.

La distinción que buscan estos agentes culturales es un reflejo de una lucha más amplia por el prestigio y la influencia dentro del campo profesional. En este contexto, la "distinción" es una medida de diferencia, que se traduce a un símbolo de legitimidad y excelencia, donde los diseñadores están comprometidos en una "guerra de clases" simbólica, donde el capital cultural, simbólico y económico se gana a través de la calidad, el diseño y mediante la narrativa que rodea a sus productos. La presencia de estructuras preexistentes sugiere que hay tradiciones y legados que se mantienen, proporcionando un telón de fondo estable contra el cual se pueden medir las nuevas fuerzas emergentes, lo que crea un campo de juego donde la innovación se celebra,

pero también se equilibra con un respeto por la tradición y la artesanía; así los productores y diseñadores transitan por un paisaje donde la autenticidad y la renovación son igualmente valoradas.

El capital simbólico mencionado se refiere a los recursos no económicos, como el prestigio, el honor y la atención, que los agentes acumulan y que influyen en la percepción del valor en el campo. La cultura y la economía se entrelazan aquí, ya que la percepción cultural de un producto o diseño con un impacto directo en su valor económico, donde los productores logran un alto grado de capital simbólico al generar estilos propios y ejercer una influencia considerable en el mercado y en las preferencias de consumo.

4.2.2.3 Pregunta: Producción de tejeduría y compra de bases textiles

La tejeduría desempeña un papel fundamental en el proceso creativo del diseño textil e indumentaria al implicar la creación de tejidos textiles ya sea mediante tejidos de punto o tejidos planos, estas técnicas configuran la forma de las prendas, abordando aspectos como su estructura, volumen, ajuste, fluidez y otras características clave. En este proceso, los hilos se entrelazan habilidosamente para dar lugar a tejidos con distintas texturas, grosores y patrones, que servirán como base para cualquier diseño textil; en el tejido plano con hilos tensados en urdimbre y tejidos en la trama, se crean diversos patrones y texturas en la tela como el tejido liso, el tejido de sarga o el tejido de Jacquard; en el tejido de punto los hilos forman bucles que se entrelazan crean una base textil flexible y versátil; finalmente en el no tejido las fibras se enmarañan con procesos de presión que forman una tela compacta y óptima para creaciones con estructura y volumen.

Cada una de estas especializaciones puede agregar valor a los productos en términos de la adaptabilidad a necesidades específicas del mercado, la calidad percibida y la identificación de nichos de mercado. Además, la especificidad de la producción puede permitir a los productores posicionarse como líder en su segmento, justificar precios premium y generar una identidad de marca fuerte.

Figura 47: *Pregunta 3 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*

TEJEDURIA

Producción tejidos	Plano	☐
	Punto	☐
Compra de base textil	T. plano	☐
	T. punto	☐



La tercera pregunta realizada analiza "Producción tejidos" y la "Compra de bases textiles", cada una con las opciones "tejido de plano y tejido de punto". El valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que se genera en los productos puede variar considerablemente según la opción que se marque, la producción propia de tejidos significa un mayor control sobre la calidad del producto final, la posibilidad de personalización y una respuesta rápida a las tendencias del mercado; por otro lado, la compra de bases textiles implica una menor inversión en maquinaria y especialización en la manufactura, pero potencialmente una mayor dependencia de proveedores y menos control sobre la cadena de suministro.

En el ámbito de la producción de tejidos, tanto planos como de punto o la combinación de ambos, se otorga una valoración de 4 puntos, esta puntuación refleja el considerable valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que los productos de diseño adquieren a través de este proceso, así como el reconocimiento de la inversión que ello implica en términos de capital económico y cultural; por el contrario, aquellas entidades que no producen sus propios tejidos reciben una valoración de 0, evidenciando la falta de valor simbólico en esta etapa del proceso creativo y productivo.

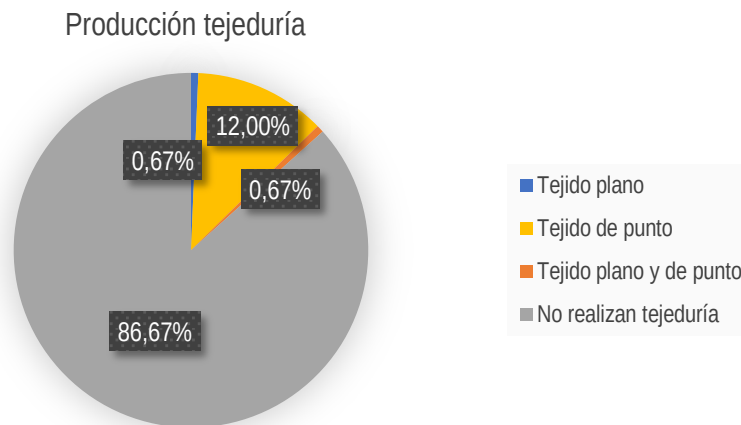
Tabla 22: Datos obtenidos de la pregunta 3 sobre la producción de tejeduría dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Tejeduría	Producción	Porcentaje	Valores
Tejido plano	1	0,67%	4
Tejido de punto	18	12,00%	4
Tejido plano y de punto	1	0,67%	4
No realizan tejeduría	130	86,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

En los datos obtenidos se evidencia una marcada preferencia por el tejido de punto, con 18 de 150 productores dedicados al DTel, todas valoradas con 4 puntos debido a su contribución significativa al valor y la calidad de los productos finales; por su parte, solo 1 marca se dedica exclusivamente al tejido plano y otra combina ambas técnicas, tejido plano y de punto, recibiendo ambas igualmente 4 puntos por su inversión y el valor cultural y económico que representan, esta apreciación subraya la importancia de la tejeduría como un elemento diferenciador y de valor en el diseño de productos. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores, con 130 de 150 no realizan actividades de tejeduría, lo que se refleja en una asignación de 0 puntos, esta considerable proporción sugiere una oportunidad perdida en términos de agregar valor simbólico a los productos a través de procesos de producción propios. La integración de la tejeduría dentro de las operaciones puede incrementar el valor percibido de los productos, fortalecer la identidad de marca y la conexión con la herencia cultural y económica local; este escenario destaca la relevancia de adoptar prácticas de producción que fomenten la innovación, la sostenibilidad y el compromiso con la calidad y la autenticidad en el sector textil.

Este patrón de producción en la tejeduría refleja una estructura dentro del campo del diseño textil e indumentaria en la que la mayoría de los productores optan por no realizar tejeduría, lo que sugiere una falta de especialización y una estructura poco desarrollada en términos de las técnicas de tejido utilizadas en la región.

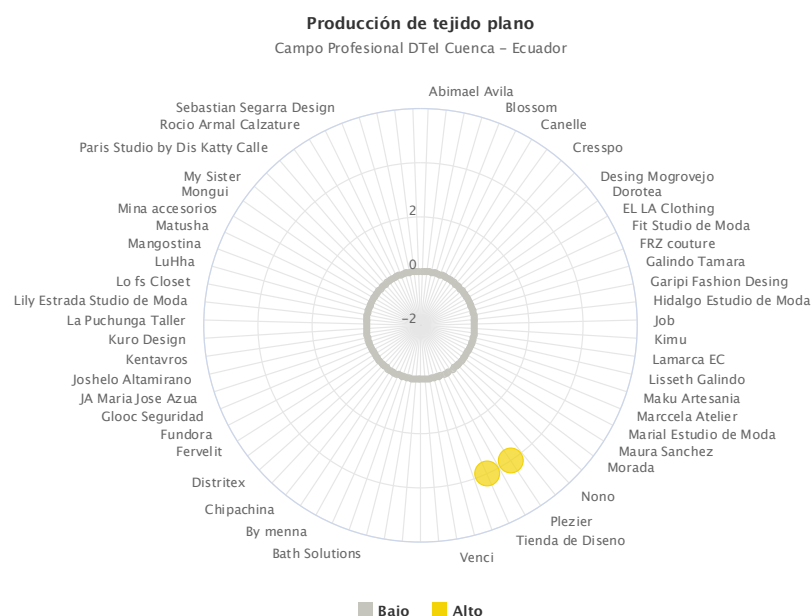
Figura 48: Porcentajes obtenidos de la pregunta 3 sobre la producción de tejeduría dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.



La creación de una base textil propia agrega un valor simbólico significativo a la producción de diseñadores, en el análisis de datos se evidencia que solo el 0,67% se dedica a la producción de tejido plano, lo que se atribuye al extenso trabajo requerido en tejido plano, que abarca desde el tendido del hilo hasta el montaje del telar, además de la laboriosa tarea de tejer fila por fila; en un contexto similar, el 12% de los creativos se especializa en el tejido de punto, el aumento en esta cifra puede atribuirse al conocimiento ampliamente difundido de técnicas de tejido de punto con palillos o ganchillo. Se destaca que el 86,67% de los participantes en este proceso no produce sus propios tejidos, este resultado se asocia con la inversión de capital y tiempo requerido para llevar a cabo estos procesos. El hecho de que solo un 13,34% opte por producir sus propios tejidos indica que, para muchos diseñadores, el capital simbólico obtenido de tener su propia base textil no justifica plenamente los costos y el tiempo involucrados; se destaca que solo un pequeño porcentaje del 0,67%, opta por combinar tanto el tejido plano como el de punto en sus creaciones, este enfoque dual aumenta el valor añadido y diversifica la gama de productos ofrecidos, lo que conlleva a un incremento en el capital simbólico y económico.

El capital económico se manifiesta cuando se utiliza la técnica de tejido de punto, el cual ofrece ventajas en términos de eficiencia y costos en el campo del diseño textil; el capital cultural, que comprende el conocimiento y la experiencia en las distintas técnicas de tejido, es un factor decisivo para consolidar la posición de un actor en este campo, donde la elección de la técnica de tejido también puede tener connotaciones simbólicas, como la innovación o la versatilidad, lo que influye en la percepción y la posición de un actor en el campo. En la distribución de la producción en el ámbito de la tejeduría en el campo, existe una predominancia de la categoría "No realizan tejeduría" y la relevancia del tejido de punto en la producción están estrechamente ligadas a la acumulación de capital económico, cultural y simbólico en este campo. Estos patrones de producción y elección de técnicas de tejido influyen en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad y son indicativos de las dinámicas de poder en juego en este emocionante campo creativo.

Figura 49: Gráfico radial que representa los agentes que desarrollan la producción de tejidos planos dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



En el gráfico elaborado con los valores asignados a los productores que realizan los procesos de tejeduría, se visualiza la estructura del campo profesional del DTel en la ciudad de Cuenca, revelando cómo los productores

se posicionan y adquieren relevancia en este ámbito a través del valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que infunden en sus creaciones al producir sus propios tejidos, este valor es una medida de la calidad y la singularidad de los diseños, que se convierte en un distintivo de prestigio y reconocimiento dentro del mercado.

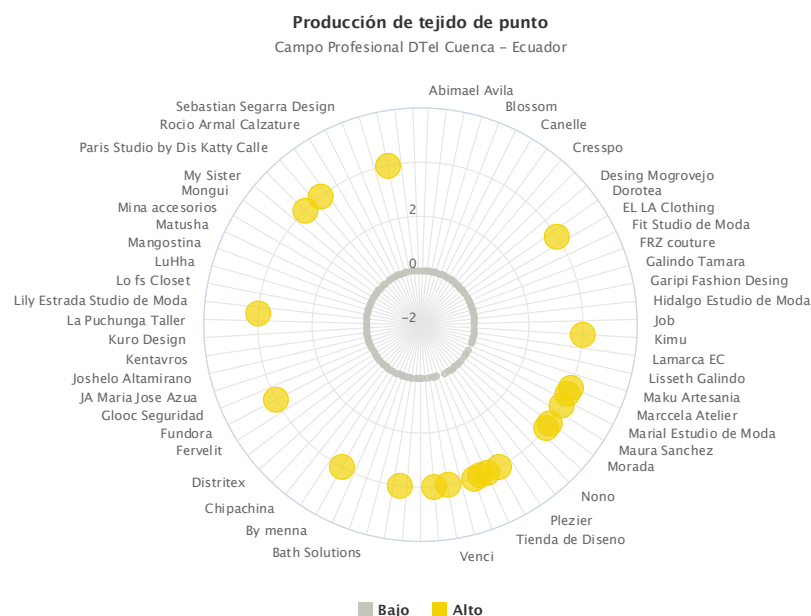
Las marcas de diseñadores que realizan producción de tejido plano, se representada en el gráfico con puntos dispersos en el sector etiquetado con un "4", las cuales adquieren alto valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación y una fuerte presencia de estos productores en el campo, estos agentes, aunque pocos en número, demuestran una notable diferenciación y un compromiso con la excelencia en su oficio; por otro lado, la mayor concentración de puntos en el área marcada con un "0" indica que la mayoría de los productores en Cuenca no participan en la tejeduría. Esta situación destaca una oportunidad significativa para que los productores que sí se involucran en este proceso se distingan aún más en el campo, al invertir en capital económico y cultural, con producir tejidos planos, se está ofreciendo un producto con una narrativa de exclusividad y autenticidad que resuena con los consumidores.

La interacción entre los agentes en este campo es compleja, involucrando tanto las estructuras preexistentes como las nuevas fuerzas emergentes, donde los productores que logran una sinergia entre el capital simbólico, las culturas y el aspecto económico, están mejor equipados para navegar en este entorno y emergen como líderes en el campo del diseño textil e indumentaria en Cuenca; este gráfico es un testimonio de la dinámica de poder y prestigio dentro de la industria y subraya cómo la producción propia de tejidos se ha convertido en un símbolo de distinción y excelencia en el diseño.

En cuanto a la producción de tejido de punto el gráfico que observamos que este sector está caracterizado por una serie de productores que son reconocidos como agentes clave, por sus habilidades técnicas y por el valor intrínseco que infunden en sus creaciones al producir sus propias telas de tejido de punto, estos diseñadores y productores de textiles se destacan en el

mercado gracias a la singularidad y la autenticidad que confieren a sus productos, un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que los distingue en un panorama competitivo.

Figura 50: Gráfico radial que representa los agentes que desarrollan la producción de tejidos de punto dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



La batalla por la distinción es una contienda palpable en este entorno, donde cada productor lucha por establecer la diferencia más significativa y legítima en sus diseños, es una lucha que trasciende lo material y se convierte en una contienda de prestigio y reconocimiento, una especie de guerra de clases dentro del espectro cultural, esta búsqueda de distinción se manifiesta en todas las facetas de la producción y el consumo, donde el éxito se mide en términos de ventas y en la acumulación de capital simbólico, cultural y económico. El gráfico ilustra la interacción entre los diversos agentes del campo, y evidencia la dinámica compleja entre las estructuras ya establecidas y las nuevas fuerzas emergentes, estas interacciones engloban tanto a diseñadores consolidados como a emergentes que buscan hacerse un lugar en este competitivo mercado. En este contexto, aquellos que producen sus propios tejidos de punto demuestran un compromiso con la calidad y la originalidad, que puede incrementar su capital simbólico en el campo.

La configuración de este gráfico nos permite visualizar la jerarquía y la influencia de los productores basada en la producción de tejido de punto, donde aquellos con una puntuación más alta se visualizan como pioneros en el campo, marcando tendencias y definiendo lo que se considera valioso y deseable; por otro lado, aquellos con puntuaciones más bajas o sin producción propia de tejidos de punto podrían ser vistos como seguidores o como entidades que aún tienen que desarrollar una estrategia para añadir valor simbólico a sus productos.

Compra de bases textiles

La indagación sobre las preferencias de los diseñadores en la adquisición de bases textiles preelaboradas es un aspecto revelador que incide directamente en el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que sus creaciones pueden ostentar, la elección entre tejido de punto y tejido plano no es solamente una decisión técnica; se trata de una elección conceptual que refleja la filosofía de diseño y la marca personal de cada creador. En este contexto, la información recabada en cuanto a la compra de bases textiles, incluida en la pregunta, previa despliega una visión detallada de las tendencias y preferencias dentro del sector.

Tabla 23: Datos obtenidos de la pregunta 3 sobre la compra de bases textiles dentro de los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Tejeduría	Compra de bases textiles	Porcentaje	Valores
Tejido plano	89	59,33%	2
Tejido de punto	3	2,00%	2
Tejido plano y de punto	45	30,00%	2
No compra tejidos elaborados	13	8,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

Los resultados muestran que una amplia mayoría, representando con 89 diseñadores, prefiere utilizar tejido plano, este tipo de tejido es reconocido por

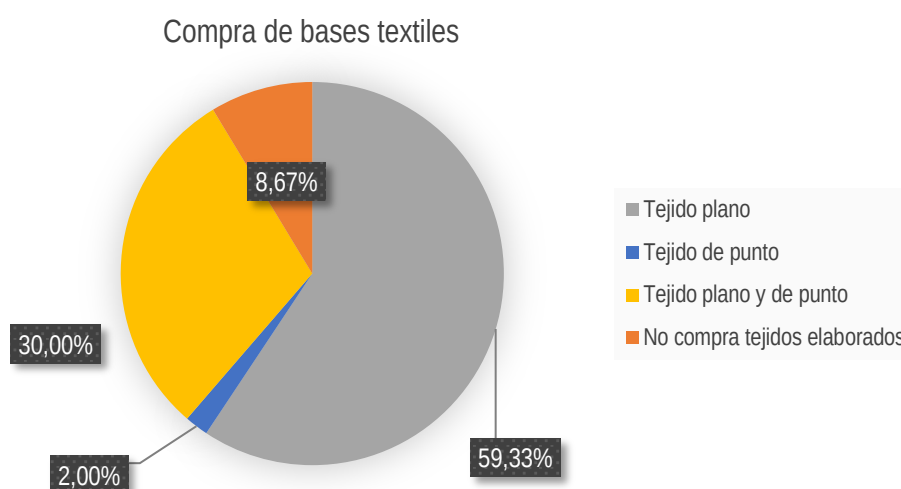
su amplia gama de aplicaciones, que va desde camisas y blusas hasta trajes y vestidos de alta costura, esta elección del tejido plano puede estar influenciada por su habilidad para mantener una forma y estructura definida, permitiendo así diseños con cortes precisos y líneas limpias que comunican sofisticación y profesionalismo. Este tipo de tejido es también el lienzo para una variedad de estampados y tejidos, facilita a los diseñadores la expresión de identidades visuales complejas, lo cual es esencial para la diferenciación de marca y la creación de una narrativa de diseño coherente; por otra parte, el tejido de punto, preferido por 3 diseñadores, es altamente valorado por su confort y elasticidad, su uso sugiere un enfoque hacia la moda funcional y contemporánea, donde la comodidad y la adaptabilidad del material son relevantes, este tipo de base textil es ideal para prendas que se adaptan al cuerpo, permitiendo movimiento y brindando una sensación de libertad al usuario, características que son cada vez más buscadas en el mercado actual; además 45 diseñadores optan por una combinación de tejido de punto y plano en sus diseños, este enfoque híbrido responde a un deseo de innovar y de explorar las posibilidades que ofrece la fusión de texturas y propiedades, resultando en prendas con un carácter distintivo y un valor estético y funcional agregado; en contraposición, 13 encuestados, no invierten en la compra de tejidos elaborados, esta elección es indicativa de una apuesta por la originalidad y la exclusividad, con un enfoque en la artesanía y una producción más personalizada y controlada. Este grupo puede estar contribuyendo al valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación mediante la innovación y la diferenciación, elementos clave en un mercado altamente competitivo.

El análisis completo, basado en un total de 150 diseñadores, pone en manifiesto la importancia de las bases textiles en la definición del valor simbólico de las prendas, donde la selección cuidadosa y consciente de estos materiales define la dirección estética de la colección y puede actuar como un distintivo de la calidad y el posicionamiento en el mercado, reforzando así la identidad de la marca y la conexión con el consumidor.

A todas las categorías que adquieren bases textiles se les asigna un valor de 2 puntos, lo que indica un reconocimiento uniforme del valor que los tejidos

preelaborados aportan al proceso de diseño; en contraste, aquellos que no realizan estas compras no reciben puntos, lo que subraya la importancia de la selección de materiales en la adición de valor durante las etapas iniciales del proceso creativo y productivo. Estos hallazgos reflejan las dinámicas actuales del diseño textil y de indumentaria, destacando tanto la diversidad en las prácticas de diseño como la relevancia de las decisiones de materiales en la creación de valor y distinción en el producto final.

Figura 51: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 3 sobre la compra de bases textiles dentro de los procesos creativos y productivos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.*

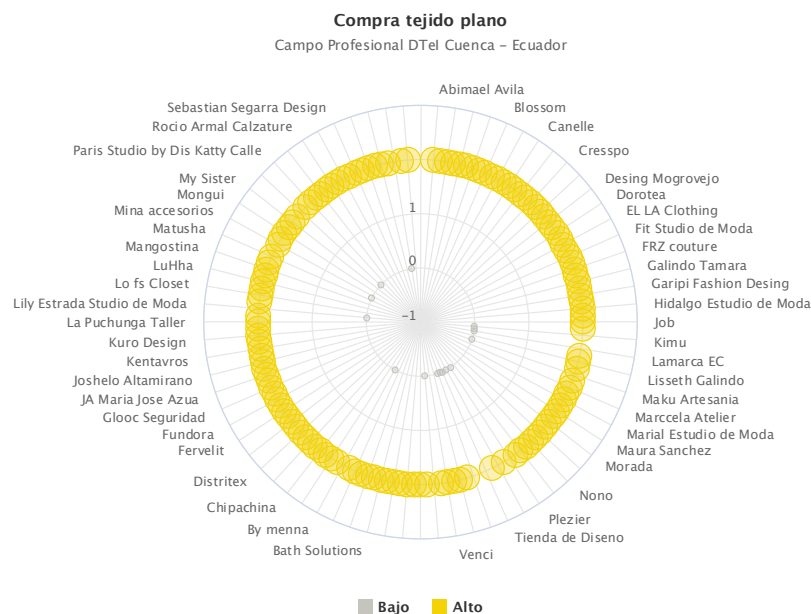


Analizando los datos sobre la compra de bases textiles bajo la lente de la Teoría de los Campos de Bourdieu, se evidencia una dinámica de poder y capital dentro del campo profesional del DTel, donde los agentes —es decir, los diseñadores y productores— acumulan capital económico, cultural y simbólico a través de sus elecciones de materiales y técnicas de producción. Con el 59,33% los productores que eligen tejido plano están invirtiendo en un capital cultural tradicional, valorando la calidad y la precisión que este tipo de tejido aporta a sus creaciones; por otro lado, un 2% de los productores que optan por tejido de punto podrían estar buscando diferenciarse a través de la innovación y la flexibilidad que este tipo de tejido ofrece, la elección del tejido de punto indica una inclinación hacia un capital simbólico asociado con la contemporaneidad y la adaptabilidad, aspectos que resonarían con un mercado en busca de comodidad y funcionalidad; la combinación de tejido plano y de punto, elegida por el 30% de los productores, refleja una estrategia de

acumulación de capital mixto, estos diseñadores están maximizando su alcance en el campo al combinar las propiedades de ambos tipos de tejido, lo que les permite ofrecer una gama más amplia de productos y atraer a una clientela diversa, equilibrando tradición y modernidad en sus diseños; sorprendentemente, el 8,67% que no compra tejidos elaborados podría estar enfocado en la acumulación de un tipo de capital muy específico: el capital creativo, estos agentes pueden estar involucrados en la producción de tejidos propios, lo que les permite una expresión creativa sin límites y una diferenciación en el campo, esta elección se visualiza como un esfuerzo por establecer un tipo de distinción legítima, un marcador de autenticidad y maestría dentro del diseño textil e indumentaria.

La distribución de estas preferencias es indicativa de cómo los distintos productores están posicionando sus prácticas dentro del campo, donde las elecciones materiales no son decisiones prácticas, son declaraciones de identidad profesional y creativa que influyen en la consolidación y el poder dentro del campo. En última instancia, cada selección de base textil es un acto que contribuye a la estructura dinámica del campo, y cada porcentaje reflejado en la gráfica es un testamento de cómo los agentes utilizan sus recursos para negociar posición, poder y prestigio en el mundo del diseño.

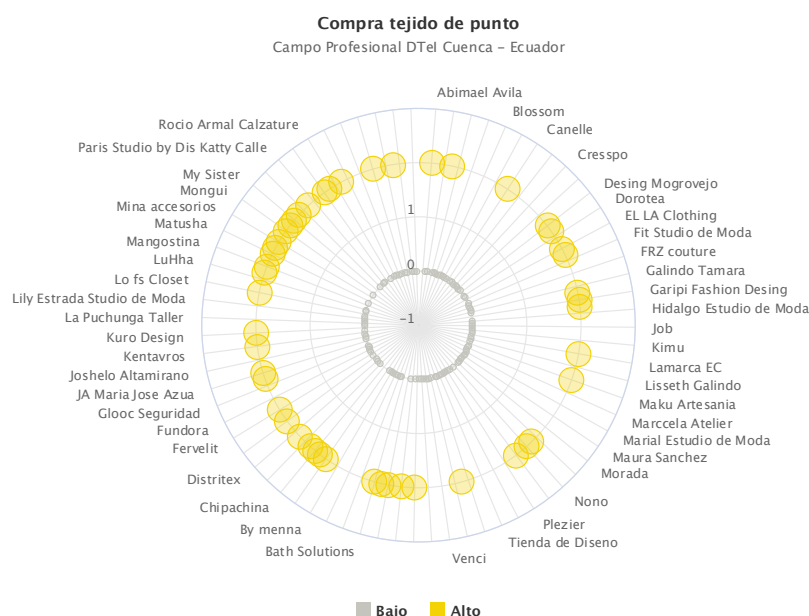
Figura 52: *Gráfico radial que representa los agentes que realizan la compra de tejido plano dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



En la intrincada red del campo, los productores emergen como agentes significativos, cada uno aportando su voz y visión al tejido cultural de la ciudad, donde al elegir comprar bases textiles de tejido plano, estos diseñadores se posicionan estratégicamente dentro del campo; esta elección es testimonio de su búsqueda de calidad y estabilidad, características inherentes al tejido plano, que también resuena con una tradición de artesanía y precisión técnica, donde los hilos entrelazados representan una trama de conexiones y el legado de conocimiento textil que Cuenca y sus alrededores han tejido a lo largo de generaciones. Los diseñadores que optan por esta base están invocando ese legado y contribuyendo a él, fortaleciendo su propia reputación de artesanos meticulosos y conscientes del valor duradero al incrementar su capital simbólico que trasciende lo tangible.

En este contexto, las interacciones entre los agentes son complejas y multidimensionales entre ellos, con las estructuras establecidas y con las nuevas corrientes que fluyen a través del campo, donde los diseñadores y productores están constantemente negociando su lugar, utilizando tanto el capital cultural que aportan sus conocimientos y habilidades, como el capital económico y simbólico que acumulan a través de sus obras. En Cuenca, la moda y el textil no son solo industrias; son expresiones de cultura, identidad y poder.

Figura 53: Gráfico radial que representa los agentes que realizan la compra de tejido de punto dentro de los procesos creativos y productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Aquellos que eligen comprar bases textiles de tejido de punto están efectivamente inyectando un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación a sus diseños, marcando su territorio en el campo a través de la calidad y la exclusividad, esta elección es una clara declaración de sus aspiraciones en el campo, una afirmación de su compromiso con la artesanía y la adaptabilidad que tales tejidos ofrecen. En este espacio creativo y competitivo, establecer una "distinción" va más allá de simplemente diferenciarse; es una búsqueda de legitimidad y reconocimiento, donde los productores que se decantan por el tejido de punto pueden estar buscando una diferenciación estratégica que responda a las demandas de un mercado que valora la innovación y la funcionalidad.

El tejido de punto, con su naturaleza flexible y adaptable, ofrece una paleta de posibilidades que puede satisfacer las necesidades de un consumidor contemporáneo que busca confort y estilo, más allá de las transacciones comerciales, existe una lucha cultural por el capital en el campo del diseño textil, una lucha por el capital simbólico y cultural, donde los agentes que interactúan entre sí en este campo, también navegan y dan forma a un entorno

definido por estructuras establecidas y nuevas corrientes emergentes. Los que eligen tejidos de punto aportan nuevas texturas al tejido cultural de la ciudad y fortalecen su posición económica.

La decisión de comprar tejido de punto es, por lo tanto, una inversión en un capital cultural que se entrelaza con la identidad y la expresión creativa, este capital se traduce en diseños que hablan de contemporaneidad y flexibilidad, reflejando una comprensión profunda de las tendencias actuales y un impulso hacia el futuro del diseño. En Cuenca, la elección de estos productores refleja una narrativa de progreso y una búsqueda constante por la excelencia, marcando su influencia en la consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

4.3.3 Procesos creativos: Diseño de colección

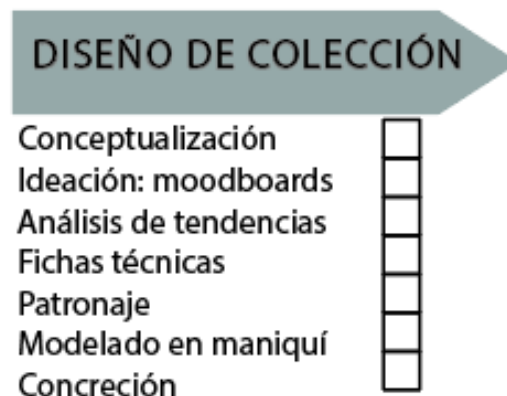
En el dinámico y competitivo campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, los procesos creativos son fundamentales para diferenciar y posicionar los productos en el mercado, estos procesos reflejan la destreza técnica y la visión artística de los diseñadores, y representan una profunda comprensión de las dinámicas culturales, económicas y sociales que influyen en la moda, en estas la capacidad de generar valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación a través de la producción propia sitúa a los diseñadores de Cuenca en una posición de distinción legítima en sus creaciones, marcando una diferencia significativa que resuena en todas las esferas de la producción y el consumo; esta lucha por la distinción, que puede verse como una forma de "guerra de clases" cultural, se manifiesta a través de una compleja interacción entre agentes, estructuras preexistentes y nuevas fuerzas emergentes, abarcando el capital simbólico, cultural y económico.

Los procesos creativos en el diseño textil y de indumentaria incluyen etapas y actividades claramente definidas que facilitan la transición desde la idea inicial hasta el producto final, que representan el marco dentro del cual los diseñadores conceptualizan, desarrollan y finalmente crean prendas o colecciones que reflejan un compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

Las etapas identificadas en el contexto de esta investigación, y que los encuestados confirmaron llevar a cabo o no cada uno de los procesos que incluyen:

4.2.3.1 Conceptualización

Figura 54: Pregunta 4 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca.



Es una etapa en la cual se define y da forma a la idea central que inspirará la creación de una prenda de vestir o una colección de moda, aquí se elabora un concepto o tema central que actúa como cimiento y brújula para el diseño de las prendas, permitiendo que los diseñadores impriman su estilo personal, esta fase comienza por definir el concepto que servirá como la piedra angular de la colección o prenda, este concepto puede abarcar una amplia gama de elementos, desde una idea abstracta hasta una época histórica concreta, una cultura, una emoción, un color o una textura. Es este concepto el que inspirará y guiará todo el proceso creativo.

Una vez que se ha establecido el concepto, la investigación se convierte en un componente clave, donde el diseñador se sumerge en una indagación para comprender a fondo el tema elegido, lo que implica el estudio de la historia, la cultura o la moda relacionada con el concepto, así como la recopilación de imágenes, colores, texturas y otros elementos visuales que ayudarán a dar vida a la idea central. Se busca la coherencia y la narrativa en toda la colección o prenda individual, es esencial que todas las piezas estén en armonía y cuenten una historia coherente que transmita la misma sensación o mensaje que se

pretendía con el concepto inicial. Esta cohesión es fundamental para lograr una colección de moda exitosa y significativa.

En el proceso creativo del diseño textil e indumentaria, la etapa de conceptualización juega un papel importante en el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de los productos, a la cual se asigna un valor de 2 puntos, reflejando la importancia de incorporar un enfoque creativo y original desde el inicio del proceso de diseño. La conceptualización permite a los diseñadores establecer un fundamento conceptual fuerte, diferenciando sus productos en el mercado por su originalidad y relevancia cultural.

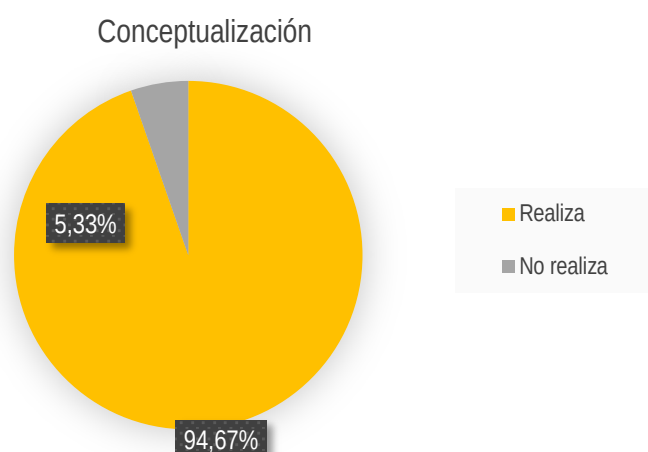
Tabla 24: Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de la conceptualización en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Procesos creativos	Conceptualización	Porcentaje	Valor
Realiza	142	94,67%	2
No realiza	8	5,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

En el análisis de datos, esta distribución muestra que una amplia mayoría de los diseñadores, 142 de 150 comprenden y aplican la etapa de conceptualización en sus procesos creativos; por otro lado, un pequeño número de 8 diseñadores no realiza esta etapa, lo que resulta en una asignación de valor de 0, indicando que no se genera valor simbólico desde el inicio de la producción.

La inclusión de la conceptualización mejora la calidad y la singularidad de los productos de diseño textil e indumentaria, y evidencia una práctica profesional que enfatiza la innovación y la creatividad como ejes centrales del desarrollo de productos, esto subraya la importancia de integrar procesos creativos bien estructurados en la industria del diseño, resaltando cómo la conceptualización actúa como un diferenciador clave en la generación de valor simbólico.

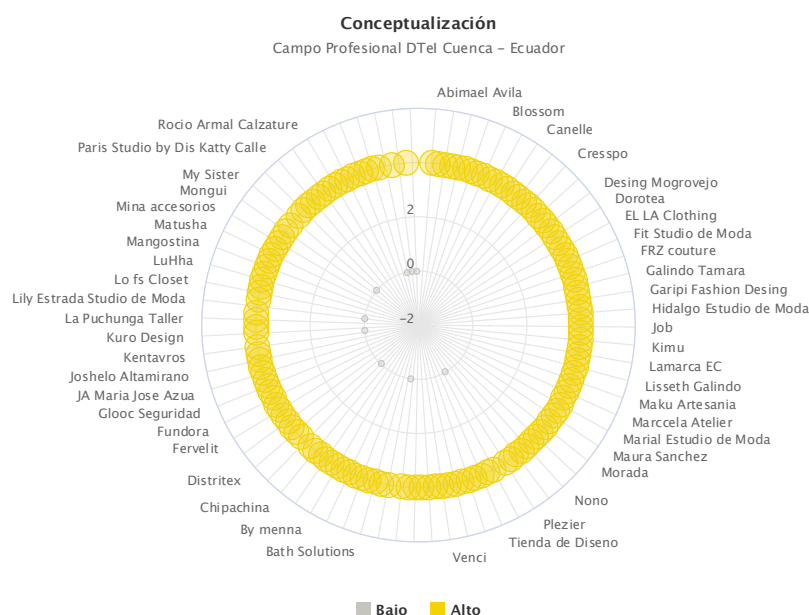
Figura 55: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de la conceptualización en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.



El hecho de que el 94.67% de los productores realice activamente la conceptualización de sus creaciones sugiere una tendencia dominante hacia la participación activa en los procesos creativos e indica que existe una valoración significativa de la capacidad de conceptualización en el campo, lo que a su vez está relacionado con la acumulación de capital cultural y simbólico. La participación activa en la conceptualización de procesos creativos refleja un mayor nivel de conocimiento, experiencia y habilidades en el campo, donde aquellos que participan activamente poseen un capital cultural más sólido, lo que les permite tomar decisiones más informadas y desarrollar productos más innovadores. La capacidad de conceptualizar y participar en los procesos creativos está asociada con una mayor legitimidad y reconocimiento en el campo, con productores capaces de influir en la dirección creativa para acumular capital simbólico y con ello ser considerados como líderes o referentes en la industria.

La pequeña proporción del 5.33% de productores que optan por no realizar la conceptualización también es relevante, lo que indica que algunos agentes en el campo están más enfocados en otras áreas, como la producción o la comercialización, y pueden depender de colaboradores o diseñadores externos para la conceptualización creativa.

Figura 56: Gráfico radial que representa los agentes que realizan la conceptualización dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Con los valores asignados a los datos obtenidos, se indica en el eje radial del gráfico el grado de conceptualización, donde los puntos más cercanos al centro representan un nivel bajo de integración de este proceso creativo, mientras que los puntos más alejados del centro indican un nivel alto. La conceptualización es valorada como un elemento diferenciador clave, pues permite a los diseñadores y productores crear prendas y colecciones que comunican la identidad de marca y su narrativa cultural.

Los diseñadores etiquetados con un "Alto" en conceptualización son agentes que sobresalen en la creación de valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación, a través de diseños innovadores y distintivos, lo cual refuerza su presencia en el campo profesional y les permite destacarse en la "batalla por la distinción", esto les permite ganar reconocimiento que puede traducirse en un capital simbólico y económico más fuerte; en contraposición, aquellos con un nivel "Bajo" pueden necesitar fortalecer esta etapa de su proceso creativo para mejorar su posición competitiva. La presencia de agentes con variados grados de conceptualización destaca la diversidad de enfoques y la dinámica de competencia dentro del campo.

El gráfico demuestra que la lucha por la distinción es palpable y se manifiesta en la capacidad de los diseñadores para inyectar significado y valor en sus productos desde el inicio del proceso creativo, donde la conceptualización se

convierte en una herramienta estratégica que impacta todas las esferas de la producción y el consumo, reflejando las complejas interacciones entre las fuerzas culturales y económicas existentes y emergentes. Aquellos que se destacan en esta área son capaces de liderar con innovaciones que resuenan tanto a nivel local como en un contexto más amplio, definiendo tendencias y estableciendo nuevos estándares en el diseño textil y de indumentaria.

4.2.3.2 Moodboard

Es una herramienta visual que ayuda a los diseñadores a recopilar y comunicar ideas, inspiración, y conceptos para una colección de moda o una prenda en particular, la cual consiste en una especie de tablero o panel donde se combinan imágenes, fotografías, recortes de revistas, tejidos, colores, texturas, y otros elementos visuales que capturan la estética, el ambiente y la sensación que se busca lograr en el diseño, lo que permite a los diseñadores plasmar sus conceptos y visiones de manera tangible al reunir imágenes y elementos clave en un solo lugar, para una comprensión más clara de cómo se materializará el diseño final.

Además de ser una herramienta de visualización, los moodboards también son herramientas efectivas de comunicación, con la que los diseñadores pueden compartirlos con sus equipos, clientes o colaboradores para transmitir la dirección creativa que desean seguir, lo que asegura que todos tengan una comprensión común del concepto y sirve para mantener la coherencia en el proceso de diseño. El uso de muestras de tejidos, colores y texturas en el moodboard facilita la selección de materiales y colores adecuados, con la que los diseñadores pueden evaluar cómo estos elementos interactúan y si encajan con la visión general del diseño, lo que agiliza la toma de decisiones sobre los materiales a utilizar.

Otra función esencial del moodboard es la de establecer un tono y estilo, que define claramente el ambiente que se busca lograr en la colección o prenda, ya sea retro, moderno, romántico, minimalista u otro, proporcionando una guía visual para el equipo de diseño, fomenta además la creatividad al reunir una

variedad de elementos visuales. Los diseñadores pueden descubrir nuevas conexiones e ideas creativas al ver cómo diferentes elementos pueden combinarse de maneras inesperadas, lo que contribuye a la creación de diseños originales

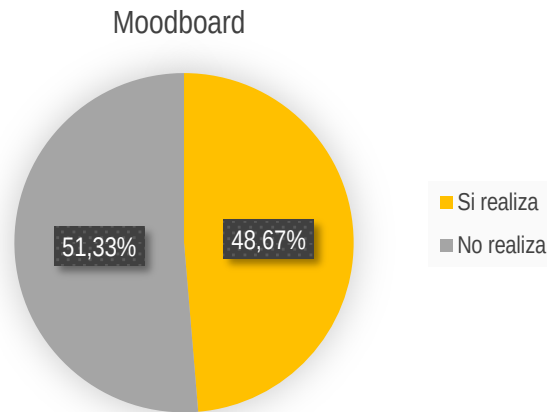
La práctica de elaborar moodboards se reconoce como una etapa que potencia el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de los productos desde el inicio del proceso creativo, a este enfoque visual e inspirador se asignan 4 puntos por su contribución a la definición, cohesión de la identidad y la dirección estética de una colección.

Tabla 25: Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre la elaboración de moodboards en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Proceso creativo	Moodboard	Porcentaje	Valor
Si realiza	73	48,67%	4
No realiza	77	51,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

En el análisis de datos obtenidos, se visualiza que de los 150 profesionales encuestados, 73 implementan la creación de moodboards en su proceso de diseño, lo cual es testimonio de su enfoque estratégico para inyectar creatividad y claridad conceptual en sus productos; por otro lado, los 77 profesionales que no incluyen la creación de moodboards en su proceso omiten una oportunidad de enriquecer su diseño con esta herramienta de conceptualización visual y se les asigna un valor de 0, reconociendo la ausencia de aportación al valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación en las etapas tempranas de la producción. La práctica de elaborar moodboards sirve como un diferenciador creativo entre los profesionales y como un indicador del compromiso con un diseño de moda más profundo y reflexivo.

Figura 57: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre la elaboración de moodboards en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

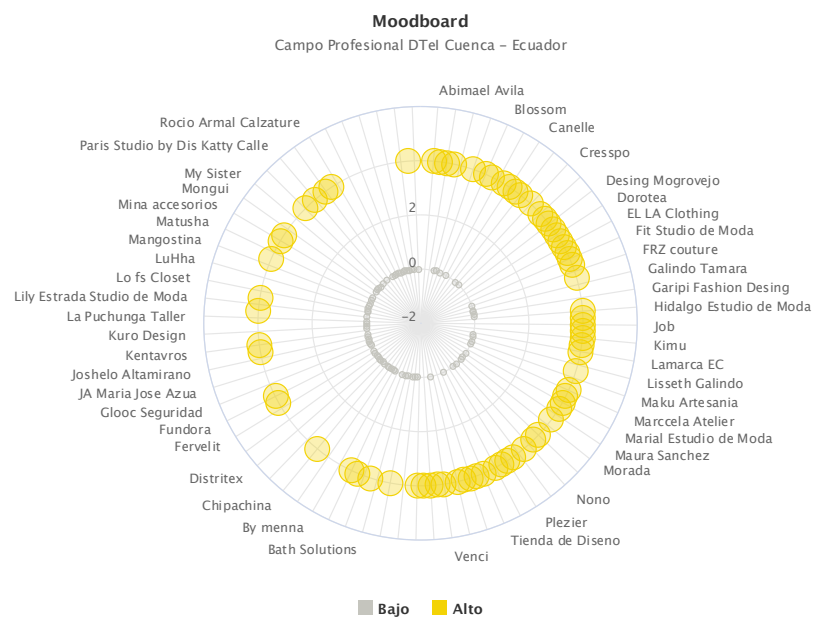


El gráfico representa una división casi equitativa entre los que incorporan la creación de moodboards en su proceso creativo y aquellos que no; desde la perspectiva de Bourdieu, los moodboards se consideran una forma de capital cultural que los diseñadores acumulan y utilizan para generar distinciones en el campo de diseño, este capital cultural se manifiesta en conocimientos, habilidades y gustos que se traducen en diseños físicos y que son fundamentales para la consolidación y el poder dentro del campo, donde se muestra que un 48,67% de los diseñadores implementan esta técnica en su proceso creativo, lo cual indica que casi la mitad de los agentes en el campo están empleando activamente su capital cultural para diferenciarse y establecer un poder dentro del campo; mientras tanto, el 51,33% restante no participa en la creación de moodboards, lo que se interpreta como una posible desventaja en términos de acumulación de capital simbólico y, por extensión, en su capacidad para ejercer influencia y poder dentro del campo.

Esta distribución es indicativa de una dinámica de campo donde las estrategias para ganar prestigio y reconocimiento están en constante competencia. Los que crean moodboards podrían estar posicionándose para un mejor reconocimiento de su capital simbólico, que es altamente valorado en el campo del diseño por su asociación con la creatividad y la innovación; en contraste, aquellos que no siguen esta práctica podrían estar menos alineados con las normas dominantes del campo que valoran la conceptualización visual como una forma de expresión del capital cultural.

La batalla por la distinción y legitimidad en el campo se puede tender a través del dominio y la aplicación de prácticas que reflejan una profunda comprensión del lenguaje visual y conceptual que es fundamental para la industria. En este sentido, el moodboard se convierte en un elemento relevante en la lucha por el poder cultural y económico dentro de este campo profesional.

Figura 58: Gráfico radial que representa los agentes que realizan moodboards dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico radial elaborado con la asignación de valores a los datos obtenidos nos ilustra cómo los diseñadores se ubican en un espectro de adopción de moodboards en sus procesos creativos; a través de este diagrama se observa una diferenciación entre aquellos que han integrado esta práctica a un nivel alto y aquellos cuyos niveles son más bajos, una distinción que se traduce directamente en la acumulación de capital cultural y simbólico en este campo profesional.

Los moodboards son herramientas esenciales en la conceptualización y el desarrollo del diseño, y su uso eficaz demuestra un dominio sofisticado de las habilidades creativas y conceptuales que son altamente valoradas en el diseño, porque facilitan la comunicación visual de una idea o emoción y sirven como un puente entre la inspiración y la manifestación tangible de esa visión en prendas y colecciones; en este sentido, la alta frecuencia de círculos verdes alrededor

del gráfico simboliza aquellos diseñadores y marcas que, al realizar moodboards, están generando un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación, elevando su estatus dentro del campo y mejorando su competitividad, donde la "batalla por la distinción", como la denomina Bourdieu, se hace evidente aquí, con los productores que se inclinan hacia un alto uso de moodboards, reforzando su posición en el campo a través de la innovación y la creatividad; a su vez, participando en una lucha cultural por la legitimidad y la distinción al integrar moodboards en su proceso creativo, estos agentes se diferencian de aquellos con una práctica menos desarrollada, estableciendo un estándar de excelencia y un capital simbólico que los distingue en un mercado saturado.

Esta práctica también señala una interacción compleja entre las estructuras tradicionales del diseño y las nuevas tendencias emergentes, donde los diseñadores que utilizan moodboards pueden estar posicionándose como líderes en la adopción de nuevas metodologías y técnicas, lo que a su vez puede influir en las normas y expectativas del campo en su conjunto; además, la implementación de moodboards se visualiza como una inversión en capital económico, ya que los diseños que resultan de un proceso creativo bien fundamentado tienen el potencial de atraer a un segmento de mercado dispuesto a pagar una prima por la distinción y la originalidad. Así aquellos que dominan su uso están adelantándose en la carrera por la innovación y la distinción, con ello definen las fronteras del campo y contribuyen a la evolución continua de su estructura y dinámica.

4.2.3.3 Análisis de tendencias

Es una fase donde los diseñadores y profesionales de la moda estudian y evalúan las tendencias actuales y emergentes en la industria de la moda y la cultura popular, esta práctica permite a los diseñadores comprender las preferencias y expectativas cambiantes de los consumidores, lo que a su vez les ayuda a tomar decisiones informadas sobre la dirección de sus diseños y colecciones. El análisis de tendencias en el contexto del diseño de moda es un proceso exhaustivo que implica diversas etapas, que inicia con una

investigación de tendencias, que abarca la recopilación de información sobre las tendencias de moda actuales, esto se logra mediante la observación de desfiles de moda, la revisión de revistas de moda, el seguimiento de blogs y sitios web especializados, y la participación en ferias y eventos relacionados con la moda; además, esta investigación puede incluir un análisis de tendencias históricas y culturales para comprender cómo ha evolucionado la moda a lo largo del tiempo.

Una vez recopilada la información, los diseñadores se dedican a identificar patrones y temas recurrentes en la moda actual, lo que implica buscar elementos como colores populares, estilos de prendas, estampados, texturas y detalles de diseño que están ganando protagonismo. La identificación de estos patrones es esencial para determinar las tendencias clave que pueden influir en sus creaciones. Este análisis de tendencias no se limita exclusivamente a la moda, ya que los diseñadores también consideran las tendencias culturales, sociales y económicas que pueden impactar en la moda, lo que incluye la evaluación de cambios en el estilo de vida, eventos importantes, movimientos culturales y otros factores que puedan afectar las preferencias de los consumidores.

Una vez recopilada y analizada toda esta información, los diseñadores suelen crear moodboards o tableros de tendencias visuales, que incluyen imágenes, colores, tejidos y otros elementos que representan las tendencias identificadas; sin embargo, es importante destacar que aunque seguir las tendencias es esencial, los diseñadores también deben adaptarlas a la visión de su marca y su estilo personal, lo que implica incorporar las tendencias de manera coherente con la identidad de la marca y el mensaje que desean transmitir a través de sus prendas.

Para cuantificar el impacto de esta práctica, se asigna un valor de 2 puntos a aquellos que realizan el análisis de tendencias, este valor refleja la importancia de estar al tanto de los movimientos globales y locales en moda, lo que permite a los diseñadores seguir las tendencias y ser pioneros en la creación de las mismas, posicionándose como líderes en diseño e innovación; por otro lado,

aquellos que no integran el análisis de tendencias en su proceso creativo reciben un valor de 0, la omisión de este paso sugiere una oportunidad perdida para añadir profundidad y relevancia a sus productos desde el comienzo, lo que podría resultar en una menor competitividad y una presencia reducida en el campo.

Tabla 26: Datos obtenidos de la pregunta 3 sobre el análisis de tendencias en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

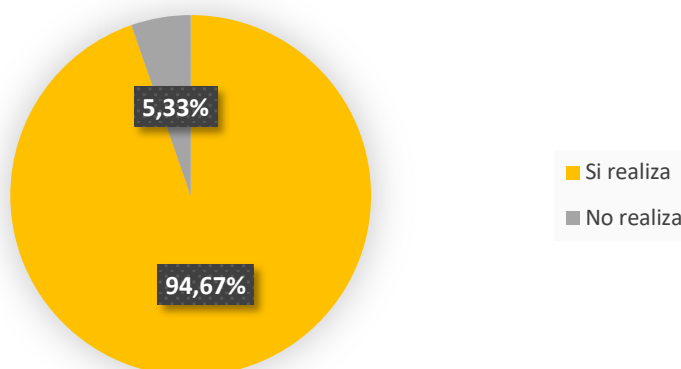
Proceso creativo	Análisis de tendencias	Porcentaje	Valor
Si realiza	142	94,67%	4
No realiza	8	5,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

De la totalidad de los diseñadores encuestados, 142 del total, implementan el análisis de tendencias en su proceso de diseño, esta mayoría refleja un compromiso profundo con la relevancia y la anticipación en la moda, dos pilares que definen la capacidad de los diseñadores de influir y liderar en el mercado; en contraposición, un pequeño grupo de 8 diseñadores, correspondiente al 5,33%, no incluye el análisis de tendencias en sus procesos creativos, esta omisión podría interpretarse como una falta de aprovechamiento de una estrategia clave para agregar profundidad conceptual y pertinencia de mercado a sus diseños, lo que posiblemente les sitúa en una posición menos competitiva frente a aquellos que sí realizan esta práctica.

El análisis de tendencias emerge como un indicador crítico de éxito y distinción en campo, la asignación de puntos refleja la capacidad de generar productos que resuenan con la demanda actual, y con ello la habilidad para definir el rumbo del diseño futuro. Con 150 profesionales evaluados, es evidente que la gran mayoría valora y se beneficia de esta práctica, reafirmando su importancia en la consolidación y el crecimiento dentro del campo profesional.

