



Economía Creativa

ISSN: 2395-8200

economia.creativa@centro.edu.mx

Centro de diseño, cine y televisión

México

Ulicka, Sylwia; Cruz Villazón, Esteban; González Hernández, Malinali
Diseño neoartesanal y cultura material significativa
Economía Creativa, núm. 13, 2020, Mayo-Octubre, pp. 124-149
Centro de diseño, cine y televisión
México

DOI: <https://doi.org/10.46840/ec.2020.13.05>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=547564624004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UDEM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Sylwia Ulicka
Esteban Cruz
Malinali González

Diseño neoartesanal y cultura material significativa

Diseño neoartesanal y cultura material significativa

Sylvia Ulicka (0000-0001-8750-1868)^{1*}

Rodrigo Ramírez Ramírez (0000-0003-1710-356X)^{2*}

Heriberto Niccolas Morales (0000-0002-8554-6605)^{3*}

¹Doctora en Diseño y Profesora de Cátedra del Tecnológico de Monterrey, Puebla, México. sylvia@sector11.mx

²MBA. Profesor de Cátedra de la Universidad Iberoamericana Puebla. esteban@sector11.mx

³Asistente de Investigación. malinali@sector11.mx

Resumen

La aplicación de los métodos de diseño puede posibilitar la escalabilidad de la oferta de los productos artesanales, lo que resulta en la generación de valor y la apertura de nuevos mercados. En caso contrario, la reducción de costos en la búsqueda de la estandarización y la falta de nueva oferta de productos artesanales puede llevar a la desaparición de las técnicas y del conocimiento artesanal. El objetivo de este estudio es la definición de un método de vinculación entre un proceso de diseño y la producción artesanal mediante talleres colaborativos enfocados en la generación de cultura material significativa. Se presenta una propuesta para el desarrollo de los productos neo-artesanales, resultado de una serie de talleres colaborativos entre artesanos y diseñadores mexicanos. La colaboración ocurrió en el marco del Programa para el Desarrollo de la Productividad y Competitividad del Sector Artesanal del Estado de Querétaro en el año 2017 y evidencia el potencial que ofrece la inclusión de herramientas de diseño dentro del praxis artesanal.

Palabras clave | Diseño, Colaboración, Innovación, Cocreación de conocimiento, Métodos de enseñanza, Cultura regional, Artesanía, Talleres.

Neo-Craft Design and Meaningful Material Culture

Abstract

The application of design methods can enable the scalability of the supply of artisan products, resulting in the generation of value and the opening of new markets. Otherwise, the reduction of costs in the search for standardization and the lack of a new offer of artisan products can lead to the disappearance of artisan techniques and knowledge. The objective of this study is the definition of a method of linking between a design process and artisan production through collaborative workshops focused on the generation of significant material culture. A proposal for the development of neo-artisan products is presented, the result of a series of collaborative workshops between Mexican artisans and designers. The collaboration occurred within the framework of the Program for the Development of Productivity and Competitiveness of the Craft Sector in the State of Querétaro in 2017 and evidences the potential offered by the inclusion of design tools within artisanal Praxis.

Keywords | Design, Collaboration, Innovation, Knowledge Co-creation, Teaching Methods, Regional Culture, Crafts, Workshops.

Copyright

Centro de Diseño y Comunicación, S.C.© 2020. Este es un artículo de acceso abierto distribuido según los términos de la Licencia de Atribución de Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0), que permite la descarga, el uso y la distribución en cualquier medio, sin propósitos comerciales y sin derivadas, siempre que se acredite al autor original y la fuente.

La tecnología de comunicación, la globalización y las alternativas de producción están cambiando la forma en cómo percibimos los productos y la visualización de los materiales. En este contexto podemos encontrar alternativas sostenibles que están siendo rebasadas por problemáticas sociales y ambientales. La actual revolución en favor de la sostenibilidad está definida por un conjunto de valores como la conciencia cívica, la responsabilidad ambiental, el respeto a las tradiciones, la búsqueda de raíces culturales y la colaboración como ejes fundamentales del desarrollo sustentable (Edwards, 2009). La producción artesanal nos permite la inclusión de los valores antes mencionados, es respetuosa con las personas que crean el objeto y con la persona que lo introduce en su entorno. De igual forma, esta producción refleja características socio-culturales que son transmitidas a través de varias generaciones.

Temática y objetivos

En la búsqueda de una alianza entre las oportunidades que ofrece un proceso de diseño y las técnicas de producción artesanales, se encuentra la necesidad de colaboración entre ambas disciplinas con el fin de definir y obtener una nueva tipología de productos que no solo representan los símbolos tradicionales, sino que también sean competitivos en el mercado. Para ello, existen paradigmas en el desarrollo del producto artesanal para obtener objetos culturalmente significativos sin perder su contenido tradicional (Walker, 2018).