Figura 59: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre el análisis de tendencias en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Análisis de tendencias

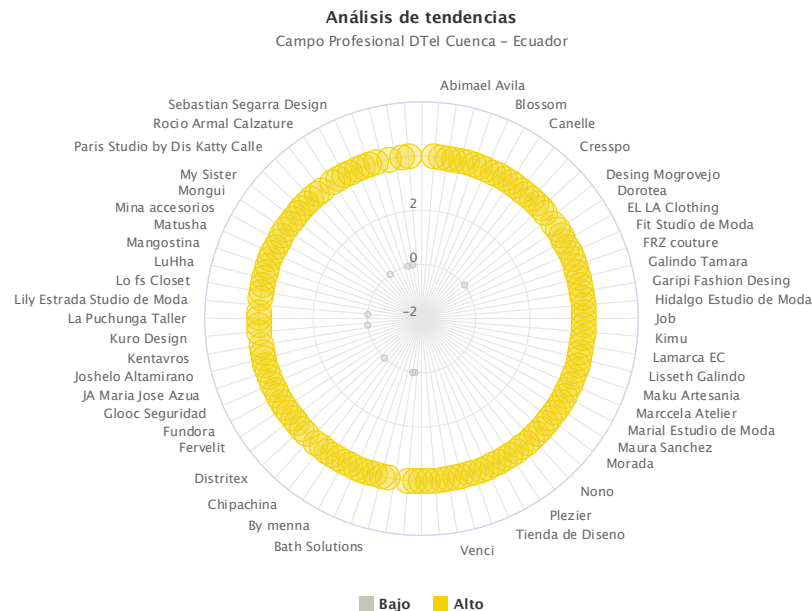


El gráfico muestra de forma visual la prevalencia del análisis de tendencias en el proceso creativo de los diseñadores, donde el 94,67%, realizan análisis de tendencias, lo que refleja un alto grado de capital cultural y simbólico en el campo, ya que el análisis de tendencias es fundamental para crear productos que estén al día con la moda contemporánea, para que anticipen y moldeen las tendencias futuras; por otro lado, un 5,33% del total no incorporan el análisis de tendencias en su proceso creativo, lo cual puede indicar una falta de este tipo de capital cultural. Estos números subrayan una estructura de campo donde la mayoría de los agentes están involucrados en prácticas que potencian su capacidad para acumular capital y poder. La práctica del análisis de tendencias en esta comunidad profesional refleja las habilidades y conocimientos de los diseñadores como un indicativo de su habitus y de las disposiciones adquiridas que guían su comportamiento y sus prácticas en el campo del diseño.

El gráfico nos permite entender cómo el campo está configurado y cómo los diseñadores se posicionan dentro de él a través de sus prácticas, donde aquellos que realizan análisis de tendencias están mejor equipados para navegar el mercado, responder a sus demandas y, en última instancia, ejercer una mayor influencia y poder dentro del campo, consolidando su posición y avanzando profesionalmente. Este patrón de participación en el análisis de tendencias sugiere una tendencia dominante hacia su adopción, donde aquellos que realizan análisis de tendencias poseen un mayor conocimiento de la industria de la moda, la historia de la moda, las tendencias actuales y futuras, y una comprensión más profunda de las preferencias del consumidor.

Esto se traduce en una ventaja en la creación de colecciones relevantes y atractivas.

Figura 60: Gráfico radial que representa los agentes que realizan análisis de tendencias dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



En este entorno, el grafico radial evidencia que los productores y diseñadores son reconocidos como agentes activos, cuya presencia y prestigio en el campo se amplifican mediante el valor simbólico generado en el proceso de transubstanciación, que consiguen al integrar el análisis de tendencias en sus procesos creativos, al proyectar hacia dónde se dirige la moda y de interpretar estos movimientos en creaciones tangibles y comercialmente viables, se muestra una división entre aquellos que alcanzan un nivel alto en la incorporación de este proceso creativo y aquellos que no, marcando una clara distinción en su aproximación al campo, que se sitúan en el extremo más alto, evidenciado por su proximidad al borde exterior del gráfico, posicionándose como líderes y visionarios dentro de su campo; estos diseñadores, al estar en sintonía con los ritmos de cambio cultural y de consumo responden a las demandas del mercado y pueden participar activamente en la evolución de la moda y en la creación de nuevas direcciones estilísticas; por otro lado, aquellos en el extremo inferior, más cercanos al centro del gráfico, están menos involucrados en el análisis de tendencias, lo cual podría interpretarse como una preferencia por mantenerse fieles a un estilo particular o una posible limitación

en recursos o visión para adoptar dicho enfoque; sin embargo, esta falta de involucramiento en el análisis de tendencias podría llevar a un menor reconocimiento de su capital simbólico y cultural, lo que en el dinámico mercado actual puede resultar en una desventaja competitiva.

Este gráfico, por tanto, mapea un aspecto del proceso creativo y subraya la lucha por la distinción y legitimidad se juega en el terreno del capital simbólico y cultural tanto como en el económico, donde los diseñadores que se dedican al análisis de tendencias están mejor equipados para maniobrar dentro de las estructuras preexistentes y aprovechar las nuevas fuerzas emergentes, ganando así presencia y poder en el campo del DTel de la ciudad de Cuenca.

4.2.3.4 Fichas técnicas

Este proceso incluye la planificación y documentación de un diseño de indumentaria, estas fichas son documentos detallados que proporcionan información técnica precisa sobre una prenda o artículo de moda específico e incluye información sobre la descripción del artículo, un dibujo plano, medidas, dimensiones precisas, materiales, tejidos a utilizar, colores, acabados, instrucciones de costura, guía de confección, etiquetas, marcaje, instrucciones de cuidado, detalles de embalaje, costos y presupuestos estimados, esta información, aunque no siempre presente, se considera relevante para una gestión efectiva de los recursos y la fijación de precios de venta adecuados.

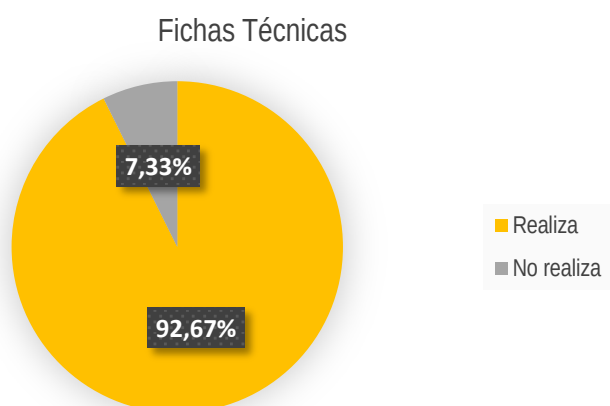
Al proceso de análisis de tendencias se le asigna un valor de 4 puntos, subrayando la importancia de esta etapa en la contribución al valor integral del producto, ya que las fichas técnicas documentan con precisión las especificaciones de cada diseño, son fundamentales para la comunicación efectiva entre diseñadores, productores y clientes, asegurando que la visión original del diseñador se materialice con fidelidad en el producto terminado.

Tabla 27: *Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de fichas técnicas en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.*

Procesos creativos	Fichas Técnicas	Porcentaje	Valor
Realiza	139	94,67%	4
No realiza	11	5,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

En el contexto de la ciudad de Cuenca, los datos obtenidos muestran que la gran mayoría de los profesionales en el campo del diseño textil e indumentaria reconoce la importancia de este proceso, de un total de 150 diseñadores, 139 incluyen la elaboración de fichas técnicas en su trabajo, asignándoseles 4 puntos por añadir valor significativo a su producción; en otros datos se registra a 11 diseñadores, que no integran la elaboración de fichas técnicas en su proceso creativo, a quienes se les asigna un valor de 0, lo que sugiere que no están maximizando el potencial de valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que las fichas técnicas pueden aportar al proceso de diseño y producción.

Figura 61: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de fichas técnicas en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

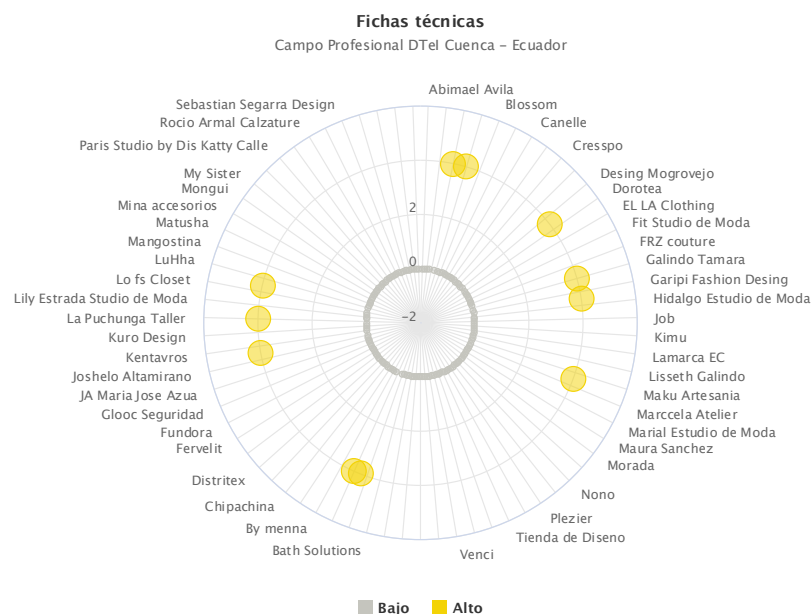


Un notable 92,67% de los diseñadores realizan fichas técnicas, lo que indica que la gran mayoría ha internalizado esta práctica como parte de su habitus profesional, adicional la elaboración de fichas técnicas es una manifestación de capital cultural que se traduce en un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación para los productos, esta práctica demuestra un conocimiento técnico detallado y comunica un compromiso con la calidad y la coherencia en la producción de prendas. Los diseñadores que se adhieren a

esta práctica están ejerciendo su poder en el campo al establecer un estándar que se alinea con las expectativas tanto de los colegas como del mercado; por otra parte el 7,33% que no sigue esta práctica puede estar operando con un conjunto diferente de normas dentro del campo o puede ser indicativo de un espacio para el desarrollo profesional, donde la ausencia de fichas técnicas puede sugerir una menor inversión en el capital cultural que es altamente valorado en el campo, lo que potencialmente puede limitar su poder y su influencia dentro del mismo.

Esta distribución es también relevante para la consolidación del campo profesional de DTel, donde aquellos que han integrado la elaboración de fichas técnicas en su proceso creativo ha fortalecido su posición en el campo, asegurando que sus diseños sean técnicamente viables y reproducibles. El alto porcentaje de adopción de esta práctica refleja un habitus dentro del campo, un estándar que influye en la percepción de legitimidad y éxito entre los pares y en el mercado.

Figura 62: Gráfico radial que representa los agentes que realizan fichas técnicas dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico radial en términos de la Teoría de los Campos de Bourdieu evidencia la elaboración de fichas técnicas en la práctica de diseño, proceso que se interpreta como una representación física del capital cultural de un diseñador,

influyendo su posición dentro del campo profesional, su inclusión en la praxis profesional son un indicador de meticulosidad y atención al detalle. Los diseñadores que adoptan esta práctica, que se muestra en el gráfico como los que alcanzan un nivel 'Alto', demuestran competencia técnica y comunican su compromiso con la calidad y la eficiencia en la producción, este es un claro valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que enriquece sus creaciones y fortalece su posición en el mercado, ofreciendo transparencia y confiabilidad tanto a los colaboradores de la producción como a los consumidores finales. Aquellos marcados con un nivel 'Bajo' en la adopción de fichas técnicas podrían estar omitiendo un elemento que es cada vez más reconocido como un estándar de la industria, ya que la falta de este componente puede reflejar una estrategia diferente o recursos limitados, pero también puede sugerir una menor acumulación de capital cultural que es esencial para legitimar su estatus y poder en el campo del diseño.

La presencia dominante de la elaboración de fichas técnicas como parte de sus procesos creativos sugiere que la mayoría de los diseñadores están alineados con las prácticas contemporáneas que valoran la transparencia y la coherencia; en este campo de una lucha por la estética o la innovación, mediante procesos que aseguran la calidad y la sostenibilidad de la moda. Aquí, la creación de fichas técnicas se puede convertir en una práctica codificada que refleja una dinámica de poder, capital simbólico y económico para la evolución y consolidación del campo.

4.2.3.5 Patronaje

El proceso de patronaje es una etapa que implica la creación de patrones o moldes precisos que servirán como guía para cortar y ensamblar las piezas de tela que conformarán una prenda de vestir, esta fase permite llevar las ideas y conceptos del diseñador desde el papel a la realidad de una prenda concreta, para el cual se lleva a cabo en varias que inician con la toma de medidas, donde se obtienen las dimensiones precisas del cuerpo o maniquí en el que se basará el diseño, seguido se crea un patrón base que servirá como punto de partida para todas las prendas de la colección, desde el cual se procede al

diseño de patrones específicos para cada prenda o estilo con los detalles de diseño, como costuras, pliegues y cortes. Los prototipos de las prendas se confeccionan y se prueban en maniqués o modelos para evaluar el ajuste y la apariencia, para definir cualquier ajuste necesario en los patrones y garantizar un ajuste perfecto.

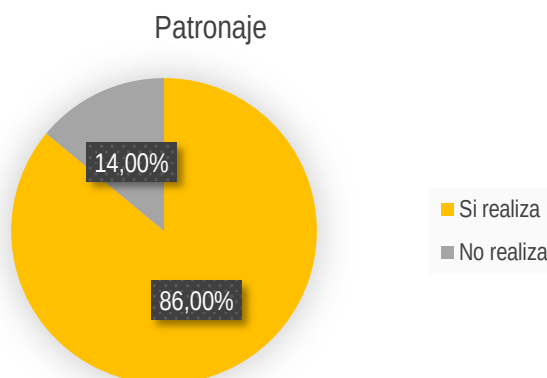
Esta práctica dentro del proceso creativo ha sido cuantificada, asignándole 4 puntos, lo que enfatiza la importancia de esta etapa en la agregación de valor a los productos. El patronaje define la estructura y forma de las prendas y puede reflejar el nivel de especialización de los diseñadores con la excelencia. La práctica generalizada del patronaje es una muestra de su dedicación a la praxis profesional y un reflejo de cómo el capital cultural y simbólico puede manifestarse a través de procesos creativos detallados y bien ejecutados.

Tabla 28: Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de patronaje en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Proceso creativo	Patronaje	Porcentaje	Valor
Si realiza	129	86,00%	4
No realiza	21	14,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

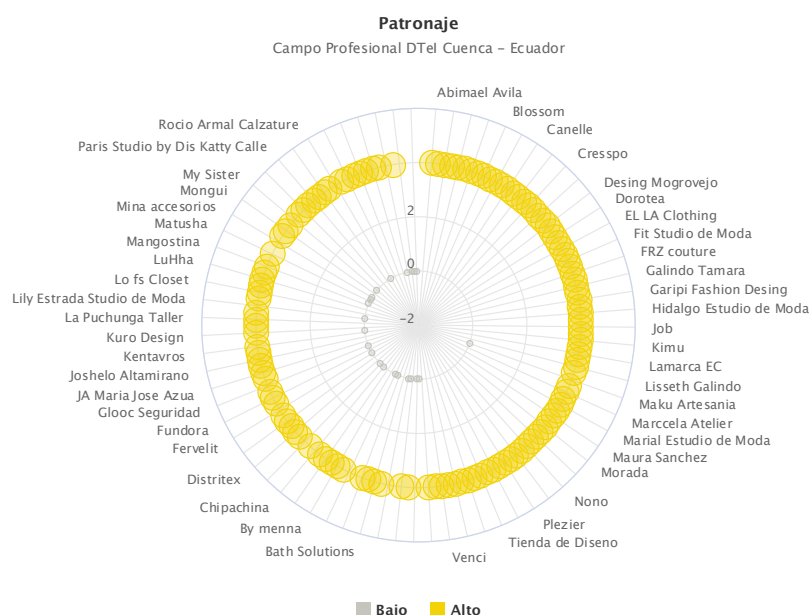
De los 150 diseñadores y productores evaluados, 129 implementan el patronaje en sus procesos creativos, recibiendo así la máxima puntuación en términos de valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación, este alto porcentaje revela una fuerte tendencia hacia la profesionalización y la adopción de técnicas que garantizan la calidad y la funcionalidad de las prendas en la industria de la moda. En el otro lado, 21 diseñadores no incluyen el patronaje en su proceso creativo, lo que se refleja en un valor asignado de 0, esta omisión indica una brecha en la capacidad de estos individuos para agregar valor a sus productos desde las etapas iniciales de la producción, lo cual podría afectar la competitividad y percepción de calidad en sus diseños.

Figura 63: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre el desarrollo de patronaje en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.



El gráfico con los resultados se interpreta a través de la teoría de Bourdieu como una visualización de la distribución de capital cultural y simbólico dentro de este campo profesional específico, donde un notable 86% de los diseñadores incorporando el patronaje en su proceso creativo, se evidencia que la gran mayoría valora profundamente esta habilidad técnica como una fuente de valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación para sus productos, este proceso asegura que la visión creativa se materialice con precisión, y puede reflejar un alto grado de profesionalismo y competencia técnica; este dominio del patronaje también revela el habitus de los diseñadores: sus disposiciones y tendencias adquiridas que dictan cómo se comportan en su práctica profesional, donde aquellos con un alto nivel de competencia en patronaje están posicionados para ejercer una influencia considerable dentro del campo, ya que su trabajo cumple con o establece los estándares reconocidos de calidad y excelencia, lo que refuerza su capital simbólico, aumentando su prestigio y su poder en el mercado de la moda. En contraste, el 14% que no realiza patronaje puede estar operando con un conjunto de prácticas que le sitúa al margen de la corriente principal del campo, o indica áreas donde la mejora podría aumentar su capital cultural y su posición en el campo, ya que falta de esta práctica se interpreta como una oportunidad perdida de añadir valor significativo a sus productos, lo que podría afectar su competitividad y su éxito en el mercado.

Figura 64: Gráfico radial que representa los agentes que realizan patronaje dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico radial, analizado desde la teoría bourdiana, muestra que mayoría de los agentes en este campo, según el gráfico, se encuentran en un nivel alto de integración del patronaje en sus procesos creativos, lo que implica que esta práctica es ampliamente reconocida y valorada, constituyendo un estándar de excelencia y calidad, ya que los diseñadores que se adhieren a esta norma están mejor equipados para atraer a clientes, colaborar eficazmente con otros profesionales de la moda y adaptarse a las exigencias del mercado; también se visualiza el grupo de agentes más cercano al centro, que no integra el patronaje, lo que indica una limitación en su capacidad para competir y ganar prestigio dentro del campo.

El desarrollo del patronaje se interpreta como una competencia esencial que contribuye a la consolidación del campo, mostrando que aquellos que lo adoptan están forjando el futuro de la moda, posicionándose como agentes de cambio y portadores de un capital simbólico elevado.

4.2.3.6 Modelado

El proceso de modelado sobre maniquí permite a diseñadores y modistas trabajar en tres dimensiones y visualizar cómo la tela se comporta en un cuerpo o maniquí, lo que a su vez, facilita la toma de decisiones críticas en cuanto al

ajuste, la caída y la apariencia de la prenda. Su proceso inicia con la selección del maniquí adecuado, luego, se procede al montaje del maniquí para colocar la tela en el maniquí, donde se ajusta de manera que se asemeje al diseño previsto de la prenda, utilizando alfileres u otros métodos temporales para mantener la tela en su lugar. El modelado y ajuste son procesos donde el diseñador trabaja directamente con la tela en el maniquí, se realizan pliegues, plegados, pinzas y otras manipulaciones para lograr la forma y el ajuste deseados, constantemente evaluando la apariencia visual de la tela. Este proceso permite a los diseñadores visualizar y perfeccionar sus creaciones antes de pasar a la etapa de confección, lo que ahorra tiempo y recursos en la producción.

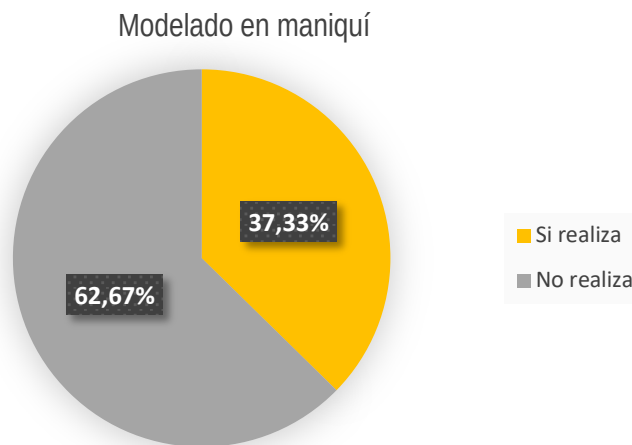
Esta técnica, que requiere una habilidad considerable y una comprensión intuitiva de la materia, se reconoce con un valor de 4 puntos en el proceso creativo, reflejando su contribución significativa al valor simbólico de los productos finales.

Tabla 29: Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre el modelado sobre maniquí en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Proceso creativo	Modelado en maniquí	Porcentaje	Valor
Si realiza	56	37,33%	4
No realiza	94	62,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

En los resultados obtenidos, el modelado sobre maniquí es una práctica que no todos los diseñadores eligen o pueden implementar; de un total de 150 diseñadores, 56 de ellos emplean esta técnica en su proceso creativo y se registra a 94 diseñadores que no utilizan el modelado sobre maniquí. El alto porcentaje de diseñadores que no practican el modelado sobre maniquí sugiere que hay espacio para el crecimiento y la mejora dentro del campo. Incluir esta técnica podría significar una ventaja competitiva y un aumento en el capital cultural de los diseñadores. En consecuencia, se resalta la importancia de esta habilidad en la elevación de la calidad y el valor percibido de las prendas dentro de la industria de la moda.

Figura 65: Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre el modelado sobre maniquí en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.



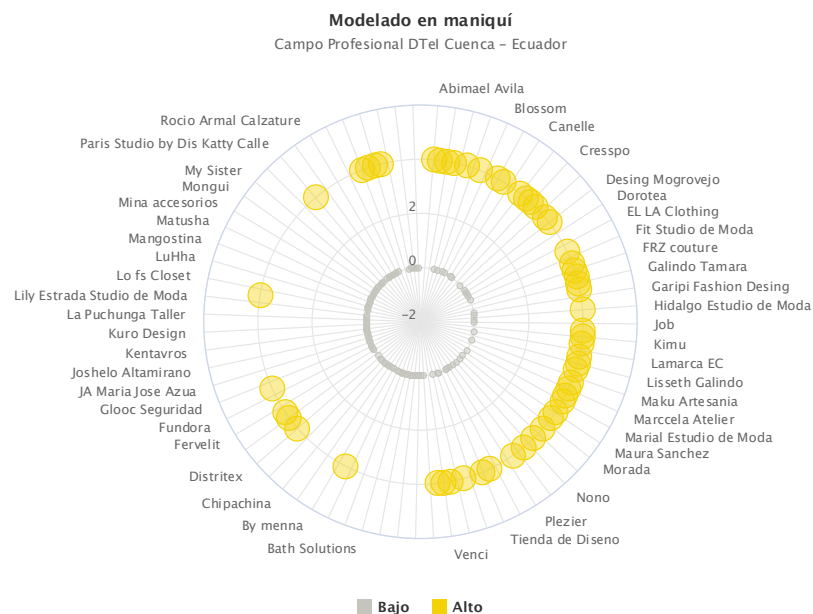
A través del marco teórico de Pierre Bourdieu, la práctica del modelado en maniquí, realizada por el 37,33% de los diseñadores, es una técnica que agrega un valor significativo al proceso creativo y a los productos finales, esto se interpreta como una acumulación de capital cultural y simbólico; por otro lado, el 62,67% que no utiliza el modelado en maniquí refleja una preferencia por otros métodos de diseño, una elección estilística o incluso limitaciones de recursos; sin embargo, también puede señalar una oportunidad para que estos diseñadores adquieran y apliquen esta habilidad, incrementando así su capital cultural y mejorando su posición competitiva en el campo.

El hecho de que una mayoría no emplee el modelado en maniquí sugiere que, aunque el campo valora esta técnica, su aplicación no es universal, lo que indica una diversidad de habitus entre los diseñadores, con diferentes percepciones y prácticas respecto a lo que constituye un diseño de calidad y cómo se debe llegar a él. La distribución también podría reflejar una lucha dentro del campo por el capital simbólico, donde aquellos que practican el modelado en maniquí pueden estar posicionados para ejercer una mayor influencia y poder.

En términos de consolidación del campo, la integración del modelado en maniquí como una habilidad estándar podría ser un paso hacia la elevación de los estándares de producción y diseño en general, donde aquellos que

dominan esta técnica tienen el potencial de definir las normas y prácticas del campo de DTel, guiando su evolución y estableciendo las bases para lo que se considera excelencia en diseño y fabricación de prendas.

Figura 66: Gráfico radial que representa los agentes que realizan modelado sobre maniquí dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El análisis del gráfico de radar desde la perspectiva del campo profesional de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca se centra en cómo los productores se posicionan en este campo a partir del valor que sus diseños aportan, particularmente a través del modelado sobre maniquí. Este proceso creativo puede generar distinción y reconocimiento dentro del campo, donde la interacción está marcada por una dinámica compleja entre estructuras preexistentes —tales como tradiciones y normas establecidas— y nuevas fuerzas emergentes que introducen innovaciones y desafían el orden vigente. El capital simbólico, como el prestigio y la reputación que se pueden incrementar por la inclusión de técnicas textiles, junto con el capital económico, influye directamente en la capacidad de un productor para destacar y mantener su posición en el mercado.

4.2.3.7 Concreción

La concreción de un prototipo en el proceso creativo de diseño textil e indumentaria se refiere a la creación física de una muestra o modelo inicial de una prenda de vestir basada en el diseño conceptual, este prototipo es una representación tangible de la idea de diseño y sirve como un paso intermedio entre el concepto en papel y la producción en masa. La creación de un prototipo es una parte esencial del proceso creativo porque permite a los diseñadores probar y perfeccionar el diseño antes de la producción a gran escala; en algunas ocasiones, el prototipo se presenta a un equipo de diseño, clientes o partes interesadas para obtener retroalimentación y comentarios antes de continuar con la producción en masa, esta revisión permite realizar ajustes finales y asegurarse de que el prototipo cumpla con las expectativas de todos los involucrados en el proceso.

La implementación de prototipos dentro del proceso creativo es importante para añadir un valor significativo a los productos finales, este enfoque metodológico se valora con 4 puntos, destacando la importancia de este paso para enriquecer la propuesta de valor del producto. La creación de prototipos permite la exploración de nuevas ideas y la solución anticipada de problemas, facilita también la retroalimentación temprana y la adaptación a las necesidades del usuario final; por otro lado, la omisión de esta fase en el desarrollo de productos se considera una oportunidad perdida de valor simbólico, reflejándose en una asignación de 0 puntos, esta valoración subraya la diferencia entre productos que aprovechan al máximo su potencial mediante la iteración y la experimentación, frente a aquellos que no lo hacen, limitando significativamente su impacto y éxito en el mercado.

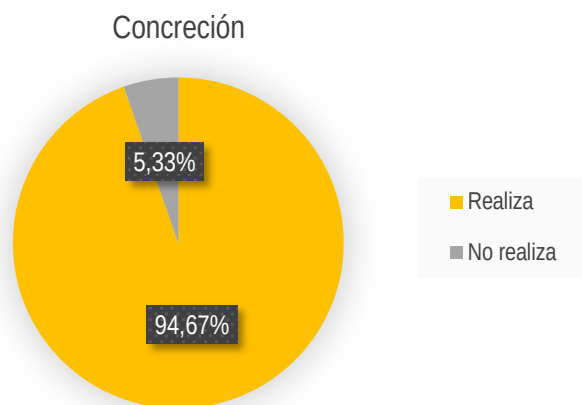
Tabla 30: Datos obtenidos de la pregunta 4 sobre la concreción de los prototipos en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Procesos creativos	Concreción	Porcentaje	Valor
Realiza	142	94,67%	4
No realiza	8	5,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

Con los datos obtenidos se realiza análisis datos cuantitativo, que refuerza esta perspectiva: de un conjunto de 150 proyectos evaluados, 142 implementaron la

creación de prototipos, esto contrasta con los 8 proyectos que no incorporaron prototipos en su proceso; estos datos evidencian la importancia crítica de la fase de prototipado en el proceso creativo, destacando cómo su inclusión contribuye de manera significativa al valor y éxito de los productos en el competitivo mercado. Este habitus generado en la concreción refleja una tendencia dominante hacia su adopción, en la que los productores que realizan la concreción demuestran habilidades técnicas sólidas para traducir sus ideas en productos tangibles y funcionales, este capital técnico les otorga una ventaja en la creación de prendas bien diseñadas y en la comunicación efectiva de su visión creativa.

Figura 67: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 4 sobre la concreción de los prototipos en los procesos creativos, realizados por los productores de DTel en Cuenca.*



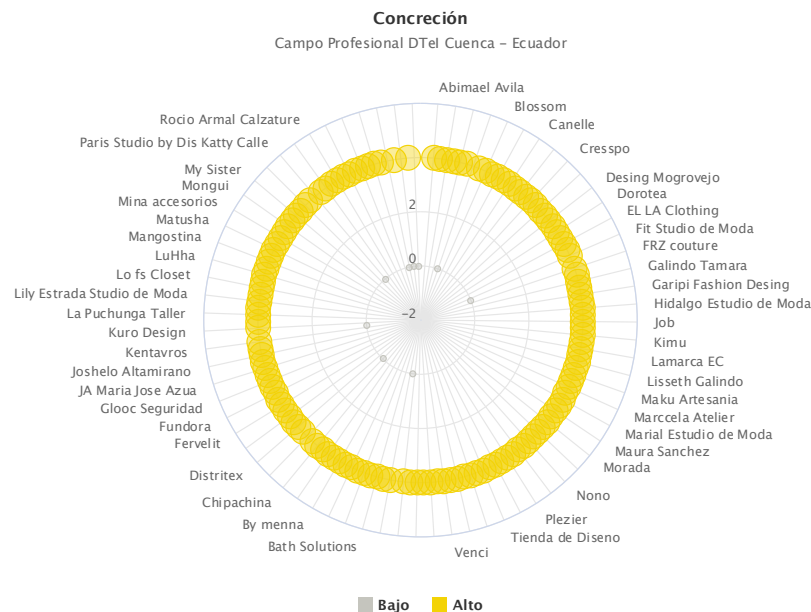
Analizando el gráfico proporcionado, de un total de 150 instancias evaluadas en el campo del diseño, 142 (94.67%) aplicaron la concreción de prototipos, evidenciando la preponderancia de este proceso en la práctica profesional actual. En contraste, solo 8 instancias (5.33%) no integraron esta fase, lo que puede interpretarse como una posible desconexión con las dinámicas de valorización del campo del diseño textil e indumentaria.

Desde la perspectiva de la Teoría de los Campos de Bourdieu, el alto porcentaje de adopción de prototipos (94.67%) indica que el habitus de los diseñadores está fuertemente inclinado hacia prácticas que valorizan la innovación y la funcionalidad práctica. Este habitus, o sistema de disposiciones adquiridas por los agentes a través de la práctica y la condición de su entorno,

se manifiesta en la predilección por estrategias de diseño que son reconocidas y valoradas dentro del campo.

El campo del diseño textil e indumentaria, definido por la lucha y la competencia entre los agentes por acumular capital (ya sea económico, cultural, social o simbólico), ve en la concreción de prototipos una fuente de capital cultural y económico. La práctica del prototipado se ha establecido como una forma de capital en sí misma, que los diseñadores acumulan y utilizan para ganar prestigio y posicionamiento en el mercado. Aquellos que no participan en esta práctica pueden encontrarse en desventaja en términos de capital simbólico y, por tanto, en una posición menos favorecida dentro del campo. El prototipado no es solo una técnica de diseño; es un componente crítico en la estructura del campo del diseño textil e indumentaria que afecta la dinámica de poder, la acumulación de capital y la consolidación profesional. Los porcentajes reflejados en el gráfico corroboran la hegemonía de esta práctica y su influencia en la configuración y el reconocimiento dentro del campo profesional.

Figura 68: *Gráfico radial que representa los agentes que realizan la concreción de los prototipos dentro de los procesos creativos en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



El diagrama en radar es una representación del campo profesional de DTEL, donde los productores de diseño actúan como agentes cuya presencia y prestigio en el campo se determinan en gran medida por el alto o bajo valor simbólico que sus procesos creativos y prototipos aportan a sus diseños, estos agentes luchan por la innovación, la originalidad, el reconocimiento y la acumulación de capital dentro de su ámbito cultural y económico.

A través de la concreción de prototipos, que es un proceso de experimentación y realización práctica de ideas, los diseñadores ganan visibilidad y distinción, en el grafico los que se posicionan hacia el extremo de alto en el gráfico, han logrado una diferenciación significativa a través de diseños que resuenan tanto estéticamente como funcionalmente, solidificando su legitimidad y prestigio en el campo. Esta lucha por la distinción se asemeja a una "guerra de clases" cultural, donde el éxito se mide por la calidad del diseño, la habilidad de capturar la imaginación del consumidor y la capacidad de sobresalir en un mercado saturado. En las esferas cercanas al centro, los agentes señalados como bajo, quizás no han alcanzado el mismo nivel de reconocimiento o no han integrado completamente los procesos de prototipado en su práctica; sin embargo, esto no los excluye de la dinámica competitiva del campo; por el contrario, pueden estar en un proceso de acumulación de capital y conocimiento, buscando innovar y elevar su posición.

El campo es un ecosistema vivo, donde interactúan los agentes entre sí y con las estructuras preexistentes, como las formas de crear mediante la imitación y las limitaciones de la oferta local de materiales; así como con nuevas fuerzas emergentes, como la influencia de las tendencias de moda global, el consumo masivo de moda rápida y los avances tecnológicos; cada agente aporta su propio capital simbólico y cultural, que se refleja en sus creaciones y contribuye a su estatus económico. El éxito en este campo depende de la habilidad para navegar y manipular estas estructuras y fuerzas, fusionando la producción local con una visión contemporánea, con la finalidad de crear diseños que resuenen con los valores y las preferencias del mercado.

4.3.4 Procesos creativos del diseño a medida

El diseño a medida se refiere a la creación de prendas de vestir personalizadas y únicas que se adaptan específicamente a las medidas y preferencias de un cliente individual, a diferencia de las prendas de confección en masa que se producen en tallas estándar y se venden en tiendas, las prendas de diseño a medida se elaboran cuidadosamente para satisfacer las necesidades y deseos particulares de un cliente. Se distingue por varias características clave que lo hacen altamente personalizado y exclusivo, que incluye la toma de medidas personalizadas, y donde el cliente tiene un papel fundamental en la elección de estilo, forma, materiales y detalles, desde la selección de telas y colores hasta los botones, forros y otros elementos, se brinda la oportunidad de personalizar cada aspecto de la prenda.

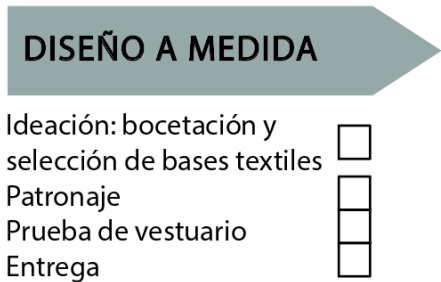
Durante la creación de la prenda, se realizan fitting o pruebas en el cliente para garantizar que la prenda se ajuste a la perfección; la atención personalizada es otro aspecto fundamental del diseño a medida. Los clientes que optan por esta opción suelen disfrutar de un servicio exclusivo y una relación cercana con el diseñador, esta cercanía permite comprender a fondo las necesidades y preferencias del cliente, lo que contribuye a su reputación de alta calidad y longevidad en el vestuario del cliente. El diseño a medida es una opción

popular para ocasiones especiales como bodas, galas, eventos formales y trajes de negocios de alta gama, lo que ofrece la oportunidad de tener una prenda que se ajuste perfectamente y refleje el estilo y las preferencias personales del cliente, en este tipo de diseño es importante tener en cuenta que debido a la atención y el trabajo artesanal que requiere, las prendas de diseño a medida suelen ser más costosas que las prendas de confección en serie.

El conocimiento y la habilidad para confeccionar ropa a medida es una forma de capital cultural, los diseñadores que dominan estos procesos de producción poseen una ventaja distintiva dentro del campo, con su capacidad para traducir las aspiraciones y personalidades de los clientes en prendas es un activo valioso. Dado que son dos las grandes industrias en el área local y la mayoría de los emprendimientos son pequeñas y medianas empresas, puede haber una mayor igualdad de oportunidades y menos jerarquía en este campo en comparación con otros campos más industrializados o comercializados; sin embargo, aún existen dinámicas de poder, influencia y reconocimiento entre los agentes.

Estos diseños poseen un alto valor simbólico, mediante las cuales reflejan el estilo del cliente y la identidad de la marca, donde la exclusividad y personalización son esenciales para la acumulación de capital simbólico. La tendencia de los diseñadores a seguir estos procesos sugiere la existencia de un habitus compartido, estas prácticas habituales reflejan las normas y expectativas del campo del diseño a medida y han sido parte de la encuesta realizada, donde se consulta los siguientes procesos:

Figura 69: *Pregunta 5 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*



4.2.4.1 Ideación: bocetación y selección de bases textiles

En esta fase el diseñador comienza a dibujar bocetos de las prendas, explorando diferentes estilos, formas y detalles que reflejen el concepto, también realiza una cuidadosa selección de bases textiles, esta selección es importante, ya que el tejido elegido debe armonizar con el diseño y la funcionalidad deseada de la prenda, además de respetar los criterios de sostenibilidad y confort. La bocetación y la selección de materiales son fases iniciales y fundamentales en la adición de valor a los productos. Estos pasos iniciales son relevantes para la conceptualización y desarrollo temprano de ideas, proporcionando una base sólida para iteraciones futuras y refinamientos del diseño. La bocetación permite una exploración visual, mientras que la elección de bases textiles establece la textura, el peso y el flujo del producto final, aspectos que son indispensables para la innovación y la diferenciación en el mercado.

La elección de la base textil es tan integral como la bocetación en sí, ya que dicta las posibilidades y limitaciones en la confección y caída de las prendas, y, por tanto, también recibe una valoración de 4 puntos en su contribución al valor simbólico del producto mediante el proceso de transubstanciación. Los productos que resultan de un proceso que incluye tanto la bocetación meticulosa como la selección estratégica de textiles se distinguen por su coherencia conceptual y su adaptabilidad, lo que demuestra una comprensión profunda de las necesidades del usuario y del contexto de uso. A aquellos productos que omiten estas etapas creativas iniciales, se les asigna un valor de 0 puntos, ya que no aprovechan la oportunidad de potenciar la calidad y el valor percibido del producto final.

Tabla 31: Datos obtenidos de la pregunta 5 sobre el la bocetación en los procesos creativos de

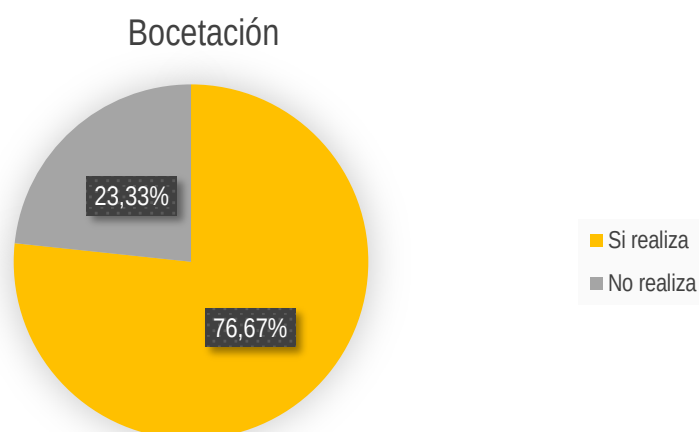
Proceso creativo	Bocetación	Porcentaje	Valor
Si realiza	115	76,67%	4
No realiza	35	23,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Al considerar una muestra representativa de 150 diseñadores encuestados, el impacto de estas prácticas se hace evidente, donde las 115 marcas que integran la bocetación y la selección de materiales de manera efectiva en su desarrollo, quienes alcanzaron una puntuación destacada de 4 puntos, y demuestran un compromiso con la innovación y la excelencia en el diseño. Esta valoración positiva refleja la importancia de una planificación y ejecución cuidadosas en las fases iniciales del desarrollo del producto, donde la selección consciente de materiales puede mejorar la sostenibilidad de un producto, reducir costos de producción o aumentar la durabilidad del mismo, aspectos que son altamente valorados por los consumidores contemporáneos; por otro lado, la bocetación permite una exploración visual de ideas que pueden traducirse en mejoras significativas en el diseño final, facilitando la identificación y resolución de problemas potenciales en etapas tempranas.

Por el contrario, los 35 diseñadores que no incorporan estos procesos se privan de estos beneficios y evidencian una falta de visión estratégica en el desarrollo de productos, la omisión de la bocetación y la selección de materiales puede resultar en productos que carecen de originalidad, no cumplen con los estándares de calidad esperados o no logran conectar con las necesidades y deseos del consumidor.

Figura 70: Porcentajes obtenidos de la pregunta 5 sobre el la bocetación en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

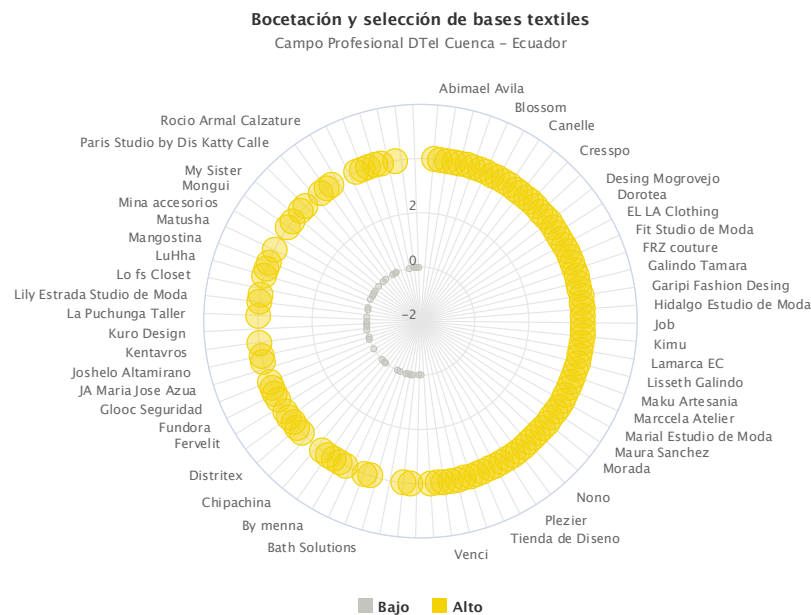


El gráfico ofrece una representación visual de la importancia que se le da a la bocetación y selección de materiales en el campo del DTel, en este contexto, puede ser entendida como una práctica o técnica que contribuye a la estructura del campo, donde el habitus la valoración de este proceso se interpreta como un componente esencial de la formación y práctica profesional, los diseñadores con un habitus bien desarrollado reconocen estos procesos como una habilidad clave que puede diferenciar una propuesta de diseño, destacando la importancia de la previsualización y la planificación detallada en el proceso creativo. El poder dentro del campo de diseño está relacionado con la posesión de diferentes formas de capital, este campo la bocetación y la selección de materiales (como lo indica el 76,67% de los proyectos que implementan este proceso) tienen un mayor capital cultural y simbólico, lo que les permite tener una influencia significativa en la definición de tendencias y estándares de calidad dentro del campo; por otro lado, el 23,33% que no realiza bocetación puede carecer del capital necesario para impactar de manera efectiva en el campo o para establecerse como líderes en el mercado.

El capital cultural en el campo también se manifiesta en la educación formal y el conocimiento técnico, así como en la competencia y habilidades adquiridas a través de la experiencia, donde los diseñadores que invierten en el desarrollo de estas competencias y habilidades, y que se involucran en la bocetación, aumentan su capital cultural, mejorando su posición en el campo. En cuanto al capital simbólico, que es la estima, el reconocimiento y la legitimidad, este es a menudo el resultado de la acumulación de capital cultural y social. En el diseño, el capital simbólico puede venir de la reputación de un diseñador por su habilidad para producir diseños innovadores y técnicamente refinados, algo que la bocetación puede ayudar significativamente a lograr.

La consolidación del campo se influye por la importancia que se le asigna a la bocetación, como una práctica que contribuye al capital cultural de los diseñadores y al valor simbólico de sus productos, la bocetación es un elemento que puede determinar el éxito y la influencia dentro del campo

Figura 71: Gráfico radial que representa los agentes que realizan la bocetación en los procesos creativos de diseño a medida en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico radial representa la dinámica competitiva y las posiciones relativas de los agentes dentro del campo, en esta esfera de actividad cultural y económica, la bocetación y selección de materiales son procesos creativos, que pueden generar un posicionamiento estratégico y acumulación de capital en el sentido bourdiano, donde cada diseñador o marca, identificada por su nivel de del producto en el gráfico, ya sea alto o bajo, refleja su lugar en la jerarquía del campo. Los productores con un nivel alto de valor simbólico, representados en el gráfico por puntos más alejados al centro, son aquellos que han entendido y dominado la bocetación y la selección de materiales como parte integral de su proceso creativo, estos agentes se posicionan como líderes y defensores de la calidad y la originalidad en diseños a medida, lo que a su vez les otorga un reconocimiento y estatus elevado dentro del campo. Esta distinción les confiere un capital simbólico considerable, ya que sus nombres y marcas se asocian con la excelencia y la innovación.

Por otro lado, aquellos con un valor simbólico bajo, indicados por puntos más cercanos del centro, tal vez no hayan capitalizado completamente el potencial de estas prácticas creativas o no las han integrado plenamente en su metodología de diseño, esto puede deberse a una serie de factores, incluyendo limitaciones en habilidades, recursos, o simplemente una orientación

estratégica diferente; sin embargo, en la lucha por la distinción y legitimidad dentro del campo, estos agentes pueden encontrarse en una posición más periférica, lo que les impone retos adicionales en términos de visibilidad y reconocimiento.

La estructura del campo reflejada en el gráfico sugiere que existe una guerra de clases cultural, donde los agentes compiten por recursos escasos como la atención del consumidor, la cobertura mediática y el patrocinio, esta competencia es tanto una batalla por la distinción estética y técnica como por la acumulación de capital en sus formas simbólica, cultural y económica. Aquellos que tienen éxito en esta competencia se establecen como figuras dominantes, influyentes y respetadas dentro del campo. La interacción entre estos agentes y las estructuras preexistentes —normas, tendencias, expectativas del consumidor— así como con nuevas fuerzas emergentes —tecnologías, materiales innovadores, nuevas formas de comercialización— es compleja y multifacética, donde los diseñadores deben navegar por estas estructuras y fuerzas, influir y en algunos casos transformarlas para mantener o mejorar su posición en el campo. La destreza con la que los agentes manejan estos elementos creativos y técnicos determinará su éxito y su legado en el campo del diseño textil e indumentaria.

4.2.4.2 Patronaje

El patronaje es un proceso esencial que actúa como el nexo entre la concepción creativa y la realización física de una prenda, implica la creación de patrones o moldes, que son esencialmente las plantillas para las distintas partes de una prenda, como mangas, cuerpos, cuellos, entre otros; estos patrones se diseñan y dibujan, ya sea en papel o de manera digital, teniendo en cuenta las medidas y proporciones del cuerpo humano para garantizar un ajuste adecuado y confortable. El patronaje es un proceso productivo para transformar un diseño en una prenda real, que permite ajustar el diseño a diferentes tallas y formas del cuerpo, requiere conocimientos en medidas corporales, habilidades en geometría y manejo de proporciones. A través del patronaje, se realizan prototipos o muestras antes de la producción en masa, lo

que permite a los diseñadores y fabricantes evaluar y ajustar el diseño, la caída de la tela y el ajuste general de la prenda, para asegurar que el diseño final sea tanto funcional como estéticamente atractivo.

Además, el patronaje es un área de experimentación e innovación en el diseño de moda, donde los diseñadores contemporáneos utilizan técnicas de patronaje para explorar nuevas siluetas, estructuras y formas, materializando así ideas creativas y vanguardistas, esta experimentación con los patrones permite a los diseñadores ir más allá de las formas tradicionales y crear piezas únicas que desafían las normas convencionales de la moda. Este proceso genera eficiencia en la producción de prendas, ayuda a minimizar el desperdicio de material y asegura que la producción en serie mantenga la calidad y las especificaciones del diseño original. Se considera una habilidad técnica y creativa para transformar ideas en prendas de vestir reales y bien confeccionadas; por lo tanto, se le otorga un valor considerable en la evaluación del proceso creativo, asignándosele 4 puntos a aquellos productos que lo integran; esta valoración se basa en la premisa de que el patronaje contribuye de manera importante al valor simbólico de las prendas, diferenciándolas de aquellas producciones que omiten este paso. La exclusión del patronaje en el diseño a medida resulta en una puntuación de 0, puesto que se considera que no hay un valor simbólico en dicha producción.

Tabla 32: Datos obtenidos de la pregunta 5 sobre el desarrollo de patronaje en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

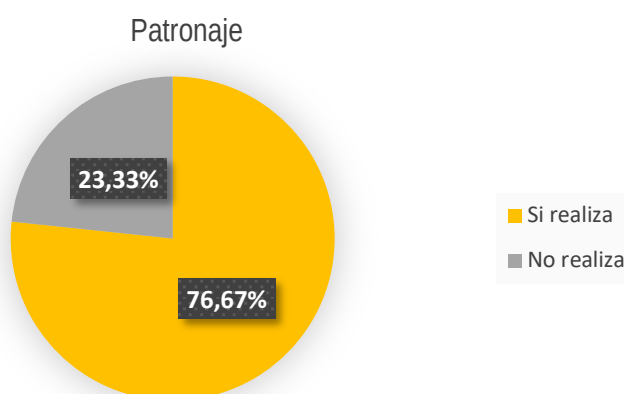
Proceso creativo	Patronaje	Porcentaje	Valor
Si realiza	115	76,67%	4
No realiza	35	23,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

En el análisis de datos cuantitativo de 150 diseñadores dentro del campo de DTel revela que las 115 marcas implementan el patronaje en su proceso creativo, lo que se traduce en una contribución positiva a la valorización de sus diseños y refleja una adhesión a los estándares de calidad y personalización que son altamente valorados en la industria. En contraste, los 35 diseñadores

restantes no aplican este proceso, lo que implica una oportunidad perdida en términos de agregación de valor y puede ser indicativo de una estrategia de producción menos enfocada en la calidad y la personalización.

Este proceso es un componente que potencia el valor percibido y la exclusividad del diseño a medida y se convierte en un indicador de la excelencia y el compromiso del diseñador con la calidad y la satisfacción del cliente. Los datos demuestran que la mayoría de los diseñadores en el campo reconocen esta verdad, integrando el patronaje como una práctica estándar en su trabajo creativo.

Figura 72: Porcentajes obtenidos de la pregunta 5 sobre el desarrollo de patronaje en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

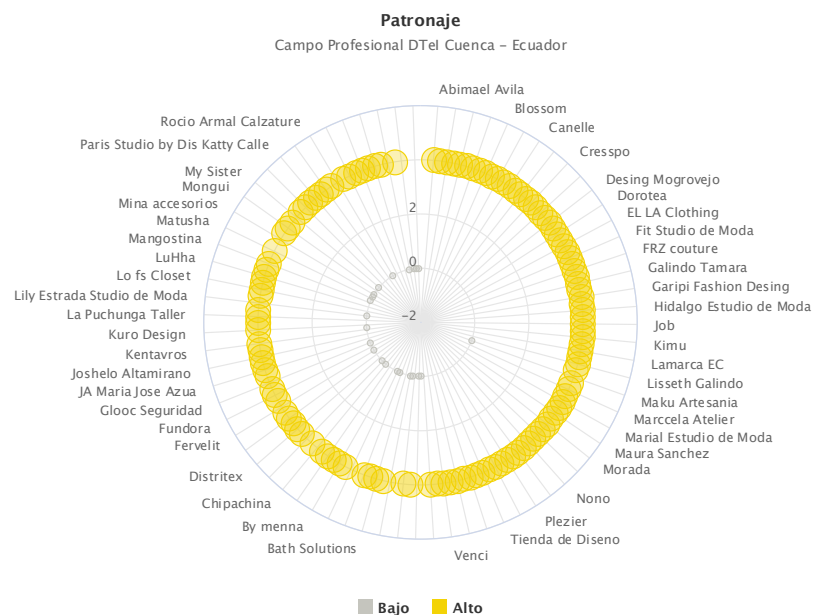


El gráfico refleja que un significativo 76,67% de los diseñadores implementan el patronaje en sus procesos creativos; en contraste, el 23,33% que no incorpora el patronaje en su proceso creativo indica una ausencia de valor simbólico y, potencialmente, una menor calidad en la producción. Este proceso se considera como una forma de capital cultural en el campo, donde aquellos que dominan esta habilidad técnica y creativa demuestran una profunda comprensión del lenguaje simbólico inherente al diseño de textil e indumentaria, lo que les confiere una ventaja competitiva y poder en el campo. Esta destreza se convierte en parte del habitus del diseñador, es decir, en una disposición interiorizada que guía sus prácticas y refuerza su posición en la estructura del campo.

El patronaje es una habilidad técnica y una manifestación de capital simbólico, ya que los productos resultantes a menudo se perciben como más exclusivos y deseables, que se traduce en un reconocimiento y prestigio que beneficia la reputación del diseñador, aumentando su influencia y autoridad en el campo. Adicional, el patronaje a medida es un claro indicador de la habilidad de un diseñador para responder a las necesidades específicas de sus clientes, lo que puede considerarse una forma de capital social. La capacidad de crear prendas que se ajustan perfectamente a las demandas individuales fortalece las relaciones entre diseñadores y clientes, y puede fomentar una clientela leal y satisfecha. En términos de capital económico, aquellos que invierten en el patronaje a menudo pueden comandar precios más altos por sus productos, reflejando el valor simbólico mediante el proceso de transustanciación que los clientes están dispuestos a pagar por prendas que consideran superiores en términos de ajuste, diseño y personalización.

Los porcentajes ilustran la importancia de estas prácticas en la consolidación del campo, con una estructura donde el éxito y la distinción dependen en gran medida de la incorporación de técnicas especializadas como el patronaje; al mismo tiempo, muestra una arena competitiva donde se libra una lucha constante por la distinción y la acumulación de diversas formas de capital. Los porcentajes revelan que la mayoría de los agentes en el campo de Cuenca reconocen y actúan en consecuencia, mientras que una minoría significativa aún no ha integrado plenamente estas prácticas en su repertorio profesional, lo que podría limitar su competitividad y crecimiento en el campo.

Figura 73: Gráfico radial que representa los agentes que realizan patronaje en los procesos creativos de diseño a medida en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar ilustra la jerarquía y dinámica del campo, marcando la relevancia del patronaje como un proceso creativo diferenciador en la confección a medida, donde los productores de diseño se distinguen en este campo por el alto o bajo valor simbólico que confieren a sus creaciones mediante el patronaje, una destreza que refleja sus conocimientos técnicos, traducidos en capital cultural y simbólico. En el núcleo de esta estructura, aquellos productores con un alto valor simbólico —identificados en la periferia del gráfico— han logrado una presencia prominente en el campo. Estos agentes, a través del patronaje, han fortalecido su posición, asegurando una base de consumidores que valora la precisión, la personalización y la exclusividad. Su habilidad para adaptar el diseño a las especificaciones exactas del cliente es un claro testimonio de su capital cultural, evidenciando un conocimiento profundo y una competencia que trasciende lo ordinario y se eleva a lo extraordinario.

Esta competencia es una batalla por la distinción, donde la capacidad de ofrecer algo único y técnicamente avanzado, establece una diferencia significativa y legítima, la distinción que adquieren estos diseñadores es una marca de estatus, y una afirmación de la excelencia que resuena a través del

campo, reforzando su capital simbólico y elevando su prestigio; al mismo tiempo, este enfoque acentúa el valor económico de sus diseños, permitiendo a estos agentes justificar un precio premium por sus productos, lo que refleja una acumulación de capital económico; por otro lado, los productores que se sitúan en el centro de este gráfico, aquellos con un bajo valor simbólico, pueden no haber integrado completamente el patronaje en su proceso creativo, o tal vez no lo han hecho con el mismo nivel de habilidad y dedicación. Aunque todavía son participantes en el campo, su influencia y el reconocimiento que reciben son menores, lo que representa un desafío en términos de cómo son percibidos tanto por sus pares como por los consumidores.

4.2.4.3 Prueba de vestuario

En la prueba de vestuario se evalúa y ajusta una prenda de vestir en un modelo o cliente para garantizar que se ajuste correctamente y cumpla con los estándares de diseño y calidad previstos, esta etapa es importante para perfeccionar la prenda antes de su producción en serie y para garantizar que se adapte adecuadamente a la figura y preferencias del usuario final, la misma sigue varios pasos clave que inicia con la toma de medidas precisas, donde se registran detalles como la longitud, el ancho, el contorno y otros aspectos específicos que son fundamentales para un ajuste adecuado de la prenda; luego, la prenda se viste en el modelo o cliente siguiendo las instrucciones del diseño. Durante este proceso, se verifica que la prenda esté colocada correctamente y que todos los elementos, como cierres, botones y accesorios, funcionen correctamente.

En la evaluación del ajuste se observa cómo la prenda se adapta a las curvas y contornos del cuerpo y si coincide con las medidas tomadas anteriormente, se prestan especial atención a signos de arrugas, holguras o áreas de tensión que puedan indicar problemas en el ajuste; además del ajuste, se evalúa la comodidad y la funcionalidad de la prenda, se verifica además que el usuario pueda moverse con facilidad y que la prenda sea cómoda de llevar. Si se identifican problemas en el ajuste, la comodidad o la funcionalidad, se realizan modificaciones y ajustes en la prenda, lo que puede implicar alteraciones en

costuras, pliegues, pinzas y otros detalles de diseño para mejorar el ajuste y la apariencia. Durante todo el proceso de prueba de vestuario, se lleva un registro detallado de todos los cambios y ajustes realizados en la prenda, para mantener un registro de las modificaciones y garantizar que la prenda final se ajuste de manera precisa, en algunos casos, puede ser necesario realizar múltiples fitting o pruebas en el modelo o cliente para asegurarse de que la prenda esté perfectamente ajustada.

Este proceso, meticulosamente practicado por los diseñadores, se considera tan esencial que se le asigna un valor de 4 puntos, reflejando el significativo valor simbólico mediante el proceso de transustanciación que aporta al producto final, que prioriza la personalización, la precisión y la satisfacción del cliente, características que son intrínsecas al diseño de alta calidad; en contraste, omitir el fitting en la producción de diseño a medida se considera una falta de valor simbólico, lo que se ve reflejado en la asignación de un valor de 0 puntos, tal omisión puede conllevar a un producto que, aunque cumpla con las expectativas básicas de diseño, carezca de esa calidad distintiva y adaptación personal que define a las prendas de alta gama.

Tabla 33: Datos obtenidos de la pregunta 5 sobre prueba de vestuario en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

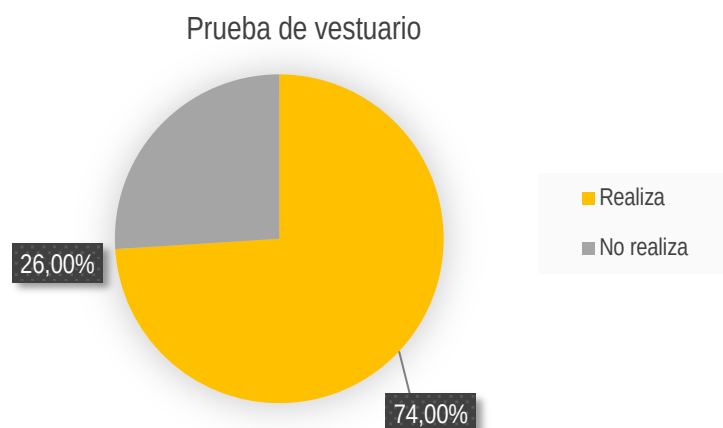
Procesos creativos	Prueba de vestuario	Porcentaje	Valores
Realiza	111	74,00%	4
No realiza	39	26,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

En el análisis de las encuestas a los 150 diseñadores, se revela que 111 de ellos, asignan un valor preponderante a la práctica del fitting, integrándola como una etapa esencial en sus procesos creativos y otorgándole un valor de 4 puntos. Este porcentaje resalta la importancia de la prueba de vestuario como una inversión en el valor simbólico, que mejora la calidad del ajuste, la satisfacción del cliente y realza la percepción de la marca en el mercado; por otro lado, los 39 diseñadores, representando el 26%, que optan por omitir la

prueba de vestuario en su proceso creativo, mantienen una puntuación de 0, reflejando la ausencia de un valor simbólico en su producción, esta omisión puede ser indicativa de una brecha en la calidad percibida de sus productos, lo que a su vez puede influir en la posición competitiva de la marca y su reconocimiento en el ámbito del diseño a medida.

El fitting es más que un simple ajuste de dimensiones; es una oportunidad para que los diseñadores y clientes colaboren estrechamente, esta interacción directa con el cliente permite una personalización detallada y una adaptación precisa a las preferencias y forma del cuerpo del cliente, resultando en una prenda que se ajusta impecablemente y transmite el estilo individual del usuario. En consecuencia, la práctica del fitting se convierte en un distintivo de excelencia y un reflejo del capital cultural del diseñador, que entiende y aplica conocimientos técnicos avanzados y una comunicación efectiva con el cliente; a su vez, esta práctica aumenta el capital simbólico de la marca, ya que las prendas resultantes se convierten en sinónimos de calidad y atención al detalle, factores altamente valorados en el mercado actual de moda personalizada.

Figura 74: Porcentajes obtenidos de la pregunta 5 sobre prueba de vestuario en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

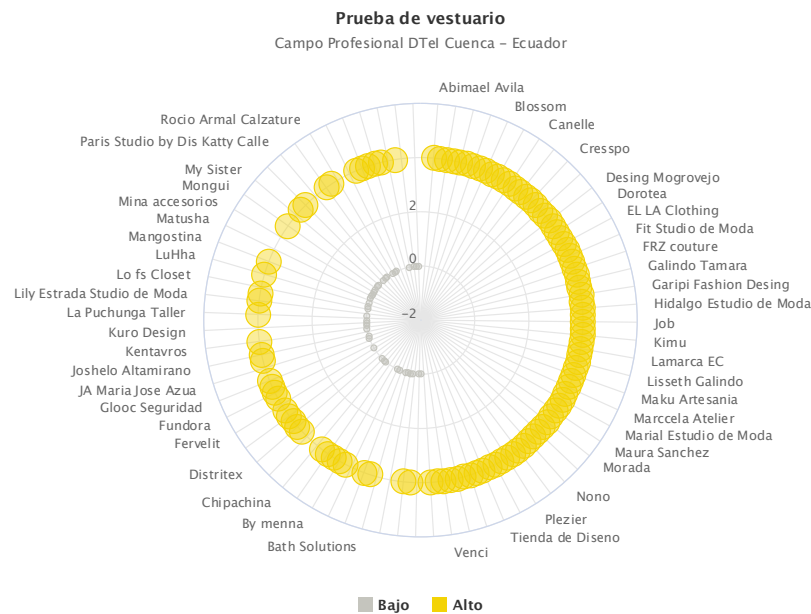


Analizando el gráfico realizado con los datos levantados, se observa que un impresionante 74% de los profesionales en el campo del diseño textil y de indumentaria integran la prueba de vestuario o fitting dentro de su proceso creativo, este dato cuantitativo refleja una comprensión colectiva de la

importancia del fitting, subrayando el compromiso de una gran mayoría de diseñadores con la calidad y la personalización en la confección de prendas; en este sentido, este proceso es visto como un proceso productivo y una inversión en capital cultural que agrega un valor simbólico a sus creaciones. En contraposición, el 26% restante de los diseñadores no incorpora la prueba de vestuario en su metodología, lo que sugiere una estrategia de diseño que posiblemente descuida el valor simbólico que esta práctica confiere, este grupo otorga un valor de 0 puntos al fitting, posiblemente impactando su capital simbólico y su competitividad en el mercado.

Estos porcentajes delinean un campo en el cual el fitting se interpreta como un marcador de prestigio y distinción profesional, donde los diseñadores que lo adoptan están alineados con las expectativas de un mercado que valora la personalización y el ajuste preciso, y se encuentran en una búsqueda activa por consolidar su posición y aumentar su poder dentro del campo. Se convierte así en una manifestación de habilidad y un símbolo de calidad, elementos imprescindibles para el éxito y la influencia en el dinámico mundo de la moda a medida; a través de esta práctica, los diseñadores generan valor simbólico en sus productos y participan en una dinámica de poder en la construcción de un habitus que valora la precisión, la personalización y la calidad excepcional.

Figura 75: *Gráfico radial que representa los agentes que realizan pruebas de vestuario en los procesos creativos y productivos de diseño a medida en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



El gráfico radial ilustra la dinámica del campo, desplegando cómo los diseñadores y marcas se posicionan a través de la incorporación de la prueba de vestuario en sus procesos creativos, esta práctica, que encarna un meticuloso cuidado en la personalización de las prendas, se convierte en un factor distintivo que otorga un valor simbólico mediante el proceso de transustanciación alto a aquellos que la realizan, alineándose así con los agentes que comprenden y capitalizan la importancia de la precisión y el ajuste en el diseño a medida. Este proceso representa más que un simple ajuste, es una declaración de la calidad y la atención al detalle que cada diseñador está dispuesto a ofrecer, donde aquellos que la llevan a cabo, que en la estructura del gráfico se revelan como una mayoría significativa, están involucrados en una lucha por la distinción y el reconocimiento dentro del campo, una lucha que se extiende más allá de la esfera técnica para adentrarse en el terreno del capital simbólico y cultural.

El fitting es un proceso productivo que actúa como un símbolo de la excelencia y del compromiso con un servicio de calidad que resuena con los valores culturales de los consumidores. Los diseñadores que priorizan la prueba de vestuario se elevan en el campo, por su habilidad para moldear tejidos al contorno del cuerpo humano y por su capacidad para tejer el capital simbólico y cultural en la misma tela de sus creaciones. Simultáneamente, la omisión de la prueba de vestuario por parte de algunos diseñadores, que constituyen una

minoría visible, señala una divergencia en la acumulación de capital cultural y económico, aunque cada diseñador tiene su propia trayectoria y estrategia dentro del campo, es evidente que aquellos que omiten esta práctica podrían estar limitando su potencial para generar un valor simbólico y, por ende, su poder y posición en el mercado.

Este proceso productivo puede influir en la legitimidad del campo profesional, se convierte en una métrica de diferenciación, donde la capacidad para llevar a cabo una prueba de vestuario exitosa puede ser tan crítica como el diseño de la prenda misma. La presencia o ausencia de este proceso puede indicar cómo cada agente se adapta, compete y prospera dentro de las estructuras preexistentes y frente a las nuevas fuerzas emergentes en el campo del DTel.

4.2.4.4 Entrega de diseño

La entrega se refiere a la fase en la que se finaliza la producción de las prendas diseñadas y se entregan al cliente, distribuidor o punto de venta final, esta etapa marca el punto en el que los productos textiles e indumentaria se hacen disponibles para su venta o uso por parte de los consumidores; en el diseño a medida esta instancia crea fidelidad con el cliente en relación su satisfacción con la prenda adquirida. Después de la entrega, es importante proporcionar un servicio de atención al cliente eficaz para manejar consultas, devoluciones y garantizar la satisfacción del cliente.

El proceso de entrega es una oportunidad para reafirmar la calidad del diseño y para crear una última impresión duradera en el cliente, aspectos que se traducen en un aumento del valor percibido y en la fidelización del cliente. La práctica de una entrega cuidadosa y profesional es un reflejo de la calidad del producto, y testimonio del compromiso del diseñador con la excelencia en todos los aspectos del proceso productivo, al cual se le atribuye un significativo valor de 4 puntos a los diseñadores que realizan este proceso; y por el

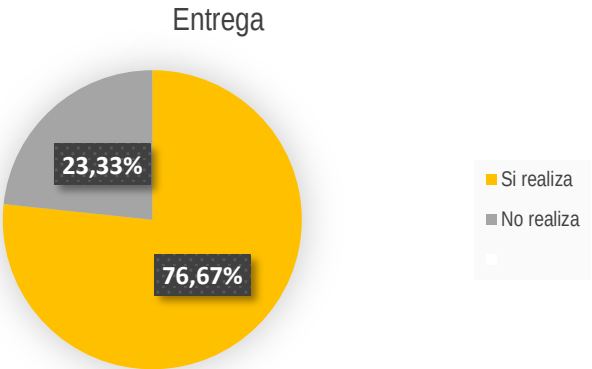
contrario la omisión de una entrega adecuada en la producción de diseño se refleja en la asignación de un valor de 0 puntos.

Tabla 34: Datos obtenidos de la pregunta 5 sobre la entrega de diseño en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Entrega de diseño	Porcentaje	Valores
Si realiza	115	76,67%	4
No realiza	35	23,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

En los datos analizados, un total de 115 diseñadores reconocen la importancia de la entrega como parte integral de su proceso productivo, asegurando que el producto cumpla con las expectativas de calidad y diseño, refleje a su vez un servicio al cliente excepcional; por otro lado, en 15 diseñadores se evidencia la ausencia de este proceso, lo que sugiere una posible desconexión con las prácticas que enriquecen la experiencia del cliente y la percepción del valor del producto. Al no realizar una entrega formal o destacada, estos diseñadores podrían estar perdiendo una oportunidad valiosa para fortalecer la relación con el cliente y para que el producto de diseño sea plenamente apreciado.

Figura 76: Porcentajes obtenidos de la pregunta 5 sobre la entrega de diseño en los procesos creativos de diseño a medida, realizados por los productores de DTel en Cuenca.

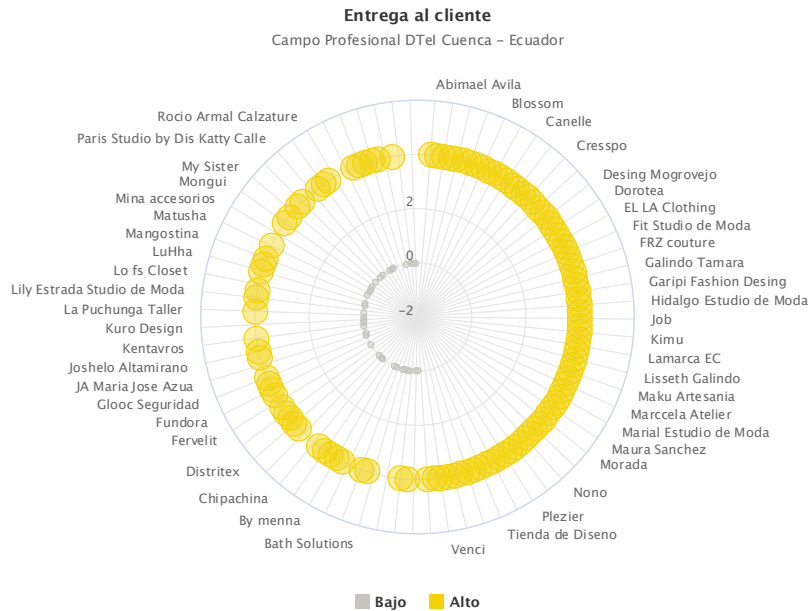


Los diseñadores que realizan la entrega aprovechan su capital económico para gestionar la logística y la distribución de las prendas de vestir. Esto puede incluir la inversión en sistemas de transporte, almacenes y personal de entrega.

La entrega eficiente de prendas de vestir puede requerir habilidades técnicas en logística y gestión de inventario. Aquellos con un alto nivel de capital técnico pueden optimizar los procesos de entrega y minimizar los costos.

La entrega implica la colaboración con socios y proveedores en la cadena de suministro. Las conexiones y relaciones en la industria de la moda pueden influir en la eficiencia y la calidad de la entrega. La entrega puntual y eficiente puede contribuir al capital simbólico de una marca o diseñador, ya que refleja un compromiso con la satisfacción del cliente y la integridad de la marca.

Figura 77: Gráfico radial que representa los agentes que realizan la entrega de los diseños a los clientes en los procesos creativos y productivos de diseño a medida en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El diagrama radial representa el campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, donde cada punto en el gráfico representa a un productor o agente dentro de este campo, y su posición radial indica el valor simbólico mediante el proceso de transustanciación que sus diseños aportan al campo. Los que están más cerca del centro, marcados con "0" se interpretan como aquellos cuyos diseños tienen un valor simbólico más bajo, mientras que los que están más lejos del centro, hacia el borde exterior del gráfico, se interpretan como aquellos con un valor simbólico más alto y

adquieren este reconocimiento al realizar el proceso de entrega cuando realizan diseños a medida, lo que puede reflejar el reconocimiento y la influencia que tienen dentro del campo.

Este gráfico se interpreta la lucha por el reconocimiento y la legitimidad, donde los diseñadores buscan diferenciarse a través de la creatividad, la innovación, el desarrollo de un estilo distintivo y sobre todo con el valor simbólico mediante el proceso de transustanciación que generan sus productos; el éxito en este campo depende de la habilidad técnica y de la capacidad de cada agente para navegar en las estructuras preexistentes y capitalizar las nuevas tendencias y fuerzas emergentes. La presencia de alto y bajo valor simbólico también se interpreta también como una guerra de clases dentro del ámbito cultural de la moda, donde el capital simbólico, cultural y económico juega un papel relevante. En este espacio es importante la habilidad de producir diseños atractivos y la capacidad de comunicar y comercializar esos diseños de manera efectiva, aprovechando las culturas y las dinámicas económicas actuales.

4.3.5 Procesos productivos: técnicas y acabados

En el campo de diseño textil e indumentaria, los agentes compiten y colaboran en la innovación, aplicación y perfeccionamiento de diferentes técnicas, donde el conocimiento y habilidad en técnicas textiles específicas y acabados es una forma de capital cultural que poseen ciertos agentes en el campo. Ciertas técnicas y acabados pueden aumentar el valor percibido de una prenda, añadiendo una dimensión simbólica; por ejemplo, el bordado, ya sea artesanal o industrial, otorga un sello de autenticidad y exclusividad a la prenda. Las decisiones que toman los diseñadores sobre qué técnicas y acabados son influenciadas por un habitus compartido, que se refiere a disposiciones y prácticas habituales en el campo.

La elección de técnicas y acabados también está influenciada por consideraciones económicas, algunas técnicas, como la sublimación, son favorecidas debido a su eficiencia en términos de tiempo y coste; los agentes

en el campo están constantemente en busca de innovaciones y diferenciación, donde la adopción de ciertas técnicas y acabados puede ser una estrategia para ganar reconocimiento y posicionarse de manera ventajosa en el mercado. Además, existen dinámicas de poder relacionadas con el acceso a recursos, tecnologías y conocimientos especializados donde aquellos agentes que dominan ciertas técnicas podrían tener una ventaja en el campo. En este sentido, se analizan algunas de las técnicas y acabados textiles aplicados por los productores:

Figura 78: *Pregunta 6 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*

TÉCNICAS Y ACABADOS TEXTILES

Sublimado	☐
Tinturado	☐
Bordados	☐
Appliques	☐
Plizado	☐
Encarrujado	☐
Otro _____	☐

El análisis que sigue desglosa los datos recabados de encuestas aplicadas a 150 diseñadores de la ciudad de Cuenca. En primer lugar, se examina detalladamente cada pregunta formulada en la encuesta, junto con la valoración que mediante este estudio se ha asignado al valor simbólico mediante el proceso de transustanciación que cada una de las preguntas genera. Seguidamente, se realiza una interpretación de estos datos bajo la lente de la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, buscando entender las dinámicas de poder y prestigio dentro del sector.

Posteriormente, con base en esta teoría y los resultados obtenidos, se elabora un gráfico radial en el programa Rapidminer, este diagrama es una representación visual del lugar que ocupan las distintas marcas de los diseñadores en el campo. El análisis de este gráfico nos permite apreciar el posicionamiento relativo de cada marca, evidenciando cómo se distinguen y se valoran unas a otras dentro de este espacio profesional competitivo. Este proceso brinda una interpretación cuantitativa de los datos y proporciona una

perspectiva cuantitativa y cualitativa que enriquece la comprensión del tejido profesional del diseño en Cuenca, enfatizando la importancia de las estrategias de distinción y la acumulación de capital simbólico en la consolidación de la identidad y el éxito de las marcas de diseño.

4.2.5.1 Sublimado

El sublimado es un proceso de impresión por calor en el que una tinta especial se convierte en gas y se adhiere en las fibras de una tela, permite que las imágenes impresas sean duraderas y resistentes al lavado, se utiliza para crear diseños de alta resolución y de colores vibrantes en prendas textiles, como camisetas y ropa deportiva; este proceso se basa en la sublimación, que es la transformación directa de una sustancia de estado sólido a gas sin pasar por el estado líquido. Este proceso comienza con la creación de un diseño digital en una computadora, que puede ser una imagen, un patrón o cualquier elemento gráfico deseado, que se convierte en la base de todo el proceso; luego, el diseño se imprime en papel especial de sublimación utilizando tintas específicas de sublimación, estas tintas tienen una propiedad particular, ya que se convierten en gas cuando se calientan, en lugar de convertirse en líquido como las tintas convencionales.

Dentro del panorama de la producción de diseño, la técnica del sublimado se ha identificado como un componente que genera valor simbólico de los productos. Al evaluar la práctica productiva de 150 diseñadores de Cuenca, se destaca que aquellos que integran el sublimado en sus procesos añaden una capa distintiva de valor, cuantificable en 3 puntos, esta valoración subraya el enriquecimiento que tal técnica aporta, traducándose en un aumento de la calidad percibida, originalidad y atractivo de los productos finales; por otro lado, la omisión de esta técnica en la manufactura resulta en una asignación de 0 puntos, lo que sugiere una oportunidad perdida de enriquecer el producto y, por ende, un no incremento en el valor simbólico. El sublimado puede mejorar la estética del diseño y convertirse en un indicativo de una mayor personalización y adaptación a las preferencias de los consumidores, aspectos altamente valorados en el mercado actual.

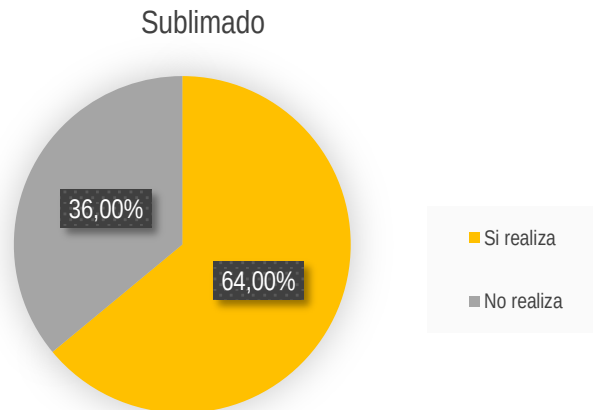
Tabla 35: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de sublimado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Sublimado	Porcentaje	Valores
Si realiza	96	64,00%	3
No realiza	54	36,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

marcas de DTel en Cuenca.

De un total de 150 diseñadores encuestados, 96 de ellos incorporan el sublimado dentro de su proceso productivo, este número refleja la apreciación significativa que la técnica del sublimado aporta al producto final en términos de calidad y diferenciación y en la percepción de la exclusividad que la marca ofrece ante los consumidores; en contraste, 54 productores no emplean esta técnica, lo que indica la falta de utilización del sublimado como una ausencia de incremento en el valor simbólico por medio de esta técnica, lo que podría sugerir una menor diferenciación y un posicionamiento menos ventajoso en el mercado competitivo del diseño. Se considera que los diseñadores que aplican el sublimado a sus productos mejoran su oferta, y con ello potencian su visibilidad dentro del campo profesional de DTel en Cuenca, lo cual puede contribuir a una mayor cuota de mercado y a un reconocimiento más amplio dentro de este sector.

Figura 79: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de sublimado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

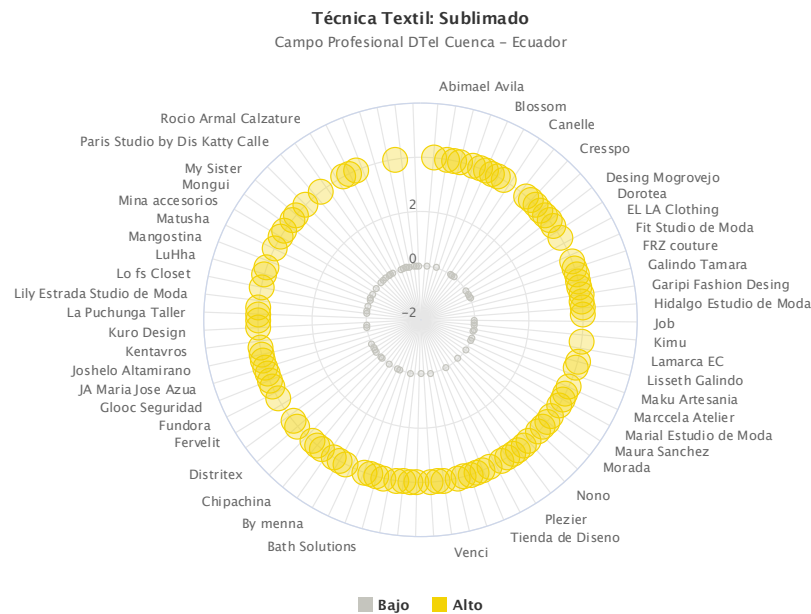


Observamos en el gráfico generado que el 64% de los diseñadores incorporan la técnica de sublimado en su proceso productivo, este dato refleja a un grupo de diseñadores que está acumulando capital específico en el campo, el cual está asociado a un valor simbólico significativo, este valor simboliza el poder y el prestigio que se adquieren al adoptar técnicas que realzan la calidad visual y táctil del producto y denotan una búsqueda de adaptación a tendencias contemporáneas; la otra parte, es decir el 36% de los diseñadores, no emplean el sublimado, esto refleja una posición diferente en el campo: una que posiblemente no aprovecha las mismas oportunidades para acumular capital simbólico y diferenciarse dentro de un mercado competitivo; sin embargo, esta omisión puede ser también una decisión estratégica, un aspecto del habitus de estos diseñadores que elige otros medios para agregar valor a sus productos o que tal vez se centra en un nicho de mercado distinto.

La adopción del sublimado como técnica refleja una inversión de capital tanto económico como cultural, donde los diseñadores que lo utilizan están invirtiendo en equipamiento y formación, pero también están señalizando su pertenencia a una esfera de la moda que valora la personalización y la calidad, ellos se sitúan en una posición dentro del campo que les permite ejercer mayor influencia y, potencialmente, lograr una mayor legitimidad y reconocimiento por parte de sus pares y del público consumidor. Se visualiza una división del campo en dos grupos, lo que señala la existencia de distintas estrategias de acumulación de capital en el campo. A largo plazo, estas estrategias pueden influir en la consolidación del campo profesional, determinando qué prácticas se consideran normativas y cuáles se perciben como innovadoras o

marginales. En última instancia, la técnica del sublimado se convierte en un símbolo de la dinámica de poder y las formas de capital que caracterizan al diseño textil e indumentaria en Cuenca.

Figura 80: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de sublimado en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico representa a la técnica del sublimado como un proceso productivo que genera valor simbólico mediante el proceso de transustanciación a los productos, los diseñadores o marcas se distribuyen a lo largo de un eje radial, donde la distancia desde el centro refleja la magnitud del valor simbólico que el sublimado aporta a sus productos; aquellos situados en las capas exteriores del gráfico han sido calificados con un valor simbólico alto, lo que indica que el sublimado es una parte integral de su proceso de diseño y les otorga una ventaja distintiva en el mercado. El sublimado como técnica, implica una mejora estética o la incorporación de elementos gráficos en las prendas y representa un compromiso con la innovación; los agentes que adoptan esta técnica se colocan estratégicamente dentro del campo, estableciendo así un estándar de distinción y excelencia. Esta práctica puede ser vista como una manifestación de capital simbólico, que va más allá del valor económico, abarcando el reconocimiento y prestigio cultural.

La batalla por la distinción es evidente a través del gráfico, reflejando una guerra de clases cultural dentro del diseño textil y de indumentaria, donde los diseñadores y marcas participan en un diálogo con las estructuras preexistentes del campo, así como con nuevas fuerzas emergentes, como tendencias de moda, innovación tecnológica y demandas del mercado, donde la posición de cada marca en este espacio es un reflejo directo de su habilidad para navegar estas complejas dinámicas y su éxito en acumular capital simbólico y económico. Esta lucha por el reconocimiento y la legitimidad se manifiesta en todas las esferas de la producción y el consumo, donde la innovación y la calidad se convierten en los ejes centrales de la competencia por el reconocimiento y el éxito.

4.2.5.2 Tinturado

El tinturado es el proceso de aplicación de color a las telas o prendas textiles que puede realizarse a través de diversos métodos, como la tintura por inmersión, la tintura por estampado o la tintura por pulverización, esta práctica permite crear una amplia gama de colores y efectos en las telas, lo que agrega versatilidad y personalización a los diseños; la técnica comienza con la selección cuidadosa del tejido base sobre el cual se aplicará el color, esta puede variar en composición y características, lo que requiere un enfoque específico para lograr el resultado deseado; la preparación de la tintura y la formulación de la solución de tintura varía según el color deseado y el tipo de tejido, para lo cual se utilizan colorantes específicos, agua y productos químicos auxiliares según las necesidades del proceso. La aplicación de la tintura se realiza de diversas formas, como el teñido por inmersión, el teñido por lotes o el teñido en estampados, entre otros métodos; cada técnica requiere un control preciso de factores como la temperatura, el tiempo y la agitación para lograr resultados consistentes y la profundidad de color deseada. Después de aplicar la tintura, se lleva a cabo un proceso de fijación para asegurar que el color se adhiera de manera permanente al tejido, esto puede implicar el uso de calor, vapor o productos químicos, dependiendo de la técnica de tinturado empleado. El tejido tinturado se somete a un proceso de lavado y acabado para eliminar cualquier residuo de tintura no fijada y mejorar

su apariencia y tacto, este paso puede incluir tratamientos adicionales como el suavizado o el planchado para garantizar que el tejido esté listo para su uso en la confección de prendas de vestir.

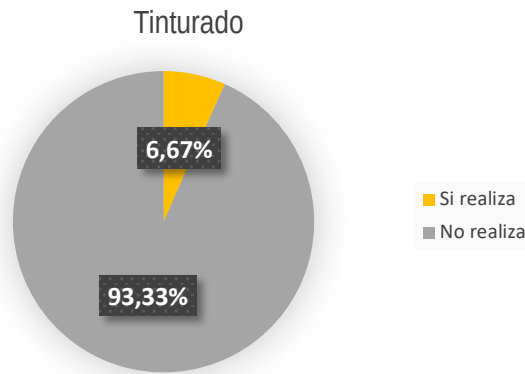
El tinturado es un elemento esencial en la creación de textiles y prendas de vestir, ya que permite a los diseñadores y fabricantes lograr una amplia variedad de efectos visuales y estilos, donde la elección de colores, patrones y técnicas de tinturado influye de manera significativa en el aspecto final de la ropa, su atractivo en el mercado de la moda y el valor simbólico que esta técnica añade a los productos. En reconocimiento a la importancia de esta habilidad, los diseñadores que emplean técnicas de tinturado en su trabajo son valorados con 3 puntos; por otro lado, aquellos que no aplican este proceso no reciben puntuación, destacando la contribución de esta técnica en el valor en las prendas de vestir, como un proceso eco amigable con el ambiente.

Tabla 36: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de tinturado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Técnica: tinturado	Porcentaje	Porcentaje	Se obs
Si realiza	10	6,67%	3	
No realiza	140	93,33%	0	
TOTAL	150	100,00%		

Se observa que, de los 150 diseñadores encuestados, una proporción significativa no realiza el proceso de tinturado, se destaca la importancia y el valor de esta técnica textil que 10 diseñadores lo realizan, agregando un valor considerable a sus productos y, por ende, a su marca personal en el mercado. La adopción del sublimado por parte de los diseñadores en Cuenca tiene un impacto notable en el valor simbólico de sus productos, diferenciándolos en un mercado cada vez más saturado, donde la capacidad de crear prendas únicas, personalizadas y de alta calidad puede ser un factor determinante para los consumidores a la hora de tomar decisiones de compra; además, el uso de técnicas innovadoras como el tinturado puede mejorar el posicionamiento de la marca de los diseñadores, estableciéndolos como líderes en creatividad, innovación y calidad dentro del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

Figura 81: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de tinturado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

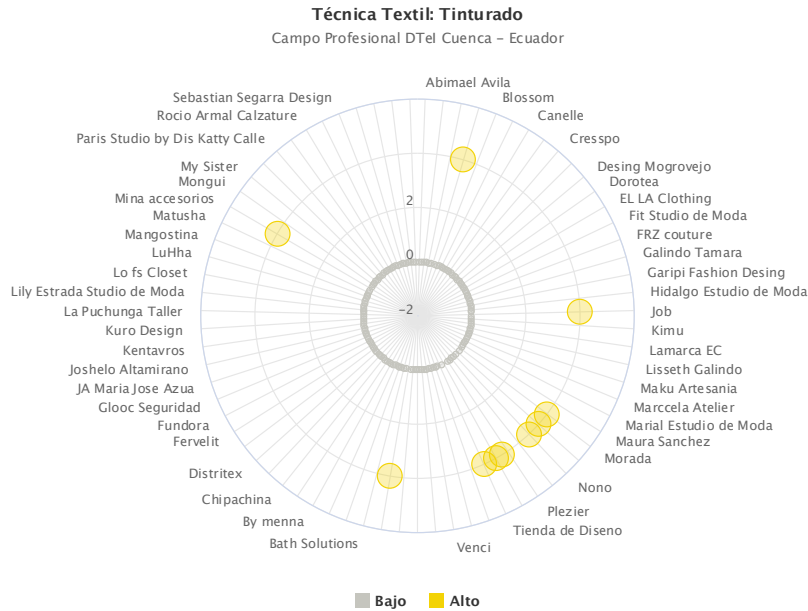


Al analizar el gráfico bajo la perspectiva de Bourdieu, podemos dilucidar las dinámicas subyacentes en el campo, con solo un 6,67% de los diseñadores en la ciudad realiza el proceso de tinturado, mientras que un abrumador 93,33% no lo hace, estos porcentajes reflejan una estructura de campo donde la técnica de tinturado es una práctica menos común. El pequeño porcentaje de diseñadores que emplea el tinturado puede ser visto como poseedores de un tipo específico de capital cultural y técnico, lo cual les permite crear prendas con un valor simbólico que denota compromiso con el ambiente y una producción consciente; por tanto, el uso del tinturado puede contribuir significativamente al posicionamiento de la marca en el mercado, asociándola con la exclusividad, la originalidad y la sostenibilidad.

En las disposiciones adquiridas por los individuos en función de su entorno, los diseñadores que realizan el tinturado pueden haber desarrollado una predisposición hacia la innovación y la experimentación, influyendo en sus decisiones creativas y empresariales; estos diseñadores, aunque sean minoría, pueden ejercer influencia dentro del campo al establecer estándares de calidad y prácticas de diseño que pueden desafiar y potencialmente cambiar el habitus predominante. El poder en el campo está distribuido en función del capital que cada agente posee, en este caso, el poder se ejerce por aquellos diseñadores que son capaces de realizar el tinturado y, por lo tanto, producir obras que se destacan en el campo, estas prácticas son una forma de capital simbólico que eleva la percepción y la reputación del diseñador, fortaleciendo su posición en el campo.

La consolidación del campo se ve influida por estos agentes minoritarios que llevan a cabo el tinturado, al aportar al campo con productos de alta calidad y estética diferenciada, estos diseñadores pueden estar definiendo las fronteras del campo y estableciendo un nicho de mercado que valora el diseño innovador y la calidad excepcional, aunque el tinturado sea una práctica minoritaria, su impacto en el valor simbólico de los productos y el posicionamiento de marca es significativo en la evolución y consolidación del campo.

Figura 82: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de tinturado en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Los diseñadores y marcas que se aventuran en el tinturado están apostando por una diferenciación que les confiere una ventaja competitiva, más allá de

una cuestión de estética, se convierte en una lucha por la distinción y legitimidad dentro del campo. El proceso de tinturado, cuando se realiza con habilidad, mejora la apariencia de una prenda y puede infundir en ella un carácter distintivo que resuena con los valores y gustos de los consumidores; por ende, aquellos que logran un alto valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación desde la aplicación de las técnicas de tinturado, se encuentran en una posición privilegiada, ocupando una parte del campo asociada con la innovación y la distinción. Esta lucha por la distinción es análoga a una guerra de clases dentro del ámbito cultural, donde la competencia por la visibilidad y el reconocimiento es intensa, en el gráfico se puede observar una distribución que refleja esta lucha, con algunos agentes alcanzando un posicionamiento más prominente, simbolizado por una ubicación más cercana al centro del gráfico y marcados con un alto valor simbólico, estos productores se destacan en el campo y son percibidos como líderes en términos de innovación y calidad.

Sin embargo, la dinámica del campo no es estática, la interacción entre las estructuras preexistentes y las nuevas fuerzas emergentes es constante, donde los agentes con menor valor simbólico, representados más lejos del centro del gráfico, aún juegan un papel en el campo, su presencia desafía a los productores establecidos y contribuye a la evolución del campo. La adaptación y la adopción de nuevas técnicas, como el tinturado, pueden alterar el equilibrio de poder y permitir que nuevos participantes asciendan; además, el capital simbólico, cultural y económico influye en la posición de cada agente dentro del campo, el capital simbólico, en particular, es relevante ya que está vinculado a la percepción y al prestigio. Los agentes que logran acumular capital simbólico a través de sus técnicas de tinturado se benefician de un reconocimiento que trasciende lo económico y lo cultural, cimentando su posición en el campo y atrayendo a consumidores que buscan productos con estas cualidades distintivas, lo que indica una continua y compleja interacción de estrategias, habilidades y recursos que definen la naturaleza y la dirección del campo en su conjunto.

4.2.5.3 Bordado

El bordado es una técnica que implica la decoración de tejidos mediante la costura de hilos en diseños específicos, puede ser realizado a mano o a máquina y se utiliza para agregar detalles intrincados, logotipos, patrones y textura a la ropa, su incorporación en el proceso creativo sigue varios pasos clave que inician con la fase de diseño que puede incluir patrones, detalles o ilustraciones que se deseen aplicar a la tela, mediante un software de diseño gráfico para elaborar un esquema detallado o trabajar directamente sobre el tejido con bocetos preliminares; la selección de materiales entre hilos de bordar, hilos metálicos, cuentas, lentejuelas u otros elementos decorativos es otro paso importante; se utiliza un aro de bordar o bastidor para mantener la tela tensa y facilitar el proceso.

El bordado enriquece la moda y la indumentaria con un toque singular y personalizado, destacándose como una técnica valorada en la industria. A los diseñadores que incorporan este método se les otorga un valor de 3 puntos, en contraposición, quienes omiten este proceso en sus creaciones reciben 0 puntos.

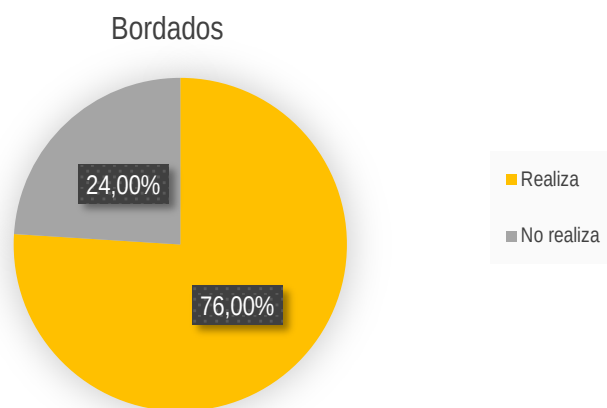
Tabla 37: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de bordado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Técnica: bordado	Porcentaje	Valores
Realiza	114	76,00%	3
No realiza	36	24,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

El análisis de datos indica que, de un total de 150 diseñadores, 114 realizan el proceso productivo de bordado en sus creaciones, mientras que 36 no lo incorporan. El hecho de que la gran mayoría de diseñadores en Cuenca opten por incorporar bordados en sus diseños subraya la importancia de esta técnica en el campo, que puede conferir un carácter distintivo y personalizado a los productos. Esta diferenciación se refleja en el posicionamiento de las marcas en un mercado competitivo, ya que el bordado puede ser percibido como un

símbolo de calidad, atención al detalle y creatividad; en consecuencia, los diseñadores o agentes que aplican el bordado en sus creaciones tienden a ganar un prestigio elevado dentro del ámbito profesional, lo que puede traducirse en una ventaja competitiva significativa. Este enfoque hacia técnicas añade valor simbólico, beneficia su reputación e influye positivamente en la percepción del cliente, la demanda de sus productos y en última instancia, en su éxito.

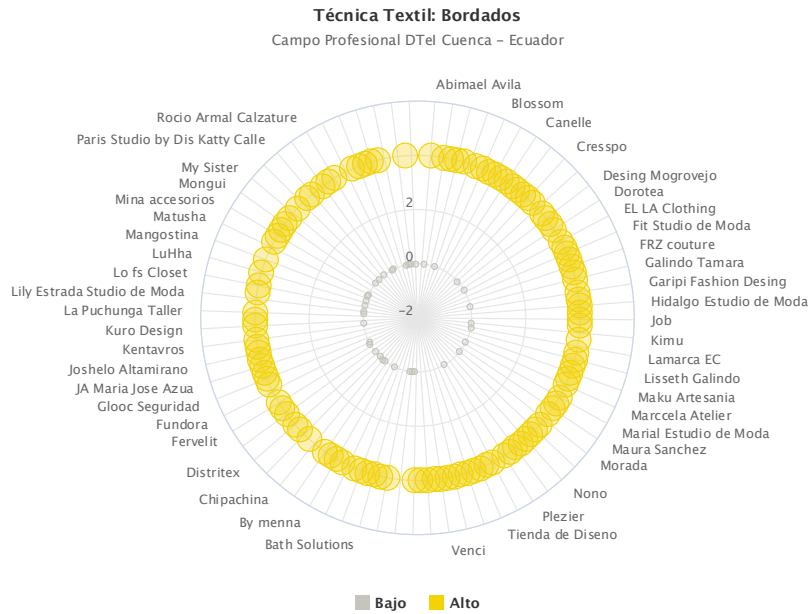
Figura 83: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de bordado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.



El gráfico se interpreta como una representación visual de la estructura del campo del diseño textil e indumentaria, donde el bordado actúa como una forma de capital cultural. Se registra que el 76% de los diseñadores incorporan el bordado en sus creaciones, lo que podría interpretarse como un indicativo de su habilidad para acumular capital cultural y simbólico dentro del campo. Estos diseñadores han comprendido que el bordado aporta valor estético y artesanal a sus obras, y sirve como un distintivo de exclusividad, elementos importantes en la consolidación de su posición en el campo del diseño; así, su aplicación refleja un reconocimiento tangible de este capital cultural y simbólico, que a su vez contribuye a su habitus como creadores dentro de una esfera profesional competitiva y distintiva; por otro lado, el 24% de los diseñadores que no realizan bordados, posiblemente por elección o por limitaciones en habilidades o recursos, no acumulan puntos y, por tanto, podrían estar en una posición menos ventajosa en términos de capital dentro del campo, esto no implica necesariamente una desventaja absoluta, ya que pueden estar acumulando

otros tipos de capital (como económico, social o tecnológico) que el gráfico no refleja; sin embargo, desde la perspectiva de Bourdieu, su habitus podría estar orientado hacia otras prácticas innovadoras o minimalistas que desafían la norma establecida del bordado como valor simbólico. Este poder y prestigio derivados del uso del bordado evidencian la dinámica del campo, donde el capital cultural y la innovación pueden definir el reconocimiento del éxito profesional.

Figura 84: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de bordado en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar refleja la estructura dinámica y multifacética del campo, un microcosmos donde se libra una contienda simbólica por la distinción y legitimidad; en este espacio, cada diseñador o estudio de diseño actúa como agente cultural, cuyas creaciones bordadas se traducen en capital simbólico y cultural. Los productores que invierten en el proceso de bordado elevan el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de sus diseños, al mejorar su producto se posicionan estratégicamente dentro del campo, este acto de embellecimiento textil es una afirmación de estatus y una búsqueda de reconocimiento dentro de la jerarquía del diseño, donde el bordado se convierte en un símbolo de excelencia y distinción. En el ámbito de Cuenca, el bordado es más que una técnica; es una declaración de la visión cultural y una apuesta por la calidad que distingue a unos diseñadores de otros, los que alcanzan un alto valor simbólico mediante el bordado están involucrados en una guerra de clases simbólica, aspirando a una posición más elevada en el campo y buscando el reconocimiento de sus pares y del mercado; mientras tanto, aquellos que optan por no bordar o que generan un valor simbólico más bajo, son vistos como agentes que eligen no participar en esta lucha por el prestigio o que, quizás, buscan diferenciarse mediante otras estrategias.

Este gráfico ilustra también que el campo está influenciado tanto por estructuras establecidas como por nuevas fuerzas emergentes, estas últimas pueden ser tendencias de moda, tecnologías de diseño o cambios en las preferencias de consumo; en una interacción compleja que determina tanto su capital simbólico como su capital cultural y económico, donde el proceso productivo del bordado es una práctica significativa que puede otorgar reconocimiento y posicionamiento dentro del campo, reflejando las luchas por la distinción cultural en este ámbito profesional.

4.2.5.4 Apliques bordados

El término apliques bordados en el contexto del diseño textil e indumentaria se refiere a la técnica de agregar piezas de tela o adornos a una prenda de vestir para crear detalles decorativos o funcionales, estos pueden ser cosidos, pegados o unidos de diversas maneras al tejido base, pueden ser simples,

como parches, o más elaborados, como encajes o telas contrastantes; una de las técnicas más comunes es la aplicación de apliques de tela bordada, que consiste en cortar piezas de tela en diseños específicos y coserlas o pegarlas en la prenda; otra técnica ampliamente utilizada es la aplicación de apliques bordados, que implica el uso de hilos para coser diseños intrincados en la prenda o tela base; el guipur, un material delicado y sofisticado, se emplea comúnmente como aplique en vestidos y lencería, que se cosen para brindar un toque de elegancia y feminidad al diseño de la prenda; para lograr un efecto brillante y llamativo, se utilizan apliques de pedrería bordada, que implican la adición de gemas, lentejuelas o cristales, estos apliques se encuentran en vestidos de noche, trajes de baño y otras prendas destinadas a ocasiones especiales, añadiendo un toque de glamour.

Las técnicas de aplicaciones enriquecen significativamente la creación de moda, realizando la expresión de individualidad a través del vestuario, por esta razón, se otorgan 3 puntos a los diseñadores que integran esta habilidad artesanal en sus procesos de producción, mientras que aquellos que no emplean esta técnica textil no reciben puntuación.

Tabla 38: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de apliques bordados en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

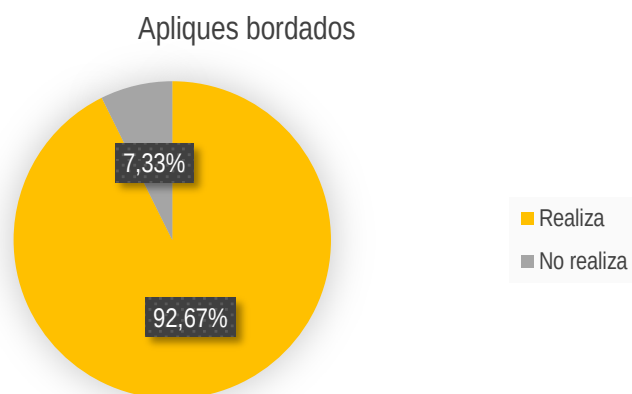
Proceso productivo	Técnica: apliques bordados	Porcentaje	Valores
Realiza	139	92,67%	3
No realiza	11	7,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

El cuadro detalla la prevalencia de la técnica de apliques bordados como técnica de valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación en el proceso productivo de los diseñadores de textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca. De un conjunto de 150 productores, 139 de ellos lo han incorporado en sus creaciones, esta amplia adopción subraya el reconocimiento del bordado como un elemento diferenciador y de valor en el diseño de moda, reflejando su importancia para añadir singularidad y atractivo a las piezas de

indumentaria, lo que se interpreta como un indicativo del prestigio y la calidad que se busca transmitir en las prendas, refleja así la habilidad técnica y el capital tanto cultural como simbólico que los diseñadores de Cuenca están dispuestos a invertir y fomentar en sus marcas; en contraste, sólo un pequeño grupo de 11 diseñadores, representando el 7,33%, no emplea esta técnica en sus procesos productivos, lo que se percibe como menos comprometidos con las técnicas tradicionales de valor simbólico o tal vez enfocados en una estética minimalista o en otros métodos de diferenciación.

Esta distribución enfatiza la relevancia de la técnica de apliques bordados en el posicionamiento de los diseñadores dentro del competitivo campo del diseño textil e indumentaria, donde aquellos que optan por el bordado están tomando una decisión consciente para destacar, posicionar su marca y atraer a un segmento de mercado que valora la artesanía detallada y personalizada; esta estrategia mejora la estética de las prendas, potencia el reconocimiento de la marca y eleva su estatus dentro del panorama del diseño en Cuenca, contribuyendo así al dinamismo y la consolidación del campo profesional.