De acuerdo a la línea de base realizada por el Programa para el Desarrollo de la Productividad y Competitividad del Sector Artesanal del Estado de Querétaro en el año 2017, el artesano está convencido de que necesita satisfacer la demanda de un sector específico de mercado. En esta línea de base se percibe una brecha entre el producto y el mercado, el 82.6% de los artesanos por falta de mercado y posibilidades de venta y el 30.4% por el bajo valor del producto artesanal.

El objetivo de este estudio es la definición de un método de vinculación entre un proceso de diseño y un proceso de producción artesanal por medio de talleres colaborativos. Partimos del supuesto de que al combinar métodos y procesos de

diseño de producto con el conocimiento de técnicas artesanales tradicionales, el artesano podrá actualizar su producto de forma continua asegurando su autonomía económica y creativa.

Por proceso de diseño de producto entendemos una serie de ejercicios que utilizan herramientas metodológicas tanto del área de diseño como de los negocios. Estos procesos permiten recopilar, entender, analizar y definir los requisitos formales, funcionales y socio-ambientales del producto, así como tendencias de mercado, necesidades y preferencias de los usuarios. La aplicación de los métodos de diseño de producto puede posibilitar la escalabilidad de la oferta de los productos artesanales, lo que resultará en la generación del nuevo valor y apertura del mercado. Sin estos, las técnicas tradicionales y el conocimiento artesanal podrían extinguirse por la reducción de costos en búsqueda de estandarización del producto y la falta de nueva oferta artesanal.

La metodología seleccionada fue la investigación a través del diseño (*Research Through Design*), debido a su desarrollo circular, en el cual una revisión de las nociones teóricas enriquece el ejercicio del diseño y los resultados arrojados por la práctica amplían las nociones teóricas del proceso. Walker, Dogan y Marchand describen las implicaciones prácticas de este proceso en la conferencia llamada *Research through Design – The Development of Sustainable Material Cultures*, desarrollando una serie de proyectos del diseño para la sostenibilidad en donde establecen que “el proceso de diseño junto con datos de una investigación de literatura y de campo, provee de forma conjunta las bases para futuras direcciones de diseño y progresos de investigación” (Walker et al., 2009, p.1). La investigación a través del diseño permite conjuntar las dos etapas más significativas del proceso: la conceptualización y la síntesis formal, así como su incorporación en la metodología de la investigación académica.

Así, la presente investigación abarcó:

- 1 La revisión bibliográfica que permitió definir los objetivos de la estructura del taller con los artesanos y las herramientas utilizadas durante este.
- 2 La ejecución del taller colaborativo en tres etapas.
- 3 El análisis de los resultados y el replanteamiento teórico para enriquecer los siguientes talleres.

Las ventajas de esta metodología es que permite enfocar acercamientos pragmáticos en vez de una definición teóricamente fundamentada. Esto genera información desde la práctica de diseño ampliando las nociones teóricas del proceso y permitiendo definir una metodología para la colaboración neo-artesanal.

Exploración conceptual

La neo-artesanía es una combinación entre arte, artesanía y diseño que se considera como una reacción a las prácticas de consumo que son poco sostenibles. De acuerdo con Gil (2002), el movimiento neo-artesanal fomenta el trabajo creativo en colaboración con artesanos y utiliza tecnologías modernas. En este nuevo artesanado, a diferencia de la industria, el hombre se vuelve una pieza clave dentro de la producción, ya que manipula las herramientas, utiliza técnicas respetuosas con el medio ambiente y promueve el trabajo colaborativo.

Esta nueva forma del pensamiento, imprime en los productos nuevas cualidades sensoriales, culturales, matéricas, formales, estéticas [...] que permiten que los productos sean revalorizados (Gil Tejeda, 2002, p.5).

Uno de los objetivos del proceso neoartesanal es mejorar las condiciones de vida del artesano, permitiéndole adaptarse a las prácticas actuales de manera sostenible. La participación del diseñador y el uso de las metodologías del diseño permite la elaboración de objetos actuales, adaptables y competitivos en un mercado global.

El actual estilo de vida está basado en el incremento de las necesidades, las novedades y las experiencias, existe una búsqueda por una cultura material significativa que responda a la ausencia de vínculos emocionales, sentido de responsabilidad y participación (Fuad-Luke, 2009; Blewitt, 2008; Cooper, 2005; Manzini 2002). Somos seres emocionales en búsqueda de identidad emocional y cambio; en este orden de ideas, Chapman (2012) refiere a la naturaleza estática de los objetos en contraste con el dinamismo humano y observa que los objetos surgen para cumplir un propósito específico que no cambia durante su vida útil, lo cual es contrario a la naturaleza humana.

La incompatibilidad entre los productos y sus usuarios puede destacarse como uno de los factores que fomenta el consumo desmedido y la producción excesiva de basura. Los objetos producidos por artesanos locales, en muchos casos, no logran la conexión emocional con las nuevas generaciones de usuarios, provocando el fácil descarte del objeto artesanal. En este contexto, los productos artesanales, que han mantenido los mismos atributos durante generaciones, puede derivar en una desconexión del contexto actual y de los mercados regulados por las tendencias, las necesidades y las preferencias ideológicas de los usuarios, como se describe más adelante en el caso de la familia Avendaño, que dejó de producir piezas de petatillo después de tres generaciones por no poder cubrir los costos de mano de obra.

Walker (2018) destaca que los objetos culturalmente significativos son contruidos por una mezcla de elementos tradicionales, factores relacionados con el contexto, las creencias, los valores compartidos, la experiencia, el conocimiento y la habilidad del artesano. La necesidad significación es intrínseca a la naturaleza humana, al igual que la trascendencia y la participación (Manu, 2013). Walker y Manu coinciden en que la sostenibilidad surge de la confusión entre lo que es el significado y lo que es el medio para obtenerlo; ambos aseguran que las propuestas basadas en la reducción de consumo que no redefinen el significado resultan poco exitosas.

Marco de referencia

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2011), 1,800,000 personas mayores de quince años se emplearon en una actividad artesanal en México durante el tercer trimestre de 2011. De estas, 507,368 se dedican de tiempo completo al oficio y 1,290,000 están subocupadas, es decir que tienen otro empleo para cubrir sus necesidades. Los ingresos obtenidos en este oficio son muy bajos, cerca de 222,000 personas pertenecientes a la población ocupada obtuvieron un ingreso mensual inferior al salario mínimo. Debido a esto, es posible que la riqueza cultural del país se pierda por la falta de impulso al sector artesanal, que no representa una alternativa interesante para los ciudadanos más jóvenes, quienes prefieren buscar nuevas oportunidades de trabajo en otros rubros o emigrar. El INEGI indica que de la población artesanal ocupada durante el tercer trimestre de 2011, tan solo el 3.86% representa a jóvenes de 14 a 19 años y el 15.49% a jóvenes de 20 y 29 (Sales, 2013).

De acuerdo con Olga Correa, en México (Sales, 2013, p.22), la actividad artesanal enfrenta diversos retos como la presencia de productos manufacturados de forma masiva, ofrecidos bajo el título de artesanías, los altos costos de la materia prima, la falta de capital de los artesanos para proveerse y la presencia de intermediarios. Cabe señalar que para muchos artesanos es difícil distinguir entre los requerimientos de los intermediarios (clientes) y los consumidores finales, lo que deriva en la desatención de las peticiones.

En México se han creado proyectos valiosos que impulsan el desarrollo de las comunidades artesanas en el marco de la neo-artesanía. Ejemplos como **Colectivo 1050°**, empresa de impacto social que produce artesanía utilitaria de barro elaborada por artesanos oaxaqueños, diseñadores y artistas que trabajan colaborativamente. El colectivo elabora piezas únicas, de alta calidad y adaptadas al mundo contemporáneo. Su objetivo es reducir el impacto ambiental de los procesos de producción y promover el bienestar de las comunidades productoras (Colectivo 1050°, s.f.).

Camino de los Altos es una asociación civil mexicana nacida a partir del trabajo de tejedoras mayas y diseñadoras textiles quienes rescatan el arte textil tradicional de los municipios de Los Altos de Chiapas, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus familias. La línea de productos se enfoca en la decoración de interiores, blancos y accesorios tejidos en telar de cintura con hilo de algodón mercerizado o lana de borrego teñida con tintes naturales (Camino de los Altos, 2020).

Aid to Artisans ATA se ha dedicado por 40 años a crear oportunidades para los artesanos más necesitados en todo el mundo. En México, ATA tiene presencia en CDMX, Tlaxcala y Yucatán. Debido a que la artesanía representa una segunda fuente de ingresos, después de la agricultura en países en desarrollo, ATA ofrece a los artesanos el acceso a nuevos mercados, entrenamiento para los negocios e innovación en el diseño. Asimismo, promueve el crecimiento sostenible y el bienestar de la comunidad, transmite y construye empresas artesanales exitosas que se adaptan a los requerimientos del mercado actual (Aid To Artisans, 2020).