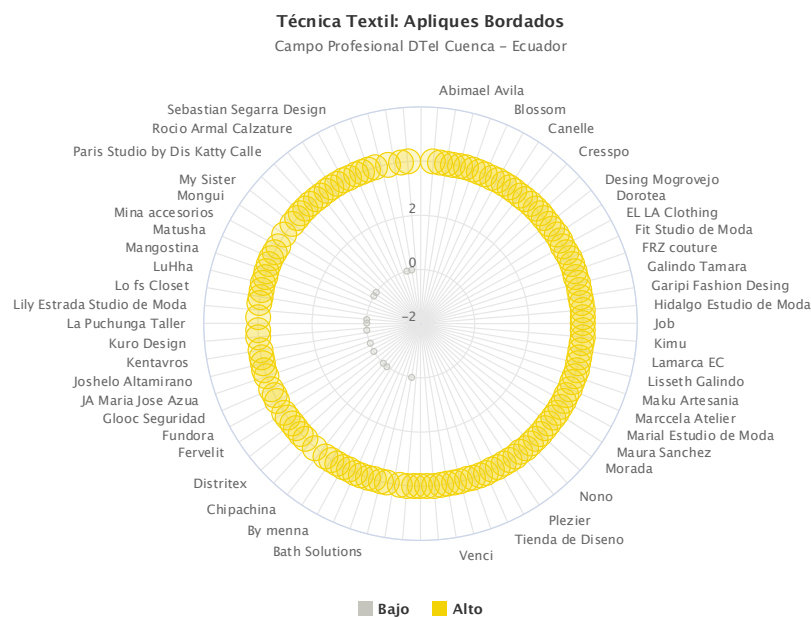
Figura 85: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo de la técnica de apliques bordados en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.



La técnica de apliques bordados es utilizada por un 92,67% de los diseñadores denota una fuerte inclinación hacia prácticas que realzan la artesanía y la personalización en el diseño de moda, este alto porcentaje indica que el uso de esta técnica se ha convertido en una norma dentro del habitus del campo, una

disposición interiorizada que guía las prácticas y las elecciones estéticas de los diseñadores, que están ejerciendo su poder en el campo a través de una estrategia de diferenciación que les permite acumular capital, al considerar los apliques bordados como un proceso productivo de valor simbólico que mejoran la apariencia de las prendas y señalan una posición elevada en el campo, lo que puede traducirse en un mayor reconocimiento y, posiblemente, en un precio de mercado más alto; por otro lado, el 7,33% que no utiliza esta técnica podría interpretarse como diseñadores que, o bien están posicionados en una subcampo que valora la simplicidad y la minimalista, o que tal vez no tienen acceso al mismo capital cultural y simbólico, o simplemente optan por otras estrategias de diferenciación, esta minoría también desempeña un papel importante en el campo, ya que la existencia de una diversidad de prácticas es esencial para la dinámica y la evolución del mismo. La elección de aplicar o no aplicar este proceso es una manifestación del habitus de los diseñadores, una acción que refleja sus propias disposiciones y capital afecta también la percepción de su marca y su posición en el campo.

Figura 86: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de apliques bordados en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Este gráfico radial despliega la jerarquía y la dinámica del campo, poniendo de manifiesto cómo los productores, como agentes activos, buscan distinguirse y consolidar su presencia. La aplicación de apliques bordados en sus diseños se convierte en una arena competitiva, donde el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que aportan ya sea alto o bajo, influye decisivamente en su posición dentro del campo; aquellos con un nivel alto de aplicación de esta técnica textil son reconocidos por su dedicación a la artesanía y a la innovación, lo que les confiere un capital simbólico y cultural considerable.

Este campo es escenario de una constante lucha por la distinción, donde los diseñadores compiten por legitimar su producción y su marca como la más significativa y diferenciada, un reflejo de la guerra de clases cultural que Bourdieu ilustra en su teoría, como una competencia entre los agentes por el prestigio y el reconocimiento, una interacción con las estructuras preexistentes, como las normas de la moda, códigos vestimentarios, estilos instaurados y las expectativas del mercado, y con nuevas fuerzas emergentes, como tecnologías de diseño innovadoras y cambios en las preferencias de consumo.

Los productores que se destacan por un valor simbólico alto en el uso de apliques bordados disfrutan de una posición elevada en el campo, con una marca bien establecida y un reconocimiento que les permite comandar precios diferentes y una clientela leal, esto se debe a que esta técnica de acabado mejora la estética del producto final y simboliza una inversión en calidad y detalle que resuena con un mercado que busca exclusividad y expresión personal; por otro lado, aquellos con un valor simbólico bajo pueden estar adoptando un enfoque minimalista o centrarse en otras estrategias de diferenciación y estar enfocados en otros elementos del diseño o quizás en segmentos de mercado diferentes; sin embargo, su contribución al campo es igualmente importante, ya que proporcionan contraste y diversidad, lo que enriquece el tejido cultural y profesional del diseño. Es un entorno donde el capital simbólico, cultural y económico se entrelazan, y donde cada diseñador como agente busca establecer su distinción y legitimidad a través de su producción.

4.2.5.5 Acabado textil: Plisado

El plisado es un acabado textil que consiste en crear pliegues o arrugas en una tela de manera uniforme, que se logra mediante calor, presión o manipulación mecánica que agrega textura y dimensión a las prendas y es comúnmente utilizado en faldas, vestidos y camisas; se considera un acabado versátil que puede llevarse a cabo de diversas maneras, cada una con sus propias características y aplicaciones; uno de los métodos más comunes es el plisado en caliente, que utiliza calor y presión para crear pliegues en la tela a través de rodillos o prensas calientes, se aplica calor, y la tela se pliega automáticamente en los lugares donde se aplica el calor, este proceso es ampliamente utilizado en la producción industrial de textiles plisados, ofreciendo eficiencia y uniformidad en el resultado final; el plisado químico, en cambio, involucra la aplicación de una solución química en áreas específicas de la tela para debilitar las fibras de manera controlada, luego la tela se pliega y se somete a calor para fijar los pliegues, lo que permite una mayor variedad de patrones y diseños creativos; por otro lado, el plisado a mano es un enfoque completamente manual en el que se dobla y arruga la tela de forma artesanal para crear los pliegues deseados, este método se reserva principalmente para la confección de prendas de alta costura y accesorios de moda, donde la atención al detalle es esencial.

En el caso del plisado por pliegue y costura, se pliega la tela a lo largo de líneas específicas y se cose, ya sea a mano o a máquina, para mantener los pliegues en su lugar, se utiliza para crear detalles estructurales en prendas, como volantes plisados, que añaden volumen y textura a la ropa y finalmente el plisado por corte y estiramiento implica cortar la tela en patrones específicos y luego estirar y coser para crear pliegues en el tejido, este método es comúnmente empleado en la confección de prendas deportivas y de baño, ya que permite crear pliegues que se adaptan bien a la movilidad y funcionalidad de estas prendas.

El plisado, como técnica de confección, confiere textura, dinamismo y una estética distintiva a las piezas de diseño, siendo una elección prevalente tanto en la alta costura como en la confección de moda a gran escala; dicha técnica es altamente valorada, asignando un valor de 3 puntos a los diseñadores que la incorporan en sus procesos productivos, en reconocimiento a su contribución al valor estético de la prenda; en contraste, a aquellos que prescinden del plisado no se les asigna puntuación, marcando una diferenciación clara en la apreciación de su enfoque productivo.

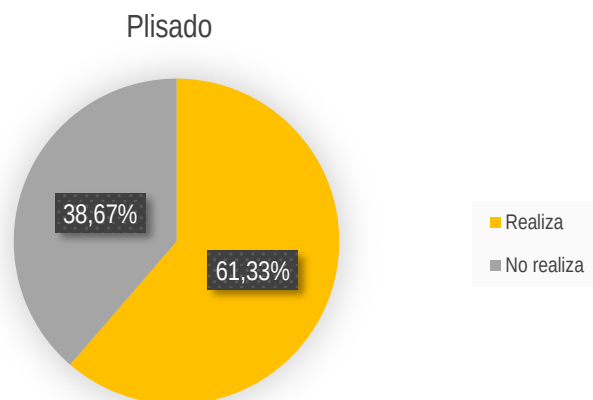
Tabla 39: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo del acabado textil de plisado bordados en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Acabado textil: plisado	Porcentaje	Valores
Realiza	92	61,33%	3
No realiza	58	38,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

El análisis del cuadro revela que, de un total de 150 productores, 92 han adoptado el plisado como parte de su proceso productivo, lo que refleja una preferencia por la estética que el plisado aporta a las prendas, que apuesta por el valor simbólico que esta técnica confiere a sus productos, asociada con una confección de alta calidad y con un diseño innovador. Los diseñadores que emplean el plisado están haciendo una declaración de su habilidad para fusionar técnicas manuales con tendencias contemporáneas, posicionándose como líderes en la industria y en el campo del diseño, este posicionamiento se determina en un mercado competitivo donde la diferenciación y la originalidad son altamente premiadas; por otra parte, los 58 productores que no implementan el plisado, podrían estar centrados en estilos que no requieren de esta técnica o podrían estar apuntando a un segmento del mercado que privilegia la simplicidad en las siluetas, la ausencia de puntos para estos diseñadores sugiere que, dentro del campo profesional de Cuenca, el plisado es una técnica altamente valorada que influye en la percepción de la marca y en la jerarquía del diseño.

El uso del plisado por parte de una mayoría significativa de diseñadores indica su importancia como capital simbólico dentro del campo, donde los diseñadores además de vender prendas comunican la imagen e identidad que estas representan, los que incorporan el plisado están, por lo tanto, mejorando su oferta de productos, solidificando su posición en el campo y expandiendo su influencia en el mercado.

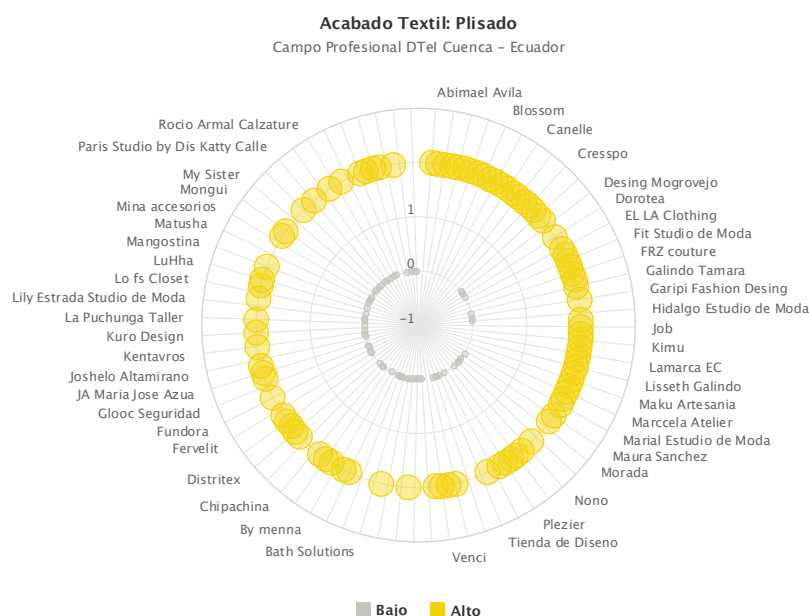
Figura 87: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo del acabado textil de plisado bordados en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.



El gráfico destaca la prevalencia y el valor asignado al proceso de plisado en la ciudad de Cuenca, con un 61,33% de los diseñadores que incorpora el plisado en sus creaciones, lo que indica una fuerte inclinación hacia esta técnica como una fuente de capital simbólico y cultural, así como un distintivo de alta artesanía en sus productos. Desde la perspectiva de Bourdieu, el habitus de los diseñadores que eligen el plisado refleja una disposición adquirida hacia prácticas que se valoran dentro del campo por su habilidad para agregar textura y profundidad visual a las prendas, este grupo de diseñadores, al ocupar la mayoría, establece el plisado como una norma estética y una práctica valorada, lo que se traduce en poder dentro del campo y una posición dominante en términos de tendencias de diseño. El 38,67% que no emplea el plisado puede representar una diversidad de posiciones dentro del campo: desde aquellos que pueden estar enfocados en una estética diferente hasta aquellos que no tienen acceso o no desean invertir en el capital que requiere esta técnica; sin embargo, su presencia es esencial para la dinámica del campo, ya que proporciona una distinción necesaria y contribuye a la evolución constante de la moda y el diseño.

La consolidación del campo profesional de diseño textil e indumentaria en Cuenca es un reflejo de estas prácticas y del capital acumulado por los diseñadores. El plisado es una técnica de acabado, que se configura como un símbolo de la lucha por la distinción y la legitimación en un mercado saturado, los diseñadores que lo utilizan buscan satisfacer las demandas estéticas del consumidor actual y con ello afirmar su posición en un campo competitivo, donde la originalidad y la innovación son claves para el éxito.

Figura 88: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de plisado en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar evidencia cómo los diseñadores se posicionan y diferencian en el mercado a través del uso del plisado, este proceso productivo, que añade valor estético y textural a las prendas, se convierte en un distintivo de calidad y originalidad en los diseños de moda. Los productores que incorporan el plisado en sus creaciones, marcados en el gráfico con un alto grado de presencia, han comprendido que este acabado además de ser una técnica de embellecimiento se convierte en una declaración de intenciones, un medio para inyectar dinamismo y sofisticación a sus piezas; al hacerlo, estos agentes ganan capital simbólico y cultural, elevando su estatus dentro del campo y atraen a un segmento de consumidores que valora la artesanía y la innovación.

Este posicionamiento es resultado de una lucha por la distinción, donde los diseñadores compiten por legitimar sus propuestas como las más refinadas y deseables; en esta contienda, el plisado se convierte en una herramienta estratégica que manifiesta el habitus de los diseñadores, es decir, las disposiciones adquiridas que orientan su práctica y que responden tanto a las tradiciones del campo como a las tendencias emergentes. La batalla por la diferenciación es también una guerra de clases cultural, en la que los valores, gustos y preferencias son campos de negociación y lucha y donde la adopción del plisado refleja una aspiración a formar parte de la élite del diseño, buscando el reconocimiento entre pares y consumidores como líderes de tendencia; aquellos con un valor simbólico más bajo en el gráfico, quizás menos visibles en el campo, pueden estar enfocando sus esfuerzos en otras áreas o apelando a un mercado diferente. Estas prácticas reflejan tanto la creatividad individual como la capacidad técnica y son reflejo de las fuerzas económicas, culturales y simbólicas que modelan el campo del diseño textil e indumentaria.

4.2.5.6 Acabado: encarrujado

El encarrujado es un acabado utilizado en el proceso productivo de DTel para crear textura y volumen en las telas, que implica recoger y fruncir la tela de manera estratégica para formar pliegues, arrugas o dobleces que aporten interés visual y volumen a la superficie del tejido; el encarrujado se utiliza para lograr efectos decorativos, estructurales o funcionales en la confección de prendas de vestir y otros productos textiles. Los diseñadores y confeccionistas tienen la libertad de experimentar con diferentes enfoques, ya sea a través de técnicas de costura tradicionales, el fruncido manual o el uso de maquinaria específica, como las máquinas de fruncir, para lograr los efectos deseados en sus creaciones, esta técnica se emplea para añadir detalles decorativos a las prendas, como volantes, plisados y fruncidos en mangas, cuellos o faldas, lo que aporta un toque de elegancia y estilo.

Además de su función decorativa, el encarrujado también se utiliza para generar volumen en las prendas, puede ser empleado para dar forma a

mangas abullonadas o para crear detalles de hombros estructurados, lo que contribuye a la variedad de diseños disponibles en la moda; otra aplicación importante es la capacidad del encarrujado para agregar textura y relieve a la tela, esta técnica permite la creación de patrones o diseños texturizados en la superficie del tejido, lo que aporta un elemento visual interesante y distintivo a las prendas. El encarrujado también puede tener una función práctica en el diseño, ya que se utiliza a veces para ajustar la tela y permitir un mejor ajuste de la prenda al cuerpo.

Este acabado es empleado en la producción textil para infundir textura, volumen y detalles ornamentales en las telas, enriqueciendo así la diversidad y originalidad de las prendas y otros artículos textiles. Se asigna una valoración de 3 puntos a los productores que lo implementan, reconociendo su contribución al enriquecimiento estético de sus productos, mientras que aquellos que no adoptan este proceso no reciben puntuación.

Tabla 40: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo del acabado textil de encarrujado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

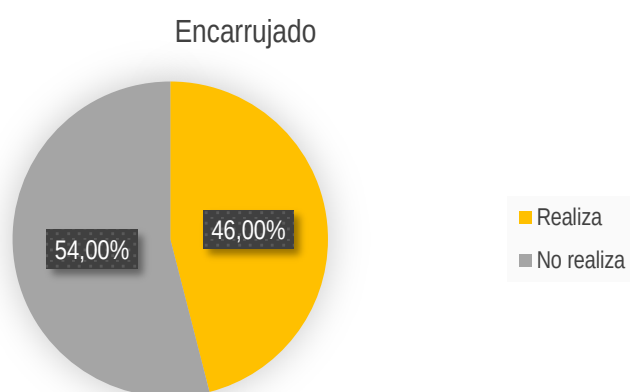
Proceso productivo	Acabado: Encarrujado	Porcentaje	Valores
Realiza	69	46,00%	3
No realiza	81	54,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

El cuadro indica que, de un total de 150 diseñadores en el campo profesional de DTel en la ciudad de Cuenca, 69 productores han integrado el acabado de encarrujado en su proceso productivo, esta práctica sugiere un enfoque deliberado en la adición de valor estético y textural a sus productos, lo que refleja del deseo de estos diseñadores de diferenciarse mediante la creación de piezas con mayor complejidad y detalle; por otro lado, los 81 diseñadores que optan por no utilizar el encarrujado no obtienen puntos, lo que podría indicar una preferencia por estilos más sencillos o por procesos de producción que no requieren de este acabado, su elección podría estar alineada con una estrategia de mercado diferente, posiblemente orientada hacia la eficiencia de

producción o hacia un segmento del mercado que favorece la simplicidad en el diseño.

El hecho de que una mayoría de los diseñadores no emplee el encarrujado sugiere que, mientras que la técnica es valorada por su contribución al diseño, hay una significativa proporción del campo que prioriza otros aspectos del diseño o que posiblemente enfrenta barreras de costo o habilidad técnica. El campo, por lo tanto, se caracteriza por una diversidad de prácticas y estrategias que reflejan una gama de posiciones dentro del espectro del diseño textil e indumentaria en Cuenca.

Figura 89: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo del acabado textil de encarrujado en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.*

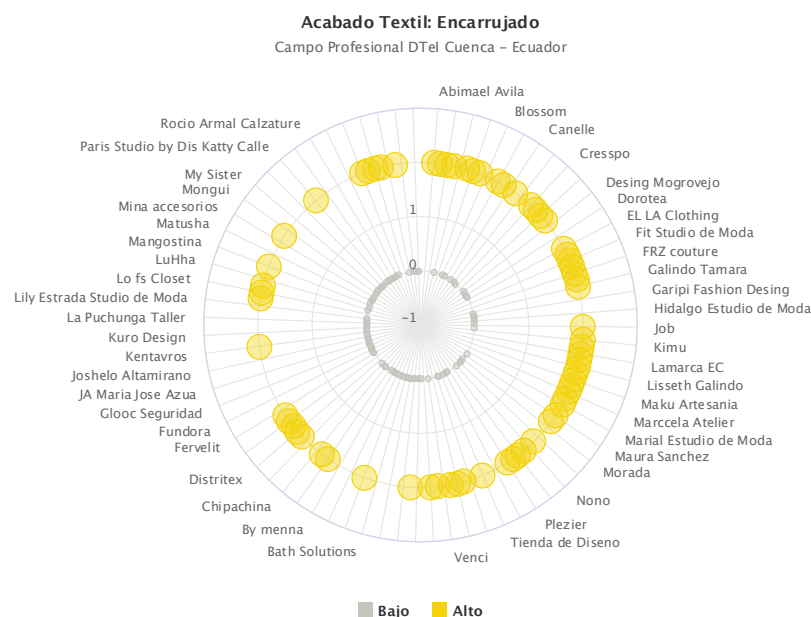


El gráfico refleja la distribución del uso del acabado de encarrujado, con un 46% de los diseñadores incorporando esta técnica en su producción se evidencia una adhesión significativa a un proceso que añade un valor simbólico a las prendas; este porcentaje refleja la importancia del encarrujado como un elemento que aporta textura y profundidad a las creaciones y representa una forma de acumulación de capital cultural y simbólico en el campo del DTel. Desde la perspectiva de Bourdieu, el habitus de los diseñadores se manifiesta en sus elecciones de producción, como el uso del encarrujado, indicando una inclinación hacia prácticas que son culturalmente valoradas y reconocidas dentro del campo por su complejidad y estética. Al adoptar esta técnica, los diseñadores ejercen su poder y autoridad en el campo, posicionándose como innovadores y líderes en la creación de tendencias; en el otro lado, el 54% que no utiliza el encarrujado puede estar influenciado por un habitus diferente, uno

que quizás valora la eficiencia de producción, una estética minimalista o un acceso limitado a recursos que facilitan técnicas más complejas, estos diseñadores juegan un rol relevante en el campo, manteniendo un equilibrio y ofreciendo alternativas que desafían y enriquecen la diversidad del diseño textil y de moda.

La presencia de ambos grupos dentro del campo sugiere una dinámica de poder y distinción, donde la elección de técnicas de producción está intrínsecamente ligada a estrategias de posicionamiento de mercado y consolidación de la marca. Los que optan por el encarrujado buscan diferenciarse y captar a un mercado que valora la exclusividad y la artesanía, mientras que aquellos que no lo hacen pueden estar encontrando su nicho en segmentos que buscan simplicidad y accesibilidad.

Figura 90: Gráfico radial que representa los agentes que la técnica de encarrujado en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar destaca la técnica de encarrujado como un punto de análisis, donde los productores que incorporan el encarrujado, marcados con un valor alto en el gráfico, están ejerciendo su agencia cultural y económica para elevar su estatus dentro del campo. Estos agentes, mediante su habilidad para aportar una textura particular y una estética refinada a sus diseños,

participan activamente en la batalla por la distinción y en la búsqueda de una diferenciación legítima y valiosa. El encarrujado se convierte en una declaración de la identidad del diseñador y un signo de su capital simbólico y cultural, aquellos que dominan esta técnica están añadiendo valor simbólico a sus creaciones y con ello posicionándose estratégicamente en el campo, apelando a un consumidor que valora la exclusividad y la originalidad; esta lucha por la distinción se manifiesta en todas las facetas de la producción y el consumo, reflejando una guerra de clases dentro del ámbito cultural del diseño.

La interacción entre los productores es una compleja red de relaciones que implica el reconocimiento de pares, la acumulación de prestigio y la construcción de una base de clientes leales; el campo se ve influenciado por las interacciones entre los agentes actuales y por el choque entre las estructuras establecidas y las nuevas dinámicas que emergen con las tendencias, las innovaciones en técnicas textiles y los cambios en los gustos de los consumidores. Los productores con un valor bajo en el uso del encarrujado también desempeñan un papel importante en este campo, su elección puede estar basada en una estrategia deliberada para atraer a otro segmento del mercado o puede reflejar una disposición hacia una estética diferente, también pueden estar desafiando la norma establecida, contribuyendo a la diversidad del campo y a su continua evolución.

Este panorama refleja un campo vivo, donde la adopción del encarrujado es una entre muchas estrategias empleadas por los diseñadores para negociar su posición y su poder en el tejido del diseño textil e indumentaria en Cuenca, marcado por una constante interacción entre el capital simbólico, cultural y económico.

4.2.5.7 Otras técnicas y acabados textiles

Estas técnicas y acabados textiles ofrecen la oportunidad de agregar elementos visuales y táctiles a los diseños textiles e indumentaria, lo que a menudo se traduce en una mayor percepción de calidad y valor por parte de

los consumidores; la elección de la técnica adecuada depende del estilo del diseño, la funcionalidad de la prenda y el efecto deseado. A continuación, se presentan algunas de las técnicas y acabados más comunes:

La aplicación de pintura directamente sobre la tela permite la creación de diseños e ilustraciones personalizadas; además, se pueden incorporar elementos decorativos como parches, cuentas, botones u otros adornos a una prenda con fines decorativos; la técnica del acolchado implica la costura de capas de tela junto con un relleno interno para generar patrones y textura en el tejido, aportando un elemento visual y táctil a las prendas; el bordado de cuentas, realizado ya sea a mano o a máquina en la tela, se emplea para crear detalles brillantes y decorativos que realzan la apariencia de las prendas; asimismo, la aplicación de láminas metálicas o de foil en caliente sobre la tela confiere un aspecto brillante y reflectante que puede resultar muy llamativo en el diseño textil. Además, la transferencia de imágenes o fotografías a la tela mediante técnicas de impresión especiales ofrece la posibilidad de integrar diseños detallados y personalizados en las prendas.

Junto a estas técnicas, es importante destacar el uso de técnicas de desgaste y lavado, las cuales se emplean para crear un aspecto desgastado, envejecido o vintage en las prendas, otorgando un toque de autenticidad y estilo a las creaciones textiles; otras como las técnicas de textiles al calor permiten fusionar materiales textiles y no textiles mediante la aplicación de calor y presión, mientras que la inclusión de textiles electrónicos a través de circuitos abre nuevas posibilidades en la intersección entre tecnología y moda.

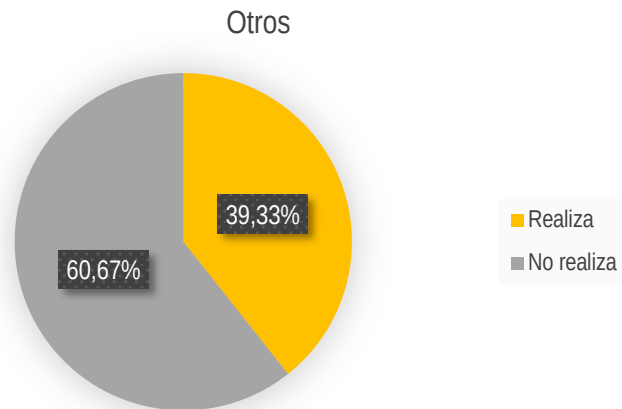
El diseño textil e indumentaria dispone de un amplio repertorio de técnicas y acabados textiles, que ofrece a diseñadores y fabricantes un campo fértil para la experimentación y combinación creativa. Esta riqueza de métodos permite generar una extensa gama de efectos visuales y estilos distintivos en sus colecciones. Reconociendo la importancia de esta diversidad, se otorga una valoración de tres puntos a los productores que las implementan, mientras que aquellos que no las utilizan no reciben puntos.

Tabla 41: Datos obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo otras técnicas y acabados textiles en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.

Proceso productivo	Otras técnicas y acabados textiles	Porcentaje	Valores
Realiza	59	39,33%	3
No realiza	91	60,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

El cuadro ofrece una visión del campo, centrándose en la utilización de una variedad de otras técnicas y acabados textiles. De un total de 150 productores, 59 diseñadores han implementado estas técnicas diversas en sus procesos productivos, este grupo de diseñadores está aportando un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación a sus productos, lo cual se traduce en un posicionamiento más elevado dentro del campo profesional. La implementación de estas técnicas diversas puede incluir métodos innovadores o tradicionales que no son tan comunes como pintura o desgastados, lo que indica un enfoque creativo y experimental en la confección; esta capacidad para experimentar y aplicar técnicas mejora la calidad, el atractivo de las prendas, y refleja una inversión en capital simbólico y cultural. Estos diseñadores se distinguen por su disposición a explorar y arriesgarse, lo que a menudo es recompensado con un reconocimiento mayor en la industria y entre los consumidores. En contraste, los 91 productores que no utilizan estas técnicas sugieren una preferencia por métodos más convencionales o limitaciones en términos de recursos, habilidades o incluso la elección de atender a un segmento de mercado diferente; esta decisión, consciente o no, los coloca en una posición distinta en el campo profesional, donde la batalla por la innovación y la distinción sigue siendo feroz. La elección de utilizar o no estas técnicas define el producto final y cómo los productores son percibidos en un mercado competitivo.

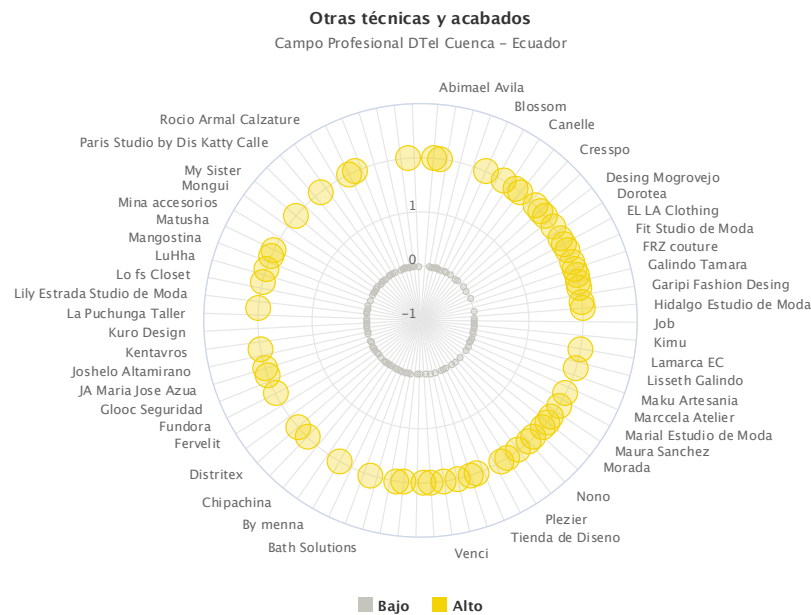
Figura 91: Porcentajes obtenidos de la pregunta 6 sobre el desarrollo otras técnicas y acabados textiles en los procesos productivos realizados por las marcas de DTel en Cuenca.



Aquí se muestra que el 39,33% de los diseñadores están incorporando estas técnicas diversas en su producción, mientras que el 60,67% no las está utilizando, esta información nos permite inferir que hay un grupo significativo de diseñadores que están invirtiendo en capital cultural y simbólico a través de la experimentación y la innovación; ellos reconocen que el uso de técnicas menos convencionales puede ser un medio para adquirir distinción y una ventaja competitiva en el campo. Esta minoría, activamente involucrada en prácticas que son menos comunes, puede estar buscando el reconocimiento de su originalidad y liderazgo creativo.

El habitus de estos diseñadores, en términos de sus predisposiciones y prácticas, refleja una voluntad de explorar más allá de los métodos establecidos y tradicionales, esta actitud es una manifestación de su poder en el campo, una forma de negociar una posición superior en la jerarquía del diseño, donde aquellos que adoptan estas técnicas alternativas están ejerciendo su autonomía y afirmando su capital simbólico en un mercado que valora la innovación; por otra parte, la mayoría que no emplea estas técnicas alternativas podría estar adherida a prácticas más tradicionales o masificadas, lo que refleja un habitus más conservador o pragmático, posiblemente influido por limitaciones de recursos o por una estrategia de mercado que apunta a la eficiencia y la accesibilidad. Esta divergencia en las prácticas también es esencial para el dinamismo del campo, ya que permite la coexistencia de múltiples estilos y enfoques.

Figura 92: Gráfico radial que representa los agentes otras técnicas textiles en los procesos productivos en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico destaca la posición de los diseñadores a través del uso de técnicas y acabados textiles variados, más allá de los tradicionales; estos productores, como agentes activos, buscan diferenciarse y ganar prestigio en un mercado saturado mediante la aplicación de procesos productivos innovadores y poco convencionales, que representan un alto valor simbólico a sus creaciones. El uso de estas técnicas alternativas es una clara manifestación de la lucha por la distinción dentro del campo, donde los diseñadores compiten en términos de estética y funcionalidad, y por la acumulación de capital simbólico y cultural; aquellos con una alta propensión hacia la experimentación y la incorporación de acabados están participando en una especie de guerra de clases cultural, donde la diferenciación del producto se convierte en un distintivo de su habilidad y visión creativa.

Este dinamismo refleja una interacción compleja entre las estructuras preexistentes, como las técnicas tradicionales y las expectativas del mercado, y las nuevas fuerzas emergentes, como las tendencias innovadoras y la tecnología de vanguardia en el diseño textil. Los diseñadores que adoptan estas otras técnicas están redefiniendo su propia identidad profesional e

influyendo la dirección y la percepción del campo en su conjunto, donde la participación en estas prácticas es una afirmación de su compromiso con la técnicas textiles, la calidad y la originalidad, en un mercado que valora cada vez más la personalización y la singularidad, estos diseñadores están estableciendo sus marcas como líderes en la vanguardia del diseño, lo que potencialmente les permite acceder a segmentos de mercado más exclusivos y con una disposición a pagar primas por productos distintivos.

La diversidad de marcas de diseñadores presentes en el gráfico demuestra la riqueza del campo en Cuenca y subraya que, aunque la competencia es intensa, hay una amplia gama de estrategias y niveles de éxito. Al final, la capacidad de un diseñador para navegar este campo complejo y su decisión de emplear o no estas técnicas alternativas de acabado textil, es un reflejo de su trayectoria profesional, sus ambiciones y la influencia cultural que desean ejercer en la moda y el diseño textil.

4.3.6 Formas de Confección: comercialización, regulaciones tributarias y fiscales, y tipo de producción

Existen diversas estrategias de comercialización que las empresas y diseñadores pueden emplear para promover y vender sus productos;

Figura 93: *Pregunta 7 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*

CONFECCIÓN

Menor escala ☐ RUC ☐
 Gran escala ☐ RISE ☐

Actividad registrada

paralelamente, es fundamental tener en cuenta las regulaciones tributarias y fiscales que rigen este sector, las cuales varían en función del tipo de producción declarado y donde la elección de la estrategia de comercialización adecuada depende de una serie de factores, como la naturaleza de los productos, el mercado al que se dirigen, el presupuesto disponible y la estrategia de negocio de cada diseñador o empresa; con frecuencia, se opta por combinar varias formas de comercialización con el fin de alcanzar a una audiencia diversa y maximizar las oportunidades de venta. En este contexto, es importante destacar que existen regulaciones tributarias y fiscales que afectan a las empresas y emprendimientos. Para esta encuesta, se considerarán dos regulaciones clave y dos tipos de producción que los productores deben tener en cuenta al iniciar sus proyectos empresariales:

4.3.6.1 RISE / No declara

El RISE se refiere al Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país, está diseñado para pequeñas empresas y microempresas, dirigido a negocios con ingresos anuales limitados y ofrece una simplificación de los

procesos fiscales. Las empresas inscritas en el RISE pagan una tarifa fija mensual en lugar de impuestos basados en ingresos y gastos reales, esto puede ser beneficioso para pequeños emprendedores y diseñadores textiles que están comenzando sus negocios.

El RUC es un número de registro asignado a las personas naturales o jurídicas que realizan actividades económicas en Ecuador, este número es emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y es necesario para llevar a cabo transacciones comerciales y cumplir con las obligaciones fiscales. El RUC identifica a la empresa y permite al SRI rastrear sus actividades económicas y fiscales.

La decisión de optar por el RUC o el RISE está intrínsecamente ligada al capital económico; aquellos con RUC están dispuestos a entrar en un sistema de tributación más general y posiblemente más complejo, indicando un nivel de compromiso y una perspectiva a largo plazo para su negocio; mientras que los que optan por el RISE, que tiene un límite en los ingresos anuales, pueden estar en etapas iniciales de su emprendimiento o preferir mantener una operación de menor escala por diversas razones; dentro de este marco, a los diseñadores que cumplen con sus obligaciones fiscales a través del RUC se les reconoce con 3 puntos, mientras que a aquellos con RISE se les otorga 2 puntos y a los que no declaran no se les asigna puntuación alguna.

Tabla 42: Datos obtenidos de la pregunta 7 sobre el tipo de regulación tributaria declarada por las marcas de DTel en Cuenca.

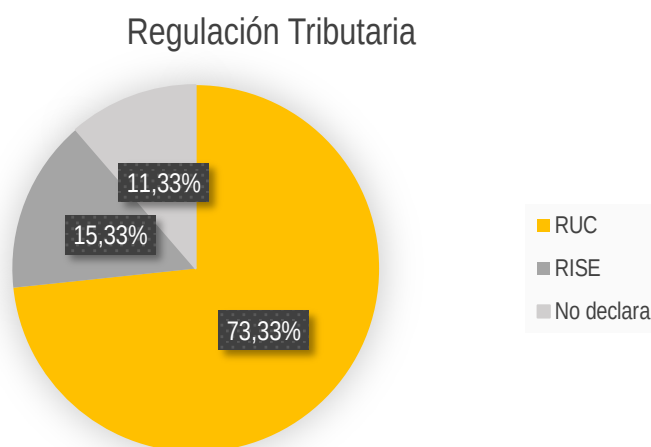
Tipo de Regulación	Productor DTel	Porcentaje	Valores
RUC	110	73,33%	4
RISE	23	15,33%	2
No declara	17	11,33%	0
TOTAL	150	100,00%	100,00%

El análisis de la situación fiscal de los diseñadores en el ámbito del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca muestra que, de un total de 150 diseñadores, 110 están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), mientras que 23 han optado por el Régimen Impositivo Simplificado

Ecuatoriano (RISE); por otro lado, 17 diseñadores no realizan su declaración fiscal. La elección de registrarse bajo el RUC o el RISE cumple con una obligación legal y agrega un valor significativo a la marca y al posicionamiento de los diseñadores en el mercado, donde aquellos que se registran están demostrando su compromiso con la formalidad, la transparencia, y la calidad, lo que mejora su reputación entre consumidores y los distingue en el competitivo campo profesional.

La formalización fiscal permite a los diseñadores acceder a oportunidades de negocio que requieren de este registro, como participaciones en ferias o acceso a financiamiento, también contribuye a la construcción de un sector más estructurado y reconocido, favoreciendo así el desarrollo económico y cultural de la ciudad; lo cual va más allá de ser una responsabilidad legal, es una estrategia clave que potencia el valor de la marca, mejora el posicionamiento en el mercado y contribuye al crecimiento profesional de los diseñadores en Cuenca, haciéndolo un elemento importante para su éxito y reconocimiento en el ámbito profesional.

Figura 94: Porcentajes obtenidos de la pregunta 7 sobre el tipo de regulación tributaria declarada por los productores de DTel en Cuenca.

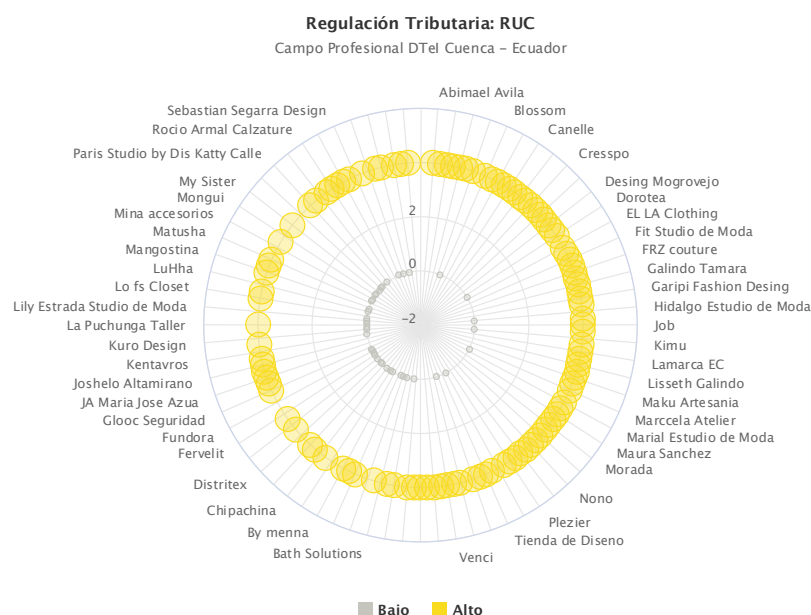


El gráfico de la regulación tributaria nos permite entender la distribución del capital y cómo este influye en la estructura y la dinámica del campo del diseño, donde el 73.33% de los diseñadores registrados bajo el RUC indican una concentración de capital económico y cultural significativo, estos diseñadores

han adoptado prácticas que reflejan una inversión en capital simbólico, es decir, en la percepción de legitimidad y prestigio en el campo. Su elección por un sistema tributario más exigente y complejo se interpreta como una manifestación de habitus profesional, un conjunto de disposiciones adquiridas que guían sus acciones hacia la consolidación y el reconocimiento dentro del campo; por otro lado, el 15.33% de los diseñadores que operan bajo el RISE pueden representar agentes con capital económico menor o aquellos que, por elección estratégica, prefieren mantener una estructura operativa más pequeña y manejable, posiblemente como una forma de resistencia o adaptación a las condiciones del campo; aun así, su participación activa y formalización tributaria les permite generar capital simbólico, aunque en una escala diferente; finalmente se registra que el 11.33% que no declara impuestos podría estar operando en la periferia del campo, con menos capital económico o resistencia al habitus dominante del campo, esta falta de formalización tributaria puede ser una barrera para la acumulación de capital simbólico y, por ende, para su consolidación y reconocimiento dentro del campo profesional del diseño textil e indumentaria.

La distribución de estos porcentajes ilustra la heterogeneidad del campo del diseño, en el cual existen distintas formas de capital: económico, cultural y simbólico; el poder en este campo está en manos de aquellos que tienen el capital económico, pero también de quienes han acumulado suficiente capital cultural y simbólico para imponer sus diseños, gustos y prácticas como legítimos y deseables, la formalización fiscal y la elección de un régimen tributario son indicativos de cómo los diseñadores posicionan sus prácticas, construyen su habitus y buscan legitimidad y reconocimiento profesional; en este sentido, el campo se consolida a través de la acumulación y distribución de estas diversas formas de capital, con la regulación tributaria funcionando como un mecanismo que refuerza la estructura del campo, delineando quiénes son considerados agentes legítimos y quiénes aún están luchando por su posición y reconocimiento en este espacio profesional competitivo.

Figura 95: *Gráfico radial que representa a los agentes que declaran sus impuestos mediante RUC en el campo profesional de DTel en Cuenca.*

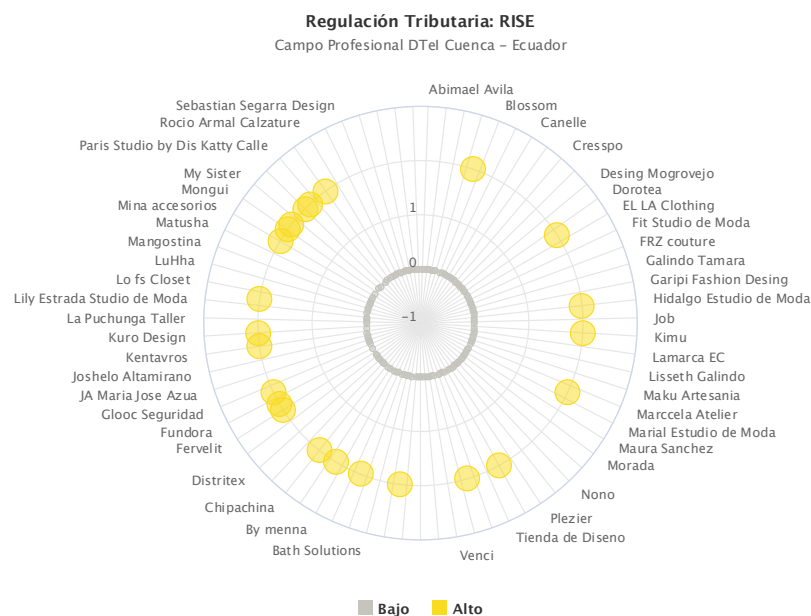


El gráfico de radar se desglosa para entender cómo los productores se posicionan dentro de este espacio a través de su declaración fiscal y el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de sus diseños; en este campo, cada productor es un agente cuya presencia se fortalece y define por la calidad y originalidad que aportan sus diseños, y por su participación en la economía formal a través de su declaración fiscal del RUC. Este acto no es puramente administrativo; es un indicativo de la seriedad y el compromiso con las normativas y prácticas profesionales establecidas, aquellos que pueden presentar diseños con un alto valor simbólico y al mismo tiempo cumplen con sus obligaciones fiscales, se posicionan estratégicamente dentro del campo, logrando una distinción que es tanto significativa como legítima. Estos diseñadores lideran la vanguardia del campo, estableciendo estándares y estilos, su influencia se extiende más allá de la estética y penetra en las esferas de producción y consumo, marcando el ritmo al cual el campo evoluciona; su participación activa y consciente en el sistema tributario refuerza su capital simbólico y cultural, elevando su estatus a uno de autoridad y referencia dentro del diseño textil y de indumentaria.

Tener el RUC, por tanto, va más allá de una contribución al estado; se convierte en un distintivo de legitimidad y un símbolo de la integración al campo profesional establecido, esta integración en el campo del diseño está

caracterizada por una lucha constante por la distinción, donde la batalla por el reconocimiento y el prestigio es continua y se libra en todas las esferas de la actividad profesional. La dinámica del campo es el resultado de las interacciones entre los diseñadores y de una interacción más amplia entre las estructuras preexistentes y las nuevas fuerzas emergentes como las formas de comercializar; el capital simbólico, junto con el capital cultural y económico, se convierte en una moneda de cambio y un objetivo de acumulación; en este sentido, la declaración fiscal además de ser requisito legal, es una inversión en el capital simbólico y cultural que cada diseñador necesita para consolidar su posición en el campo.

Figura 96: Gráfico radial que representa a los agentes que declaran sus impuestos mediante RISE en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Este gráfico enfocado en aquellos productores que han optado por el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE); aquí, el valor simbólico se refleja en el compromiso de los diseñadores con prácticas profesionales estructuradas y reconocidas; donde los que están hacia los extremos del radar, son aquellos cuyos diseños se consideran de alto valor simbólico, estos diseñadores ganan prestigio y reconocimiento, lo que se traduce en capital simbólico, los que se

adhieren al RISE, aunque enfrentan un techo en términos de ingresos anuales, demuestran una disposición a participar en el campo de una manera más administrativamente sencilla, lo que puede ser una estrategia consciente para concentrarse en la creación y consolidación de su marca y estilo sin la complejidad de un régimen tributario más oneroso, su presencia en el campo es relevante, ya que ofrecen una diversidad de perspectivas y enfoques que enriquecen el tejido cultural y económico del diseño.

Esta representación visual del campo muestra una guerra de clases cultural, donde la lucha por la distinción y la legitimidad surge a través de la acumulación de capital económico, y también a través del reconocimiento de los pares y la adopción de prácticas fiscales responsables, donde los diseñadores que participan activamente en el RISE y que generan diseños de alto valor simbólico están participando en una lucha simbólica para establecer su diferencia y distinción en un campo que valora tanto la creatividad como la profesionalidad. Se subraya también la complejidad del campo, donde existe una interacción compleja entre las estructuras preexistentes como el sistema tributario, y las nuevas fuerzas emergentes, representadas por diseñadores nuevos canales de comercialización.

4.3.6.1 Tipos de producción

En el campo del diseño textil e indumentaria, el tipo de producción se refiere a la manera en que se fabrican y producen las prendas de vestir y otros productos textiles, existen varios tipos de producción que se utilizan en esta industria, y cada uno tiene sus características y ventajas, dentro de las cuales se incluye la producción en masa, donde se fabrican grandes cantidades de prendas idénticas mediante métodos de producción altamente eficientes y a gran escala, este método es especialmente característico en la producción de ropa de marca, donde la demanda del mercado requiere la producción de grandes volúmenes de un diseño específico para satisfacer las necesidades de los consumidores; por otro lado, la producción a menor escala representa un enfoque opuesto, ya que implica la creación de prendas de forma individual o en cantidades limitadas utilizando técnicas manuales y artesanales, esta forma

de producción se asocia a menudo con la calidad y la exclusividad, ya que cada prenda es única y se elabora con gran atención al detalle. La producción bajo demanda es un enfoque más reciente que se centra en fabricar prendas solo cuando se recibe un pedido específico, esto reduce el desperdicio y permite una personalización más significativa, ya que las prendas pueden adaptarse a las preferencias individuales de los clientes, lo que es beneficioso tanto para el medio ambiente como para la satisfacción del consumidor.

La producción rápida, o fast fashion, es un enfoque que se caracteriza por la producción rápida y continua de colecciones de moda que se ajustan ágilmente a las tendencias cambiantes del mercado, donde los ciclos de producción son cortos y las prendas suelen ser asequibles, lo que atrae a consumidores que desean estar a la moda a un costo accesible; por otro lado, la producción sostenible tiene un enfoque que busca minimizar el impacto ambiental y social de la fabricación de prendas, mediante el uso de materiales sostenibles, prácticas éticas de trabajo y la reducción de residuos, lo que refleja una creciente conciencia de la importancia de la responsabilidad ambiental y social en la industria de la moda; además, algunas marcas optan por la producción local, fabricando las prendas en su lugar de origen o en ubicaciones cercanas a sus mercados, lo que promueve la producción local y la economía, además de permite un mayor control de calidad sobre los productos finales.

La elección del tipo de producción en el campo del diseño textil e indumentaria depende de varios factores, como el mercado objetivo, la estrategia de marca, los recursos disponibles y las consideraciones éticas y medioambientales; cada tipo de producción tiene sus ventajas y desafíos, y puede ser adecuado para diferentes situaciones y objetivos comerciales. En base a estas definiciones, en la encuesta se consulta si produce a gran escala o en menor escala y quienes realicen cualquiera de los dos tipos de producción se asigna un valor de 4 puntos.

Tabla 43: Datos obtenidos de la pregunta 7 sobre el tipo de producción realizada por los productores de DTel en Cuenca.

Tipo de producción	Productores DTel	Porcentaje	Valores
A gran escala	1	0,67%	4
A menor escala	149	99,33%	4
TOTAL	150	100,00%	

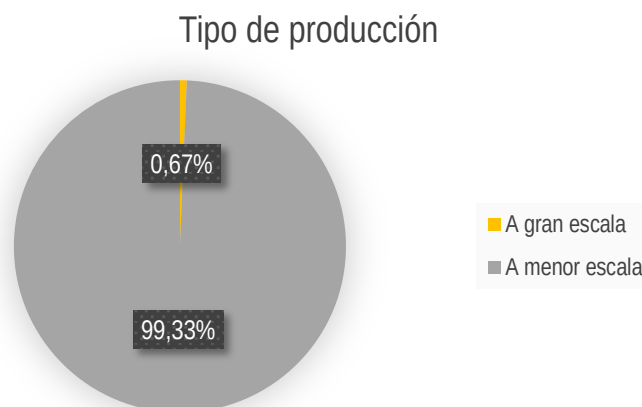
El hecho de que el 99,33% de los productores utilicen una "producción a menor escala" sugiere que la mayoría de los agentes en este campo optan por un enfoque de producción que implica fabricar prendas en cantidades más limitadas o incluso de forma individual, por lo que se interpreta como una estrategia que les otorga mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a las necesidades cambiantes del mercado; se asocia con la artesanía, la exclusividad y la atención al detalle, lo que se visualiza como una forma de capital simbólico que aumenta la legitimidad y el prestigio en el campo. Esta preferencia por la producción a menor escala facilita la personalización en el diseño y permite una rápida adaptación a las tendencias del mercado con demandas específicas de los consumidores; el valor simbólico generado por esta aproximación incluye la unicidad de los diseños, la calidad superior de los productos, y el fomento de prácticas sostenibles y artesanales, elementos que son cada vez más valorados por los consumidores.

La mínima representación de la producción a gran escala, con solo un 0,67% de los productores optando por este enfoque, destaca la presencia de un número muy reducido de agentes que eligen una estrategia de producción masiva; estos agentes, aunque limitados en número, pueden ocupar una posición elevada dentro de la jerarquía del campo, gracias a su capacidad para generar grandes volúmenes de producción. Esta capacidad se traduce en un potente capital económico, otorgándoles visibilidad dentro del campo y la posibilidad de influir en las prácticas de producción a nivel local.

Esta estructura jerárquica y la distribución de capital dentro del campo tienen un impacto profundo en la consolidación del campo profesional, porque afectan la competencia, la legitimidad y las oportunidades disponibles para los agentes, moldeando la manera en que se perciben y valoran tanto a nivel local como más allá de sus confines. La producción a menor escala, siendo el enfoque

dominante, ofrece a los diseñadores y agentes una plataforma sólida para construir marcas fuertes y diferenciadas, lo que a su vez contribuye al reconocimiento de Cuenca como un centro de excelencia en diseño textil y moda. Este enfoque enfatiza la importancia de la producción, la innovación y la sostenibilidad en el sector, resaltando cómo las estrategias de producción reflejan preferencias económicas, valores culturales y compromisos sociales que enriquecen el campo.

Figura 97: Porcentajes obtenidos de la pregunta 7 sobre el tipo de producción realizada por los productores de DTel en Cuenca.



La producción a gran escala representa solo un 0,67% del total, lo que evidencia la existencia de pocos agentes que han optado por una estrategia de producción masiva; en términos de la teoría de Bourdieu, estos agentes se consideran dominantes dentro de su campo, ubicados en la cima de la jerarquía debido a su capacidad para generar grandes volúmenes de producción; esta capacidad puede ser vista como una manifestación de capital económico, el cual les confiere poder y visibilidad dentro del campo. En este sentido, pueden influir en las normas y expectativas del campo del diseño textil e indumentaria, dado que su escala de producción les permite alcanzar

mercados más amplios y posiblemente ejercer una influencia significativa en las tendencias y estándares del mercado. Por otro lado, el 99,33% de la producción se desarrolla a menor escala indica un campo compuesto en su mayoría por agentes que buscan diferenciarse a través del capital simbólico, que se deriva de la creatividad, la originalidad y la calidad artesanal. Esta mayoría puede estar más interesada en la acumulación de reconocimiento y prestigio dentro del campo, en lugar de una maximización del capital económico; la preferencia por la producción a menor escala también refleja un habitus inclinado hacia la flexibilidad y adaptabilidad, cualidades valiosas para responder a las demandas de un mercado que valora la exclusividad y la personalización.