Propuesta del proceso metodológico del desarrollo de los productos neo-artesanales

El siguiente método fue diseñado para el desarrollo de productos neo-artesanales a través de talleres colaborativos con artesanos y el equipo de diseñadores encargado de la capacitación en los talleres. Estos talleres contaban con los siguientes requerimientos preliminares para artesanos y diseñadores:

- El artesano debe tener conocimiento y habilidad de técnica.
- El artesano debe tener interés en la búsqueda de nuevos productos.
- El diseñador debe tener conocimiento y experiencia en los procesos de diseño, análisis de mercado y herramientas de negocio.
- El diseñador no debe llegar con las propuestas de diseño previamente desarrolladas, sino estar abierto a que estas surjan como resultado de la colaboración.

Módulo 1: Definición de valor

En el primer módulo se trabaja con áreas de conocimiento de los artesanos y se organiza la información para encontrar una diferenciación que puedan ofrecer al mercado. Este conocimiento parte de su experiencia en la práctica artesanal y su contacto con clientes y consumidores finales. En este módulo se tienen tres objetivos: desglosar la información, ordenar el conocimiento y analizar la sabiduría.

Desglose de la información

Los artesanos se dan cuenta de lo que saben acerca de su producto y negocio, basado en la experiencia y el conocimiento adquirido en su relación con los usuarios. Esta información es utilizada para desarrollar un modelo de negocio. Se sugiere utilizar las herramientas Canvas de modelo de negocio (Osterwalder & Pigneur, 2010) y Diez tipos de innovación (Keeley et al., 2013) como una forma de establecer principios de viabilidad para los talleres artesanales.

Orden del conocimiento

Los artesanos aprenden conceptos de diseño como la definición del usuario, segmentación de clientes y propuesta de valor. Esto tiene el propósito de encontrar las diferencias y similitudes entre los clientes y el usuario, para poder dirigir una propuesta de valor que pueda generar diferenciación competitiva. Se sugiere utilizar herramientas de definición de persona o su variante de arquetipos (Cooper, 1995) y realizar mapeos de experiencia con pasos descriptivos de los usuarios (Stappers, 2004).

Análisis de la sabiduría

Los participantes encontrarán huecos de información y/o contradicciones en donde se puedan implementar mejoras en la cadena de valor. Se trabaja en reorganizar el conocimiento para analizarlo desde una perspectiva del desarrollo de nuevos productos, definiendo los requerimientos funcionales y formales del producto a diseñar. Se sugiere utilizar mapas conceptuales como método intuitivo para enfocarse en la arquitectura de los productos, que ayudan a comunicar

y organizar las ideas de forma colaborativa (Osborn, 1963). También se sugiere el uso herramientas como storytelling y juego de roles (Jacko, 2012), que ayudan al análisis de información a través de compartir e interpretar historias.

En esta etapa los artesanos descubren que su producto está dirigido a un mercado y tiene un uso dentro de un contexto determinado. De igual forma, se hace énfasis en definir al cliente y al usuario como personas diferentes, ya que en la mayoría de los casos, se percibe como una sola. Esto hace que el artesano tome decisiones de producto de acuerdo con las peticiones del intermediario comercial o mayorista sin tomar en cuenta al usuario. Al finalizar el módulo, se espera tener un documento de requerimientos de diseño para una nueva línea de productos.

Módulo 2: Tangibilización de valor

En este módulo se realiza la exploración formal de las líneas de productos que se han definido para encontrar la que mejor se adecúe al mercado seleccionado.

Exploración de forma

En esta etapa se inicia el diseño formal, tomando en cuenta los requerimientos antes definidos en el documento de requerimientos de producto y las tendencias seleccionadas por el artesano. Se analiza el estilo de sus productos existentes comparándolos con los requerimientos definidos anteriormente. Una vez terminado el análisis, se da inicio a un proceso de conceptualización de variables de formas y usos a través de matrices. Se sugieren las herramientas de matrices morfológicas (Roozenburg & Eekels, 1995), definición de atributos y análisis de tendencias que son usadas en la metodología de *Vision in Product Design* (Hekkert & van Dijk, 2011), la cual tiene un enfoque de visualización de posibilidades futuras para un producto.

Selección de conceptos

El artesano realiza ejercicios nombrando y explicando la forma y función de los productos para seleccionar la propuesta que más se acerque a la definición

de atributos realizada con anterioridad. En esta etapa, se realizan discusiones para poder obtener un análisis objetivo que ayude al artesano a seleccionar un producto que trascienda a sus gustos. Se trabaja en conjunto para ayudarlo a salir de una zona de confort en donde encuentre un producto nuevo de su autoría, el cual puede causar conflicto de intereses. Al finalizar el ejercicio, pueden describir de forma conceptual el producto y realizar otras exploraciones de productos nuevos. El trabajo colaborativo ayuda a los participantes a salir de su zona de confort, por lo que se recomienda usar herramientas de discusión, elección por voto y comparación del documento de requerimientos.