La interacción entre estos dos tipos de producción y sus respectivos productores refleja la dinámica de poder y las formas de capital en juego dentro del campo, donde la consolidación se ve influenciada por cómo estos agentes acumulan y ejercen su capital económico y simbólico. Aquellos con gran capital económico pueden influir en las condiciones del mercado, mientras que aquellos con alto capital simbólico pueden establecer tendencias y definir la excelencia dentro del campo; es así que la coexistencia de estos dos modos de producción, y la predominancia de la producción a menor escala, podría estar modelando un campo profesional de DTel que valora la singularidad, y donde el poder se basa en la capacidad de producción, la calidad alcanzada y la innovación del diseño. Este entorno crea un espacio donde la competencia y la legitimidad están constantemente en juego, afectando las oportunidades y el éxito de los agentes dentro del campo.

Figura 98: *Gráfico radial que representa la producción a gran escala realizada por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*

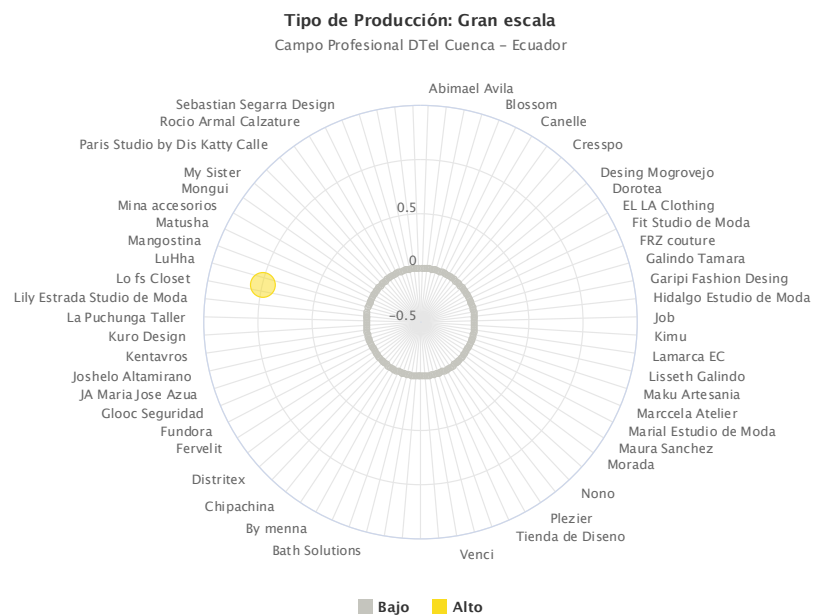
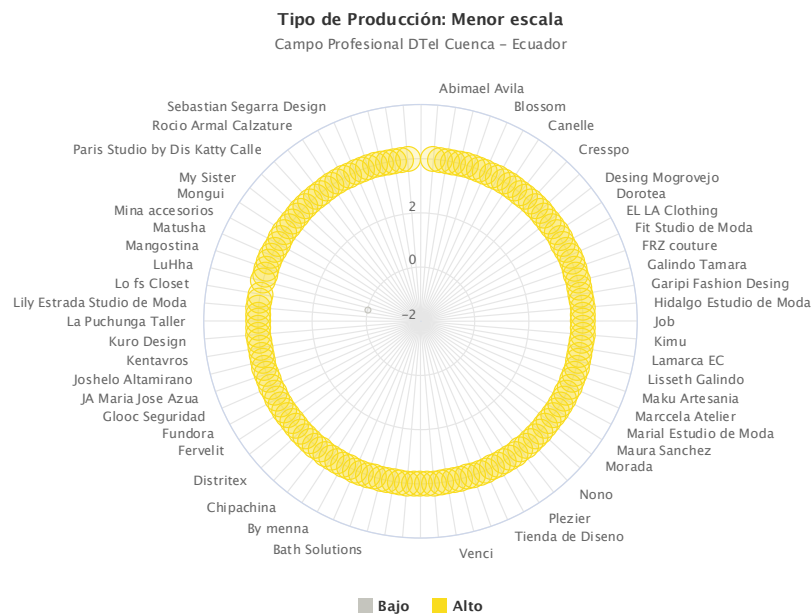


Figura 99: Gráfico radial que representa la producción a menor escala realizada por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar ilustra la complejidad del campo, resaltando la variedad y profundidad de las estrategias de producción y el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación, que cada productor o agente aporta al campo, aquí los productores se distribuyen a lo largo de un espectro que va desde la producción a gran escala hasta la producción a menor escala, y se clasifican adicionalmente por el alto o bajo valor simbólico de sus diseños. En este campo, la lucha por la distinción se manifiesta como una dinámica de fuerzas competitivas, donde los diseñadores buscan constantemente establecer su legitimidad y diferenciación a través de sus creaciones, donde cada productor es un agente activo dentro del campo, luchando por ganar reconocimiento y prestigio a través del valor simbólico y cultural que sus diseños aportan, este valor se mide en términos de innovación y calidad, además en la habilidad de capturar y expresar un ethos cultural distintivo, un elemento esencial en el mercado de la moda y el diseño textil.

Los productores con un alto valor simbólico se posicionan estratégicamente para apelar a un mercado que valora la originalidad y la artesanía, ofreciendo productos que se distinguen por su singularidad y su resonancia cultural; su éxito en el campo depende de su capacidad para generar y mantener capital simbólico, que es esencial para el prestigio y la influencia dentro del campo,

esta acumulación de capital simbólico se convierte en una forma de poder, capaz de desafiar las estructuras preexistentes y establecer nuevas normas y tendencias; por otra parte, aquellos que pueden estar generando un valor simbólico más bajo, posiblemente se enfocan en la eficiencia y la accesibilidad, apuntando a un segmento de mercado diferente, aunque su enfoque puede no ser tan destacado en términos de originalidad, estos agentes pueden capitalizar la economía de escala y el alcance masivo para solidificar su posición en el campo, ellos también juegan un rol en la configuración del campo, ya que su producción a gran escala establece un punto de referencia para la producción en masa y la accesibilidad en el diseño de moda.

La interacción entre alto y bajo valor simbólico, así como entre la producción a gran y menor escala, revela una trama de fuerzas en constante evolución en el campo del diseño textil e indumentaria. En Cuenca, esta guerra de clases cultural se vive en la cotidianidad del diseño, donde cada agente aporta su visión y aborda la tarea de consolidar su posición en el campo a través de estrategias específicas, habilidades y recursos. Estas interacciones, cargadas de capital simbólico y económico reflejan la lucha por el reconocimiento y el poder dentro del campo, moldean además la cultura y la economía de la industria de la moda local, marcando el rumbo de su futuro desarrollo.

4.3.7 Medios de difusión y comercialización

Emprendedores, diseñadores, influencers, publicistas, entre otros, interactúan y compiten por reconocimiento y capital, en una era digital donde las redes sociales ofrecen formas relativamente asequibles de difusión y comercialización, en contraste con las campañas publicitarias tradicionales que pueden requerir una inversión considerable, las redes sociales permiten a los emprendedores tener un alcance global con una inversión mínima; aquí el conocimiento sobre cómo utilizar eficazmente las redes sociales, cómo atraer seguidores, cómo crear contenido atractivo y cómo interactuar con el público es una forma de capital cultural, donde aquellos que poseen este conocimiento tienen una ventaja en el campo de la difusión. Las redes sociales son

plataformas en línea donde los diseñadores y marcas pueden crear perfiles para conectarse con su audiencia y promocionar sus productos, se incluyen plataformas populares como Facebook, Instagram y TikTok, mismas que se incluyeron en la pregunta realizada a los productores de DTel de la ciudad de Cuenca.

Figura 100: Pregunta 8 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca

DIFUSIÓN

Redes sociales	☐	Facebook	☐
		Instagram	☐
		Tiktok	☐
Página web	☐		
Catálogo	☐		
Otro _____	☐		

Facebook es una plataforma de redes sociales esencial para el marketing, ofreciendo a empresas y diseñadores la oportunidad de crear páginas de negocios para exhibir productos y conectar con clientes, permite publicar contenido variado como imágenes, videos y eventos, y promocionar mediante Facebook Ads; además facilita la interacción directa con seguidores, mejora el servicio al cliente y extiende el alcance a través de publicidad pagada; además, incluye herramientas de análisis y la opción de integrar una tienda en línea, siendo significativo para construir presencia online y fomentar colaboraciones en la industria de la moda.

Instagram es esencial para la industria de la moda, ofreciendo una plataforma visual para marcas y diseñadores que quieren promocionar sus creaciones, permite compartir fotos y videos, aprovechar Instagram Stories para contenido efímero, y usar IGTV para videos más extensos; aquí las marcas pueden configurar perfiles de negocio, accediendo a estadísticas y promoción de publicaciones, es clave para presentar diseños atractivamente, interactuar con seguidores y aumentar la visibilidad mediante hashtags, la colaboración con influencers y la funcionalidad de tienda en Instagram amplían el alcance y

facilitan las compras directas, mientras que las herramientas analíticas y la publicidad pagada optimizan la estrategia de marketing.

TikTok, una plataforma centrada en videos cortos, se ha vuelto fundamental en la promoción de la moda, permitiendo a los diseñadores mostrar dinámicamente sus productos, a través de videos que exhiben prendas en acción, tutoriales, y tendencias, los creadores pueden interactuar con una audiencia joven y captar su atención; se puede participar en tendencias virales o colaborar con influencers amplifica el alcance, los hashtags mejoran la visibilidad, mientras que las herramientas analíticas y la posibilidad de vincular a tiendas en línea optimizan la interacción y las ventas. TikTok destaca por su enfoque en la creatividad y la originalidad, ofreciendo una plataforma para construir una presencia online en la moda.

Las redes sociales permiten compartir contenido visual, interactuar con seguidores, promocionar productos y mantener a los clientes informados sobre novedades y eventos; en este sentido se asigna un valor de 4 puntos a los diseñadores que utilizan los canales de redes sociales, ya sea Facebook, Instagram, o TikTok y 0 puntos a quienes no lo realizan.

Tabla 44: Datos obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de las redes sociales como medios de difusión utilizados por el productor de DTel en Cuenca.

Medios de difusión	Redes sociales	Porcentaje	Valores
Facebook	150	100,00%	4
Instagram	150	100,00%	4
TikTok	0	0,00%	4

El hecho de que el 100% de los encuestados utilice las redes sociales de Facebook e Instagram sugiere que existe un habitus compartido entre los emprendedores textiles, este habitus valora y reconoce la importancia de la era digital y las redes sociales como herramientas esenciales para la difusión y el éxito comercial, aquí la visibilidad y el reconocimiento en las redes sociales pueden convertirse en capital simbólico, donde un emprendedor o marca con

muchos seguidores y engagement en redes sociales puede ser percibido como más prestigioso o de mayor valor en el campo; aquí la elección de plataformas específicas, la creación de contenido, la interacción con influencers y la gestión de publicidad son todas estrategias que reflejan cómo los agentes en el campo compiten por visibilidad y reconocimiento. Es así como en el campo tienen poder los que dominan las dinámicas de las redes sociales, pueden influir en las opiniones y comportamientos del público; también, la creación de un directorio que redirija a las redes sociales puede ser una herramienta poderosa que centralice y legitime a ciertos agentes.

El valor simbólico que generan estas plataformas de Facebook e Instagram no se limita a la visibilidad mejorada, la interacción directa con los clientes, la capacidad de mostrar el producto de manera visual y atractiva, y la construcción de una comunidad en torno a la marca; este enfoque en la visibilidad y la interacción contribuye significativamente al posicionamiento de la marca, ayudando a los diseñadores a establecer una identidad y distinguirse en el competitivo campo; al utilizar estas redes sociales, los diseñadores tienen la oportunidad de vender sus productos y contar historias de marca, compartir el proceso creativo detrás de sus diseños y establecer una conexión emocional con sus seguidores; esto, a su vez, puede fortalecer la lealtad de la marca y fomentar una comunidad de seguidores comprometidos. A través de estas redes, los diseñadores pueden mejorar su visibilidad, incrementar sus ventas, y también construir un sólido posicionamiento de marca que los distinga en su campo profesional.

Figura 101: Porcentajes obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de la red social de facebook como medio de difusión utilizado por los productores de DTel en Cuenca.



Figura 102: Porcentajes obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de la red social de instagram como medio de difusión utilizado por los productores de DTel en Cuenca.

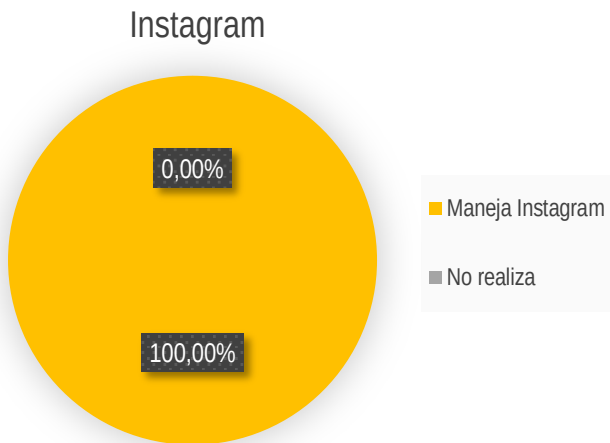
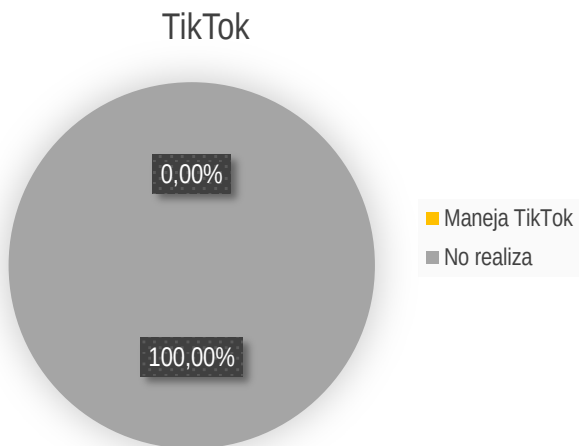


Figura 103: Porcentajes obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de la red social de TikTok como medio de difusión utilizado por los productores de DTel en Cuenca.



En los gráficos se evidencia que Facebook e Instagram presentan un uso del 100% entre los diseñadores, lo que indica que estas plataformas son componentes fundamentales del capital simbólico y social dentro del campo, estos medios de difusión actúan como espacios de poder y prestigio, en los cuales los diseñadores pueden exhibir su trabajo y adquirir reconocimiento; es aquí donde el capital simbólico se traduce en la visibilidad y reputación que los diseñadores ganan a través de la interacción social y la validación por parte de su audiencia; el capital económico también juega un rol importante, ya que la inversión en publicidad pagada en estas plataformas puede traducirse directamente en ventas y crecimiento del negocio; además, el capital cultural de los diseñadores se refleja en su capacidad para producir y compartir contenido que resuene con la audiencia y establezca las tendencias dentro del campo; por otro lado, TikTok muestra un uso del 0%, lo que puede sugerir varias cosas: los diseñadores de Cuenca no lo consideran relevante para su capital simbólico dentro del campo, no se alinea por el momento con el habitus establecido (es decir, las prácticas y disposiciones adquiridas por los agentes), o no han capitalizado las posibles oportunidades que esta plataforma podría ofrecer para alcanzar a un público más joven y generar nuevas formas de capital social y simbólico.

La consolidación del campo está fuertemente influenciada por estas plataformas de redes sociales, que se han convertido en un medio para adquirir y demostrar capital simbólico y económico, donde la presencia y participación activa en Facebook e Instagram reflejan y refuerzan las estructuras de poder dentro del campo, donde el éxito y el reconocimiento están cada vez más mediados por la visibilidad digital y la capacidad de interactuar y atraer a un público a través de estos canales; es así que los porcentajes representan el grado en que cada plataforma contribuye a la construcción y el fortalecimiento del campo donde Facebook e Instagram son canales completamente adoptados, están intrínsecamente ligados a las prácticas actuales y a la acumulación de capital relevante para el campo; en contraste, TikTok, al no ser utilizado, podría reflejar una brecha generacional o una oportunidad aún no explorada que podría remodelar la estructura y el habitus del campo en el futuro.

Figura 104: Gráfico radial que representa uso de la red social de Facebook como medio de difusión utilizado por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.

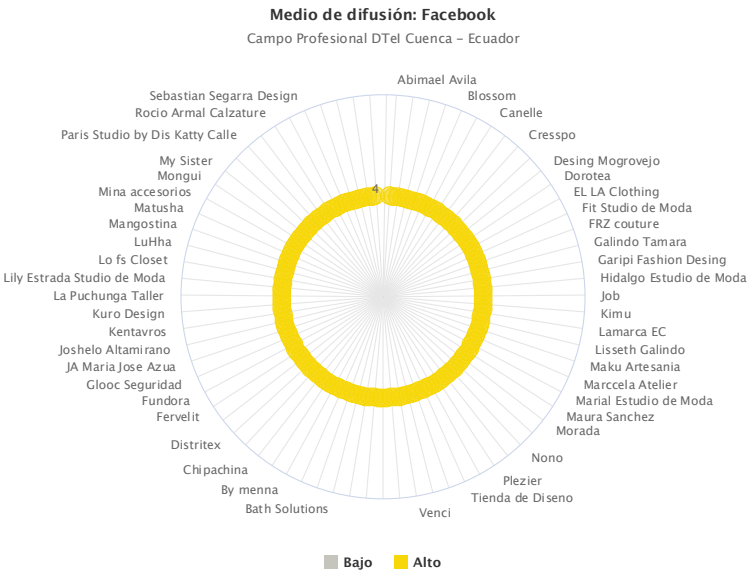


Figura 105: Gráfico radial que representa uso de la red social de Instagram como medio de difusión utilizado por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.

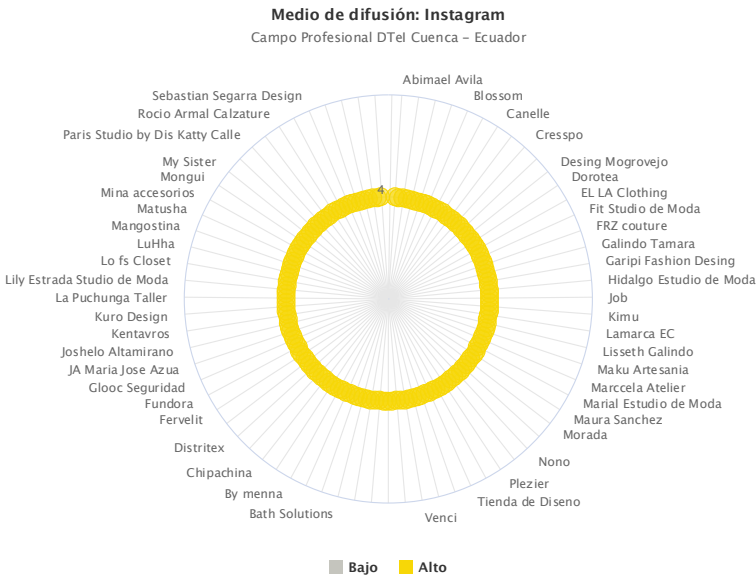
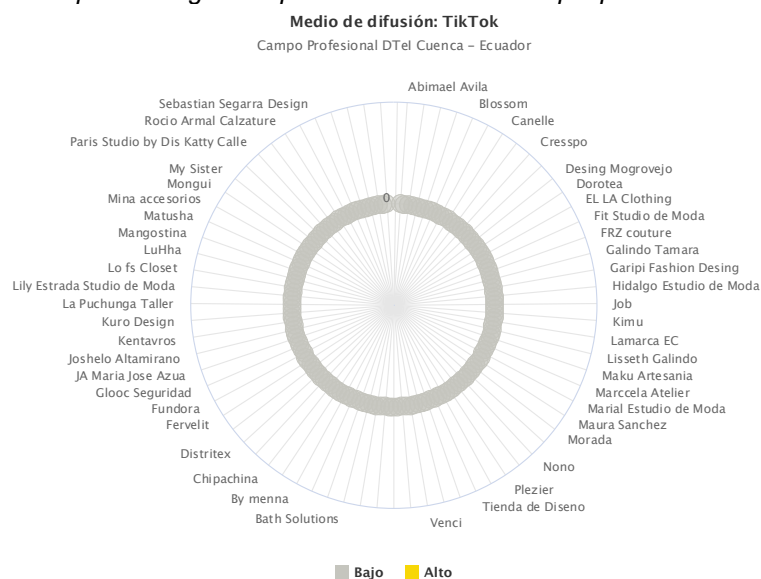


Figura 106: Gráfico radial que representa uso de la red social de TikTok como medio de difusión utilizado por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



Los tres gráficos de radar sobre el uso de las tres plataformas de redes sociales, evidencia a los productores de DTel como agentes que ganan notoriedad y posicionamiento dentro del campo a través del valor simbólico que proporcionan sus diseños, y es importante destacar cómo este valor simbólico se ve potenciado por el uso de redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok para la difusión y comercialización de sus creaciones. Las tres redes sociales se muestran como arenas donde los diseñadores libran una contienda simbólica por la distinción y legitimidad, este escenario se transforma en una especie de guerra de clases cultural, influenciada de estructuras preexistentes que conforman el legado cultural y económico del entorno; el capital simbólico juega un papel trascendental en este proceso, ya que a través de este se construyen y mantienen las percepciones de valor y prestigio asociadas a cada marca y creador.

Este análisis evidencia que el éxito en el campo profesional se nutre tanto de la calidad y el valor intrínseco de los diseños como de la habilidad para navegar y explotar el potencial de las diferentes plataformas digitales, donde las estrategias de mercadotecnia digital, la creación de contenido atractivo y la capacidad para establecer una marca distintiva son factores críticos que definen el éxito en la batalla cultural y económica contemporánea; además de las redes sociales, los diseñadores utilizan una gama de canales

convencionales y emergentes para difundir y comercializar sus productos en diferentes segmentos del mercado. Además, de las redes sociales, existen otros canales que se utilizan para la comercialización y difusión, de los cuales se analizan los datos obtenidos a continuación.

4.2.6.6 Página Web

Tener una página web implica contar con un sitio en línea dedicado a la marca, productos y contenido relacionado con la moda; es una herramienta esencial para establecer una presencia en línea sólida y promocionar un negocio, que sirve como una vitrina virtual donde se puede mostrar tus productos de moda de manera detallada, donde se puede incluir fotos de alta calidad, descripciones, tallas disponibles, precios y opciones de compra, esto proporciona a los clientes potenciales una visión completa de la oferta y facilita la toma de decisiones de compra. Además de exhibir los productos, la página web permite a las marcas de moda presentar su historia, visión, misión y valores, lo que ayuda a construir una narrativa de marca sólida y a conectar con los valores de tu público objetivo, lo que puede fomentar la lealtad de los clientes.

La creación y el compartir de contenido relacionado con la moda en un sitio web, como blogs, artículos, guías de estilo, tendencias de moda y consejos de vestimenta, pueden ayudar a establecer una experiencia y autoridad en el campo, esto atrae a la audiencia interesada en la moda y mejora la visibilidad del sitio web en los motores de búsqueda. Al desarrollo de este medio de comercialización y difusión que asigna un valor de 4 puntos por el tiempo e inversión que requiere, y a quienes no lo desarrollan no se otorga un valor.

Tabla 45: Datos obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso una página web como medio de comercialización y difusión utilizados por los productores de DTel en Cuenca.

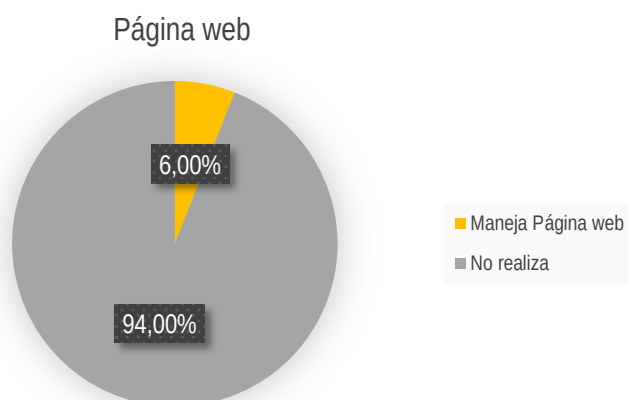
Medios de comercialización y difusión	Página web	Porcentaje	Valores
Realiza	9	6,00%	4
No realiza	141	94,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

En la ciudad de Cuenca, el escenario para los diseñadores de textil e indumentaria revela una marcada tendencia hacia el uso de métodos de difusión y comercialización digitales, con especial énfasis en las redes sociales; no obstante, una mirada más detenida a las estrategias empleadas por estos creadores descubre que una minoría está optando por un enfoque más tradicional y establecido: el uso de páginas web. Aunque solo 9 diseñadores de un total de 150 han decidido integrar páginas web como un canal de comercialización y difusión, este método aporta un valor simbólico considerable, ya que estas páginas web sirven como una vitrina exclusiva para la marca, brindando un entorno donde pueden proyectar su visión sin las restricciones y el ruido de las plataformas de terceros.

Este canal les permite controlar totalmente la narrativa de su marca, asegurándose de que la experiencia del usuario sea coherente con la imagen y los valores que desean transmitir; además, una página web confiere un aire de profesionalismo y seriedad que puede captar y alcanzar un público objetivo que valora la autenticidad y la calidad; con la segmentación detallada del público a través de herramientas analíticas web permite a los diseñadores adaptar sus ofertas, mejorar la comunicación con su audiencia y optimizar sus estrategias de venta y marketing y brinda también la posibilidad de comercializar directamente sus productos, evitando intermediarios, lo cual mejora los márgenes de ganancia y fomenta una conexión más directa con el cliente; no obstante, la preferencia abrumadora por no utilizar páginas web como parte de su estrategia de mercadeo podría señalar barreras como costos de desarrollo y mantenimiento, o una inclinación hacia la inmediatez y el dinamismo de las redes sociales, que ya cuentan con un público masivo y diverso. Pese a la popularidad de las redes sociales, la integración de páginas web en la estrategia comercial de los diseñadores de Cuenca ofrece una ruta menos transitada pero potencialmente lucrativa; con la adopción de este medio se

puede diferenciar a los diseñadores en un mercado saturado y añadir una capa de valor significativa a sus marcas en el competitivo campo.

Figura 107: Porcentajes obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso una página web como medio de comercialización y difusión utilizados por los productores de DTel en Cuenca.

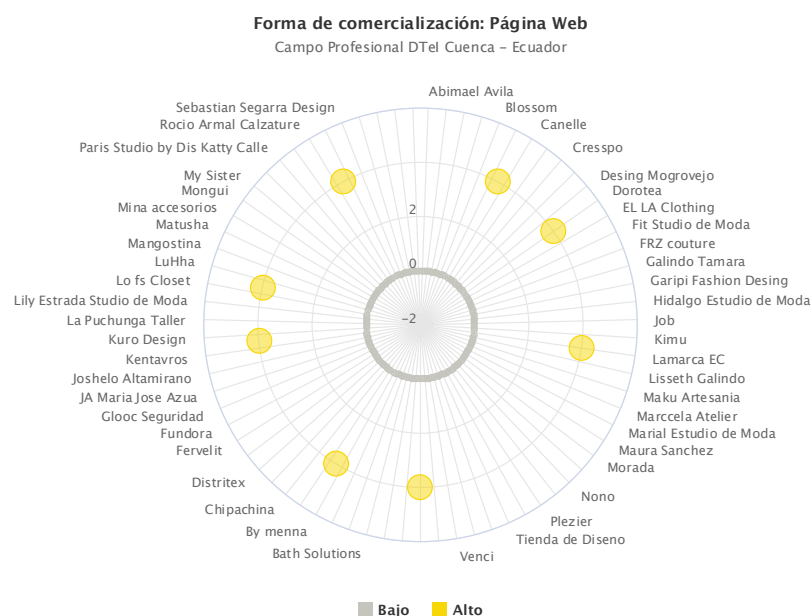


El gráfico evidencia que solo un 6% de los diseñadores gestiona su propia página web, lo que indica una notable asimetría en el campo, este pequeño porcentaje se interpreta como aquellos agentes del campo que poseen un capital cultural y económico diferenciado, que les permite entender y utilizar estas herramientas para agregar valor a su oferta y fortalecer su posición en el campo, donde la amplia mayoría del 94% que no utiliza este recurso podría estar influenciada por un habitus que valora más inmediatamente la conexión y la visibilidad que proporcionan las redes sociales, en detrimento de un enfoque más tradicional y, potencialmente, más costoso y laborioso como es el desarrollo y mantenimiento de una página web propia; este habitus puede estar configurado por la percepción de que el éxito y el reconocimiento dependen más del engagement y la presencia activa en redes sociales, que son también espacios de interacción social y cultural intensa.

El poder en el campo se interpreta con la habilidad para movilizar diferentes formas de capital, donde aquellos con el capital técnico, económico y cultural para mantener una página web podrían considerarse en una posición de poder, dado que tienen una plataforma exclusiva para construir y promover su marca de una manera más controlada y directa; este uso de la página web puede considerarse como una estrategia para acumular capital simbólico, reforzando

la distinción y legitimidad en el campo profesional; en cuanto a la consolidación se ve influenciada tanto por las estructuras preexistentes de la industria como por las nuevas prácticas y tecnologías, donde los agentes que se adaptan y aprovechan los nuevos canales digitales, como las páginas web, están a la vanguardia de una transformación del campo, que demanda nuevas habilidades y formas de capital para lograr el éxito y el reconocimiento. En este sentido, los porcentajes reflejan la dinámica de cambio dentro del campo: un pequeño pero significativo grupo de diseñadores está moviéndose hacia prácticas que podrían ofrecer una ventaja competitiva en términos de diferenciación y acumulación de capital simbólico; sin embargo, el predominio de aquellos que no adoptan estas prácticas sugiere que el campo está aún en una etapa de transición, con la posible resistencia o la falta de recursos que impiden una adopción más amplia.

Figura 108: Gráfico radial que representa el uso de una página web como medio de comercialización y difusión por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar ilustra el impacto del uso de páginas web en la presencia y el posicionamiento de los agentes en el campo, donde los productores que han invertido en una página web y logran una presencia significativa podrían considerarse como poseedores de un capital simbólico alto; este capital les permite destacar entre la multitud, establecer una legitimidad y un

reconocimiento profesional más fuertes. A través de sus sitios web, estos diseñadores muestran sus productos, comunican su estética y proyectan una filosofía de diseño, lo cual aporta en la construcción de una marca sólida.

El radar muestra algunas marcas en la periferia con valores altos, lo que sugiere un alto valor simbólico generado por su presencia web; se interpreta que estas marcas están liderando el campo en términos de innovación digital y uso estratégico de la tecnología para el marketing y la venta de productos. El hecho de que se destaquen en el gráfico indica que han logrado un nivel de maestría en la integración de la comercialización online, posicionándose como líderes y posiblemente como influenciadores dentro del campo; por otro lado, hay una cantidad considerable de marcas que tienen un valor simbólico bajo o negativo, lo que indica una presencia en línea menos prominente o incluso inexistente, estos agentes podrían estar operando bajo un habitus que aún no ha incorporado plenamente la digitalización como un capital cultural o económico viable y esto no implica necesariamente una falta de calidad en sus productos, se puede tratar de una estrategia de comercialización y difusión que no enfatiza o no capitaliza la presencia web.

Esta distribución en el campo revela una lucha por la distinción cultural, donde cada agente busca asegurar una posición ventajosa, donde aquellos con una presencia web sólida están en una búsqueda por capitalizar su diferenciación y lograr una legitimidad que resuene tanto con un público local como global. El gráfico también refleja la tensión entre las estructuras preexistentes —las tradiciones del diseño y la moda, los canales de venta físicos, las relaciones personales— y las nuevas fuerzas emergentes, que en este caso son las tecnologías digitales y las oportunidades que estas representan. Los agentes que logran navegar con éxito esta complejidad son los que pueden transformar su capital simbólico y cultural en éxito económico, consolidando su posición en el campo profesional del DTel.

4.2.6.7 Catálogo

Un catálogo es un medio que permite a los diseñadores y marcas mostrar sus productos y detalles de diseño en un espacio personalizado, donde se incluyen imágenes de alta calidad, descripciones detalladas, información de precios y opciones de compra en línea, lo que proporciona a los clientes una experiencia de compra conveniente y accesible desde cualquier lugar, su desarrollo implica una presentación organizada y detallada de los productos, colecciones y diseños, que suele ser una herramienta impresa o digital que se utiliza para promocionar y presentar las creaciones a compradores, clientes y otros agentes de la industria de la moda; incluye imágenes de alta calidad de las prendas, complementos y accesorios que ofreces, lo que permite a los clientes ver cómo lucen y cómo se pueden combinar los diseños, para ello se utilizan imágenes impactantes y descripciones minuciosas, clasificados por categorías para facilitar la búsqueda de productos; dentro de este se ofrecen detalles completos sobre tallas, materiales, colores y precios, que proporcionan información de contacto clara para la realización de pedidos; adicionalmente, enriquecen la experiencia del cliente al compartir la esencia de la marca, lo que favorece una conexión emocional al reflejar la identidad de la marca.

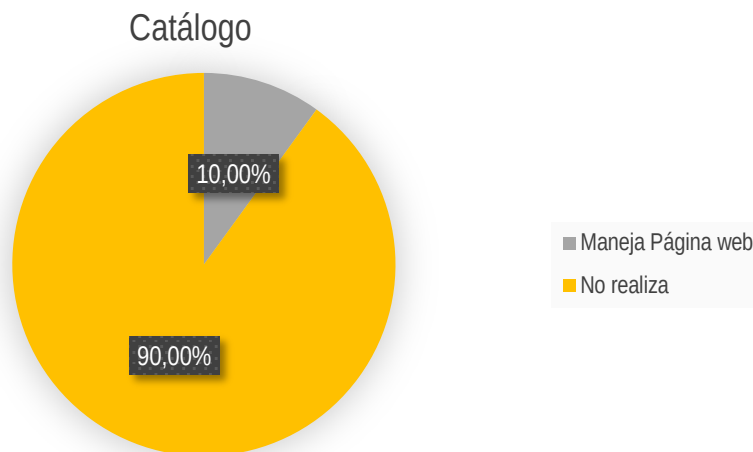
Tener un catálogo proporciona una forma estructurada y atractiva de presentar las creaciones a una audiencia objetivo y facilita el proceso de compra al proporcionar información detallada sobre cada producto; ya sea impreso o digital, un catálogo bien diseñado puede ser una herramienta poderosa para promover la marca y aumentar las ventas en la industria de la moda. Por su relevancia como medio de comercialización y difusión se asigna un valor de 4 puntos a los que lo desarrollan y ningún valor a quienes no lo realizan.

Tabla 46: Datos obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de catálogos como medio de comercialización y difusión de los productores de DTel en Cuenca.

Medios de comercialización y difusión	Catálogo	Porcentaje	Valores
Realiza	15	10,00%	4
No realiza	135	90,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

La integración de catálogos en las estrategias de comercialización y difusión refleja una dinámica interesante dentro del campo profesional; a pesar de que solo 15 diseñadores utilizan esta herramienta, la calidad de este medio es representativo y se traduce en capital simbólico asociado a su uso; los catálogos son vistos como un indicador de profesionalismo y una fuerte inversión en la marca y su presentación en el mercado. La decisión de desarrollar un catálogo puede elevar la percepción de una marca, situando al diseñador entre la élite del campo que prioriza la presentación meticulosa de sus creaciones; quienes invierten en este medio demuestran un compromiso con la calidad y la estética, factores que pueden influir considerablemente en la percepción de clientes y colegas dentro del campo; este esfuerzo y los recursos dedicados al diseño gráfico y la fotografía de productos sugieren una ventaja en capital económico, pues el catálogo tiene el potencial de incrementar las ventas ofreciendo a los clientes una visión integral y atractiva de los productos que reflejan el gusto y la estética particular de la marca, contribuyendo a la construcción de su identidad.

Figura 109: Porcentajes obtenidos de la pregunta 8 sobre el uso de catálogos como medio de comercialización y difusión de los productores de DTel en Cuenca.

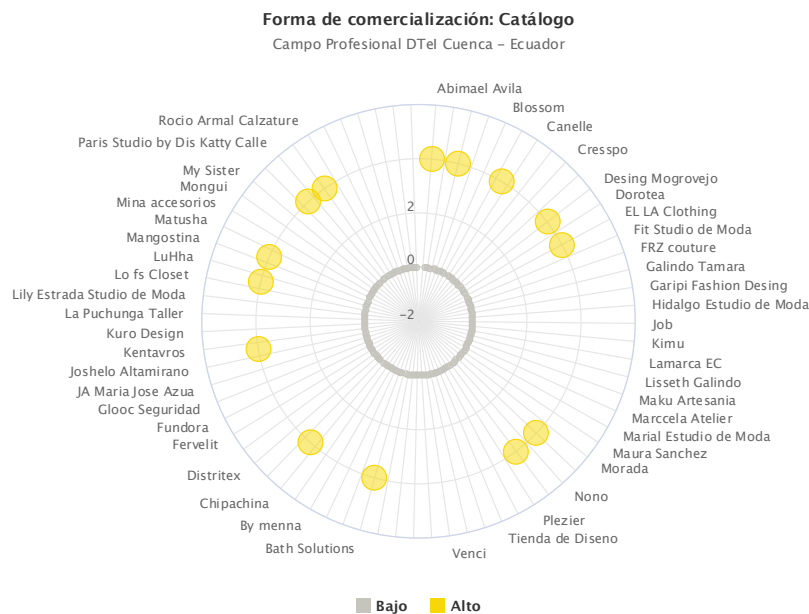


El gráfico refleja a un 10% de los diseñadores empleando esta herramienta de comercialización y difusión, frente a un dominante 90% que no la utiliza; desde la perspectiva de la Teoría de los Campos de Bourdieu, los catálogos pueden ser vistos como una manifestación física o digital del capital cultural y simbólico dentro del campo del diseño, donde los diseñadores que crean catálogos están

invirtiendo en una forma de capital que trasciende lo económico al ser interpretados como un signo de profesionalismo y una declaración de las ambiciones estéticas y comerciales del diseñador. El 10% que adopta esta estrategia se posicionan en un nicho que valora la profundidad y la consideración reflexiva en la presentación de la moda, que puede otorgarles poder en el campo, ya que refleja un alto grado de dedicación a la marca y la habilidad de presentar sus productos de una manera que pueda resonar más profundamente con su audiencia. En esta minoría que elige el catálogo como medio de expresión se establece una forma de distinción legítima dentro del campo, donde el habitus de estos diseñadores con su sistema de disposiciones adquiridas, los predispone a valorar y utilizar estas prácticas de comunicación, que a su vez refuerzan su posición y acumulan capital simbólico. Por otro lado, el 90% que no invierte en catálogos puede estar menos orientado hacia la creación de un legado duradero o simplemente carecer de los recursos para hacerlo, podría estar más enfocado en la inmediatez y la accesibilidad de las plataformas de redes sociales o en la venta directa que no requiere de la intermediación de un catálogo.

Este panorama indica que el campo está en un estado de flujo con respecto a la adopción de métodos de comercialización tradicionales versus digitales, donde los porcentajes muestran una clara preferencia por métodos alternativos a los catálogos, lo que refleja una transformación en el habitus colectivo del campo, donde nuevas formas de capital están emergiendo y siendo valoradas.

Figura 110: *Gráfico radial que representa el uso de un catálogo como medio de comercialización y difusión por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



El gráfico de radar muestra la dispersión del valor simbólico que aporta la comercialización y difusión a través de catálogos por parte de los productores en el campo, donde aquellos marcados con valores más altos, señalando hacia la periferia, indican un uso estratégico de catálogos que eleva significativamente su presencia en el mercado; esta herramienta se convierte en un elemento diferenciador que contribuye a la construcción de un capital simbólico más elevado, alineándose con un habitus que valora la sofisticación y el detalle en la presentación de productos. Este selecto grupo de diseñadores, representado por el 10% que opta por el uso de catálogos, está participando activamente en una guerra de clases simbólica dentro del campo cultural del diseño; por medio de catálogos cuidadosamente elaborados, buscan establecer una distinción legítima y un reconocimiento que les posicione como referentes de calidad y profesionalismo.

Los catálogos, ya sean impresos o digitales actúan como extensiones de la identidad de la marca, reflejando sus valores estéticos y comerciales al proporcionar una visión detallada y articulada de sus colecciones, los diseñadores fomentan una comprensión más profunda y un aprecio por su trabajo, invitando a los consumidores a participar en una experiencia más inmersiva y enriquecedora; por otro lado, aquellos con valores más bajos en el

4.3.8 Formas de comercialización

Figura 111: *Pregunta 9 de la encuesta dirigida a productores de DTel en Cuenca*

4.2.7.1 Local Propio

Un local propio se refiere a un establecimiento físico propiedad del diseñador o la marca de moda, el cual puede ser una boutique, una tienda de ropa o un showroom donde los clientes pueden visitar y comprar productos directamente, el cual ofrece un control total sobre la experiencia del cliente, la presentación de productos y la interacción personal con los compradores; esta estrategia tiene ventajas considerables, como la posibilidad de mostrar físicamente los productos, permitiendo a los clientes ver, tocar y probar las prendas antes de comprarlas, lo cual es decisivo en una industria donde la apariencia y la calidad son fundamentales; además, un local propio ofrece la oportunidad de interactuar de manera directa con los clientes. Los diseñadores y vendedores pueden brindar asesoramiento personalizado, responder preguntas y ofrecer recomendaciones, mejorando así la experiencia de compra y fortaleciendo las relaciones con los clientes; asimismo, el diseño y la presentación de productos en el local pueden contribuir a crear una experiencia de marca, ayudando a construir una imagen de marca sólida y a diferenciarse de la competencia.

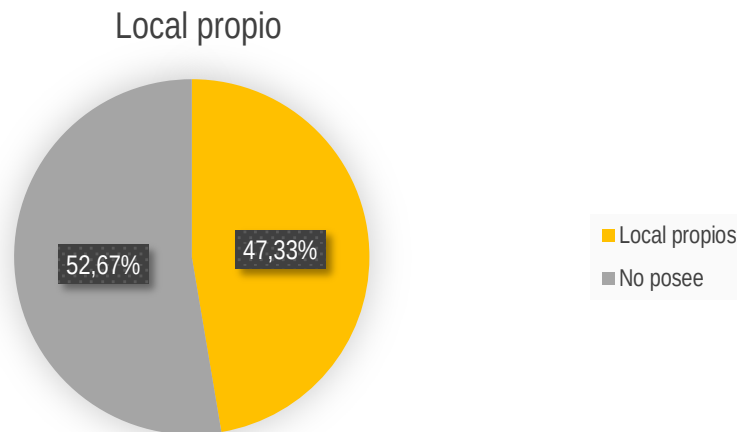
Los propietarios de tiendas organizan eventos, lanzamientos de colecciones y promociones en el local para atraer a clientes y generar emoción en torno a la marca, lo que puede ser una parte importante de la estrategia de marketing; además, la venta directa al público a través del local propio puede resultar en márgenes de beneficio más altos en comparación con la venta al por mayor a través de otros minoristas, lo que beneficia a diseñadores que desean mantener un mayor control sobre la distribución y los precios; sin embargo, es importante tener en cuenta que tener un local propio conlleva costos significativos, como el alquiler del espacio, los gastos de operación y la gestión diaria, donde los propietarios deben asegurarse de gestionar eficazmente estos aspectos para que el negocio sea rentable. La elección de tener un local propio depende de la estrategia y los objetivos de cada diseñador o marca en la industria de la moda; y a esta organización se asigna un valor de 4 puntos, reconociendo la inversión al capital económico y cultural; y a quienes no lo realizan no se otorga un valor.

Tabla 47: Datos obtenidos de la pregunta 9 sobre tener un local propio para la comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.

Medio de comercialización y difusión	Local propio	Porcentaje	Valor
Posee	71	47,33%	4
No posee	79	52,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

El análisis del impacto de contar con un local propio revela múltiples beneficios tanto en términos de valor simbólico como en el posicionamiento de la marca de los diseñadores. Los datos muestran que casi la mitad de los productores, específicamente 71 diseñadores optan por este medio de comercialización, que permite a los diseñadores crear una identidad de marca fuerte y visible, ofrecer experiencias de compra personalizadas y controlar completamente la presentación de sus productos, lo cual mejora la conexión emocional con los clientes y eleva la percepción de exclusividad de sus ofertas; esta estrategia directa de comercialización facilita una interacción más profunda y personal con los clientes, permitiendo recoger feedback valioso que puede ser utilizado para ajustar y mejorar continuamente los productos. Además, la presencia física en un espacio dedicado refuerza el profesionalismo y la credibilidad de la marca, proporciona un diferenciador competitivo importante en un mercado saturado y sirve como un punto de encuentro para la construcción de una red de contactos profesionales; estos elementos contribuyen a un mejor posicionamiento dentro del campo del DTel y abren puertas a un aumento en las ventas, oportunidades de crecimiento y una expansión más amplia en el mercado.

Figura 112: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 9 sobre tener un local propio para la comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.*



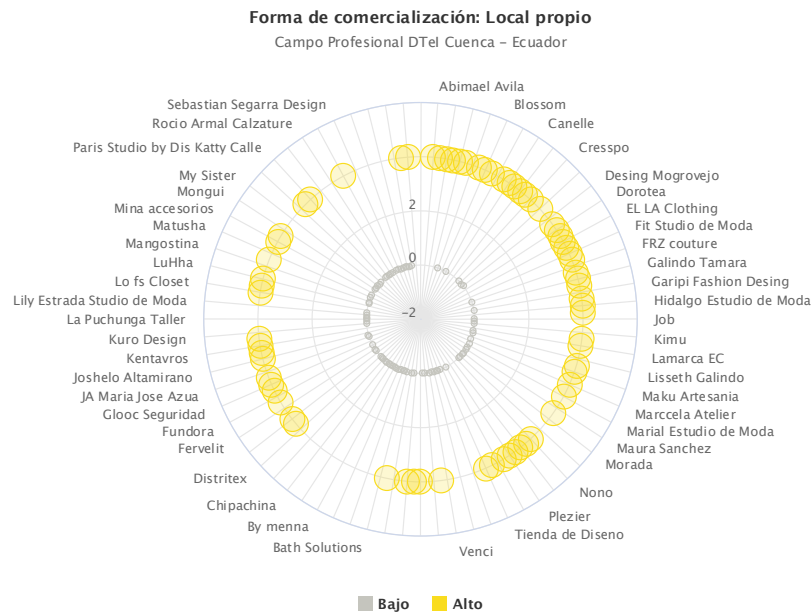
El gráfico proporciona una visión interesante de la estructura económica del campo profesional de DTel, mostrando que un 47,33% de los agentes cuentan con un local propio, mientras que un 52,67% no posee un establecimiento fijo para su comercio o producción. A través de la lente de la Teoría de los Campos de Bourdieu, estos números nos hablan de la distribución del capital y cómo éste impacta en el poder y la consolidación de los agentes dentro del campo, donde el hecho de tener un local propio puede interpretarse como una manifestación de capital económico, ubicando a aquellos que poseen un espacio físico con la ventaja tangible de: la capacidad de atraer a los clientes a través de una experiencia de marca inmersiva, la posibilidad de generar una clientela local leal y la oportunidad de participar en la economía local de una manera más prominente. Este 47,33% puede tener, por tanto, una influencia considerable en la definición de las normas y expectativas dentro del campo del diseño en Cuenca, ya que su visibilidad física les otorga una presencia más destacada y, potencialmente, más poder.

Por otro lado, el 52,67% de los agentes que no tienen un local propio podrían estar operando en un modelo de negocio diferente, potencialmente más flexible y con menos costes fijos; estos diseñadores y productores pueden depender más del capital simbólico, esforzándose por establecer y mantener su reputación a través de la calidad de sus diseños, presencia online, redes sociales y participación en mercados o eventos temporales. La falta de un espacio físico no necesariamente disminuye su poder dentro del campo; de hecho, puede indicar una adaptabilidad y una innovación que les permiten navegar por el campo de manera estratégica y exitosa.

La distribución de estos porcentajes también puede reflejar la estructura del campo y el habitus de los diseñadores, como sistema de disposiciones duraderas y transferibles, se manifiesta en la decisión de operar con o sin un local físico, donde los productores con un local propio pueden sentirse más inclinados hacia prácticas tradicionales de negocio y valorar la estabilidad y la visibilidad que proporciona un establecimiento; aquellos sin local, por otro lado, pueden ser más propensos a adoptar enfoques modernos y ágiles, utilizando el espacio virtual y las redes para construir y mantener su capital.

En el contexto de la consolidación del campo profesional de diseño textil e indumentaria, estas diferencias en la posesión de un local propio crean una dinámica interesante, mientras algunos buscan solidificar su posición a través de la inversión en propiedades y la creación de espacios de venta al detalle, otros pueden estar explorando nuevas formas de distribución y marketing que redefinen cómo el diseño textil y la moda se consumen y valoran. Esta diversidad enfoques enriquece el campo, promoviendo un entorno dinámico y multifacético que puede adaptarse a los cambios económicos y culturales con el tiempo.

Figura 113: *Gráfico radial que representa la comercialización y difusión mediante un local propio por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



El gráfico de radar muestra una gradación de alto a bajo valor simbólico basado en la presencia de un espacio físico, lo que es indicativo de las diversas estrategias y posiciones dentro del campo; desde la Teoría de los Campos de Bourdieu, el local propio puede verse como un capital espacial concreto que proporciona visibilidad y legitimidad dentro del espacio cultural y económico del diseño, donde los productores que cuentan con un local propio, indicados por los puntos más cercanos al centro del radar, han tomado una ruta que les permite anclar su presencia física en el tejido social y económico de la ciudad. Esto les confiere un cierto poder, ya que pueden establecer un punto de contacto directo con su clientela y así reforzar su capital simbólico mediante la experiencia de marca que ofrecen. El valor simbólico alto o bajo que estos locales generan además de referirse a la calidad o el precio de los productos ofrecidos, se encuentra en la percepción de la marca y la experiencia que el diseñador es capaz de crear para el consumidor, donde los diseñadores con un alto valor simbólico son capaces de transformar sus espacios en lugares donde se transmiten valores, estéticas y narrativas que resuenan con los hábitos de sus clientes.

Esta batalla por la distinción, como la llamaría Bourdieu, se manifiesta en la lucha constante de los diseñadores por ofrecer algo que sea de alta calidad,

percibido como innovador y valioso; es así como los locales propios se convierten en arenas donde se lucha por la legitimidad y la distinción dentro del campo. Los diseñadores con un bajo valor simbólico, aunque pueden no tener la misma visibilidad física o el poder económico que sus contrapartes con locales más establecidos, todavía pueden competir y ganar reconocimiento a través de otros medios, como la presencia en línea o las colaboraciones creativas, que también pueden aumentar su capital simbólico. En el contexto más amplio de este campo, la presencia de un local propio es una de las muchas estrategias que los diseñadores pueden emplear para cimentar su posición; sin embargo, la interacción entre estas estructuras preexistentes y las nuevas fuerzas emergentes, como la economía digital y las cambiantes preferencias de los consumidores, crea un campo dinámico donde el capital simbólico y cultural y las formas económicas de capital se entrelazan y evolucionan constantemente. En última instancia, la capacidad de adaptarse a este entorno cambiante y hacer uso de todas las formas de capital disponibles es lo que determinará el éxito y la consolidación de los agentes en el campo profesional de diseño textil e indumentaria en Cuenca.

4.2.7.2 Venta a Consignación

La venta a consignación es un modelo de comercialización que implica que los productores o diseñadores proporcionen sus productos a una tienda o retailer sin recibir un pago por adelantado; en lugar de eso, el propietario de la tienda vende los productos y comparte las ganancias con el productor una vez que se han vendido, lo que tiene implicaciones importantes para ambas partes. La entrega de productos por parte del productor es un paso clave en la venta a consignación, los productos se exhiben en la tienda, pero el productor aún conserva la propiedad de los artículos hasta que se vendan, con esta característica se distingue este modelo de otros en los que el minorista compra los productos por adelantado; la falta de un pago por adelantado es una característica fundamental de la venta a consignación, porque el productor confía en que la tienda o el intermediario venderá los productos y luego compartirá las ganancias de manera acordada; esta división de ganancias generalmente se establece en un contrato o acuerdo previo, y después de

deducir cualquier comisión o tarifa acordada, el productor recibe su parte de las ganancias.