Definición de los detalles

En esta etapa se realizan los detalles formales y los planos preliminares para desarrollar los prototipos del producto. El objetivo es definir la mayoría de los detalles del producto para elaborar los primeros prototipos. Se sugiere usar herramientas de dibujo técnico, modelado básico en 3D y prototipado con modelos (Roozenburg y Eekels, 1995).

Al finalizar el segundo módulo, se espera que los participantes tengan prototipos funcionales que cumplan con los requerimientos definidos en el documento de requerimientos y que reflejen la propuesta de valor definida anteriormente, para ser utilizados en la siguiente etapa.

Módulo 3: Entrega de valor

En este módulo se analizan y discuten las posibilidades de negocio y proceso de ventas de las propuestas de diseño para obtener una estrategia de comercialización de los productos desarrollados a través de un proceso de prospección de venta de los productos con clientes existentes y nuevos. Este proceso se enfoca en la validación y lanzamiento, utilizando las herramientas que los artesanos tengan disponibles en cada una de las comunidades o localidades, como mercados artesanales, galerías locales y redes sociales.

Análisis de ciclo de venta

En esta etapa se analiza el proceso de venta actual, buscando áreas de mejora en donde se podrían implementar nuevas herramientas de venta o la creación de nuevos procesos. Se discuten los canales de distribución y las formas en las que se pueden entrar a nuevos mercados. Se sugiere utilizar herramientas basadas en el análisis del ciclo de ventas como las cartas descriptivas y estrategias de venta (Tracy, 2004).

Visualización del producto

Los participantes realizan la presentación del producto en punto de venta física o digital, analizando la visualización para que corresponda con los atributos formales del producto.

Se sugiere utilizar herramientas de fotografía de producto, definición de catálogo, empaque y elementos de acompañamiento (Roozenburg y Eekels, 1995).

Proceso de venta

Se da inicio al ciclo de venta realizando validaciones rápidas de la estrategia de venta contactando a clientes potenciales. Se sugiere utilizar herramientas de prospección, validación y ciclo de ventas (Tracy, 2004).

Al finalizar el tercer módulo, los participantes deberán tener un catálogo con una línea de productos diseñada y una estrategia de ventas con un análisis prospectivo que pueda generar los primeros ingresos.

Aplicación del proceso metodológico para el desarrollo de los productos neo-artesanales

A lo largo del año 2017, se llevó a cabo una serie de talleres con base a la metodología descrita en el apartado anterior, la selección de estos grupos de artesanos fue realizado por el Programa para el Desarrollo de la Productividad y Competitividad del Sector Artesanal del Estado de Querétaro:

- Taller “Diseño y desarrollo neo-artesanal” con artesanos de cerámica de alta temperatura en Querétaro descrito con detalle más adelante.
- 2. Taller “Diseño y estrategia de mercado” con los artesanos que trabajan cantera en la zona de Escolásticas, en Querétaro. Fue un módulo de acompañamiento para una capacitación enfocada en el diseño de producto y el objetivo fue definir las herramientas de acercamiento al mercado para poder ofrecer y vender productos nuevos. Así, se desarrolló solamente el módulo III, dado el interés de los participantes y el formato del taller.

A continuación se presenta detalladamente uno de los talleres desarrollados con base a la metodología propuesta anteriormente. Este taller fue organizado en el marco del Programa para el Desarrollo de la Productividad y Competitividad del Sector Artesanal del Estado de Querétaro en el año 2017 y consistió en nueve sesiones organizadas en tres módulos. Participaron 15 participantes del taller, 5 familias, cada una con su propio taller y propia técnica artesanal. Todos los participantes viven de la producción artesanal y las dos familias más grandes llevan más de dos generaciones en el oficio.

Módulo 1. Definición de valor

Desglose de la información

Como introducción al módulo, se habló sobre los objetivos y los entregables del taller colaborativo y se inició una discusión sobre la innovación y el diseño del producto. Se explicaron los ejes de innovación en el desarrollo de un producto y posteriormente, en conjunto con todos los participantes, se desarrolló el modelo de negocio para una empresa de productos cerámicos. Los participantes mostraron interés en el contenido teórico y pudieron discutir diferentes aspectos de negocio en sus propios talleres artesanales. Finalmente, los participantes diferenciaron características de sus propios productos y describieron las posibilidades del desarrollo de nuevos productos. En análisis retrospectivo a este módulo los



Figura 1
Los participantes definen los arquetipos del mercado (ejercicio de personas).
Fuente: sector11.mx

participantes tuvieron la oportunidad de tomar un momento para poder describir lo que están observando en el día a día del trabajo artesanal, esto pudo ayudar a tener una apertura en el trabajo consiguiente.

Orden del conocimiento

En la siguiente sesión se identificaron los arquetipos y las demandas en el mercado que los artesanos atienden actualmente. Después se clasificaron los productos elaborados en cada uno de los talleres artesanales para identificar sus atributos. De esta manera se logró crear un glosario de atributos de diseño que facilitó la comunicación y la discusión de las soluciones formales para los nuevos productos. Los participantes lograron describir los atributos de los productos propios; sin embargo, surgieron contradicciones al describir los atributos en los productos de otros participantes. Esto facilitó la comunicación y la discusión sobre el desarrollo de nuevas líneas de productos.

Al momento de realizar las descripciones y las clasificaciones se pudo observar cierta incomodidad de los participantes al recibir crítica sobre sus productos artesanales, esta reacción se tuvo que explicar como algo normal en el proceso creativo.

Análisis de la sabiduría

Se definieron los requerimientos técnicos para el desarrollo de nuevos productos y se exploraron diversos conceptos para las líneas de productos de acuerdo a los requerimientos. Los participantes realizaron un análisis de las posibilidades para el desarrollo de diferentes sets, con diferentes mercados en mente, para así incrementar los márgenes de ganancia (Figura 1). Posteriormente se definió el documento de requerimientos de diseño para las líneas de producto resumiendo los conceptos vistos en días anteriores.



Figura 2
Los participantes agrupan sus propios productos según sus características.
Fuente: sector11.mx

El cierre del primer módulo resultó beneficioso, pues se relacionaron las demandas del mercado con los atributos de los productos que los artesanos ya elaboraban. Los participantes mostraron interés en el contenido teórico y pudieron reflexionar sobre su forma de trabajar, producir y vender (Figura 2).

En esta parte del proceso los participantes observaron la descripción del producto sin tener el producto en sí, esto fue un descubrimiento interesante para ellos, pues lo consideraron un ahorro de tiempo para el desarrollo de nuevos diseños sin tener que invertir en pruebas de producto (Figura 3).



Figura 3
Los participantes desarrollan el "diccionario de atributos" utilizando sus propios productos.
Fuente: sector11.mx



Figura 4
Los participantes realizan los ejercicios de convergencia y divergencia durante el proceso de diseño.
Fuente: sector11.mx

Módulo 2. Tangibilización del Valor

Exploración

Se realizaron ejercicios de divergencia y convergencia en el proceso creativo para el desarrollo del producto. Se definieron los atributos del producto a diseñar y se elaboró un análisis de mapa competitivo del producto y sus alternativas para los lineamientos de un documento de requerimientos de diseño. Los participantes lograron apreciar el proceso de diseño a través de herramientas visuales para definir la línea de desarrollo deseada (Figura 4). Algunos participantes consiguieron una definición concreta de los productos a desarrollar mientras que otros obtuvieron diversas alternativas para trabajar en las siguientes sesiones. En esta etapa existió cierta reticencia a realizar diferentes alternativas de producto por considerar que los cambios formales serían redundantes.



Figura 5
Los participantes realizan ejercicios de modelación y bocetos tridimensionales.
Fuente: sector11.mx



Figura 6
Los participantes realizan los ejercicios bidimensionales de forma y la tabla morfológica. Fuente: sector11.mx

Selección

Se elaboraron ejercicios bidimensionales y tridimensionales para definir la forma de los productos. Se concretaron las líneas de diseño y se desarrolló una matriz morfológica que les ayudó a visualizar las diferencias que afectan la producción del concepto (Figura 5). Los participantes encontraron enriquecedor el proceso de exploración de forma tanto a nivel bidimensional como tridimensional para definir el diseño del producto final, algunos participantes mencionaron que regularmente excluyen esta parte del proceso de su rutina por no tener tiempo para realizarla. Destacó el trabajo realizado por la familia Avendaño, quienes fueron capaces de traducir los atributos de diseño definidos anteriormente a un modelo actual y viable en producción. Ellos decidieron trabajar en un set de mezcal, bebida tradicional obtenida de la destilación del agave.

Detalles

Se realizó una reducción de los elementos de diseño para los productos seleccionados y se trabajó en los detalles y la decoración de los mismos. Cada familia alcanzó un mayor nivel de definición para su línea de productos buscando vínculos con su propia tradición artesanal sin que esta les evite la optimización de la producción (Figura 6).

**Figura 7**

Ejercicios realizados para detallar los decorados propuestos para los nuevos productos.