La venta a consignación puede ofrecer una mayor visibilidad en las tiendas minoristas, lo que es especialmente beneficioso para diseñadores y marcas emergentes que buscan introducir sus productos en el mercado sin asumir grandes riesgos financieros. A esta forma de comercialización se asigna un valor de 3 puntos, porque requiere menos esfuerzos e inversión que un local propio; y a los que no realizan no se asigna ninguna puntuación.

Tabla 48: Datos obtenidos de la pregunta 9 sobre la venta a consignación para la comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.

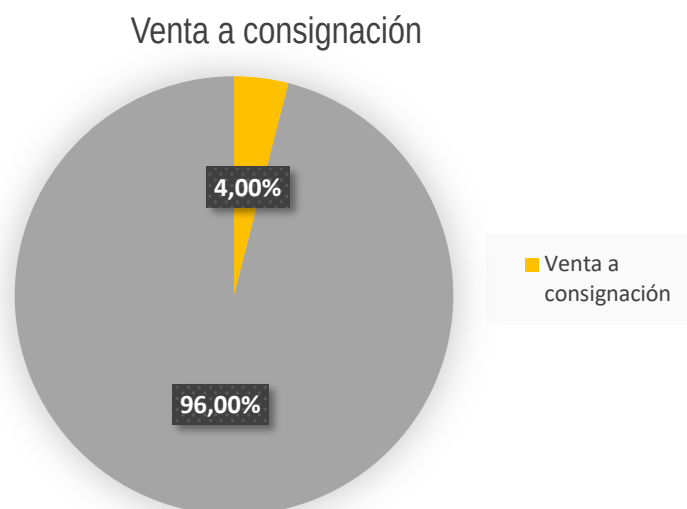
Forma de comercialización y difusión	Venta a consignación	Porcentaje	Valores
Realiza	6	4,00%	3
No realiza	144	96,00%	0
TOTAL	150	100,00%	

En la ciudad de Cuenca, el estudio realizado revela que, de un total de 150 productores, tan solo 6 diseñadores han optado por la venta a consignación como método de comercialización y difusión de sus productos; en contraste con 144 diseñadores que eligen no participar en este tipo de sistema de ventas. Esta adopción por parte de este pequeño grupo puede aportar un valor simbólico considerable a sus prácticas comerciales, ya que permite a los diseñadores colocar sus artículos en establecimientos comerciales sin requerir una inversión inicial significativa en compra de stock por parte del minorista, reduciendo así el riesgo económico; además, facilita la prueba de mercado de sus productos y proporciona una plataforma para obtener retroalimentación directa de los clientes, lo cual incluye en el desarrollo de producto y estrategias de mercado más ajustadas a las demandas de los consumidores.

En términos de posicionamiento de marca, la venta a consignación ofrece a los diseñadores la oportunidad de aumentar la visibilidad de sus productos y, por extensión, de sus marcas, sin necesidad de grandes desembolsos en

marketing o en el establecimiento de tiendas propias; para los diseñadores emergentes o aquellos con recursos más limitados, esta puede ser una estrategia efectiva para entrar en el mercado y construir un reconocimiento de marca que contribuya a su consolidación en el campo; sin embargo, la baja adopción de la venta a consignación señala posiblemente a una preferencia más amplia por métodos de comercialización más directos o tradicionales dentro de la industria en Cuenca; este fenómeno podría estar influenciado por la dinámica de poder dentro del campo del diseño, donde los agentes con más recursos y establecidos posiblemente dominen las rutas comerciales preferidas. El pequeño porcentaje que se inclina por la consignación podría indicar un nicho de innovación y adaptación dentro del campo, sugiriendo una posible tendencia hacia estrategias de comercialización diversificadas en el futuro.

Figura 114: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 9 sobre la venta a consignación para la comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.*



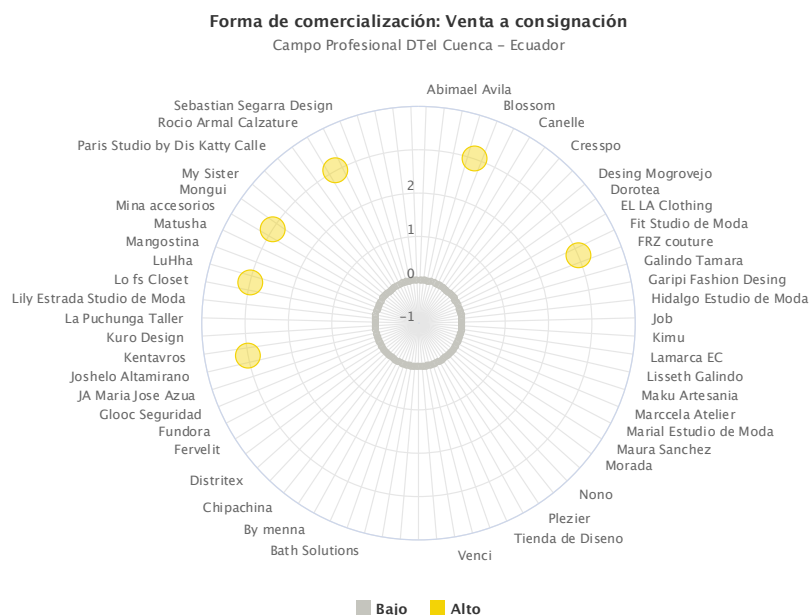
El gráfico que observamos refleja un desequilibrio en la adopción de la venta a consignación dentro del campo, con solo un 4% de los productores o diseñadores aplicando este método frente a un aplastante 96% que no lo hace. En este caso, el capital puede manifestarse en forma económica, pero también en forma de capital cultural (habilidades, conocimientos, gusto), social (redes, conexiones) y simbólico (prestigio, reconocimiento), y, la estructura del campo se define por la distribución de este capital entre los jugadores. El uso limitado

de la venta a consignación sugiere una estructura donde los métodos tradicionales y directos de comercialización y distribución dominan, que puede deberse a una serie de razones: los diseñadores con más capital económico pueden permitirse sus propias tiendas o e-commerce, aquellos con más capital social pueden tener mejores conexiones para ventas directas o exclusivas, y los que tienen capital cultural elevado pueden preferir mantener un control estrecho sobre la distribución para reflejar su visión creativa; aquellos con alto capital simbólico pueden no necesitar la consignación, ya que su reconocimiento les asegura ventas a través de canales propios o selectos.

La pequeña fracción que utiliza la venta a consignación podría estar buscando formas innovadoras para romper con las estructuras existentes y redistribuir el capital, esta estrategia les permite acceder a los mercados sin incurrir en los costos iniciales de establecer una tienda o cadena de suministro propia, lo que puede ser un signo de adaptabilidad y el deseo de aprovechar recursos limitados para maximizar la exposición y el alcance. El *habitus*, que es el conjunto de hábitos y disposiciones adquiridos por los individuos, puede influir en la disposición de los diseñadores a utilizar o no la venta a consignación, donde los diseñadores con un *habitus* que valora la independencia y el control creativo pueden evitar la consignación, mientras que aquellos con un *habitus* que enfatiza la flexibilidad y la experimentación pueden adoptarla más libremente.

En la consolidación del campo profesional, el predominio del no uso de la venta a consignación refleja un campo aún tradicional en sus prácticas comerciales; sin embargo, el 4% que adopta la venta a consignación puede ser un indicativo de un cambio emergente en el campo, señalando una lenta pero progresiva transformación hacia prácticas comerciales más variadas y posiblemente más inclusivas. Este cambio podría facilitar la entrada de nuevos diseñadores, permitiendo una redistribución de capitales y posiblemente llevando a una reestructuración en el campo del diseño textil e indumentaria a largo plazo.

Figura 115: Gráfico radial que representa la comercialización y difusión mediante venta a consignación por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar refleja la dinámica del campo, revelando cómo los productores utilizan la venta a consignación como una estrategia para fortalecer su presencia en el mercado, se visualiza a los productores que se sitúan hacia los extremos más exteriores del radar, marcados con un valor más alto, como quienes están utilizando la venta a consignación de manera efectiva para incrementar su visibilidad y alcanzar un posicionamiento estratégico en el campo; esta práctica les permite insertar sus diseños en espacios comerciales sin asumir el riesgo y la inversión que conlleva mantener un local propio; al mismo tiempo, estos agentes están capitalizando su capital simbólico, ya que la presencia de sus productos en puntos de venta establecidos les confiere un sello de legitimidad y prestigio dentro de la industria. Por otro lado, aquellos más cerca del centro del radar, que presentan valores más bajos, tal vez estén menos comprometidos con la venta a consignación o tal vez utilicen otros canales de distribución y promoción para sus productos; esto no necesariamente implica una menor calidad o relevancia en sus diseños; más bien, podría indicar diferentes estrategias o fases en el desarrollo de sus negocios, así como variaciones en su capacidad para invertir en producción y distribución.

Así la batalla por la distinción en el campo se convierte en una especie de guerra de clases cultural, donde se lucha por la supremacía económica, por el reconocimiento simbólico y cultural, donde los agentes que logran un alto grado de visibilidad y reconocimiento a través de la venta a consignación están mejor posicionados para influir en las tendencias y normas de la industria, mientras que aquellos con una presencia más modesta pueden buscar consolidar su capital a través de conexiones más directas con su clientela y una comprensión íntima del mercado local. La venta a consignación, entonces, se convierte en una táctica que refleja y afecta la estructura del campo, y su uso efectivo es una demostración de habilidad y conocimiento, evidenciando cómo los agentes navegan y moldean el paisaje cultural y económico de la industria del diseño en Cuenca.

4.2.7.3 Redes Sociales

Las redes sociales se han convertido en un canal de venta cada vez más relevante en el campo del diseño textil e indumentaria, esta estrategia implica utilizar plataformas para promocionar, comercializar y vender productos de moda; su fuerza radica en su capacidad para llegar a una audiencia amplia y comprometida, permiten a las marcas y diseñadores promocionar sus productos de moda de manera efectiva; a través de publicaciones, imágenes y videos, pueden crear contenido visualmente atractivo que resalte los detalles, colores y estilos de las prendas y accesorios, lo que capta la atención de los seguidores. Además, las redes sociales ofrecen una plataforma para interactuar directamente con los seguidores y clientes, las marcas pueden responder preguntas, proporcionar información detallada sobre tallas, colores y disponibilidad, y ofrecer un servicio al cliente personalizado, lo que mejora la experiencia del cliente y fortalece la relación entre la marca y su audiencia.

Otra ventaja es la capacidad de generar contenido de marca y así compartir su historia, visión de diseño, valores y la inspiración detrás de sus colecciones, esto contribuye a construir una narrativa de marca sólida y a conectar emocionalmente con los seguidores. Las redes sociales también permiten la

publicidad dirigida, lo que significa que las marcas pueden mostrar sus productos a segmentos específicos de su audiencia; esto es particularmente valioso para llegar a personas con intereses y comportamientos de compra relacionados con la moda, lo que aumenta la efectividad de las campañas publicitarias. Adicional algunas redes sociales ofrecen la opción de configurar tiendas en línea directamente en la plataforma, de esta manera los seguidores pueden ver productos y realizar compras sin salir de la red social, lo que agiliza el proceso de compra y aumenta la conversión. Los enlaces a sitios web de comercio electrónico en los perfiles de redes sociales son una práctica común, permitiendo a los seguidores acceder a la tienda en línea y realizar compras con facilidad; además, las colaboraciones y asociaciones con influenciadores y otros agentes clave en la industria de la moda son una estrategia efectiva en las redes sociales y trabajar con personas influyentes puede ampliar la audiencia y diversificarla.

Las plataformas de redes sociales proporcionan herramientas para rastrear y analizar el rendimiento de las publicaciones y campañas, lo que permite a las marcas ajustar sus estrategias en función de datos concretos sobre la interacción de los seguidores y las conversiones. En este sentido se otorga un valor de 3 puntos a quienes utilizan este canal y ninguna valoración a quienes no lo utiliza.

Tabla 49: Datos obtenidos de la pregunta 9 sobre el uso de redes sociales para la

Formas de comercialización y difusión	Redes sociales	Porcentaje	Valores
Realiza	146	97,33%	3
No realiza	4	2,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.

Un total de 146 productores en el campo utilizan las redes sociales como canal de venta, lo que refleja una clara inclinación hacia la digitalización del proceso de comercialización; este fenómeno destaca la importancia y el impacto de las redes sociales en la consolidación y desarrollo del campo, proporcionando a

los diseñadores acceso a una amplia gama de tipos de capital para obtener ventajas competitivas en la industria de la moda. El compromiso de los productores con las redes sociales es una manifestación de su capital simbólico, ya que su presencia y actividad en estas plataformas digitales otorgan un prestigio adicional y un reconocimiento más amplio dentro de la industria, esta estrategia mejora su visibilidad, aumenta su influencia y les permite construir una marca sólida y reconocible, al cultivar una imagen en línea coherente y atractiva, los diseñadores pueden forjar una identidad de marca distintiva y deseable.

Desde una perspectiva económica, las redes sociales brindan una opción de venta de bajo costo en comparación con los gastos que implican las tiendas físicas y otras formas tradicionales de comercio, lo que es especialmente ventajoso para las marcas emergentes y los diseñadores independientes que buscan maximizar su alcance con inversiones mínimas. Las plataformas de redes sociales permiten una entrada en el mercado accesible y flexible, facilitando un crecimiento orgánico y sostenido.

El capital social es igualmente transcendental, ya que las redes sociales abren el espacio para relaciones y redes valiosas que se extienden más allá de las interacciones convencionales, con este medio los diseñadores pueden utilizar estas conexiones para aumentar su alcance, colaborar con otros en la industria y aprender de sus colegas, lo que en conjunto potencia la expansión y la influencia de su negocio; además, el capital cultural juega un papel fundamental en la venta a través de redes sociales, donde la habilidad para presentar los productos de forma atractiva y comprender las tendencias actuales es relevante para captar la atención de la audiencia; los productores que dominan estas competencias están bien posicionados para destacarse y adaptarse a las dinámicas cambiantes de la moda. La interacción directa y la retroalimentación obtenida a través de las redes sociales son invaluable, con seguidores y clientes que participan activamente en el proceso creativo al proporcionar comentarios que pueden guiar las decisiones de diseño y las estrategias de marketing. Esta interacción permite a los productores ser ágiles,

adaptándose rápidamente a las preferencias cambiantes de los consumidores, lo que a su vez fortalece la relevancia y la presencia de su marca en el campo.

Figura 116: Porcentajes obtenidos de la pregunta 9 sobre el uso de redes sociales para la comercialización y difusión, utilizados por los productores de DTel en Cuenca.



El gráfico refleja que la gran mayoría de los productores con un 97,33% ha implementado la venta a través de redes sociales como una estrategia central en su comercialización y difusión; esta preferencia por el medio digital es una declaración poderosa sobre la naturaleza contemporánea del campo, indicando una adaptación casi universal a las prácticas que valoran la inmediatez, la accesibilidad y la conectividad; así la adopción masiva de la venta por redes sociales refuerza el habitus contemporáneo de los productores de diseño, que valoran la agilidad y la interacción en tiempo real con su clientela, este habitus refleja una comprensión intuitiva de las normas y prácticas actuales que rigen el éxito en el campo del diseño textil e indumentaria, donde la visibilidad en línea y la participación directa con la audiencia son decisivas.

El uso generalizado de las redes sociales se traduce en un aumento del capital simbólico para la mayoría de los diseñadores, donde la estima, el reconocimiento y el prestigio de la marca se magnifica a través de la visibilidad

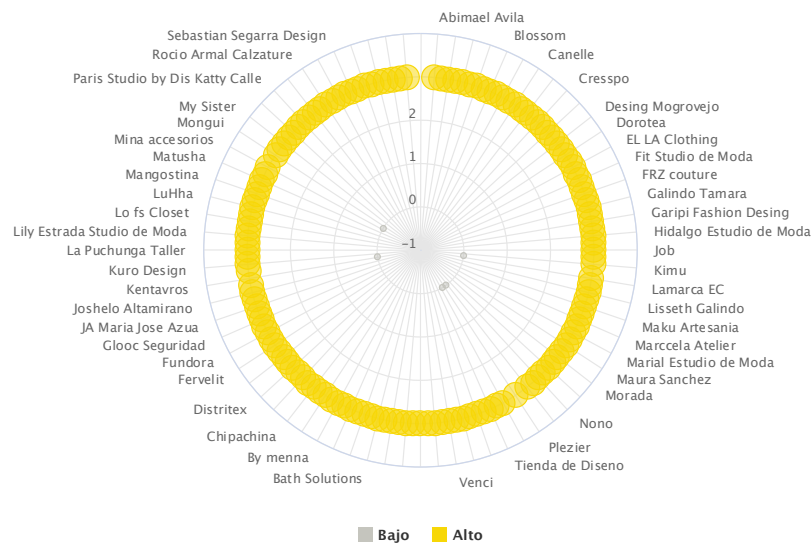
en línea y el alcance global que ofrecen las redes sociales. Al tener una presencia activa en línea, los diseñadores amplían su mercado potencial y fortalecen su capacidad de moldear las tendencias y percepciones en los sectores culturales; en cuanto al capital económico, la venta en línea reduce los costos tradicionales asociados con los canales de venta físicos, permitiendo a los diseñadores, especialmente a aquellos emergentes, maximizar sus recursos y alcanzar a un público más amplio con una inversión relativamente baja. El bajo porcentaje que no realiza ventas por redes sociales con un 2,67% posiblemente representa un nicho de mercado que se mantiene fiel a modelos de negocio más tradicionales o que sirve a una clientela específica que no requiere de la mediación digital.

El capital social se ve potenciado por las redes sociales a través de la creación de comunidades, la interacción con los clientes y la construcción de relaciones significativas con otros agentes del campo; estas plataformas ofrecen a los diseñadores oportunidades para colaborar, recibir apoyo y participar en un intercambio dinámico de ideas y recursos. Finalmente, el capital cultural de conocimientos, habilidades, gustos y estrategias de marketing es indispensable para navegar con éxito el ecosistema digital. Los diseñadores deben poseer o desarrollar una comprensión aguda de cómo presentar sus productos de manera atractiva en línea, comprender las tendencias actuales y conectar de manera auténtica con su audiencia.

Figura 117: *Gráfico radial que representa la comercialización y difusión mediante redes sociales por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*

Forma de comercialización: Venta en redes sociales

Campo Profesional DTel Cuenca – Ecuador



El gráfico de radar muestra una imagen de un campo dinámico y altamente adaptativo, donde observamos que la gran mayoría de los productores han adoptado esta estrategia, lo cual es un testimonio del valor simbólico que las redes sociales proporcionan como herramienta de comercialización y difusión; este enfoque digital es fundamental para la construcción y el mantenimiento del capital simbólico, así como para el fortalecimiento de la presencia de marca. En este entorno, los productores que utilizan las redes sociales para vender y promover sus diseños están participando activamente en una guerra de clases cultural, en la cual la distinción y la legitimidad son logros altamente codiciados. Los productores cuya presencia en redes sociales es destacada y efectiva—representados por los puntos más externos en el radar—están ganando en términos de visibilidad y reconocimiento, también están capitalizando de manera efectiva su capital simbólico y poseen la capacidad de influir en las tendencias y las percepciones dentro de la industria, estableciéndose como líderes y formadores de opinión en el diseño textil y de moda.

Por otro lado, los productores con una presencia menos prominente en redes sociales, indicados por los puntos más cercanos al centro del gráfico, pueden estar enfocándose en nichos de mercado específicos o en métodos alternativos de venta y distribución; esto no disminuye necesariamente su éxito o valor

dentro del campo; de hecho, puede reflejar una estrategia deliberada que prioriza la calidad sobre la cantidad, o un enfoque en mercados más especializados y segmentados.

La estructura del campo en Cuenca es, por tanto, una que favorece la innovación y la adaptabilidad, donde el capital cultural y económico juega un papel importante en este espacio: los conocimientos y competencias digitales para presentar y comercializar productos en línea se combinan con la capacidad para movilizar recursos financieros de manera eficiente. Estos factores facilitan la entrada al mercado y la expansión del alcance comercial de los productores, que les permiten competir en un mercado globalizado; además, el uso intensivo de las redes sociales revela un hábitus que se alinea con prácticas actuales de consumo y producción, donde la interacción directa y la construcción de relaciones auténticas con los consumidores son esenciales. Las redes sociales son un medio para la transacción económica y una plataforma para la construcción de relaciones sociales y profesionales, que a su vez pueden transformarse en valiosas colaboraciones y oportunidades de crecimiento.

4.2.7.4 Tienda de Diseño

Las tiendas de diseño proporcionan un espacio donde la creatividad y la originalidad pueden florecer, estos establecimientos se dedican a ofrecer productos que cumplen con estándares de alta calidad y cuentan con un diseño distintivo que los diferencia en el mercado; la atención al diseño es la piedra angular de estas tiendas, y esta característica distintiva a menudo se traduce en productos innovadores o producidos en ediciones limitadas, un espacio donde reciben a consumidores que buscan prendas y accesorios que reflejen su estilo individual y se destaquen por su originalidad. Las colaboraciones y los eventos son estrategias comunes utilizadas por las tiendas de diseño para crear una comunidad en torno a la marca y generar interés en los productos, con actividades que permiten a los diseñadores y marcas establecer relaciones con otros creadores y artistas, lo que puede enriquecer aún más la oferta.

Las tiendas de diseño aportan creatividad, originalidad y exclusividad al mercado, son tanto un escaparate para diseñadores y marcas emergentes como un destino para consumidores que buscan productos de moda distintivos y originales; en este sentido, a los productores que realizan este tipo de comercialización se les asigna un valor de 3 puntos y a los que no adoptan esta estrategia, no se asigna valores.

Tabla 50: Datos obtenidos de la pregunta 9 sobre la comercialización y difusión a través de una tienda de diseño local de los productores de DTel en Cuenca.

Formas de comercialización y difusión	Venta en tienda de diseño	Porcentaje	Valores
Realiza	28	18,67%	3
No realiza	122	81,33%	0
TOTAL	150	100,00%	

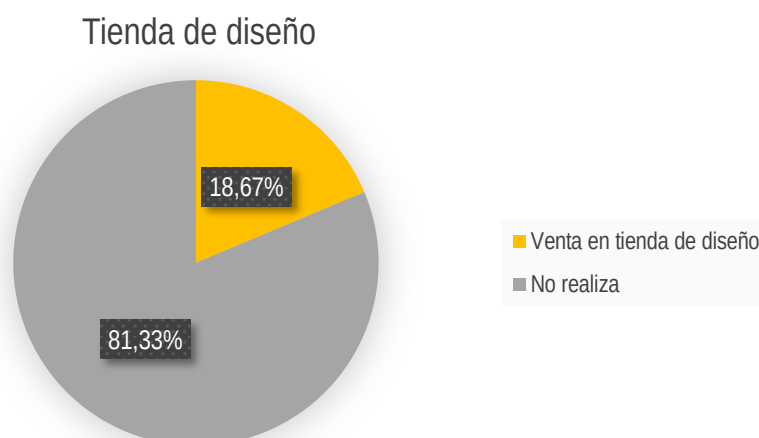
La presencia de los diseñadores en tiendas de diseño en la ciudad de Cuenca es un fenómeno que refleja la evolución del campo del diseño textil e indumentaria, los datos obtenidos muestran que 28 productores han optado por esta modalidad de comercialización, quienes se benefician significativamente en términos de valor simbólico y posicionamiento de marca. Estas tiendas se distinguen por ofrecer productos innovadores y de alta calidad, atributos que elevan considerablemente su capital simbólico dentro del campo de la moda, donde la exclusividad, la presentación visual meticulosa y una experiencia de compra distintiva son los pilares de este reconocimiento. El hecho de que sean pocas las marcas que venden a través de tiendas de diseño sugieren que su modelo de negocio implica un porcentaje alto de comisión para la tienda, lo que puede estar fuera del alcance de ciertos emprendimientos debido a limitaciones de capital económico.

El alto capital simbólico adquirido a través de estas tiendas se manifiesta en la percepción de prestigio y distinción que estos espacios confieren a los productos que albergan, como una moneda poderosa en el campo del diseño, donde la originalidad y la calidad son altamente valoradas por los consumidores conscientes y selectivos. Desde una perspectiva económica,

estos espacios ofrecen ventajas tangibles; a pesar de que los precios de los artículos suelen ser más altos en comparación con otros canales de distribución, reflejando la calidad y exclusividad de los productos, los productores pueden gozar de márgenes de beneficio más significativos. Este aspecto económico es importante para los diseñadores y marcas que buscan posicionar sus productos dentro de un segmento del mercado que valora y está dispuesto a pagar por la singularidad y la innovación. El capital social es otro componente esencial en la ecuación del éxito, que se produce al colaborar con estas plataformas, ya que los diseñadores tejen redes valiosas.

Estos espacios suelen ser el epicentro de eventos y colaboraciones que fortalecen la comunidad alrededor de la marca y atraen más atención hacia los productos, donde la habilidad para formar y mantener estas conexiones puede abrir puertas a oportunidades de crecimiento y expansión más allá de las ventas inmediatas. El capital cultural juega un papel beneficioso en la gestión efectiva de una tienda de diseño, al aplicar los conocimientos sobre cómo presentar y posicionar productos de moda de una forma que resuene con las expectativas de un mercado de lujo son esenciales, esto abarca una comprensión profunda de las preferencias de los clientes de alto nivel y las tendencias del mercado en el segmento premium. Estos elementos, cuando se gestionan con habilidad, realzan el posicionamiento de la marca y fomentan un entorno de crecimiento sostenido y éxito en el campo.

Figura 118: *Porcentajes obtenidos de la pregunta 9 sobre la comercialización y difusión a través de una tienda de diseño local de los productores de DTel en Cuenca.*



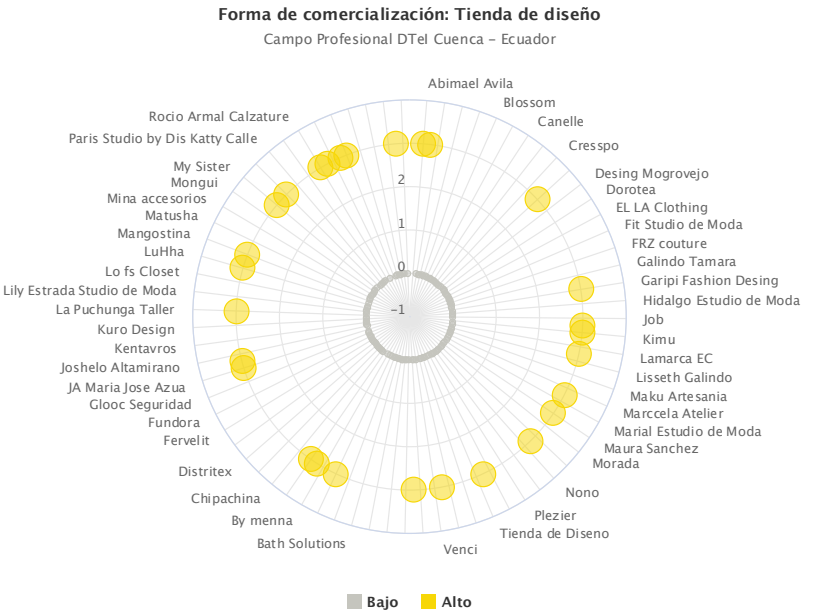
El gráfico muestra que un 18,67% de los agentes en el campo optan por la venta en tienda de diseño como su medio de comercialización, mientras que la mayoría, el 81,33%, no utiliza este canal; estos espacios otorgan un alto capital simbólico debido a su asociación con la exclusividad, la originalidad y la calidad, donde las marcas y diseñadores que se asocian con estas tiendas generalmente cultivan una imagen de prestigio y sofisticación. La cuidada selección de productos y la experiencia de compra personalizada que ofrecen estas tiendas contribuyen a la construcción de este capital simbólico, permitiendo a los diseñadores diferenciarse en un mercado competitivo. El hecho de que una minoría de diseñadores esté presente en las tiendas de diseño también refleja una estrategia de poder en el campo, al alinearse con estos espacios, estos diseñadores están posicionando deliberadamente sus productos en un segmento del mercado que valora la estética y la narrativa detrás de la ropa y los accesorios que compra. Esta es una manifestación clara del poder a través del capital simbólico: la capacidad de influir en las percepciones y valoraciones de los consumidores de moda.

El 81,33% que no vende en tiendas de diseño puede estar explorando otros canales de distribución que mejor se alinean con su habitus y recursos disponibles, que pueden preferir la venta en línea, los mercados temporales o la distribución directa al consumidor, lo que refleja un enfoque diferente en el campo y una distribución diversa de capital económico; esta mayoría puede estar persiguiendo estrategias que maximicen el capital económico y social a través de conexiones directas con los clientes y una presencia más personal en el mercado. El habitus de estos diseñadores también está reflejado en su elección de estrategias de comercialización, al valorar su autonomía, flexibilidad e innovación que ofrecen los canales digitales y alternativos; por otro lado, aquellos en las tiendas de diseño pueden priorizar la presentación exclusiva, valores que resuenan con los consumidores de lujo y con aquellos que buscan una experiencia de compra distintiva.

En el contexto de la consolidación del campo profesional de diseño textil e indumentaria, estos porcentajes destacan dos enfoques distintos: una minoría

que busca diferenciarse a través de la acumulación de capital simbólico, y una mayoría que podría estar enfocándose en otras formas de capital, tal vez más inmediatas y accesibles. Ambos enfoques son válidos y contribuyen a la riqueza y diversidad del campo, indicando un paisaje complejo donde diferentes estrategias coexisten y compiten por la legitimidad y el éxito.

Figura 119: Gráfico radial que representa la comercialización y difusión mediante una tienda de diseño por los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



El gráfico de radar presenta una vista panorámica de cómo los productores se posicionan en el campo a través de la comercialización y difusión por medio de tiendas de diseño; en este mapa visual se muestra una variabilidad en la intensidad con la que diferentes diseñadores se destacan, marcando una clara diferenciación entre aquellos que generan un alto valor simbólico versus aquellos que no lo hacen. Se visualizan los puntos más alejados del centro que sugieren un alto nivel de compromiso con el catálogo de tiendas de diseño como canal de comercialización, estos agentes, que aparecen prominentemente en el radar, demuestran una fuerte presencia en el campo que es el resultado directo del capital simbólico que han acumulado. Sus diseños, que se presentan en tiendas especializadas, llevan la marca de la exclusividad y la estética cuidada y ofrecen una experiencia de compra que eleva su estatus dentro de la industria de la moda.

La batalla por la distinción es palpable en esta representación, donde los diseñadores y marcas que han invertido en la creación y mantenimiento de un catálogo atractivo en tiendas de diseño compiten por la visibilidad y se afirman en un espacio donde la legitimidad y la distinción cultural son altamentepreciadas. En términos de Bourdieu, estas son las fuerzas emergentes que desafían y redefinen las estructuras preexistentes del campo. En contraste, los que están más cerca del centro, quienes pueden ser menos visibles en el mercado de tiendas de diseño, quizás estén explorando o consolidando otras formas de capital; aunque no destacan en este aspecto del campo, pueden estar obteniendo distinción y valor a través de otros medios, como una fuerte presencia en línea o una clientela de nicho dedicada.

Esta diversidad de enfoques refleja una interacción compleja entre la acumulación de capital simbólico, social y económico; así, los diseñadores con un enfoque fuerte en la venta a través de tiendas de diseño tienden a gozar de precios más altos y márgenes de beneficio, reflejando la calidad y singularidad de su oferta. Esta estrategia, combinada con un conocimiento cultural profundo y la habilidad para forjar relaciones significativas dentro de la industria mejora su posición en el campo y contribuye a su expansión comercial. Aquellos con una estrategia efectiva de comercialización a través de tiendas de diseño están

marcando el camino hacia su propio éxito y para la evolución del campo en su conjunto.

4.2.7.5 Otros medios de comercialización y difusión

El campo profesional del diseño textil e indumentaria ofrece una variedad de medios y estrategias de comercialización y difusión para los productores que desean promocionar y vender sus productos; entre estas opciones, la venta al por mayor y la venta al por menor son estrategias comunes que permiten llegar a diferentes segmentos de mercado. La venta al por mayor, a través de intermediarios y distribuidores, amplía el alcance a tiendas minoristas, mientras que la venta al por menor, que incluye tiendas propias y sitios web de comercio electrónico, ofrece una conexión directa con el consumidor final.

Los mercados y ferias de diseño son populares entre los diseñadores emergentes, ya que brindan la oportunidad de interactuar directamente con los clientes y mostrar productos innovadores y artesanales; el comercio electrónico, respaldado por plataformas en línea, permite llegar a un público global y ofrece flexibilidad en términos de marketing y gestión de inventario. Además, algunos diseñadores utilizan showrooms físicos para presentar sus productos a compradores interesados, y las tiendas emergentes en ubicaciones específicas generan interés y ventas rápidas. Las colaboraciones con influencers y celebridades también son estrategias efectivas para promocionar productos en las redes sociales y generar interés en las colecciones; la publicidad en revistas de moda, tanto impresas como en línea, aumenta la visibilidad de los productos y la marca; los programas de afiliados, las tiendas emergentes y la venta en mercados y ferias locales son otras opciones para llegar a diferentes audiencias; la publicación de contenido en blogs y redes sociales puede aumentar el interés en los productos y la marca, y ofrecer servicios de diseño personalizado o a medida atiende a clientes que buscan prendas exclusivas. Cada uno de estos medios y estrategias tiene sus propias ventajas y desafíos, y la elección de la estrategia adecuada dependerá de los objetivos y recursos de cada diseñador o marca en el campo. La

combinación de varios de estos enfoques puede ser una estrategia efectiva para llegar a una audiencia diversa y consolidarse en la industria de la moda.

Estos canales han demostrado ser efectivos para llegar a una audiencia diversa y promocionar productos de moda de manera exitosa; además, es posible que estos canales satisfagan de manera más adecuada las necesidades y expectativas de los consumidores en la actualidad, lo que podría explicar su predominio en el mercado, por este motivo se asigna un valor de 3 puntos a quienes realizan otras formas de comercialización y ninguna valoración a quienes no lo desarrollan.

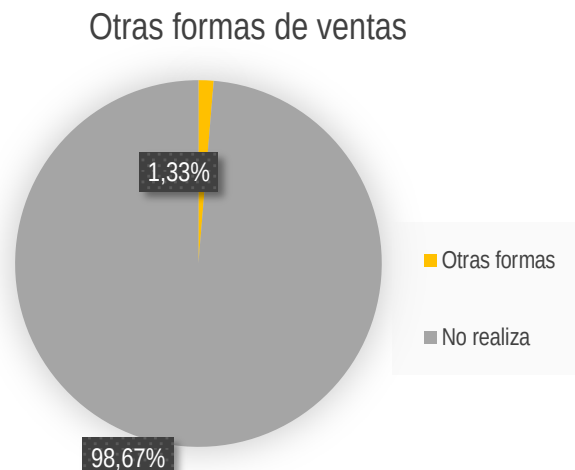
Tabla 51: Datos obtenidos de la pregunta 9 sobre otras formas de comercialización y difusión realizadas por los os productores de DTel en Cuenca.

Formas de comercialización y difusión	Otras formas de comercialización	Porcentaje	Valores
Realiza	2	1,33%	3
No realiza	148	98,67%	0
TOTAL	150	100,00%	

De un total de 150 individuos, apenas 2 de ellos optan por emplear otras formas de comercialización, esta minoría representa a aquellos innovadores que se aventuran más allá de los métodos tradicionales, explorando canales como el comercio electrónico, colaboraciones exclusivas y tiendas temporales; este enfoque amplifica la visibilidad de sus productos y fortalece el posicionamiento de su marca, creando una conexión más estrecha con el consumidor y diferenciándose en el mercado; por otro lado, 148 diseñadores no participan en ninguna forma de comercialización, asignándoles un valor simbólico de 0. Esta situación sugiere una potencial falta de recursos, conocimiento o interés en métodos de comercialización que podrían catalizar su crecimiento y visibilidad en el mercado. La omisión de estas estrategias limita su capacidad para atraer nuevos clientes y aprovechar oportunidades de negocio, dejándolos en una posición menos ventajosa dentro del competitivo ambiente profesional.

La comercialización y difusión juegan roles críticos en el éxito de cualquier diseñador o productor; quienes invierten tiempo y recursos en estrategias de comercialización innovadoras realzan el valor de sus productos y solidifican el posicionamiento de su marca en el mercado, este esfuerzo por destacar facilita el acceso a un público más amplio y establece una reputación firme, significativo para la sustentabilidad y el crecimiento a largo plazo; en contraste, la falta de iniciativa en este ámbito puede resultar en una visibilidad reducida y dificultades para competir eficazmente.

Figura 120: Porcentajes obtenidos de la pregunta 9 sobre otras formas de comercialización y difusión realizadas por los os productores de DTel en Cuenca.

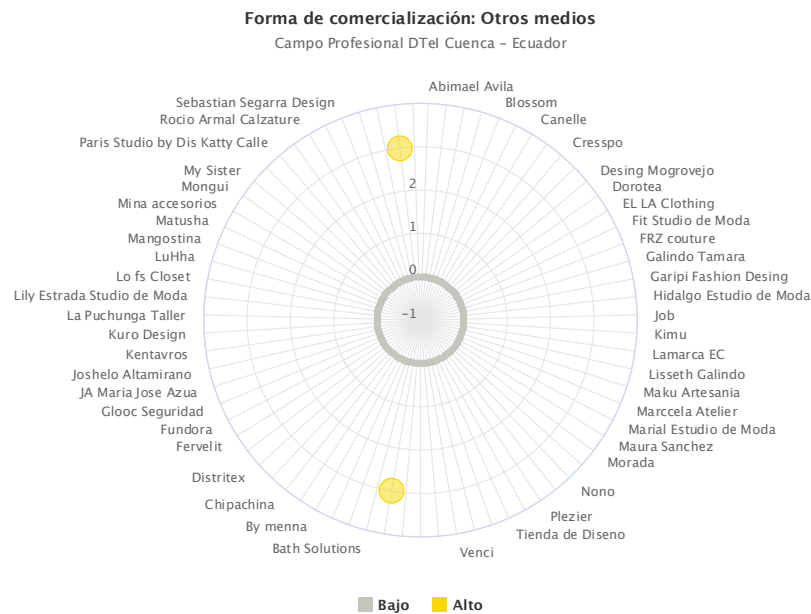


En la ciudad de Cuenca, observamos una estructura dominada por un habitus conservador, donde la mayoría de los diseñadores, con un 98,67%, no se involucran en "otras formas de ventas". Esto indica una preferencia por las tradiciones y enfoques convencionales, posiblemente un reflejo del habitus, es decir, del sistema de disposiciones adquiridas por los agentes a través de la experiencia y la educación. El habitus determina que las prácticas y preferencias de los agentes estén en consonancia con las normas y las expectativas del campo, lo que puede explicar la resistencia al cambio y la innovación en las estrategias de comercialización; sin embargo, un pequeño segmento, el 1,33%, ha comenzado a explorar y capitalizar "otras formas de ventas". Este grupo puede considerarse portador de una forma de capital innovador, capital que consiste en conocimientos, habilidades y estrategias que no son comunes dentro del campo, donde su voluntad de adoptar enfoques no tradicionales para la comercialización y difusión de sus productos muestra una

disposición a acumular un capital diferente: el capital social y económico derivado de las redes y la visibilidad en el mercado.

Este capital que están construyendo podría ser un precursor del cambio y la transformación dentro del campo, lo que podría llevar a una reconfiguración de la estructura de poder, en la que aquellos que tienen la disposición y la habilidad de explorar nuevas estrategias de comercialización puedan ganar una posición más prestigiosa y obtener una ventaja competitiva. Este desafío al status quo podría, con el tiempo, alterar el habitus predominante, cambiando las normas y las prácticas comúnmente aceptadas del campo. El hecho de que solo un 1,33% de los diseñadores esté participando en estas nuevas formas de ventas puede interpretarse como una falta de capital simbólico, es decir, de prestigio y reconocimiento en las prácticas establecidas que validan y dan valor a los productos y estrategias dentro del campo. Los productores que se adhieren a las prácticas convencionales pueden tener un volumen considerable de capital simbólico que respalda su renuencia a cambiar. Este pequeño grupo de innovadores está contribuyendo al campo al introducir nuevos mecanismos de venta que podrían alterar el balance de poder y las dinámicas competitivas. Este capital innovador tiene el potencial de generar un valor económico directo a través de un aumento en las ventas, al crear capital simbólico a largo plazo, elevando su estatus dentro del campo y atrayendo a seguidores que podrían adoptar prácticas similares. Este proceso de cambio y acumulación de capital podría llevar eventualmente a la consolidación y redefinición del campo profesional de DTel en Cuenca.

Figura 121: *Gráfico radial que representa otras formas comercialización y difusión de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



Este gráfico de radar representa una visión estructurada del campo, mediante un diagrama donde podemos ver diversos productores o agentes, cada uno marcado en un eje específico que sugiere su influencia y posición en el mercado basado en el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que proporcionan a través de sus diseños y estrategias de comercialización y difusión. Los nombres de las marcas de los productores que rodean el gráfico varían desde el centro hacia el exterior, indicando un espectro de cómo su trabajo y su enfoque comercial les otorgan una cierta distinción o diferencia legítima dentro del campo. Los que se encuentran más cerca del centro, señalados con un 0, representan a agentes cuyo valor simbólico es considerado bajo en términos de comercialización y difusión; por otro lado, aquellos situados hacia la periferia, marcados con un 3, se destacan por un alto valor simbólico, lo cual les concede mayor visibilidad y prestigio en el campo profesional.

La estructura de este gráfico refleja la dinámica del campo profesional de DTel en Cuenca, donde existe una constante lucha por la distinción. Este combate se lleva a cabo entre los agentes activos (los diseñadores y marcas), y mediante una interacción con las estructuras preexistentes, fuerzas emergentes y el capital simbólico y cultural. Cada agente lucha por obtener un lugar significativo y legítimo en el ámbito cultural, lo que se asemeja a una

guerra de clases, donde el reconocimiento y el éxito dependen tanto de la innovación y la calidad del diseño como de las estrategias de mercado y la capacidad de generar un impacto cultural y económico significativo.

4.4 Habitus

Es importante destacar la relación entre los procesos creativos y productivos de los diseñadores en Cuenca y el concepto de "habitus". Según Pierre Bourdieu, "habitus" se refiere a las estructuras internas adquiridas por los individuos a través de la experiencia y la educación, que guían las percepciones, los pensamientos y las acciones de los individuos dentro de su contexto social (1984). En la ciudad de Cuenca, los diseñadores desarrollan emprendimientos y marcas que reflejan un conjunto de prácticas y predisposiciones adquiridas, las cuales se manifiestan en sus formas de comercialización y difusión, así como en los tipos de producción, que puede influir en su preferencia por ciertos materiales, técnicas de producción, estrategias de marketing y canales de distribución, lo que a su vez puede contribuir a la identidad distintiva de sus marcas y productos.

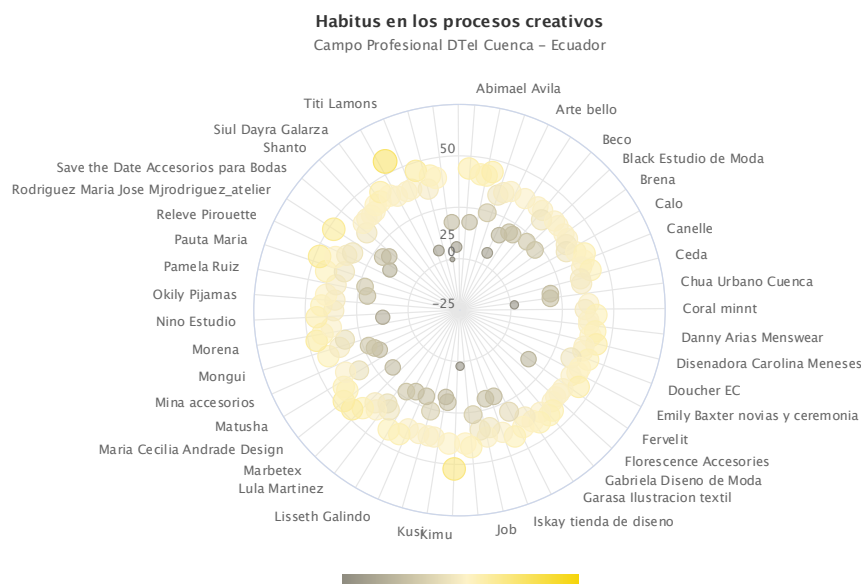
Los diseñadores, a través de su "habitus", crean y perpetúan ciertas normas y tendencias dentro de la comunidad creativa de Cuenca, las cuales pueden ser observadas en los patrones de diseño, en la estética de los productos y en las narrativas de marca, esto se traduce en un estilo distintivo que representa su identidad individual, su capital cultural y su compromiso social con la ciudad. A continuación, se presentan habitus que se han identificado en estos productores analizados en esta investigación:

4.4.1 Habitus en los procesos creativos

En el campo del diseño textil e indumentaria en Cuenca, se despliega una dinámica compleja donde cada agente traza su propia ruta hacia la distinción y el reconocimiento, aquí los diseñadores y marcas se posicionan en el campo con un habitus particular, una identidad que se manifiesta a través de sus

enfoques creativos en la producción de moda. Los productores situados en la periferia del radar han logrado un valor simbólico excepcionalmente alto a través de sus procesos creativos, son agentes que han destilado un conjunto de disposiciones duraderas y prácticas habituales que les confieren una posición de liderazgo y distinción en el campo, mediante procesos creativos que incluyen la selección de materiales, métodos textiles, definición de un concepto, análisis de tendencias, entre otros. La distinción se alcanza tanto por la calidad como por la originalidad del diseño y por cómo estos diseños son percibidos y valorados dentro de la cultura del campo del diseño y de los sectores culturales.

Figura 122: *Gráfico radial que representa habitus en los procesos creativos de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



En el grafico la presencia de colores más intensos sugiere una participación activa y exitosa en el campo, mientras que las tonalidades más suaves representan un enfoque más reservado o un estado emergente en la evolución de su práctica creativa. La batalla por la distinción es palpable en este entorno, donde cada agente se esfuerza por establecer su diferenciación a través de un lenguaje de diseño distintivo y estrategias de producción que resuenen con los consumidores, aquí la competencia entre los diseñadores más allá de una cuestión de estética se convierte en una compleja interacción de fuerzas

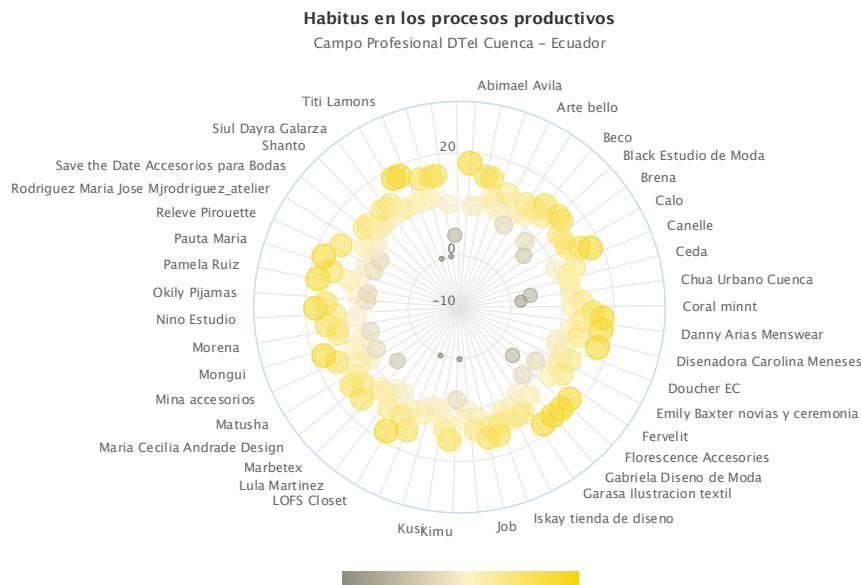
culturales y económicas que define quiénes se convierten en referentes del campo.

En medio de esta interacción, emergen nuevos diseñadores con otras perspectivas y propuestas; ellos también contribuyen al capital simbólico del campo. La ciudad se muestra como un escenario dinámico donde el habitus de cada creador de moda es un testimonio de su adaptabilidad, visión y respuesta a las exigencias culturales y económicas del campo del diseño textil e indumentaria.

4.4.2 Habitus en los procesos productivos

El gráfico de radar proporciona una representación visual distintiva del campo del diseño textil e indumentaria en Cuenca, destacando los procesos productivos de cada diseñador y marca como una faceta central de su presencia en el campo; los puntos distribuidos en este radar no son aleatorios, son la expresión del valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación que cada agente aporta al campo a través de sus procesos productivos, posicionándolos dentro de un espectro de creatividad y eficacia comercial. Las marcas situadas más allá del centro en el radar han conseguido un nivel más alto de valor simbólico a través de sus procesos creativos, lo que señala un habitus, estos diseñadores han cultivado un conjunto de prácticas habituales que se traducen en productos de diseño distintivos, altamente valorados tanto en términos de estética como de calidad; su lejanía del centro puede interpretarse como una combinación de innovación en diseño, excelencia en artesanía, y una adaptabilidad a las demandas del mercado que les confiere una ventaja competitiva y legitimidad en el campo.

Figura 123: *Gráfico radial que representa habitus en los procesos productivos de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.*



Los colores del gráfico indican la intensidad y el enfoque de los procesos productivos, con tonalidades más cálidas que reflejan la inversión en la producción, mientras que los colores más fríos sugieren un enfoque más calculado o emergente en el mercado; esta gama cromática simboliza la diversidad de métodos productivos: desde la fabricación a pequeña escala con un toque personal, hasta la producción a mayor escala con sofisticación tecnológica. Los agentes cerca del centro del radar, aunque quizás no tan destacados como sus contrapartes más distantes, representan una actividad emergente o un enfoque más tradicional que contribuye al tapiz cultural del diseño de moda en Cuenca, estas marcas están desarrollando su habitus, quizás concentrándose en fortalecer su identidad de marca y sus estilos antes de lanzarse a estrategias de producción más audaces.

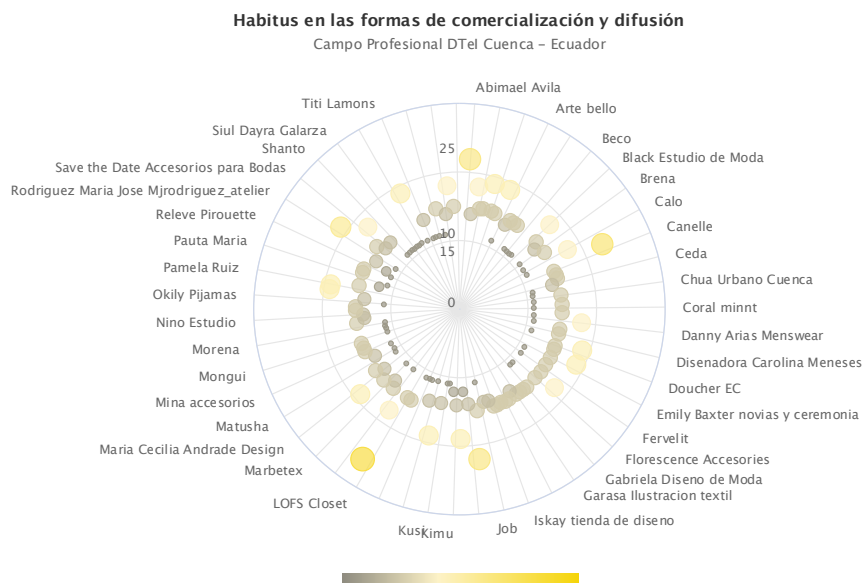
La disposición de los agentes en el radar y su proximidad entre sí se interpreta como posibles colaboraciones o competencias, donde algunos podrían estar compartiendo prácticas productivas similares o mercados objetivo, mientras que otros pueden estar diferenciándose intencionalmente para capturar otros segmentos del mercado. Los espacios menos poblados en el radar revelan áreas de potencial crecimiento y exploración, donde los diseñadores que se aventuren en estos espacios tienen la oportunidad de innovar y de introducir nuevas prácticas que pueden alterar el habitus existente y ofrecer nuevas dimensiones al campo del diseño de moda en la ciudad.

Este gráfico es un microcosmos del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca, reflejando una arena en la que la lucha por la distinción y el reconocimiento se juega a través de procesos productivos meticulosamente desarrollados, donde los diseñadores y las marcas aquí representadas están inmersos en una continua guerra de clases cultural, donde el capital simbólico, cultural y económico se gana con cada prenda diseñada, con cada colección lanzada, y con cada innovación adoptada; es un campo dinámico, lleno de energía y potencial, donde la interacción entre los agentes, sus prácticas y el mercado más amplio configura el paisaje de la moda en la región.