Fuente: sector11.mx

Finalmente se discutieron los detalles y cada familia obtuvo un alto nivel de definición para su línea de productos (Figura 7). Esto se acompañó con un ejercicio de punto de equilibrio en el cual los participantes pudieron evaluar el número de piezas a producir y el proceso de venta del producto. En este punto del proceso los participantes se sintieron más cómodos con el trabajo colaborativo, pudiendo interactuar de forma más abierta y franca para aceptar la crítica. Esto dió como resultado un mayor análisis del trabajo realizado y fortaleció los lazos entre los participantes.

Módulo 3. Entrega de valor

Análisis de ciclo de venta

Durante esta sesión se introdujo el contenido de ciclo de venta al definir y analizar el proceso mediante una actividad de juegos de roles. El objetivo de este ejercicio fue crear un análisis colaborativo y definir el proceso de ventas. Posteriormente se analizaron las ventajas y desventajas del proceso, ideando mejoras. Los participantes realizaron un adecuado análisis de su proceso de venta y ligaron la propuesta de valor con la diferenciación del producto.

En este análisis se les pidió compartir historias positivas y negativas en el proceso de venta actual de los productos artesanales. Esto creó un entorno propicio para mejorar el proceso de venta de cada uno de los participantes, lo cual se realizó al comparar historias y planteando posibilidades de mejora.



Figura 8
Los participantes
presentan y discuten
los primeros prototipos.
Fuente: sector11.mx

Visualización del producto

Se realizó una introducción al dibujo técnico con un ejercicio simple, los participantes presentaron y discutieron las propuestas finales. Se les entregó a cada uno un *render* de su propuesta, previamente elaborado por practicantes de diseño, para comparar y discutir los detalles y diferencias formales (Figura 8). Después se definieron las propuestas finales y sus respectivos dibujos técnicos. Asimismo, hubo una discusión sobre la realización de los modelos y los moldes en yeso. En total se diseñaron un juego de lámparas, un juego para café, un juego para agua, un juego para mezcal o tequila y un juego de platos para centro de mesa.

El trabajo de la familia Cruz Avendaño (Figura 9) fue particularmente exitoso, pues su producto final definió una forma sencilla para reproducir. La botella tiene un corcho fabricado con madera local y su decoración fue inspirada en la técnica tradicional de petatillo, la cual por fines prácticos, fue elaborada con serigrafía. Los elementos de agave fueron diseñados por cada miembro de la familia. El set de productos, contiene un decantador, vasos y un plato para sal o frutos (Figura 10).

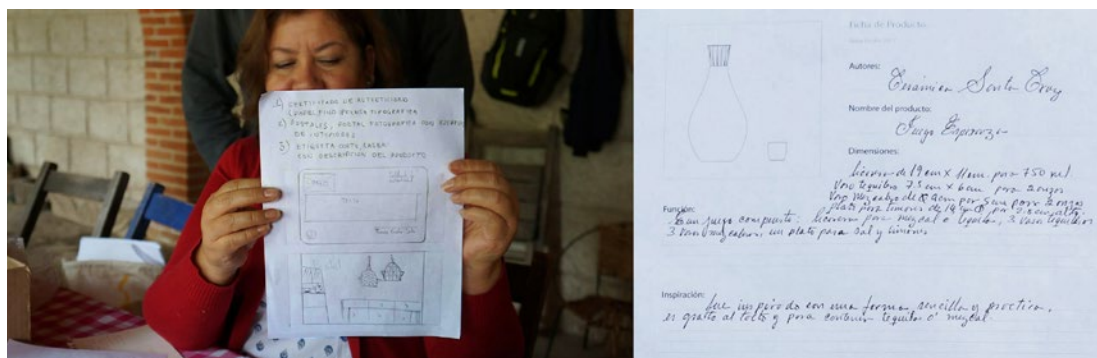


Figura 9
Un ejemplo de las fichas del nuevo producto realizadas durante los ejercicios del módulo tres.
Fuente: sector11.mx

Proceso de venta

Durante esta sesión se analizó el proceso de venta a través de una estrategia de proyección. Se utilizaron diferentes tipos de herramientas que pudieran incrementar sus ventas con el objetivo de aplicarlas en un contexto real. Como parte del ejercicio se tomaron fotografías de los productos y se realizó una descripción de los principios de la fotografía de producto. Los participantes realizaron una hoja descriptiva del producto, la cual incluía la técnica utilizada, el material, la inspiración y la funcionalidad de cada objeto.

Cabe destacar que el tema de la tecnología de comunicación para el proceso de venta causó mucho interés entre los artesanos. Este módulo fue uno de los más exitosos y tuvo peticiones para colaboraciones futuras.