4.4.3 Habitus en las formas de comercialización y difusión

El gráfico de radar generado a partir de los datos obtenidos captura una dinámica, donde cada diseñador y marca en un espectro que refleja la efectividad y el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de sus estrategias de comercialización y difusión, reconociendo a las marcas que resaltan más cerca de las periferias del radar al destacarse en el campo; quienes han logrado innovar e implantar prácticas comerciales que resuenan profundamente con su audiencia, acumulando así un capital simbólico sustancial. Estos agentes lideran el campo con estrategias que les permiten destacarse, señal de un habitus bien desarrollado que comprende tanto la práctica como la capacidad de adaptarse y capitalizar sobre las tendencias emergentes. Se manifiestan como agentes culturales influyentes que configuran las percepciones de lo que es valioso y deseable en el diseño de moda. Por otro lado, aquellos posicionados más cerca del centro del radar todavía están forjando su camino y quizás adoptando métodos más convencionales o con menor alcance; sin embargo, cada punto refleja una presencia activa en el mercado, una lucha por la visibilidad y la relevancia, y una contribución al tejido cultural del diseño en Cuenca.

Figura 124: Gráfico radial que representa *habitus* en las formas de comercialización y difusión de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.

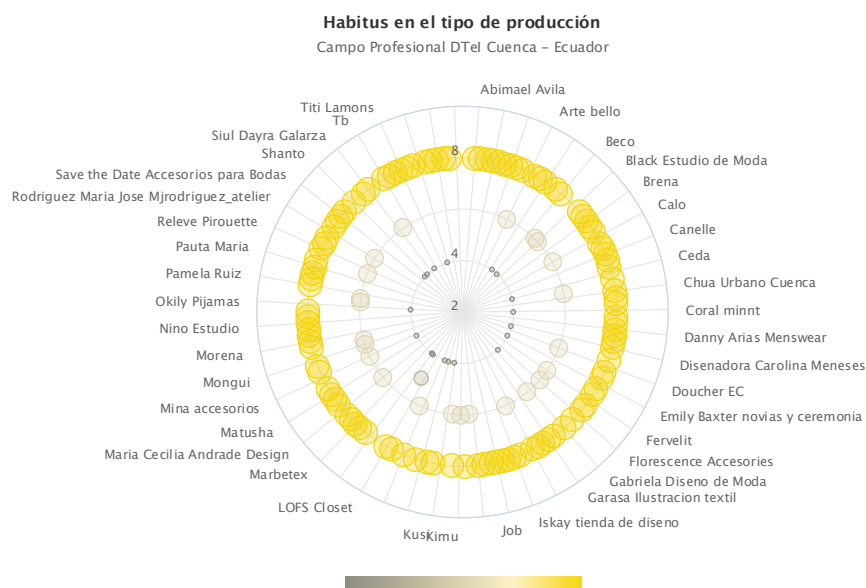


La variación en los colores y la dispersión de los puntos ilustran una multiplicidad de enfoques y la riqueza de la competencia cultural, donde las interacciones entre estos agentes, las alianzas que forman y las nuevas estrategias que emergen moldean el campo actual y pavimentan el camino para las prácticas futuras. Este campo está lejos de ser estático; está marcado por un flujo constante de creatividad y cambio, con diseñadores y marcas que responden y contribuyen a las fuerzas culturales y económicas del momento. En Cuenca, el diseño se revela como un escenario de expresión y lucha simbólica, donde cada agente está comprometido en una danza de posicionamiento y significado, contribuyendo al dinamismo y la evolución del campo profesional.

4.4.4 Habitus en el tipo de producción

El panorama del campo profesional de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca es un testimonio de la diversidad y riqueza de estrategias de producción; en él, cada marca y diseñador toma su lugar, mostrando la fuerza y el alcance de su producción, reflejados en la distancia desde el centro hacia la periferia del radar. Las marcas y diseñadores que aparecen más cerca de la periferia del radar son aquellos que han logrado un valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación superior en su producción, este valor se deriva de una combinación de innovación, calidad superior, técnicas exclusivas de producción, y una resonancia cultural que se traduce en un prestigio y reconocimiento elevados; estos productores han desarrollado un habitus que abraza la tradición en propuestas innovadoras con estilos propios, adaptándose a las corrientes del mercado.

Figura 125: Gráfico radial que representa habitus en el tipo de producción de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



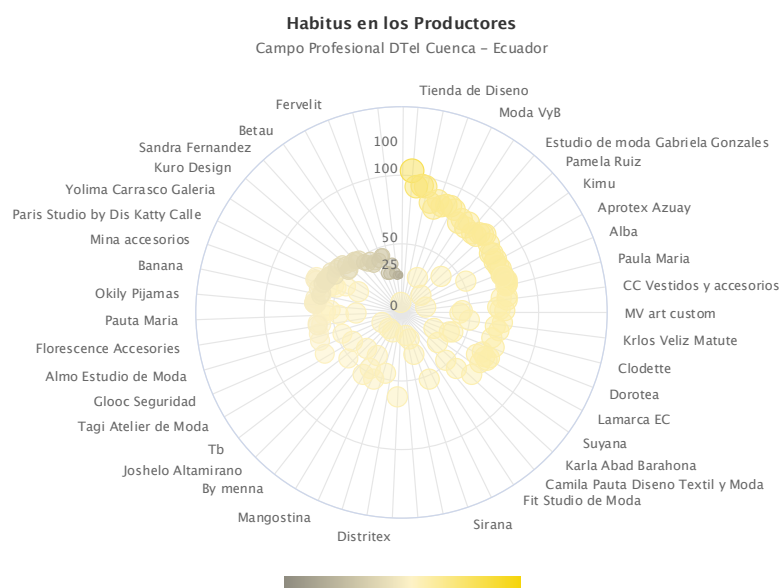
distinción se convierte en una lucha simbólica y cultural en la que cada diseñador y marca busca establecer su diferencia y legitimidad; este combate es una contienda económica y una manifestación de valores, estilos y tendencias que configuran el campo de la moda. La configuración del radar demuestra que el campo es una amalgama dinámica de interacciones y competencias, donde algunas marcas muestran una alianza implícita a través de estrategias de producción similares, mientras que otras trazan su propio camino distintivo. Los vacíos en el radar, donde menos agentes están presentes, representan oportunidades para la innovación y la exploración de nuevos nichos de mercado. La presencia de nombres más cercanos al centro indica aquellos que están en el proceso de fortalecer su habitus, posiblemente adoptando métodos de producción más tradicionales o en desarrollo, pero cada uno contribuye de manera significativa a la diversidad del campo.

En Cuenca, la producción de diseño textil e indumentaria se presenta como un campo lleno de vida y movimiento, un espacio en el que la creatividad y la estrategia se unen en una continua lucha de distinción y significado, este gráfico nos muestra cómo los agentes del campo están posicionados en el presente y cómo la interacción entre sus estrategias de producción y las fuerzas culturales y económicas más amplias dará forma al futuro del diseño en la ciudad.

4.4.5 Hábitos de los productores de Diseño Textil e Indumentaria de Cuenca

Al sumar los valores obtenidos en los procesos creativos, procesos productivos, formas de comercialización y difusión, y el tipo de producción, los productores se ubican en este gráfico de radar, donde observamos una dinámica del campo profesional del diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, mediante este termómetro visual que articulado a través de la lente del concepto de hábitos de Bourdieu, se encapsula las disposiciones adquiridas sobre los patrones de comportamiento y las inclinaciones que los diseñadores de moda internalizan durante su formación académica y profesional. Estas disposiciones se traducen en una serie de prácticas habituales y preferencias estéticas que, en conjunto, definen su enfoque distintivo hacia el diseño y la creatividad.

Figura 126: Gráfico radial que representa hábitos de los agentes productores en el campo profesional de DTel en Cuenca.



En el contexto de este diagrama, cada punto es más que un simple marcador; es una narrativa condensada de las trayectorias profesionales de los diseñadores, la evolución de sus estilos y su respuesta a las corrientes culturales; los que aparecen representados con puntos rojos hacia los extremos del gráfico son aquellos cuyo hábito les ha llevado a producir un

trabajo con un alto valor simbólico, este valor no se trata solo de una medida de éxito comercial, se convierte en un reflejo de su habilidad para sintetizar la innovación creativa con las demandas del mercado, generando así una resonancia tanto en el ámbito económico como en el cultural. Por otro lado, los puntos azules, situados más cercanos al centro, se interpretan como aquellos cuyas prácticas habituales y disposiciones han llevado a un valor simbólico percibido como más bajo; sin embargo, esta ubicación no necesariamente implica una falta de calidad o creatividad, se puede tratar de una aproximación diferente o una fase distinta en el desarrollo de su capital simbólico y cultural. Es posible que estos agentes estén en el proceso de construir su habitus, ajustando sus diseños y estrategias de comercialización para escalar posiciones en este espacio competitivo.

La disposición de los puntos en el radar refleja un constante flujo, donde los diseñadores se mueven a través de este espacio, influenciados por su formación, experiencia y el capital acumulado, mientras simultáneamente ejercen influencia sobre la industria y la cultura de la moda en Cuenca, lo que da lugar a una dinámica de interacción compleja entre los agentes, sus prácticas y el entorno cultural más amplio, donde el habitus actúa como una fuerza subyacente que guía tanto la continuidad como la innovación dentro del campo. Este habitus funciona como una matriz generadora de acciones creativas y decisiones estratégicas, que se manifiestan en los procesos creativos, procesos productivos, estrategias de mercado, tipos de producción, formas de difusión y comercialización.

El alto valor simbólico que estos puntos representan no se limita a la recepción crítica o al aplauso del público; es también un testimonio de la alquimia que ocurre cuando la creatividad se encuentra con la practicidad, estos diseñadores han dominado la praxis de fusionar su creatividad con la viabilidad comercial, creando prendas que capturan la imaginación y satisfacen un nicho en el mercado; este valor se extiende más allá de las cifras de ventas y entra en el reino de la influencia cultural, donde las ideas se convierten en tendencias y los conceptos se arraigan en el tejido social. Así, estos diseñadores se convierten en los narradores de su tiempo, cuyas creaciones reflejan y a la vez moldean la

cultura contemporánea, proyectando sus interpretaciones del mundo a través de la tela y el hilo, y en última instancia, estableciendo un diálogo con la sociedad que trasciende la moda misma.

En la intrincada red del diseño de moda que presenta el diagrama, cada punto actúa como un compendio visual de la historia profesional de cada diseñador, detrás de cada uno de estos puntos se halla un relato de esfuerzo, visión y adaptabilidad. Los puntos rojos, prominentes y dispersos hacia los extremos del gráfico, simbolizan a aquellos diseñadores cuyo "habitus" les ha facilitado identificar oportunidades dentro de un panorama cultural en constante cambio y les ha permitido infundir una dosis de originalidad y audacia en sus creaciones. El alto valor simbólico que representan estos puntos es testimonio de un equilibrio entre la intuición artística y las estrategias comerciales perspicaces. Estos diseñadores han enriquecido sus diseños con un profundo entendimiento tanto de las tradiciones estilísticas como de los estilos contemporáneos. Su éxito trasciende la simple transacción económica; resuena con un impacto cultural que realza la percepción del diseño textil como una forma de arte, un vehículo de expresión y un símbolo de identidad colectiva.

Los productores cuyas posiciones en el diagrama rayan en los límites exteriores acumulan capital económico y amasan un considerable capital cultural y simbólico, elementos que son fundamentales en la estructura de este campo. Como líderes y visionarios, estos diseñadores desempeñan un papel protagónico en la conformación de la estética y los valores del diseño de moda; su éxito está compuesto por la habilidad para interpretar y dictar el lenguaje del diseño de una forma que resuena auténticamente con su audiencia, y a su vez, por la destreza con la que construyen y deconstruyen las normas del mercado y las corrientes culturales. Son los pioneros que presentan creaciones innovadoras, y en muchos casos se convierten en emblemas de movimientos culturales, definiendo lo que será venerado como clásico y lo que será descartado como efímero, su contribución se convierte en una influencia perdurable en la economía del diseño y en la evolución de su riqueza cultural.

Los puntos que se congregan cerca del centro del radar representan a los diseñadores y marcas emergentes o aquellos cuyo enfoque se alinea más estrechamente con las convenciones establecidas en el campo del diseño de indumentaria; su valor simbólico, aunque percibido como más bajo en comparación con sus contrapartes más prominentes, no debe ser menospreciado ni visto como un indicativo de falta de talento o potencial, estos diseñadores a menudo trabajan dentro de los márgenes de estilos y prácticas más aceptados o tradicionales, lo que puede otorgarles un acceso más directo a ciertos segmentos del mercado que favorecen lo familiar sobre lo extravagante. A pesar de su proximidad al núcleo del diagrama, estos agentes juegan un papel importante en el mantenimiento del equilibrio y la estabilidad del campo, porque proporcionan los fundamentos sobre los cuales se pueden construir innovaciones, ofreciendo una base de diseños accesibles que cumplen con las expectativas del consumidor masivo; es desde esta posición central desde donde pueden emerger sorpresivamente, desafiando los estilos con interpretaciones novedosas que ponen a prueba los límites de las prácticas habituales. Además, la posición de estos agentes más cercana al centro no es estática; refleja un momento en el tiempo y un punto en su trayectoria, con cada nueva colección y campaña de marketing, tienen la oportunidad de moverse hacia la periferia del radar, aumentando su valor simbólico. Su contribución al dinamismo del campo es, por lo tanto, potencialmente revolucionaria, al introducir innovaciones incrementales y estrategias de negocio adaptables, tienen el potencial de transformar el paisaje del diseño de moda de formas imprevistas, alentando tanto la diversidad de opciones para los consumidores como la competencia saludable entre los diseñadores. En última instancia, estos diseñadores y marcas son agentes clave en una narrativa más amplia de crecimiento y evolución en el campo, manteniendo viva la dialéctica entre la tradición y la transformación.

El campo profesional de DTel reflejado por este radar es una arena donde la distinción y la legitimidad se convierten en los premios más codiciados, esta búsqueda va más allá de una simple competencia por una porción del mercado; es una lucha por la hegemonía cultural y simbólica, donde el prestigio y el reconocimiento son tan valiosos, como las ganancias financieras; en este

escenario, cada diseñador, con su conjunto de prácticas y predisposiciones — su *habitus* —, está inmerso en una coreografía compleja de movimientos estratégicos que definen su identidad profesional y su estilo en la moda. Los diseñadores con trayectoria, aquellos con una herencia de éxito y una sólida acumulación de capital cultural, tienden a defender las tradiciones que han servido como la columna vertebral de su ascendencia; sin embargo, se enfrentan al desafío de mantenerse relevantes ante la emergencia de nuevas visiones y modos de expresión que amenazan con redefinir lo que se valora en el diseño de moda. Por otro lado, los recién llegados y aquellos en las posiciones más convencionales buscan una porción del pastel económico y luchan por ser reconocidos como legítimos portadores de innovación y frescura en el campo.

La tensión dinámica entre estas fuerzas es lo que impulsa la evolución de esta profesión, en una lucha por la distinción y la legitimidad, que se fomenta por una competencia que impulsa la innovación y la excelencia; es aquí donde los diseñadores deben equilibrar sus aspiraciones creativas con las demandas comerciales, todo mientras navegan las corrientes culturales que definen lo que es deseable, apropiado o contemporáneo.

Los gráficos de radar evidencian el posicionamiento de los diseñadores en el campo, donde los productores en la periferia según los resultados han alcanzado una mejor posición y reconocimiento, mientras que aquellos cerca del centro tienen el potencial de alterar el equilibrio existente. En este espacio social, cada elección en los procesos creativos y productivos, pueden llegar a ser decisivos para consolidar o mejorar la posición.

Conclusiones

En el tejido socioeconómico y cultural de Cuenca, Ecuador, la noción de "campo" de Pierre Bourdieu brinda una perspectiva para comprender la autoregulación y estructuración de la profesión del diseño textil e indumentaria, una que está intrínsecamente entrelazada con la política, economía y la cultura; a través de esta investigación esta noción se centra en la intersección entre la autonomía y las fuerzas externas que lo modelan, como las políticas gubernamentales y las dinámicas del mercado global, lo que resalta la importancia de la especialización y la profesionalización en la evolución de las prácticas de diseño, considerando tanto la herencia cultural como las exigencias contemporáneas. El análisis de la influencia de los planes de gobierno en la industria textil destaca cómo las políticas pueden moldear un sector específico, al determinar la autonomía operativa del sector, influenciando tanto las posibilidades de desarrollo interno como la relación con el mercado global y las tendencias de importación y exportación.

Este análisis ha reconocido que la fuerza de una industria se mide por su capacidad productiva, creatividad e innovación que aporta al campo profesional. La inclusión social, la democratización de los medios de producción, la promoción de la economía popular y solidaria y el fomento de la exportación son solo algunas de las medidas que apuntan a una visión holística de desarrollo sectorial, mediante políticas de desarrollo económico, especialmente en un campo culturalmente enraizado como el diseño textil, deben ser dinámicas y multifacéticas, esto mejora su competitividad en términos de producción y eficiencia económica, y fomenta un sector que está culturalmente vivo y es creativamente vibrante. El desafío está en mantener un equilibrio entre la innovación y la globalización, preservando la identidad cultural y las tradiciones artesanales que dan al diseño ecuatoriano su carácter distintivo.

Las nuevas políticas de gobierno y su trabajo por detener las importaciones de varios productos, entre ellos los de índole textil, están permitiendo que los consumidores locales y nacionales miren como opción la producción nacional,

este aspecto es de gran importancia para nuestra rama, pues es el momento oportuno para mostrar todo nuestro potencial; a medida que estas políticas se vayan estableciendo las grandes empresas y productoras textiles dirigirán sus miradas a los diseñadores y sus capacidades innovadoras, para romper con la emulación de productos extranjeros.

La integración entre la economía y la cultura ha fomentado el crecimiento tanto económico como en la generación de empleo y ha servido como un mecanismo para la preservación y promoción de la identidad cultural ecuatoriana; en este sentido, la relación entre cultura y economía es una interacción compleja que implica valores, identidades y expresiones culturales que contribuyen significativamente al bienestar social y económico de un país, esta integración ha dado origen a lo que se conoce como "industrias culturales", que abarcan sectores tan diversos como el audiovisual, el diseño y la editorial; estas industrias funcionan como un espejo de la cultura y las tradiciones de una sociedad, así como un motor importante para la economía, destacando la necesidad de una visión integral que fomente tanto la creatividad como la sustentabilidad económica.

La consideración de la cultura dentro de los objetivos estratégicos de los planes nacionales es una apuesta por su potencial como motor de desarrollo económico y social; esta apuesta del gobierno ecuatoriano por las industrias culturales se ve claramente en la asignación de fondos y la implementación de programas que apoyan la creatividad y la producción cultural, lo que refleja una comprensión de la cultura no solo como un bien en sí mismo sino como un recurso económico significativo. A través de la promoción de productos culturales y el apoyo a grupos que realizan actividades culturales, los planes buscan fomentar la diversidad y la riqueza de las expresiones culturales, así como su sostenibilidad y crecimiento. La creación de la Agenda Cultural Concertada y el Observatorio Cultural refleja un intento de institucionalizar este apoyo y asegurar su eficacia y continuidad.

Es interesante ver cómo a lo largo de los planes de gobierno se ha mantenido y, en algunos casos, aumentado el enfoque en las industrias culturales, lo que

sugiere una política de estado que reconoce el papel fundamental de la cultura en el desarrollo integral del país, estos esfuerzos para integrar plenamente las industrias culturales y creativas en la economía nacional, y su reconocimiento como sectores clave en la transformación de la matriz productiva, revelan una voluntad política para capitalizar la cultura como recurso. Reflexionando sobre este contexto, se puede apreciar el compromiso del Estado en asignar un papel estratégico a las industrias culturales y creativas dentro del desarrollo nacional; la implementación de estos planes ha sido fundamental para generar empleo, aumentar el capital simbólico del campo, y mejorar la competitividad del diseño textil e indumentaria ecuatoriano en el mercado internacional; al mismo tiempo, estas políticas reflejan un esfuerzo por mantener y potenciar la identidad cultural en medio de un mundo globalizado, destacando la importancia de las industrias culturales como motores económicos y como portadoras de tanto de significado como de valor cultural.

El énfasis en la planificación y estrategias gubernamentales sugiere un reconocimiento del diseño como una profesión que aporta al desarrollo cultural y económico del país; al establecer marcos legales y de apoyo, el gobierno ha permitido la creación y crecimiento de emprendimientos relacionados con el diseño, propiciando así un ambiente donde la creatividad y la innovación pueden prosperar, este análisis evidencia la multifacética naturaleza del campo profesional del DTel, que está influenciado por un conjunto complejo de factores que incluyen el apoyo económico, la formación cultural y profesional, la legislación, y la interacción social. Los eventos como ferias y conferencias actúan como catalizadores para la visibilización y validación de la industria del diseño, abriendo mercados y propiciando intercambios valiosos tanto a nivel nacional como internacional. La intervención gubernamental a través de diversas medidas y programas ha sido capaz de moldear el campo, como el Festival de Diseño y Artes Aplicadas Cromia y la participación en eventos internacionales como el MICSUR han sido fundamentales para destacar la importancia del diseño en el tejido social y económico de Ecuador, y especialmente de Cuenca, que cuenta además con un levantamiento de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), la cual proporciona un respaldo cuantitativo

al valor económico del sector cultural, dando visibilidad al impacto económico del diseño y fortaleciendo su legitimidad como profesión.

La inclusión de diversos agentes culturales, independientemente de su registro en el RUAC, señala un intento de democratización y expansión del acceso a la cultura y las artes, esta apertura fomenta una diversificación en el campo cultural, lo cual puede enriquecer el panorama creativo del país al invitar a nuevos profesionales y perspectivas. Al eliminar barreras burocráticas y expandir la participación, el IFCI está facilitando una transformación cultural a varios niveles, permitiendo que la cultura sea un vehículo para el cambio social y económico. La implementación del RUAC juega un papel importante en la organización del campo cultural ecuatoriano, al consolidar la información sobre los agentes culturales y artísticos, además de proporcionar acceso a beneficios fiscales y otros recursos, el RUAC funciona como un mecanismo que define y valida la profesionalidad en el ámbito cultural, este registro permite una distribución de recursos más equitativa y eficaz dentro del campo, a la vez que facilita la investigación y la toma de decisiones políticas informadas.

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MIPRO) del Ecuador tiene un papel significativo en la estructuración y fomento del campo profesional de DTel, este organismo además de implementar políticas para impulsar la productividad y la sostenibilidad en sectores como el pesquero y el comercial puede influir directamente en el fortalecimiento del sector de diseño textil e indumentaria. A través de la promoción del desarrollo y la innovación, MIPRO actúa como un importante proveedor de capital económico y cultural para el campo del diseño, facilitando así su consolidación y crecimiento dentro del tejido socioeconómico del país; al considerar el impulso del MIPRO en eventos como "Cuenca Moda", su influencia se extiende al ámbito cultural, aportando con recursos económicos y con un capital simbólico que enriquece la percepción pública del diseño; las ediciones de "Cuenca Moda" han servido de plataforma para la exhibición y el reconocimiento de los diseñadores locales y nacionales, generando capital social a través de redes de contactos y fomentando el intercambio de conocimientos y colaboraciones entre diseñadores y productores.

El entorno del diseño textil e indumentaria en el Ecuador se ve notablemente influenciado por el apoyo institucional, que es valioso para el fomento de la cultura y la innovación, donde eventos como "Cuenca Moda" o "Ardis: Semana del Diseño para la Artesanía", organizados por instituciones como MCYP, MIPRO, CIDAP y CCEA, son indicativos de un compromiso con la promoción cultural que representan iniciativas estratégicas que aportan a la construcción de un tejido social robusto entre los diseñadores, esta estructura de apoyo fomenta el desarrollo continuo del campo, alentando a los diseñadores a perseverar en su práctica, al tiempo que fortalece la identidad cultural y económica de la región.

La Casa de la Cultura Núcleo del Azuay (CCEA) y la Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento juegan roles importantes en el fomento y la consolidación del campo profesional de Diseño Textil e Indumentaria (DTel) en Cuenca, ambas instituciones demuestran cómo los agentes culturales locales pueden movilizar recursos y capacidades para nutrir y dar forma a un campo profesional, apoyando la creación y difusión de productos de diseño, además la promoción de espacios de diálogo intercultural y la participación ciudadana en la cultura. La CCEA, con su Fab Lab y su Incubadora Cultural, representa una fusión de tecnología y creatividad, posibilitando el acceso a herramientas de alta tecnología y a la formación necesaria para innovar en el campo del DTel, esta sinergia entre tradición y modernidad es esencial para el progreso y la sostenibilidad del diseño en una sociedad que valora tanto la artesanía como la innovación; por otro lado, la Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento impulsa la cultura y la recreación, fundamenta su labor en la generación de conocimiento y en la activación económica del campo cultural a través de iniciativas como la Cuenta Satélite de la Cultura de Cuenca y el Directorio de Bienes y Servicios Creativos "Hemisferio Creativo".

La Ley Orgánica de Cultura y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación de Ecuador son esfuerzos legislativos que buscan promover y consolidar la diversidad y riqueza cultural del país en el ámbito económico y social, al ofrecer un marco legal sólido y mecanismos de financiamiento, estas leyes aspiran a

incrementar el capital simbólico y económico en el sector cultural; especialmente en el campo del diseño textil e indumentaria, se observa un reconocimiento y valorización de la creatividad, la innovación y la herencia cultural. Estas leyes refuerzan la idea de que la cultura y el emprendimiento son pilares del desarrollo sostenible, y que la inversión en estos sectores puede conducir a un crecimiento significativo y sostenible. El fomento a través de estas leyes destaca el papel del gobierno en la valorización y el respaldo de las actividades culturales y empresariales, reconociendo su importancia en el progreso socioeconómico del país, estas regulaciones y las instituciones que las aplican actúan como catalizadores, posibilitando la transformación de ideas creativas en emprendimientos sostenibles que refuerzan la economía y la cultura nacionales.

Reflexionar sobre el rol de las instituciones académicas como la Universidad del Azuay nos lleva a considerar la importancia de la educación en la formación y consolidación de un campo profesional, estas instituciones transfieren conocimiento y sirven como incubadoras de capital cultural y social, herramientas para cualquier diseñador que desee incursionar y destacar en la industria de la moda. La Universidad del Azuay, con su programa especializado, ha contribuido significativamente al paisaje del diseño textil e indumentaria de Ecuador, infundiendo en sus estudiantes además de habilidades técnicas, una comprensión profunda de las tradiciones locales y cómo estas pueden entrelazarse con tendencias actuales; esto equipa a los graduados con una versatilidad que les permite navegar y moldear el mercado de la moda, tanto a nivel local como global. Este estudio subraya la importancia de comprender el impacto cultural y social de los graduados en diseño textil e indumentaria pueden alcanzar en el campo profesional, con la identificación y análisis de los emprendimientos de los graduados se ilumina la contribución económica, cultural y creativa al tejido social; además, destaca el crecimiento del sector de diseño textil e indumentaria y sugiere un potencial de expansión y fortalecimiento. Es estudio del “habitus” como concepto clave indica una búsqueda de entender cómo las experiencias académicas y profesionales de los diseñadores configuran su enfoque creativo y empresarial en el mercado.

La reflexión sobre la consolidación del campo del diseño textil e indumentaria, y la formación del habitus profesional, enfatiza cómo los individuos en este sector traen consigo el capital cultural de su formación académica y cultivan un conjunto de prácticas, preferencias y estrategias a través de su trabajo creativo y emprendedor, estos profesionales del diseño adaptan sus habilidades para crear estilos diferenciados y son influidos por el legado de quienes los precedieron en el campo, así los graduados parecen navegar dentro de un espacio ya configurado por las trayectorias de éxito previas, al mismo tiempo que buscan forjar su propio camino y reconocimiento tanto a nivel local como nacional. Esto sugiere una dinámica de campo donde el éxito y la innovación además de estar determinados por la originalidad y calidad del diseño, se influencia por la habilidad de los diseñadores para navegar en el sistema de poder y reconocimiento establecido. El estudio realizado a través de la encuesta a 150 productores busca profundizar en estos patrones o habitus, considerando cómo estos influyen en la creación, producción y comercialización de diseños, y cómo los diseñadores se posicionan y conectan con otros agentes dentro del campo.

La selección cuidadosa de los materiales en los procesos creativos y productivos configuran la calidad y la estética de los productos de moda que genera una carga de valor simbólico y cultural, refleja que las decisiones son comerciales, estéticas y estratégicas, ya que impactan la identidad de la marca y su posicionamiento en el mercado. La elección de nombres, el desarrollo de fibras y tejidos propios, y las consideraciones sobre sostenibilidad y origen de los materiales reflejan una inversión en capital cultural, económico y simbólico que puede diferenciar significativamente a una marca en un mercado competitivo. El diseño a medida es valorado por su personalización y la capacidad de los diseñadores para reflejar las aspiraciones y la identidad de los clientes en las prendas, este nivel de atención al detalle y servicio personalizado contribuye a la satisfacción del cliente y a la percepción de exclusividad, es también una expresión del capital cultural del diseñador; si bien puede haber más igualdad de oportunidades en mercados dominados por pequeñas y medianas empresas, las dinámicas de poder y el reconocimiento

siguen siendo factores esenciales que afectan la visibilidad y el éxito de los diseñadores.

Las técnicas como el sublimado, bordado, apliques y plisado no son simplemente métodos de producción; encarnan un conjunto de prácticas que pueden diferenciar significativamente a los diseñadores y marcas, ofreciendo una ventaja competitiva en términos de reconocimiento y prestigio; con la adopción de ciertas técnicas y acabados se pueden desarrollar estrategias para acumular capital simbólico y cultural, lo que al tiempo refleja el habitus de los diseñadores, es decir, sus disposiciones y prácticas internalizadas que son influenciadas tanto por su formación como por el contexto cultural y económico en el que operan. La elección de incorporar técnicas específicas también puede estar influenciada por consideraciones económicas y accesibilidad a recursos, tecnologías y conocimientos especializados; los diseñadores que pueden integrar con éxito técnicas innovadoras o artesanales en sus productos que mejoran la calidad y el valor de su trabajo, y con ello consolidan su posición en el campo. Este enfoque es evidente en la ciudad de Cuenca, donde el análisis de los procesos de producción de 150 diseñadores revela una clara preferencia por técnicas que aumentan el valor simbólico mediante el proceso de transubstanciación de las prendas.

Las preguntas sobre las formas de confección destacan la importancia de la estrategia de comercialización y la conformidad con las regulaciones tributarias y fiscales para los diseñadores y empresas en el ámbito del diseño textil e indumentaria; estos aspectos importantes para el desarrollo y el éxito empresarial indican cómo los diseñadores equilibran las exigencias creativas con las responsabilidades legales y fiscales. El RISE atrae a quienes buscan simplicidad en la gestión fiscal, mientras que el RUC podría apuntar a empresas con un horizonte de crecimiento y complejidad mayores; la adopción de estos regímenes fiscales muestra un compromiso con la legitimidad y la transparencia, y su elección influye en cómo se perciben y valoran estas empresas en el mercado. La formalización tributaria se convierte en una manifestación tangible de profesionalismo y una estrategia para reforzar el capital simbólico y la reputación en un campo competitivo.

La presencia dominante de Facebook e Instagram en las estrategias de difusión y comercialización de los productores de diseño textil e indumentaria de Cuenca demuestra cómo el capital simbólico se ha desplazado significativamente hacia el dominio digital; estas plataformas, que actúan como vitrinas visuales y puntos de encuentro con los consumidores, permiten la promoción de productos y se convierten en espacios de narrativa de marca, fomentando la lealtad y el compromiso a través de la interactividad y la conexión emocional; sorprendentemente, TikTok no se utiliza en absoluto, lo que sugiere una posible falta de alineación con la demografía del público objetivo de los diseñadores, o una falta de comprensión o recursos para explotar su potencial en el tiempo donde se desarrolló la encuesta; este escenario resalta una oportunidad de mercado inexplorada que podría permitir a los diseñadores pioneros en su uso obtener una ventaja competitiva significativa.

Las formas de comercialización en la industria de la moda y el textil reflejan una compleja red de estrategias que adaptan los diseñadores para conectar sus creaciones con el mercado, donde tener un local propio permite a los diseñadores controlar completamente la experiencia del cliente y fortalecer la identidad de marca; sin embargo, esto implica un desafío financiero y operativo significativo. La venta a consignación, en contraste, reduce el riesgo financiero y ofrece visibilidad en tiendas minoristas, pero a cambio de una porción de las ganancias y potencialmente menos control sobre la presentación del producto. Las redes sociales representan una frontera digital vibrante que proporciona acceso a un público global y oportunidades de interacción directa con los clientes, ofreciendo una combinación atractiva de bajo costo y alta recompensa; las tiendas de diseño emergen como espacios dedicados a la originalidad y exclusividad, atrayendo a consumidores que valoran la creatividad y la singularidad; otras formas de comercialización amplían el espectro aún más, demostrando la diversidad y adaptabilidad de los agentes en el campo. La combinación de estos canales puede ofrecer una estrategia sólida que permite a los diseñadores y marcas alcanzar una variedad de

segmentos de mercado y adaptarse a las fluctuantes tendencias de consumo y tecnología.

Los diseñadores, influenciados por su educación, su entorno cultural y sus experiencias personales, manifiestan sus disposiciones internas o hábitos en cada aspecto de su labor, desde el concepto inicial hasta el producto final; esta amalgama de prácticas, gustos y estrategias refleja una narrativa más amplia en la identidad individual de los diseñadores, y en una manifestación cultural y social de Cuenca; así, el hábito se convierte en un lente a través del cual los diseñadores interpretan y reaccionan ante las tendencias del mercado, y también en el medio por el cual contribuyen a la evolución del campo del diseño. Cada decisión en materiales, técnicas y comercialización se enmarca en un sistema más amplio de prácticas habituales que, colectivamente, delinear los contornos del campo del diseño textil e indumentaria en la ciudad.

Esta investigación busca generar espacios de diálogo para los agentes de campo profesional del diseño de indumentaria y despertar un interés en el espacio académico con debates, investigaciones y estudios que aporten al campo, con miras a fomentar el desarrollo del sector cultural del diseño, para lo cual, se considera esencial establecer una estructura legal y normativa que reconozca y proteja las especificidades del diseño como sector cultural y económico, esto incluye la implementación de incentivos fiscales que estimulen la inversión directa en la industria cultural, así como la adopción de políticas fiscales favorables que alivien la carga tributaria sobre los ingresos generados por actividades culturales. Además, es relevante que se desarrollen programas de financiamiento destinados a apoyar la incubación y aceleración de proyectos innovadores en el sector del diseño, estas iniciativas podrían ofrecer recursos esenciales para la validación de ideas, la creación de prototipos y la introducción de nuevos productos al mercado, fomentando la competitividad y la visibilidad internacional del diseño ecuatoriano. Asimismo, esta investigación apunta a la creación de una red colaborativa que articule a diseñadores, académicos, empresarios y legisladores, permitiendo una sinergia que favorezca la transferencia de conocimiento, la cooperación interdisciplinaria y la generación de un ecosistema de diseño robusto y dinámico. Al estimular estos

lazos, se espera impulsar el reconocimiento del diseño de indumentaria como una actividad económica con potencial de desarrollo y una significativa aportación a la identidad cultural.

Conclusiones por preguntas de investigación

Las preguntas de investigación fueron resueltas a lo largo de la investigación, lo que permitió orientar el trabajo y reflexionar sobre los enfoques teóricos. En los párrafos siguientes se detalla su planteamiento y desarrollo:

La primera interrogante planteada indaga sobre: ¿Qué factores claves, ya sean políticos, económicos o educativos, influenciaron directamente en la formación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021?

La investigación evidencia cómo los factores políticos, económicos y educativos han sido determinantes en la formación y consolidación del campo profesional del diseño textil e indumentaria (DTel) en Cuenca, Ecuador, entre 2005 y 2021. En el ámbito político, los Planes Nacionales de Desarrollo, especialmente los del Buen Vivir, impulsaron políticas públicas que posicionaron al diseño como un sector clave dentro de las industrias culturales, estableciendo incentivos y fomentando la profesionalización del sector. Leyes como la Orgánica de Cultura y de Emprendimiento también facilitaron la consolidación del diseño como una herramienta estratégica para el desarrollo económico y cultural.

En el plano económico, la evolución de la industria textil, junto con el reconocimiento del diseño como un componente de las industrias creativas, fortaleció la economía local. Iniciativas como los programas de financiamiento y emprendimiento ofrecieron recursos a los diseñadores para iniciar y consolidar sus proyectos, mientras que el turismo y el comercio local vincularon las identidades culturales de Cuenca con oportunidades de mercado, posicionando a la ciudad como un referente en diseño en el país.

Desde una perspectiva educativa, la Universidad del Azuay desempeñó un papel central en la formación de diseñadores, estableciendo una base académica para el desarrollo del campo. Además, el enfoque interdisciplinario y la conexión entre tradición artesanal y prácticas contemporáneas permitieron la creación de propuestas innovadoras adaptadas a las necesidades locales y globales.

Desde la Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu, se demostró cómo los agentes involucrados –instituciones públicas, entidades académicas, profesionales del diseño, emprendedores y asociaciones– interactúan para moldear las dinámicas del diseño textil e indumentaria. Este estudio destaca la importancia de comprender el diseño como un fenómeno multidimensional, en el que las políticas públicas, los incentivos económicos y la formación académica se articulan para fomentar un sector que contribuye significativamente al desarrollo cultural, social y económico de la región. La experiencia de Cuenca sirve como modelo para analizar y promover el diseño textil en contextos similares, tanto a nivel nacional como internacional.

Para la pregunta: ¿Qué iniciativas específicas, dentro de los planes gubernamentales entre 2005 y 2021, se diseñaron para impulsar la industria textil y las industrias culturales en Ecuador?

Entre 2005 y 2021, Ecuador implementó diversas iniciativas dentro de los planes gubernamentales para impulsar la industria textil y las industrias culturales, marcando un cambio significativo en las políticas públicas dirigidas a estos sectores. Estas acciones se desarrollaron en el marco de los Planes

Nacionales de Desarrollo que priorizaron la diversificación económica, la innovación y el fortalecimiento de la identidad cultural como motores para el desarrollo sostenible.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, denominado "Revolución Ciudadana", se sentaron las bases para una economía inclusiva. Este plan incluyó el fomento a la producción nacional a través de incentivos tributarios y líneas de crédito específicas para la modernización de la industria textil mediante instituciones como BanEcuador. Asimismo, se reconoció la cultura como un sector estratégico, promoviendo la creatividad y protegiendo los derechos de autor.

Durante el período 2009-2013, con el Plan Nacional para el Buen Vivir, se consolidaron herramientas como la Cuenta Satélite de Cultura, que permitió medir la contribución económica de las industrias culturales, incluidas las del diseño textil. Este instrumento justificó una mayor asignación de recursos al sector cultural. Además, se diseñaron programas de capacitación y fortalecimiento de cadenas productivas para vincular a los productores textiles con redes de comercialización nacionales e internacionales, fomentando su crecimiento. También se ofrecieron incentivos económicos y fondos de apoyo para emprendimientos culturales, administrados por el Ministerio de Cultura.

En el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, denominado "Todo el Mundo Mejor", se fortaleció el reconocimiento del diseño como un motor cultural y económico. Este período fomentó la profesionalización de diseñadores textiles mediante talleres y programas de formación técnica. Asimismo, se promovieron eventos y ferias como "Cuenca Moda" y "Tejiendo Identidad", que visibilizaron el trabajo de diseñadores locales y crearon oportunidades de comercialización. Adicionalmente, se implementaron políticas de incentivos tributarios, como la exoneración de impuestos a materias primas importadas, para aumentar la competitividad de la industria textil frente a mercados internacionales.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021, titulado "Toda una Vida", dio continuidad al fortalecimiento de las capacidades creativas del país. En este marco, la Ley Orgánica de Cultura (aprobada en 2016) fue clave al establecer

mecanismos de apoyo financiero y formación profesional para actores culturales, incluyendo diseñadores textiles. Además, el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI) se convirtió en un actor importante para financiar proyectos vinculados al diseño textil y las industrias culturales. Este plan también impulsó la internacionalización de la industria textil mediante políticas que facilitaron la participación de diseñadores ecuatorianos en ferias y eventos internacionales, promoviendo la exportación de productos textiles.

En general, las iniciativas desarrolladas durante este período posicionaron al diseño y a las industrias culturales como sectores estratégicos dentro de la economía ecuatoriana. Estas acciones impulsaron la producción y comercialización de bienes culturales, y fortalecieron la identidad cultural del país. No obstante, el impacto de estas políticas estuvo limitado por desafíos como la burocracia y el acceso desigual a recursos por parte de pequeños productores y emprendedores. A pesar de estas dificultades, las políticas gubernamentales de estos años reflejan un esfuerzo significativo por consolidar a las industrias culturales y creativas como pilares del desarrollo económico y cultural de Ecuador.

La siguiente pregunta de investigación plantea: ¿Qué estructuras y prácticas definieron y dieron forma a la producción de moda en Cuenca durante este periodo?

Durante el período 2005-2021, la producción de moda en Cuenca estuvo definida por estructuras económicas, sociales y culturales, así como por prácticas específicas que surgieron en un contexto de transformaciones políticas y productivas en Ecuador. La interacción entre los agentes del campo con las instituciones públicas y las influencias culturales propias de la región fueron factores importantes en este proceso.

Los principales actores de este campo incluyeron diseñadores independientes, marcas locales, emprendedores y agrupaciones profesionales. Estos agentes operaron en un marco que combinaba capital cultural, simbólico y económico, siguiendo los principios de la Teoría de Campos de Pierre Bourdieu. Los

diseñadores desempeñaron un papel central como productores de bienes simbólicos, en estrecha relación con las tradiciones locales y la identidad cultural de Cuenca.

El apoyo institucional y las políticas gubernamentales fueron fundamentales para consolidar el diseño como una actividad profesional en la región. Instituciones como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI) y la Casa de la Cultura Ecuatoriana promovieron iniciativas clave, incluyendo la formación técnica, el acceso a financiamiento y la organización de eventos como ferias de diseño y desfiles de moda. Estas acciones visibilizaron el talento local y fortalecieron la infraestructura productiva del sector.

La formación académica desempeñó un papel importante en la consolidación del campo, con la Universidad del Azuay como una institución clave en la profesionalización de los diseñadores textiles. A través de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, se ofrecieron programas que fortalecieron las competencias técnicas y creativas de los estudiantes, promovieron además investigaciones sobre la relación entre el diseño y la economía local, contribuyendo al crecimiento del sector.

La producción de moda en Cuenca enfrentó importantes desafíos. Entre ellos, destacaron la falta de infraestructura industrial adecuada, las dificultades para exportar y la competencia con productos importados. Estas limitaciones subrayan la necesidad de mayores inversiones en tecnología, así como de políticas públicas que promuevan la competitividad del sector. Aunque enfrentó desafíos significativos, este sector experimentó un crecimiento sostenido y se consolidó como un componente importante de las industrias culturales de Ecuador, demostrando su capacidad de adaptación e innovación en un entorno globalizado.

En la interrogante: ¿Dentro de qué marcos o categorías, ya sean académicos, comerciales o culturales, se ha clasificado y entendido el diseño textil e indumentaria en Cuenca entre 2005 y 2021?

Entre 2005 y 2021, el diseño textil e indumentaria en Cuenca se clasificó y entendió dentro de marcos académicos, comerciales y culturales que reflejaron su evolución y consolidación como una disciplina significativa en las industrias creativas de la región. Estas categorías proporcionaron una base para comprender y estructurar la producción, formación y promoción del diseño en un contexto local con proyección nacional e internacional.

Desde el marco académico, el diseño textil e indumentaria se desarrolló principalmente en la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay, donde se estableció una estructura formal para la formación de diseñadores. Este marco académico proporcionó conocimientos técnicos y creativos, y conectó el diseño con campos como la economía, la sociología y la cultura. El enfoque en la profesionalización de los diseñadores estuvo acompañado de proyectos que vinculan al diseño con la economía local y la identidad cultural.

En el ámbito comercial, el diseño textil e indumentaria promovió la producción de bienes textiles con un enfoque tanto en la calidad técnica como en el valor simbólico, buscando diferenciación en mercados nacionales e internacionales. Dentro de este marco, el diseño se entendió como un motor de competitividad y sostenibilidad económica, con énfasis en la innovación, la integración de materiales locales y la conexión con cadenas de valor globales. Además, el uso de plataformas digitales y redes sociales emergió como una estrategia clave para la comercialización, permitiendo la expansión del alcance de las marcas locales.

En el marco cultural, se reconoció como una expresión de la identidad y tradición de Cuenca. Algunos diseñadores integraron elementos de las prácticas artesanales locales, como el tejido y el bordado, en sus creaciones, generando un diálogo entre la tradición y la contemporaneidad. Este enfoque cultural también fue reforzado por eventos como ferias de diseño, desfiles y exposiciones, que celebraron el patrimonio cultural y fomentaron su visibilidad a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, las políticas públicas y el apoyo institucional proporcionaron un marco regulador y de promoción que influyó directamente en estas categorías. Iniciativas como la Ley Orgánica de Cultura, la Ley del Emprendimiento y los programas del Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI) ayudaron a consolidar el diseño textil e indumentaria como un sector prioritario dentro de las industrias culturales. Estos esfuerzos contribuyeron a definir su clasificación dentro de las categorías de industrias creativas, reconociendo su aporte al Producto Interno Bruto (PIB) y su impacto social.

Estas categorías facilitaron su desarrollo y destacaron su capacidad para adaptarse e integrarse en un entorno globalizado mientras preservaba su identidad local.

En la pregunta: ¿Cuál ha sido la evolución numérica y cualitativa de los emprendimientos de moda en Cuenca a lo largo de este periodo?

La evolución de los emprendimientos de moda en Cuenca presentó un crecimiento tanto numérico como cualitativo, reflejando el fortalecimiento del campo del diseño textil e indumentaria en la región. Este desarrollo estuvo influenciado por factores como la profesionalización de los diseñadores, el apoyo institucional, y la consolidación del diseño como parte integral de las industrias creativas.

En términos numéricos, los registros muestran un aumento significativo en la cantidad de emprendimientos vinculados al diseño textil y de moda. Este incremento estuvo directamente relacionado con la oferta académica de instituciones como la Universidad del Azuay, que graduó un número creciente de diseñadores capacitados para desarrollar marcas y proyectos propios. Además, el acceso a financiamiento y las iniciativas gubernamentales, como los programas del Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI), facilitaron la creación de nuevos emprendimientos.

Desde una perspectiva cualitativa, los emprendimientos de moda en Cuenca evolucionaron hacia propuestas más especializadas y competitivas. Los diseñadores comenzaron a incorporar valores como la sostenibilidad, la

innovación y la identidad cultural en sus productos, diferenciándose en mercados nacionales e internacionales. Las marcas emergentes integraron técnicas artesanales tradicionales, como el tejido y el bordado, combinándolas con diseños contemporáneos, lo que les permitió conectar con un público más amplio y posicionarse como referentes de la moda ecuatoriana.

Este proceso cualitativo también se reflejó en el fortalecimiento de estrategias de comercialización. Los emprendedores adoptaron herramientas digitales como redes sociales y plataformas de comercio electrónico, lo que permitió la expansión de sus mercados y una mayor visibilidad de sus productos. Eventos locales como ferias y desfiles de moda jugaron un papel crucial al proporcionar espacios para la promoción y el contacto directo con los consumidores. Sin embargo, la evolución de los emprendimientos no estuvo exenta de desafíos. Las barreras estructurales, como el acceso limitado a infraestructura industrial y la competencia con productos importados, limitaron el crecimiento de algunos proyectos. A pesar de ello, la resiliencia y adaptabilidad de los diseñadores locales fueron factores clave en la consolidación del sector.

Para la pregunta: ¿Bajo qué principios, técnicas y estrategias operan y crean los emprendedores de moda en Cuenca?

Los emprendedores de moda en Cuenca operaron y crearon bajo principios, técnicas y estrategias que combinaron tradición e innovación, alineándose con las dinámicas locales y las exigencias de mercados nacionales e internacionales. Este enfoque les permitió desarrollar propuestas competitivas y sostenibles en un entorno caracterizado por la valorización de la identidad cultural y el diseño contemporáneo.

Entre los principios fundamentales que guiaron su trabajo, destacaron el compromiso con la identidad cultural local, la sostenibilidad y la innovación. Algunos emprendedores integraron elementos de las tradiciones artesanales de Cuenca, como el tejido y el bordado, en sus colecciones, resaltando el valor simbólico de sus productos. Además, la sostenibilidad se está convirtiendo en

un eje transversal en su producción, promoviendo el uso de materiales locales y prácticas responsables con el medio ambiente.

En cuanto a las técnicas, los emprendedores adoptaron una combinación de métodos tradicionales y modernos. Alguno de ellos utilizó técnicas artesanales heredadas, como el telar y el bordado manual, las cuales complementaron con procesos contemporáneos, como la sublimación y el diseño digital. Esta combinación no solo enriqueció el valor estético de sus productos, sino que también destacó su unicidad en un mercado globalizado.

Las estrategias de operación y comercialización fueron relevantes para su éxito. Los emprendedores implementaron modelos de negocio enfocados en la personalización y la producción a medida, lo que les permitió atender nichos de mercado específicos. Asimismo, las plataformas digitales y las redes sociales jugaron un papel importante en su estrategia de difusión, facilitando la conexión directa con los consumidores y ampliando su alcance a nivel nacional e internacional. La participación en eventos y ferias, como "Cuenca Moda", "Tejiendo Identidad" y la "Incubadora Cultural" les brindó una mayor visibilidad y oportunidades de networking con otros actores del sector.

La pregunta principal de esta investigación se planteó como: ¿Cuál ha sido la dinámica que reconoce el campo profesional de diseño de indumentaria y textil en Cuenca Ecuador durante el periodo 20025-2021? En particular, ¿qué factores políticos, económicos, educativos permitieron consolidar la profesión de diseñador de indumentaria y textil? y ¿qué rol tuvieron en ese proceso las políticas de promoción destinadas al sector?

Durante el período de estudio, el campo profesional de diseño de indumentaria y textil en Cuenca, Ecuador, experimentó una dinámica de consolidación marcada por la interacción de factores políticos, económicos y educativos. Este proceso estuvo respaldado por políticas públicas y de promoción que jugaron un rol esencial en el fortalecimiento del sector, posicionándolo como un motor clave de las industrias culturales y creativas de la región.

En el ámbito político, las políticas gubernamentales fueron determinantes para la consolidación del diseño textil e indumentaria en Cuenca, ya que se alinearon con un enfoque integral que promovió el desarrollo de las industrias culturales como sectores estratégicos de la economía ecuatoriana. Los Planes Nacionales de Desarrollo, como la "Revolución Ciudadana" (2007-2010) y los Planes para el Buen Vivir (2009-2021), incluyeron objetivos específicos para fortalecer la producción cultural y creativa, reconociendo al diseño como un componente esencial de esta estrategia. A través de estas políticas, se introdujeron incentivos económicos, como el acceso a fondos públicos destinados a financiar proyectos innovadores, y se impulsó la creación de infraestructuras institucionales, como el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI), que ofreció apoyo técnico, capacitación y recursos económicos a los diseñadores y emprendedores textiles. Además, la aprobación de la Ley Orgánica de Cultura en 2016 marcó un hito al establecer un marco regulatorio que garantizó el acceso a financiamiento y la participación activa de los diseñadores en eventos de promoción, como ferias y exposiciones nacionales e internacionales. Estas políticas fortalecieron el desarrollo profesional de los diseñadores y permitieron la articulación del diseño con otros sectores económicos y sociales, destacando su rol en la construcción de la identidad cultural del país.

Desde el enfoque económico, el diseño textil e indumentaria en Cuenca se integró como un sector estratégico dentro de los esfuerzos de diversificación económica promovidos a nivel local y nacional. Durante el período 2005-2021, se implementaron políticas e incentivos que permitieron el crecimiento y consolidación de pequeños y medianos emprendimientos vinculados al diseño textil. Instituciones como BanEcuador desempeñaron un papel importante al ofrecer líneas de crédito accesibles para la implementación tecnológica de talleres y la adquisición de materias primas de calidad, lo que incrementó la competitividad del sector. Asimismo, se promovieron iniciativas que incentivaron la innovación en los procesos productivos, permitiendo la incorporación de prácticas más sostenibles, como el uso de materiales locales y reciclados, y fomentando la creación de valor agregado en los productos textiles.

El diseño textil en Cuenca también se fortaleció a través de la integración de técnicas artesanales tradicionales, como el tejido, el bordado y el trabajo en telar, que se combinaron con enfoques contemporáneos y tecnologías modernas. Esta sinergia contribuyó al desarrollo de productos diferenciados y permitió la inserción de los diseñadores en mercados especializados, tanto a nivel nacional como internacional. La identidad cultural de la región se convirtió en un activo económico importante, con productos que destacaron por su capacidad de preservar y reinterpretar las tradiciones locales, lo que les otorgó un alto valor simbólico y comercial.

Por otro lado, la implementación de estrategias de comercialización digital transformó significativamente el panorama económico del diseño textil en Cuenca. Los diseñadores y emprendedores locales aprovecharon el auge de las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico para ampliar su alcance y conectar directamente con consumidores en Ecuador y en el extranjero. Este cambio permitió diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de los canales tradicionales de venta, que muchas veces eran limitados. Además, la participación en eventos y ferias, como "Cuenca Moda" y otros encuentros organizados por instituciones públicas, brindó a los diseñadores oportunidades para establecer contactos comerciales, fortalecer alianzas estratégicas y promover sus productos en un contexto competitivo.

En el plano educativo, la Universidad del Azuay se posicionó como un eje central de formación profesional de la ciudad, ofreciendo una propuesta académica integral que combinó aspectos técnicos, creativos y conceptuales. Los programas educativos en diseño textil, moda e indumentaria se enfocaron en desarrollar habilidades prácticas, como el manejo de herramientas de diseño y la comprensión de procesos productivos, sino también en formar a los estudiantes con una visión estratégica y crítica, capaz de responder a las demandas cambiantes de un mercado globalizado. Asimismo, se promovió la investigación académica como un componente de la formación, incentivando estudios sobre la relación entre el diseño, la economía creativa y la identidad cultural. Estas investigaciones generaron conocimientos aplicables tanto al

desarrollo de productos como a la formulación de estrategias de mercado, lo que fortaleció la capacidad de los diseñadores para competir en un entorno dinámico. La educación jugó un papel relevante en la promoción de valores como la sostenibilidad y la responsabilidad social. Los programas académicos destacaron la importancia de utilizar materiales locales, preservar las técnicas artesanales tradicionales y diseñar con un enfoque ético que respetara tanto a las personas involucradas en la producción como al medio ambiente.

La educación en diseño textil e indumentaria proporcionada por la Universidad del Azuay ha sido un pilar en la profesionalización del campo en Cuenca. A través de su impacto en la formación de talento humano, la universidad fortaleció la estructura del campo profesional y lo consolidó como una disciplina clave dentro de las industrias culturales en Ecuador.

El rol de las políticas de promoción fue relevante para la consolidación del diseño textil e indumentaria en Cuenca durante el período 2005-2021, al proporcionar un marco para visibilizar y profesionalizar el trabajo de los diseñadores, además de fomentar el crecimiento de la industria en el ámbito local, nacional e internacional. Estas políticas fueron impulsadas principalmente por instituciones públicas como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación (IFCI), BanEcuador, y la Casa de la Cultura Ecuatoriana, quienes articularon recursos y estrategias para fortalecer la industria textil y creativa.

Entre las principales iniciativas de promoción destacaron los eventos culturales y comerciales, como ferias, desfiles y exposiciones. "Cuenca Moda" y "Cromia" se convirtieron en plataformas emblemáticas para dar a conocer las creaciones de los diseñadores locales, permitiéndoles exhibir su trabajo ante audiencias más amplias y generar oportunidades de negocio. Estos eventos fortalecieron la conexión entre los diseñadores y los consumidores, además facilitaron la creación de redes con otros actores clave, como distribuidores, minoristas y aliados estratégicos en la industria de la moda. A través de estas plataformas, los diseñadores pudieron posicionar sus marcas, explorar nuevos mercados y establecerse como referentes dentro del sector textil.

Por otro lado, las políticas de promoción también incentivaron la internacionalización del diseño textil ecuatoriano. La participación de diseñadores locales en ferias internacionales como el “Micsur” y la apertura de oportunidades para la exportación permitieron que sus productos fueran reconocidos más allá de las fronteras del país. Estas acciones aumentaron la visibilidad del diseño ecuatoriano en mercados globales y generaron un impacto positivo en la percepción del diseño nacional como una actividad creativa de alto valor agregado.

Otro aspecto clave de estas políticas fue la creación de fondos de financiamiento y programas de capacitación. A través de instituciones como el IFCI y la Casa de la Cultura, se ofrecieron recursos económicos y formación técnica a emprendedores, diseñadores y artesanos, lo que les permitió mejorar sus procesos productivos, incorporar tecnologías innovadoras y aumentar la calidad de sus productos. Estos programas también promovieron la colaboración interdisciplinaria, fomentando alianzas entre diseñadores, académicos y profesionales de otras áreas, lo que enriqueció las capacidades creativas y empresariales de los participantes.

Las políticas de promoción enfatizaron la importancia de la sostenibilidad y la preservación cultural en el diseño textil. Iniciativas específicas impulsaron el uso de materiales locales y técnicas artesanales tradicionales, ayudando a los diseñadores a destacar por su autenticidad y compromiso con la identidad cultural. Esta perspectiva fortaleció el diseño como una disciplina creativa y la posicionó como un motor de preservación del patrimonio cultural de Cuenca y Ecuador.

En conclusión, la dinámica del campo profesional de diseño de indumentaria y textil en Cuenca, Ecuador, durante 2005-2021, estuvo impulsada por factores políticos, económicos y educativos que contribuyeron significativamente a su consolidación. Las políticas de promoción desempeñaron un papel importante al visibilizar y profesionalizar el diseño, permitiendo su integración en las

industrias culturales y su reconocimiento como una disciplina estratégica para el desarrollo económico y cultural de la región.

Propuesta líneas de investigación

Se proponen líneas de investigación que profundicen y expandan el conocimiento adquirido, pueden enfocarse en aspectos clave como la economía, la cultura, la interdisciplinariedad y las políticas públicas. A continuación, se presentan algunas sugerencias:

Impacto de las Políticas Públicas en el Desarrollo del Diseño Textil e Indumentaria

Analizar cómo las políticas gubernamentales desde el 2005 hasta la fecha han influido en la evolución del diseño textil e indumentaria en Ecuador. Podría investigarse cómo las diferentes leyes y programas (como el Plan Nacional para el Buen Vivir) han promovido, obstaculizado o transformado el campo del diseño textil, en especial en ciudades con alto potencial creativo como Cuenca.

Estrategias de Comercialización en Diseñadores Emergentes

Investigar las estrategias de comercialización empleadas por los diseñadores textiles emergentes en Cuenca. Este estudio podría enfocarse en el uso de redes sociales, ferias de diseño y otras plataformas digitales que han permitido a estos diseñadores posicionarse en el mercado local y global. Se podría explorar cómo las nuevas tecnologías digitales están influyendo en la comercialización y el consumo del diseño textil.

Sostenibilidad y Diseño Textil e Indumentaria

Proponer una investigación sobre cómo las prácticas sostenibles se están integrando en la industria textil de Cuenca. Esto podría incluir el análisis de materiales sostenibles, procesos de producción ecológica y el impacto de las políticas de sostenibilidad en los diseñadores y productores locales.

Interdisciplinariedad en el Diseño Textil y otras Industrias Creativas

Explorar cómo el diseño textil puede integrarse con otras industrias creativas como la arquitectura, el arte y la tecnología. Esta línea de investigación se enfocaría en identificar proyectos interdisciplinarios que fomenten la colaboración entre diferentes disciplinas creativas y cómo estos han influido en la innovación dentro del campo del diseño.

Transformación del Capital Cultural y Simbólico en el Diseño Textil

Basándose en la teoría de campos de Pierre Bourdieu utilizada en la tesis, se podría investigar cómo el capital cultural y simbólico de los diseñadores de Cuenca se transforma con el tiempo. Esto incluiría un análisis de cómo los diseñadores adquieren y movilizan capital social, cultural y simbólico en su interacción con el mercado, las instituciones y otros actores clave.

Diseño Textil e Indumentaria y Patrimonio Cultural

Estudiar la relación entre el diseño textil contemporáneo y el patrimonio cultural de Cuenca. Esta línea podría enfocarse en cómo los diseñadores textiles locales integran elementos de la cultura tradicional en sus diseños, y cómo esto contribuye a la preservación y promoción del patrimonio cultural de la región.

Educación y Formación en Diseño Textil e Indumentaria

Investigar cómo la educación en diseño textil en universidades e instituciones de Cuenca ha evolucionado desde 2005 hasta la actualidad. Esta línea de investigación podría examinar las metodologías de enseñanza, los programas académicos y su adecuación al mercado laboral, así como el impacto de los graduados en la industria local.

Estas líneas de investigación permitirían profundizar en el campo del diseño textil en Cuenca, ampliando el conocimiento académico y generando datos valiosos que podrían influir en la práctica profesional y las políticas públicas.

Nuevas interrogantes

Desde los abordajes realizados en esta investigación, se generan nuevas interrogantes que se presentan a continuación:

¿Cómo las políticas gubernamentales específicas han afectado la profesión de diseño textil e indumentaria, y qué estrategias podrían desarrollarse para fortalecer al sector cultural de diseño frente a la competencia internacional?

¿Cómo pueden las políticas de desarrollo económico continuar apoyando el crecimiento de la industria textil ecuatoriana mientras se preserva su rica herencia cultural y se fortalece su identidad en un mercado global competitivo?

¿Cómo los diferentes agentes e instituciones pueden continuar con el desarrollo de eventos que fomenten los sectores culturales?

¿Cómo puede el campo profesional de diseño textil e indumentaria en Ecuador, respaldado por la Ley Orgánica de Cultura y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, asegurar una implementación efectiva que resulte en un crecimiento económico tangible y la preservación de la identidad cultural en el ámbito de la globalización y el mercado internacional?

¿Cómo pueden las instituciones públicas y privadas colaborar para crear estrategias que fortalezcan el desarrollo sostenible del diseño textil e indumentaria, garantizando al mismo tiempo que se reconozca y apoye adecuadamente la contribución creativa y económica de los diseñadores emergentes y establecidos en el campo?

¿De qué manera los hallazgos de este estudio pueden influir en la formación académica y las políticas públicas para apoyar mejor a los diseñadores emergentes y establecer una plataforma más sólida para la innovación y el crecimiento sostenible en el campo del diseño textil e indumentaria?

¿De qué manera pueden los resultados de este estudio, en particular los patrones o "habitus" identificados, ser utilizados para diseñar estrategias de apoyo que fomenten la innovación y fortalezcan la posición de los diseñadores en el mercado local e internacional del diseño textil e indumentaria?

¿Cómo pueden los diseñadores y productores de DTel maximizar el impacto de sus elecciones creativas y productivas para construir una identidad de marca fuerte y cómo pueden estas elecciones contribuir a la sostenibilidad a largo plazo y al éxito económico en un mercado globalizado y cada vez más consciente de la sostenibilidad?

¿Cómo pueden los diseñadores en Cuenca continuar desarrollando un habitus que se mantenga fiel a las tradiciones y la identidad cultural de la ciudad, y a su vez les permita ser pioneros y mantener la relevancia en el cambiante panorama global del diseño textil y de indumentaria?

Estas preguntas nos llevan a seguir reflexionando sobre el campo del diseño textil y de indumentaria, y a dar seguimiento a este estudio para futuras propuestas que permitan reconocer al diseño como un activador social y económico.

Propuestas para políticas públicas

Desde este estudio, se proponen políticas públicas que promuevan el crecimiento y la consolidación del diseño textil e indumentaria en Cuenca, Ecuador. Estas políticas buscan visibilizar el trabajo detrás de cada producto final, fomentar la innovación sin perder nuestra identidad cultural y promover una profesión que contribuye al crecimiento económico y social.

1. Fomento a la Innovación y Creatividad en el Diseño

Objetivo: Incentivar la innovación y la creatividad en el sector del diseño, fomentando la creación de productos originales que puedan competir en mercados nacionales e internacionales.

Acciones:

- Subsidios y concursos para proyectos innovadores de diseño textil e indumentaria.
- Fondos de inversión para startups y emprendimientos de diseñadores emergentes que presenten propuestas creativas o sostenibles.
- Programas de mentoría donde diseñadores consolidados orienten a los jóvenes talentos, promoviendo el intercambio de conocimiento y experiencias.

Beneficios:

- Fomento a la creatividad local.
- Mayor competitividad en mercados internacionales.
- Impulso a la innovación sostenible en la industria textil.

2. Apoyo al Desarrollo de Industrias Culturales

Objetivo: Reconocer y consolidar el diseño como una industria cultural clave, brindando apoyo financiero y logístico a los diseñadores que se dedican a la producción de bienes culturales.

Acciones:

- Creación de un fondo nacional de apoyo a las industrias culturales, incluyendo el diseño textil, para financiar proyectos que conserven la identidad cultural de la región.

- Inclusión del diseño textil e indumentaria en las políticas culturales y educativas del país, facilitando acceso a recursos y formación para emprendedores en diseño.

- Desarrollar cadenas de valor que incluyan a artesanos, diseñadores y productores locales, fomentando la colaboración entre sectores culturales y económicos.

Beneficios:

- Promoción de la identidad cultural local a través del diseño.
- Incremento de la inversión en industrias culturales.
- Integración de sectores como la artesanía con el diseño contemporáneo.

3. Sostenibilidad y Responsabilidad Social en el Diseño Textil

Objetivo: Promover prácticas sostenibles en la producción y comercialización del diseño textil, alineándose con las tendencias globales de responsabilidad social y ambiental.

Acciones:

- Subvenciones fiscales para empresas textiles que adopten prácticas sostenibles y reduzcan su impacto ambiental, como el uso de materiales reciclados o técnicas de producción ecoeficientes.
- Creación de un sello de diseño sostenible que certifique productos textiles que cumplan con estándares ambientales y éticos.
- Campañas de concienciación pública que fomenten el consumo responsable de productos de diseño textil local y sostenible.

Beneficios:

- Promoción del diseño responsable y ético.
- Reducción del impacto ambiental de la industria textil.
- Mejor posicionamiento del diseño textil ecuatoriano en mercados globales.

4. Desarrollo de Capacidades y Formación Profesional

Objetivo: Fortalecer la formación académica y técnica en diseño textil e indumentaria, asegurando que los diseñadores locales cuenten con las habilidades necesarias para competir en un mercado global.

Acciones:

- Establecimiento de programas de capacitación técnica en universidades y centros de formación, en áreas como producción textil, diseño digital y gestión de proyectos creativos, cómo Formación Continua o Tecnologías.
- Creación de alianzas con instituciones internacionales para facilitar intercambios académicos, pasantías y colaboración entre diseñadores de Cuenca y de otras partes del mundo.
- Desarrollo de talleres de emprendimiento y negocios para que los diseñadores aprendan a gestionar sus propios emprendimientos de manera eficiente.

Beneficios:

- Mejora de la calidad educativa y profesional de los diseñadores.
- Aumento de la empleabilidad en el sector.
- Fomento del emprendimiento local en el diseño textil e indumentaria.

5. Incentivos Fiscales para el Sector del Diseño

Objetivo: Implementar incentivos fiscales para apoyar a los emprendedores del sector del diseño, facilitando el acceso a capital y reduciendo las barreras económicas para el desarrollo de proyectos creativos.

Acciones:

- Exenciones fiscales para nuevas empresas de diseño durante los primeros cinco años de operación.
- Creación de créditos a bajo interés específicos para diseñadores textiles que deseen iniciar o expandir sus negocios.
- Reducción de impuestos para aquellos diseñadores que produzcan localmente o empleen mano de obra artesanal.

Beneficios:

- Aumento del número de emprendimientos en el sector.
- Fomento de la producción local.
- Reducción de barreras económicas para diseñadores emergentes.

6. Infraestructura y Redes de Colaboración

Objetivo: Crear espacios físicos y virtuales donde los diseñadores puedan trabajar, colaborar y exponer sus productos, integrando a la comunidad del diseño con otros sectores productivos y creativos.

Acciones:

- Creación de centros de innovación y diseño en ciudades como Cuenca, que funcionen como hubs creativos donde diseñadores puedan acceder a recursos, equipos y tecnología.
- Fomento de redes colaborativas entre diseñadores, artesanos y otros actores de la industria, promoviendo proyectos interdisciplinarios que integren el diseño textil con otras formas de expresión artística.
- Organización de ferias nacionales e internacionales para mostrar el trabajo de los diseñadores ecuatorianos y facilitar el contacto con compradores y distribuidores globales.

Beneficios:

- Fortalecimiento de la comunidad creativa local.
- Mayor visibilidad internacional para los diseñadores de Cuenca.
- Promoción del trabajo colaborativo e interdisciplinario.

7. Protección de la Propiedad Intelectual y el Patrimonio Cultural

Objetivo: Asegurar que los diseñadores y sus productos estén protegidos legalmente, incentivando la creación de productos originales y preservando el patrimonio cultural.

Acciones:

- Implementación de programas de protección de la propiedad intelectual específicos para diseñadores, asegurando que sus creaciones estén protegidas contra copias o plagios.
- Regulaciones sobre el uso de técnicas y símbolos culturales tradicionales en la moda, para evitar la apropiación cultural y garantizar el respeto hacia las comunidades locales.
- Desarrollo de un registro de diseños y técnicas tradicionales en la producción textil para salvaguardar el patrimonio cultural ecuatoriano.

Beneficios:

- Mayor seguridad jurídica para los diseñadores.
- Preservación del patrimonio cultural.
- Incentivo a la creación de productos únicos y originales.

8. Promoción del Diseño Ecuatoriano en el Exterior

Objetivo: Internacionalizar el diseño textil ecuatoriano, posicionándolo como una oferta única en los mercados internacionales.

Acciones:

- Creación de un programa de promoción internacional del diseño textil e indumentaria ecuatoriano, con presencia en ferias de moda y diseño en el extranjero.
- Apoyo logístico y financiero a diseñadores para que participen en eventos internacionales y expandan sus mercados.
- Establecimiento de alianzas con marcas y diseñadores internacionales para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

Beneficios:

- Expansión de los mercados para diseñadores ecuatorianos.
- Mayor reconocimiento del diseño ecuatoriano a nivel global.
- Oportunidades de colaboración y aprendizaje internacional.

Estas políticas públicas pueden impulsar el crecimiento del diseño textil e indumentaria en Ecuador, fomentando la innovación, la sostenibilidad, el respeto al patrimonio cultural y el desarrollo económico del sector creativo.

Bibliografía

Fuentes primarias

- AITE, A. d. (2015). Recuperado el 15 de 05 de 2018, de www.aite.com.ec:
<http://www.aite.com.ec>
- AITE. (2014). *El Comercio*. Obtenido de www.elcomercio.com.ec:
www.elcomercio.com.ec/tendencias/gastronomía-y-diseño-de-moda.html
- Altamirano, C. (2002). *Términos Críticos de la Sociología de la Cultura*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Álvarez, E. (2020). *El diseño en las representaciones gráficas de emprendedoras de la cultura Mapuche. Un estudio de caso en la Región de La Araucanía, Chile*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Amoroso, D. (2018). *Emprendimiento de alta costura en la ciudad de Cuenca. Diagnóstico de su situación actual*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Ander-Egg, E. (1972). *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. (E. Humanitas, Ed.) Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- Appadurai, A. (1986). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. Obtenido de <https://www.academia.edu>:
https://www.academia.edu/38299607/Appadurai_La_Vida_Social_de_Las_Cosas_pdf
- Arévalo, R. (2019). *Iconografía en el diseño textil de la nacionalidad Puruhá, Chimborazo*. Riobamba: Universidad de Ambato.
- Ariel de Vidas, A. (1991). *Ecuador indígena: sincretismo e identidad en las culturas nativas de la Sierra Norte*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (15 de 01 de 2014). *La Revolución Ciudadana transformó al Ecuador en siete años*. Obtenido de
<https://www.asambleanacional.gob.ec>:
https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/la_revolucion_ciudadana_transformo_al_ecuador_en_siete_anos
- Astete, C. (Julio de 2017). Pierre Bourdieu: el poder en el campo de la educación y la pedagogía. Lima, Perú.
- Banco Central del Ecuador. (2010). *La Economía Ecuatoriana Luego de 10 Años de Dolarización*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec>:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Dolarizacion/Dolarizacion10anios.pdf>
- BanEcuador. (2023). <https://www.banecuador.fin.ec>. Obtenido de
<https://www.banecuador.fin.ec/historia-banecuador/>
- Baquero, D., & Mieles, J. D. (06 de enero de 2015). *El 'boom' petrolero y el ahorro que hoy hace falta en Ecuador*. Obtenido de Foro Economía Ecuador: <http://foroeconomiaecuador.com/fee/el-boom-petrolero-y-el-ahorro-que-hoy-hace-falta-en-ecuador/>
- Barnard, M. (2007). *Fashion Theory*. New York: Routledge.
- Barnes, B. (1986). *Tomas Kuhn y las Ciencias Sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barriga, S. (2020). *Transformación de las prácticas contemporáneas del Diseño Gráfico y su institucionalización como carrera bajo las dinámicas del mercado en las Instituciones de Educación Superior de Riobamba, periodo 2000 – 2015*. Riobamba: Universidad de Palermo.

- Barthes, R. ([1967] 1978). *Retórica del significado*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Barthes, R. ([1967] 1978). *Sistema de la moda*. Barcelona, España: Gustavo Gili S.A.
- Barthes, R. (1964, citado en 1971). *Sistema de la moda y otros escritos (M. Mizraji, trad.)*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Baudrillard, J. (1989). *La sociedad de consumo*. Barcelona: Plaza & János.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bernal Alarcón, H. (14 de 03 de 2018). Utopía y transformación cultural :Un ensayo sobre el significado de la acción cultural. Bogotá, Colombia.
- Bernatene, M. d., Molinari, G., Muraca, T., Ungaro, P., & Canale, G. (2009). Vivir con un emprendimiento. [OBJ] *Indicadores para la evaluación integral de áreas administrativas, relaciones laborales, diseño, producción y desarrollo local* [OBJ] [OBJ] [OBJ] [OBJ] [OBJ] [OBJ] [OBJ] [OBJ].
- Bevilacqua, F. (2019). *La operación de diseño y fabricación digital a la luz de la teoría de la individuación*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Bianchi, P., & Sanquinetti, M. (. (2017). *Hecho en Argentina*. Santa Fe: Universidad Nacional de Rafaela.
- Blumer, H. (1969). *Moda: De la diferenciación de clase a la selección colectiva*. Berkeley: Universidad de California.
- Bonsiepe, G. (2022). *The Disobedience of Design*. Londres: Bloomsbury.
- Bourdieu, P. ([1979] 1995). *La Distinción*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bourdieu, P. ([1980] 2013). *El sentido práctico*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.
- Bourdieu, P. ([1984]1990). *Sociología y Cultura*. Distrito Federal de México: Editorial Grijalbo S.A.,.
- Bourdieu, P. (1963). *Travail et travailleurs en Algérie*. Paris: Mouton & Co.
- Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève: Librairie Droz.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1983). *The field of cultural production, or: The economic world reversed*. North Holland: Poetics 12.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1985). *The social space and the genesis of groups*. Vol. 14, No. 6. (Nov., 1985). Paris: Theory and Society.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. (1988). *Homo Academicus*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *In Other Words: Essays Toward a Reflexive Sociology*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Stanford : Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Gran Bretaña: T.J. Press Ltd, Padstow, Cornwall.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.

- Bourdieu, P. (1996). *The state nobility: Elite schools in the field of power*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1997). *Meditations pacaliennes*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Montessor.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Argentina: Sigo vientiuno editores.
- Bourdieu, P. (noviembre de 1974). Alta costura y alta cultura. *Noroit*, págs. 2-11.
- Bourdieu, P. e. (1975). Le couturier et sa griffe: contribution a une theorie de la magie. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1, 7-36.
- Bourdieu, P., & Delsault, Y. (1975). El costurero y su firma: contribución a una teoría de la magia. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 7-36.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in education, society and culture*. London: Sage.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *Una invitación a una sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Breyer, G. (2007). *Heurística del diseño*. Buenos Aires, Argentina: FADU Nobuko.
- Briones, C. (1996). Culturas, identidades y fronteras: una mirada desde las producciones del cuarto mundo. *Revista de Ciencias Sociales*.(5), págs. 121-133.
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. New York: Harper.
- Bruzzi, S., & Gibson., P. C. (2000). *Fashion Cultures Theories, explorations and analysis*. Londres: Routledge. .
- Buitrago, J. (01 de 2010). *www.researchgate.net*. Recuperado el 25 de 02 de 2018, de estudio, La profesionalización académica del Diseño en Colombia. Reflexiones en función de la construcción del objeto de: https://www.researchgate.net/publication/273915212_La_profesionalizacion_academica_del_Disenio_en_Colombia_Reflexiones_en_funcion_de_la_construccion_del_objeto_de_estudio
- Buitrago, J. C., Franky, J., & López, M. d. (2015). *Diseño e Historia. Serie de improntas de un error*. Calí: Universidad del Valle. Programa Editorial.
- Bunge, M. (1969). *La investigación científica*.
- Burbano, I. (2021). *Diseño, cultura y sociedad en Ecuador. Diseño y artesanía en el contexto de la crisis del ideario moderno en Ecuador (1979-1985)*. Quito: Universidad de Palermo.
- Burgos, C. (2015). Propuesta de una Agenda Común de Problemas para la Ciencia y el Diseño como Escenario Transdisciplinar para la Actividad Ptoyectual. *ADNea Revista de Arquitectura y Diseño del nordeste argentino*, 3(3).
- Burke, P. (2005). *Lo visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, España: A&M Grafic.
- Calderón, M. Á. (10 de 11 de 2011). La dolarización ecuatoriana. *El Telégrafo*.
- Calhoun, C., LiPuma, E., & Postone, M. (1993). *Bourdieu: Critical perspectives*. Chicago: University of Chicago Press.

- Calvera, A. (2017). Los tres orígenes del diseño. Buenos Aires, Argentina.
- Cámara de Diseño del Ecuador. (2018). Recuperado el 4 de 05 de 2019, de www.disenio-ec.org: http://diseno-ec.org/wp-content/uploads/2018/06/AGENDA_CADE_2017-1.pdf
- Canclini, N. G. (1989). *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. México: Patria.
- Cardoso, F. (2015). *Dependencia y Desarrollo en América Latina. Ensayo de interpretación sociológica*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
- Casa de la Cultura Benjamin Carrión. (2022). Obtenido de <https://casadelacultura.gob.ec/>
- Casa de la Cultura Núcleo del Azuay. (2019). <https://www.cceazuay.gob.ec/>. Obtenido de https://www.cceazuay.gob.ec/rendicion-de-cuentas/?cp_71=2
- Casa de la Cultura Núcleo del Azuay. (2019). Obtenido de <https://incubadoracultural.cceazuay.gob.ec>
- CCEAZUAY. (2018). Obtenido de <https://www.cceazuay.gob.ec/fab-lab/>
- Cerda, G. H. (1997). *La Investigación Total*. (E. C. Magisterio, Ed.) Santa Fé de Bogotá.
- CFN . (2021). *Ficha sectorial. Prendas de vestir*. Quito: Corporación Financiera Nacional.
- Chaves, F. (1990). *El hombre ecuatoriano y su cultura*. Quito: Ediciones del Banco Central del Ecuador.
- CIDAP. (2018). <https://www.cidap.gob.ec>. Obtenido de <https://www.cidap.gob.ec/servicios/espacios-de-promocion-y-comercializacion>
- CIDAP. (2022). <https://www.cidap.gob.ec>. Obtenido de <https://www.cidap.gob.ec/quienes-somos>
- Cirvini, S. (2004). *Nosotros los arquitectos*. Mendoza, Argentina: Zeta Editores.
- Cobo, P., Mancheno, J., Guamán, C., & Mancheno, M. (01 de Septiembre de 2018). *Etnocompetitividad textil, tendencia histórica que marca el futuro empresarial*. Obtenido de Ciencia Digital: www.cienciadigital.org
- Compte, F. (20 de febrero de 2017). Tesis Doctoral: Arquitectura de Guayaquil 1930-1948. Guayaquil, Ecuador.
- Comte, A. (1830/2001). *Curso de filosofía positiva*. Madrid: Tecnos.
- Convenio Andrés Bello. (2015). *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica* (2 ed.). (M. Pinot, Ed.) Bogotá, Colombia: Libreros.
- Cordero, B. (2018). *Vinculación de la Carrera de Diseño de Modas de la Universidad del Azuay con la industria confeccionista de la ciudad de Cuenca*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Correa, M. E. (2009). El diseño y su intervención en la cultura local: aportes de los diseñadores a la construcción simbólica de la vida cotidiana. VI *Jornadas de Sociología de la UNLP* . Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani Facultad de Ciencias Sociales – UBA CONICET.
- Correa, M. E. (julio de 2019). La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu. En U. d. Palermo, *Cuaderno 88* (págs. 143-158). Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

- Correa, M. E., & Ojeda, S. (2021, citado en Gávito). *Sentidos del diseño. Una mirada desde la Antropología Social*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Crane, D. (1994). Culture Studies Through the Production Perspective: Progress and Prospects. *The Sociology of Culture*. Oxford: Blackwell.
- Crocci, P. y. (2011). Cuerpos Dóviles. 1-57,219-154.
- Cuenca, D. d. (enero de 2016). Recuperado el 26 de mayo de 2019, de [www.cuenca.gob.ec:
http://www.cuenca.gob.ec/?q=system/files/borrador_plan_de_cultura_al_2030.pdf](http://www.cuenca.gob.ec/?q=system/files/borrador_plan_de_cultura_al_2030.pdf)
- Curcó, C. y. (2009). *Identidad personal e identidad cultural: un panorama*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- De Ponti, J. (2012). *Diseño industrial y comunicación visual en Argentina. Entre la Universidad, la empresa y el Estado*. Rosario: Prohistoria ediciones.
- De Salvo, V. (2019). Diseño y sociedad: teorías y definiciones. *Revista científico-académica internacional de Innovación, Investigación y Desarrollo en Diseño*, 79-86.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Devalle, V. (2012). Relatos del diseño. Hacia un enfoque multidisciplinario de las modalidades de historización de los diseños en la Argentina. *SEMINARIO DE CRITICA – AÑO 2012*. Buenos Aires: Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas .
- Devalle, V. (2013). ACTORES Y TRAYECTORIAS. OTRAS FORMAS DE HISTORIAR A LOS DISEÑOS Diseño industrial y comunicación visual en la Argentina. Entre la Universidad, la empresa y el Estado (1950-1970) de J. De Ponti. *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas “mario J. Buschiazzo”*, 239-248.
- Devalle, V. (2013). *Nuevas propuestas para pensar el surgimiento del diseño en la Argentina*. Buenos Aires: X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Diario La Hora. (2015). *lahora.com.ec*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101925280/salvaguardias-no-ayudan-a-textileros>
- Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura. (2013). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales. Diagnóstico de las principales variables socioeconómicas*. Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura. (2014). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales. Diagnóstico de las principales variables socioeconómicas*. Quito: Ministerio de Cultura y Patrimonio .
- Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca. (2023). <https://cultura.cuenca.gob.ec/>. Obtenido de <https://cultura.cuenca.gob.ec/la-institucion/>
- Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca. (2018). *Cuenta Satélite de la Cultura Cuenca*. (E. D. Bosco, Ed.) Cuenca: Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento - GAD Municipal del cantón Cuenca.
- Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento Cuenca. (2016). *Cuenta Satélite de la Cultura Cuenca*. (E. D. Bosco, Ed.) Cuenca:

- Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento - GAD Municipal del cantón Cuenca.
- Dorochesi, M. (2021). *Procesos relacionales y despliegue de grandezas para el desarrollo de emprendimientos de base tecnológica: Trayectorias emprendedoras en egresados de Ingeniería en Diseño de Productos de la Universidad Técnica Federico Santa María, Chile (2006-2015)*. Santa María: Universidad de Palermo.
- Dotor, A. (2021). *El vestido y el conflicto: Prácticas del vestido en la semiosfera narco en Colombia: el caso del jean colombiano. 1984-2000*. Bogotá: Universidad de Palermo.
- Durkheim, E. (1897/2002). *El suicidio. Estudio de sociología*. Madrid: Akal.
- EDEC. (30 de 12 de 2022). Obtenido de <http://www.edec.gob.ec/?q=content/proyectos-de-la-edec-ep-durante-2022-dejan-resultados-positivos>
- El Mercurio. (21 de 11 de 2021). Obtenido de <https://elmercurio.com.ec/2021/11/21/galeria-en-el-desfile-de-modas-tejiendo-identidad-resaltan-las-artesantias-cuencanas/>
- El Universo. (08 de 12 de 2021). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/cultura/ifci-lanza-linea-de-fomento-que-busca-beneficiar-a-128-proyectos-artisticos-nota/>
- El Universo. (2015). *www.eluniverso.com*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/06/nota/4627241/ecuador-aplicara-salvaguardias-32-sus-importaciones-durante-15>
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Contextos.
- Escobar, A. (2017). *Autonomía y Diseño, la relación de lo comunal*. Buenos Aires, Argentina: Tinta Limón.
- Escobar, T. (2019). *Las Transformaciones del Sistema Moda Ecuador*. Ambato, Ecuador.
- Escobar, T. y. (2019). El giro humanista del sistema de la moda. En U. d. Palermo, *Cuaderno 76: Moda, Diseño y Sociedad* (págs. 119 - 132). Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Espinoza, M. (28 de 06 de 2018). *www.instadtstalker.com*. Recuperado el 24 de 04 de 2019, de <https://insta-stalker.com/post/Bkl0YcPjJyn/>
- Evetts, J. (2013). Professionalism: Value and Ideology. *Current Sociology* 61(5-6), 778-796 .
- Flores, J. D., & Cárdenas, J. (2018). Industrias culturales en el Ecuador: un sector de crecimiento y desarrollo económico. *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica*.
- Flores, J. D., & Cárdenas, J. (2018). Industrias culturales en el Ecuador: un sector de crecimiento y desarrollo económico. En A. C. J. Hernández Acosta, *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región* (págs. 171-211). Bogotá: Uniagustiniana.
- Flores, J. D., Bartelotty, A., López, G., Chamba, V., Flores, S., Matehus, A., & Cárdenas, J. (2018). *Caracterización de los sectores de las industrias culturales. Diagnóstico de las principales variables socioeconómicas*. Ministerio de Cultura y Patrimonio, Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura, Quito.
- Flugel, J. C. (1964). *Psicología del vestido*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

- Fontaine, C. C. (2003). *El Vocabulario de Bourdieu*. Buenos Aires, Argentina: Atuel.
- FuentesMoncada, D., Molina, C., & Rosero, Y. (2013). Las Industrias Culturales: Elementos conceptuales y fortalezas en el contexto del Buen Vivir. *Ministerio de Cultura*.
- Fuentesmoncada, D., Molina, C., & Rosero, Y. (2013). Las Industrias Culturales: Elementos conceptuales y fortalezas en el contexto del Buen Vivir. *Ministerio de Cultura*.
- Galán, B. (2007). El rol del diseño en las economías creativas. *Impacto Económico del Diseño*, 1,3,10.
- Gardetti, M. Á. (2017). *Textiles y Moda ¿Qué es ser sustentable?* Barcelona: Lid.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa.
- Gershenfeld, N. (Archivado en febrero de 2006). Sobre la historia del concepto de Fab lab. *Fab Labs - Ted talk*.
http://www.ted.com/talks/neil_gershenfeld_on_fab_labs.html.
- Giddens, A. (1986). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Gimenez, G. (2005). *Teoría y Análisis de la Cultura*. México: Icocult.
- Giordano, D. (2003). El Conocimiento. En G. Breyer, *Gabinete Heurística*. Buenos Aires, Argentina: FADU UBA.
- Giordano, D. (2018). *Cuestiones del diseño*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Diseño.
- Godart, F. (2012). *Sociología de la moda*. (A. Díaz, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Edhasa.
- Grose, K. F. (2012). Gestionar la sostenibilidad de la moda. 12-143.
- Guerrero, P. (2002). Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Escuela de Antropología Aplicada. *La Cultura*, 16. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Guerschman, B. (2010). *La marca comercial y el diseño: una reflexión antropológica sobre la producción, el consumo y el espacio*. Obtenido de <https://www.revistakula.com.ar>: <https://www.revistakula.com.ar/wp-content/uploads/2014/02/KULA-3-6-GUERSCHMAN.pdf>
- Guillen, T., & Zeas, S. (2021). *Análisis de lógicas de producción y comercialización en el marco de las industrias culturales, emprendimientos de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca*. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11069>
- Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible: manuales de diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hall, S. (1992). La cuestión de la identidad cultural. *Modernity and Its Futures*, págs. 273-316.
- Hemisferio Creativo. (2018). *Directorio de Bienes y Servicios Creativos* (1 ed.). Cuenca, Ecuador: Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento.
- Hidalgo, A. K. (2008). Ecuador, Diseño. En S. y. Fernandez, *Historia del Diseño en América Latina y el Caribe*. Sau Paulo, Brasil: Bluchet.
- Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación. (2022). Obtenido de <http://creatividad.gob.ec/>

- INTI. (2016). <https://www.inti.gob.ar>. Obtenido de <https://www.inti.gob.ar/publicaciones/buscador>
- Jara, D. (2020). *Texturas en bases textiles orgánicas. Una alternativa de innovación para el diseño textil. Caso: té de kombucha*. Cuenca : Universidad del Azuay.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashionology, and introduction to fashion studies*. New York: Oxford.
- Kentgens, M. (1999). *The Bauhaus and America*. Massachusetts: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Kogan, H. (2007). El diseño en la cadena de valor. En J. Piazza, *El diseño en la cadena de valor*. Buenos Aires, Argentino: CommTOOLS.
- La Nación. (13 de 12 de 2015). Obtenido de <https://lanacion.com.ec/cuenca-moda-2015-potencia-la-industria-textil-del-azuay/>
- Larrea, D. (2021). *Las transformaciones de las representaciones visuales en las artesanías salasacas ante los procesos migratorios y las interacciones con el arte y el diseño ecuatoriano (1960-2018)*. Ambato: Universidad de Palermo.
- Leiro, R. (2006). *Diseño Estrategia y Gestión*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Lipovetsky, G. (1996). *De la ligereza*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama, s.a.
- López, M. (2009). El diálogo textual. En M. y. López, *Comunicación para diseñadores*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.
- Lozada, K. (2019). *Estrategias morfológicas aplicadas a los escaparates de comercio de indumentaria*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Luna, O. (2007). Ecología de Saberes en Diseño: Un ejemplo desde los discursos autopoieticos. 1-32.
- Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Paidós.
- Malo, G. (2007). Artesanía y Moda. Una visión desde la historia y realidad actual. *Artesanías de América*.
- Malo, G. (2008). Cuenca ciudad artesanal. En C. M. Gonzales. Cuenca, Ecuador: CIDAP.
- Malo, G. (2015). Tejiendo relaciones significativas entre nudos, urdimbres, tramas y texturas. *Revista Artesanías de América*(74).
- Malo, G. (2021). *Problemática del diseño y su relación con la artesanía, construcción de sentido en contextos diferentes: Análisis comparativo entre los años ochenta y principios del siglo XXI; situados en Cuenca, Ecuador*. Cuenca: Universidad de Palermo.
- Malo, M., & Páez, L. (2019). Sobre candongas y souvenirs, la estandarización de la imagen de la chola cuencana. En CIDAP, *Revista Artesanías de América* N° 77. (págs. 44-62). Cuenca: CIDAP.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Gráficas Muriel.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*. Estados Unidos: Cambridge: MIT Press.
- Marsal, S. (2003). *Moda y cultura*. Buenos Aires: Nobuko.
- Martín, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. México: Gedisa.

- Marx, C., & Engels, F. (1848/1998). *El manifiesto comunista*. Buenos Aires: Ediciones Elaleph.
- Mau, B. (2000). *Life Style*. Obtenido de <https://archive.org/details/lifestyle0000maub/page/n17/mode/2up?q=design+world>
- Mayer, E. (1984). Los atributos del hogar: economía doméstica y la encomienda en el Perú colonial. *Revista Andina*(2).
- Mc Robbie, A. (1998). *British fashion design. Rag trade or image industry*. Londres: Routledge.
- Medina, A. (2019). *Indumentaria e identidad: análisis de la vestimenta de la mujer indígena desde el diseño. El caso del pueblo chibuleo (Tungurahua, Ecuador 1990-2016)*. Ambato: Universidad de Palermo.
- Medina, F. (2001). El diseño, una visión global. En S. y. Bass, *Ensayos sobre diseño*. Argentina: Ediciones Infinito.
- Metro. (24 de 09 de 2014). Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/cuenca-ecuador/2014/09/25/cuenca-moda-2014-abre-convocatoria.html>
- Miguel, P. (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Miguel, P. (2017). *Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires*. Recuperado el 27 de 04 de 2019, de www.apuntescecyp.com.ar: <http://apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/328/296>
- Miguel, P. (2019). El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia. En C. d. Comunicación, *Cuaderno 88* (págs. 129-142). Buenos Aires : Universidad de Palermo.
- Miguel, P. (2019). Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina. En U. d. Palermo, *Cuaderno 76: Moda, Diseño y Sociedad* (págs. 161 - 177). Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Mills, C. W. (1959). *La imaginación sociológica*. México. Cuba: Edición Revolucionaria. Instituto del Libro.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (15 de 05 de 2013). Obtenido de Cultura y Patrimonio: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/exitoso-festival-de-diseno-y-artes-aplicadas-cromia-en-cuenca/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (19 de agosto de 2019). <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec>. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/impulso-cultura-financiara-capital-de-trabajo-activos-fijos-e-iniciativas-de-creadores-gestores-y-artistas/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2014). *Informe de Rendición de Cuentas año 2013*. Cuenca: Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2014). *www.cromia.com*. Recuperado el 11 de 05 de 2019, de <http://www.cromiaecuador.com>.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (23 de 02 de 2023). *culturaypatrimonio*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-ministerio/>
- Ministerio de Educación. (12 de 05 de 2015). *www.economiasolidaria.gob.ec*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/hilando-el-desarrollo-fomenta-el-acceso-a-la-educacion-y-la-inclusion-economica-y-social/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (01 de 07 de 2023). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec>

- Morin, E. (1984). *Ciencia con conciencia*. Madrid, España: Taurus.
- Neiburg, F., & Plotkin, M. (2004). Intelectuales y expertos. La constitución del conocimiento social en Argentina. *Prismas - Revista de Historia Intelectual*, 335-339.
- Ñaupas, P. H. (2013). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4 ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- ONU, O. d. (2010). *Informe Periódico sobre las Medidas de Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales*.
- Paladines, C. (Diciembre 2007). La odisea de la modernización en el Ecuador: dos momentos de su desarrollo. *Revista anual de la Unidad de Historiografía e Historia de las Ideas - INCIHUSA / Mendoza*, págs. Artículos (129-140).
- Patrimonio, M. d. (2017). *www.cromia.com*. Recuperado el 11 de 05 de 2019, de <http://www.cromiaecuador.com>.
- Penley, D. (1988). *Paños de Gualaceo*. Quito: Imprenta Mariscal.
- Plotkin, F. N. (2004). *Intelectuales y Expertos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Productiva, T. d. (2012). *www.planificacion.gob.ec*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- PROECUADOR. (2019). Recuperado el 20 de 04 de 2019, de www.proecuador.gob.ec: <https://www.proecuador.gob.ec>
- PUCE, P. U. (2016). *Estudio e Identificación y Mapeo de Actores, Redes, y Asociaciones Vinculados a Emprendimientos Culturales*. Facultad de Economía, Coordinación de Grace Guerrero, Quito.
- Puente, S. (2007). *Industrias Culturales y políticas de Estado*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Ramos, A. (1992). El indio hiperreal. *Serie Antropología* 135, págs. 1-18.
- Registro Oficial N. 151. (2020). *Ley Orgánica de Empredimiento e Innovación*. Quito: Corte Constitucional del Ecuador.
- Registro oficial N. 913. (2016). *Ley Orgánica de cultura*. Quito: Órgano del Gobierno del Ecuador. Sexto suplemento.
- Registro oficial. (2016). *Ley Orgánica de cultura*. Quito: Órgano del Gobierno del Ecuador. Sexto suplemento.
- Root, R. (2014). *Vestir la nación. Moda y política en la Argentina poscolonial*. Buenos Aires: Edhasa.
- RUAC. (2023). <https://ruac.culturaypatrimonio.gob.ec>. Obtenido de <https://ruac.culturaypatrimonio.gob.ec>
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez, M. (2005). *Morfogénesis del objeto de uso*. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá.
- Sandoval, A. y. (2012). Artesanías, cultura y desarrollo. *Artesanías de América*.
- Sassatelli, R. (2004). *Consumo, cultura y sociedad*. Buenos Aires : Amorrortu.
- Saulqui, S. (2006). *Historia de la moda Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires, Argentina : Paidós.
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias. Nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Sausurre, F. (1975). *Curso de Lingüística general*. Buenos Aires, Argentina: Losada.

- Schwab, K. (2017). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. Ginebra-Suiza: Foro Económico Mundial.
- SENPLADES, S. N. (2009). Recuperado el 02 de 06 de 2019, de [www.planificacion.gob.ec: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_\(version_resumida_en_espanol\).pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_(version_resumida_en_espanol).pdf)
- SENPLADES. (11 de 10 de 2017). Recuperado el 10 de 05 de 2019, de [www.planificacion.gob.ec: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- SENPLADES. (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007 - 2010*. Quito: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- SENPLADES. (2012). *Folleto informativo de la transformación de la Matriz Productiva*. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito: SENPLADES. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- SENPLADES. (2012). Recuperado el 26 de mayo de 2019, de [www.planificacion.gob.ec: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito: Secretaria Nacional de Planificación.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito: SENPLADES.
- Simmel, G. (1904). *La mode. Philosophie de la modernité*. Paris: Payot.
- Simmel, G. (1985). *La moda*. (C. e. (1990), Ed.) Roma: Editori Riuniti.
- Simmel, G. (2002). *Sobre la aventura*. Barcelona, España: Ediciones Península.
- Simmel, G. (2017 [1977]). *Filosofía de la moda*. Madrid, España: Casimiro.
- Sparke, P. (2010). *Diseño y cultura una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Spencer, H. (1967). *Principi de Sociologia*. Buenos Aires: Revista de Occidente.
- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Steele, V. (2018). *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. Buenos Aires: Ampersand.
- Swartz, D. (1997). *Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sylva, C. E. (2011). Las Políticas Culturales y el Buen Vivir. *I Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural «Hacia un Diálogo de Saberes para el Buen Vivir y el Ejercicio de los Derechos Culturales»*. Quito: FLACSO .
- Taylor, L. (2000). The Hilfiger Factor and the Flexible Commercial World of Couture. En N. W. Griffiths, *The Fashion Business Theory, Practice, Image* (págs. 121-142). New York: Berg.
- Thackara, J. (2005). *In the Bubble: Designing in a Complex World*. Cambridge: MIT Press.
- Tiempo, D. E. (05 de 05 de 2012). [www.eltiempo.com.ec](https://www.eltiempo.com.ec/noticias/economia/1/confecuencia-aumento-ventas-durante-2011). Recuperado el 03 de 06 de 2019, de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/economia/1/confecuencia-aumento-ventas-durante-2011>

- Tiempo, E. (22 de enero de 2019). Recuperado el 26 de mayo de 2019, de www.elmercurio.com.ec:
<https://ww2.elmercurio.com.ec/2019/01/22/directorio-y-cuenta-satelite-para-cultura/>
- Tripaldi, T. (2022). *Caracterización de los límites disciplinares del diseño a partir de los discursos de Tomás Maldonado, Gui Bonsiepe, Víctor Margolin y Richard Buchanan*. Cuenca: Universidad de Buenos Aires.
- Ucha, F. (03 de Octubre de 2013). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/disenio-textil.php>
- Ulloa, A. (2005). Las representaciones sobre los indígenas en los discursos ambientales y de desarrollo sostenible. *Políticas de economía, ambiente y sociedad en tiempos de globalización*, págs. 1-21.
- UNESCO, O. d. (2015). *Re | Pensar las Políticas Culturales*. Convención de 2005 Informe Mundial . UNESCO.
- UNESCO, O. d. (2018). *Re | Pensar las Políticas Culturales*. Convención de 2005 Informe Mundial . París: UNESCO.
- Valdés de León, G. A. (2010). *Tierra de Nadie. Una molestia introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
- Varela, X. (2022). *Concepciones proyectuales: Hacia una conceptualización del proceso proyectual y el rol del diseñador en empresas de diseño industrial costarricense, fundadas entre los años del 2008 y el 2018*. San José: Universidad de Palermo.
- Veblen, T. (1978). *Théorie de la classe de loisir*. Paris: Gallimard.
- Veneziani, M. (2012). *Moda, economía y sociedad*. Buenos Aires: Nobuko.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Wachtel, N. (1990). Temps a retours restructuration indiennes. *Le Retour des Ancêtres les Indés Illus de Bolivie. XXe-XVIe Siècle. Essai d'Histoire Regressive*.
- Weber, M. (1905/2002). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- White, N., & Griffiths, I. (2000). *The Fashion Business*. New York: Oxford. Berg.
- Wilde, G. (27 de 07 de 2009). *La problemática de la identidad en el cruce de perspectivas entre antropología e historia. Reflexiones desde el campo de la etnohistoria*. Obtenido de Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología es un emprendimiento del Equipo NAYA.:
<http://www.antropologia.com.ar>
- Williams, R. (1981). *Sociología de la comunicación y del artes*. Barcelona, España: Paidós.
- Ynoub, R. (2015). *Cuestión de método. Aportes para una metodología crítica*. Distrito Federal : Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Zambini, L., Lucena, D., Faccia, A., Laboureau, G., & Saldaña, M. (2012). *Apuntes para una sociología del vestir*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Diseño, Arquitectura y Urbanismo.
- Zambrini, L. (2019). Diseño e indumentaria: una mirada histórica sobre la estética de las identidades de género. En U. d. Palermo, *Cuaderno 71: Cruces entre Cultura y Diseño: repensando el diseño de los procesos culturales y los abordajes culturales del diseño* (págs. 119-128). Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Zambrini, L. (2022 - 2023). Perspectivas y teorías interdisciplinarias. Proyecto de Investigación N°5.1 Equipo de Investigación. En U. d. Palermo,

- Cuaderno 144: Moda y Sociología I* (págs. 157-163). Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Zambrini, L. (2022). El género viste a la moda. *Observatorio de Tendencias del INTI y Crónicas de moda*, 05-16.
- Zeas, S. (01 de 12 de 2019). *UN BREVE RECORRIDO DEL CAMPO PROFESIONAL DE DISEÑO DE TEXTIL E INDUMENTARIA EN CUENCA, ECUADOR*. Recuperado el 07 de 2021, de <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/245>: <https://doi.org/10.33324/daya.v1i7.245>
- Zeas, S. (2016). *Entretejidos de Moda. Alternativas para el diseño de moda a través de una metáfora de rutas*. Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.

Fuentes secundarias

- Barthes, R. (1964, citado en 1971). *Sistema de la moda y otros escritos* (M. Mizraji, trad.). Barcelona: Ediciones Paidós.
- Correa, M. E., & Ojeda, S. (2021, citado en Gávito). *Sentidos del diseño. Una mirada desde la Antropología Social*. Buenos Aires: Editorial Dunken.

Índice de Abreviaturas

AITE:	Asociación de Industrias Textiles del Ecuador
ARDIS:	Semana del Diseño para la Artesanía
CADE:	Cámara de Diseño del Ecuador
CCE:	Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión
CCEA:	Casa de la Cultura Núcleo del Azuay
CEAR:	Centro de Alto Rendimiento
CFN:	Corporación Financiera Nacional
CIDAP:	Centro iberoamericano de Artesanías de América
CIPAP:	Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares
CONEIN:	Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación
CSC:	Cuenta Satélite de Cultura
CSCC:	Cuenta Satélite de la Cultura de Cuenca
DCC:	Dirección General de Cultura, Recreación y Conocimiento
DTel:	Diseño Textil, Moda e Indumentaria
EDEC:	Empresa Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca
IFCI:	Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación
IFCI:	Instituto de Fomento de la Creatividad y la Innovación
INEC:	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MCYP:	Ministerio de Cultura y Patrimonio
MICSUR:	Mercado de Industrias Culturales del Sur
MIPRO:	Ministerio de Industrias y Productividad
MPCEIP:	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca anteriormente denominado Ministerio de Industrias y Productividad
OEA:	Organización de Estados Americanos
PIB:	Producto Interno Bruto
RNE:	Registro Nacional de Emprendimiento
RUAC:	Registro Único de Artistas y Gestores Culturales
RUAC:	Registro Único de Artistas y Gestores Culturales
SENPLADES:	
SIIC:	Sistema Integral de Información Cultural
SRI:	Servicio de Rentas Internas
UDA:	Universidad del Azuay

Anexos

[Anexo A](#): Procesos creativos y productivos DTel 2005-2021

[Anexo B](#): Procesamiento de Datos DTel

[Anexo C](#): Datos asignados para Rapidminer