Figura 10
Juego de Mezcal, diseñado por Cerámica Santa Cruz: José Cruz, Uriel Avendaño y Miriam Lucano en colaboración con Sylwia Ulicka y Esteban Cruz Villazón.
Fuente: sector11.mx

Conclusiones y recomendaciones

El producto artesanal es un elemento importante en la vida de las comunidades, cada uno contiene valiosa información que se ha transmitido a través de varias generaciones, de ahí la importancia de mantener su vigencia y circulación. La venta y la distribución recaen en intermediarios que requieren volúmenes de producción determinados para tener márgenes de ganancia interesantes, haciendo que el producto se estandarice y tienda a desaparecer. Cuando el artesano busca renovar o innovar el producto, toma decisiones de diseño con base en los requerimientos del intermediario, perdiendo de vista el enfoque hacia el usuario. Esto impide que los productos artesanales sean relevantes para el mercado. Es por esto que el conocimiento y la incorporación de herramientas de diseño en el oficio artesanal pueden disminuir el riesgo comercial de estas innovaciones.

Según la experiencia documentada en el presente artículo, después de participar y entender el proceso de diseño, los artesanos son capaces de proyectar una línea de productos. Para que esto ocurra, el diseñador-colaborador debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- No juzgar el gusto de los artesanos, sino apoyar la síntesis formal manteniendo su inspiración original.
- Generar o propiciar la colaboración y la discusión entre los participantes.
- Apoyar con el material necesario para la visualización de las ideas de los artesanos mediante herramientas de diseño, sin imponer propuestas para el producto final.

En cuestión de la autoría de los diseños, dado el enfoque colaborativo de los talleres, el diseñador-colaborador debe entregar todos los ejercicios, bocetos y exploraciones formales, dejando claro que los artesanos participantes son los autores del resultado final.

El impacto resultante del proceso metodológico en una encuesta realizada por el Programa para el Desarrollo de la Productividad y Competitividad del Sector

Artesanal del Estado de Querétaro en el año 2017, el 52% de los participantes estaría dispuesto a realizar nuevos productos con el conocimiento obtenido y el 48% no estaría dispuesto a realizar cambio e incorporar nuevos productos para continuar con los tradicionales.

La información obtenida durante las colaboraciones fue asimilada con facilidad y aplicada dentro de las estructuras de los talleres artesanales de inmediato. Cabe destacar que los módulos impartidos durante las colaboraciones deben implementarse en un intervalo de tiempo que permita a los artesanos asimilar y analizar la información por cuenta propia.

En general, los artesanos participantes quedaron convencidos de la necesidad de repetir el proceso de diseño. No lo han visto como una imposición, al contrario, les permitió detectar nuevas oportunidades en el mercado. Los participantes se apropiaron de la terminología de diseño, lo cual fomenta su confianza para implementar mejoras al producto artesanal. Desafortunadamente no se pudo corroborar el impacto económico de los productos desarrollados debido a la temporalidad del proyecto.

Pese a dicha asignatura pendiente, insistimos en que la neo-artesanía representa una oportunidad y una nueva propuesta de valor para que los productos sigan las tendencias actuales en el mercado sin perder su esencia. Los productos neo-artesanales son símbolos del talento, creatividad y capacidad innovadora entre artesanos y diseñadores, reflejan la simbiosis entre los hábitos de los usuarios y el significado que solo los objetos hechos a mano ofrecen. Los productos neo-artesanales se basan en los elementos culturales, las creencias y los valores compartidos por cada comunidad, así se vuelven culturalmente significativos, sobresalen de su finalidad utilitaria al ofrecer un vínculo emocional y volviéndose un medio para una cultura material sostenible.

Referencias

- Aid to Artisans. (2020).** *Aid to Artisans. A Division of Creative Learning.* ATA is a division of Creative Learning, Inc. <http://ata.creativelearning.org/>
- Blewitt J. (2008).** *Understanding Sustainable Development.* Earthscan Publications Ltd.
- Camino de los Altos. (2020).** *Home.* El Camino. <http://www.elcaminodelosalto.com/es/inicio/>
- Chapman, J. (2012).** *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences and Empathy.* Earthscan Publications Ltd.
- Colectivo 1050°. (s.f.).** *Convertimos la tierra en belleza.* <https://www.1050grados.com/>
- Cooper, A. (1995).** *About Face: The Essentials of User Interface Design.* John Wiley & Sons.
- Cooper, T. (2005).** Slower Consumption: Reflections on Product Life Spans and the "Throwaway Society". *Journal of Industrial Ecology*, 9(1–2), 51–67. <https://doi.org/10.1162/1088198054084671>
- Edwards, A. R. (2009).** *The Sustainability Revolution. Portrait of a Paradigm Shift.* New Society Publishers.
- Fuad-Luke A. (2009).** *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World.* Earthscan Publications Ltd. <https://doi.org/10.4324/9781849770941>
- Gil Tejada, J. (2002).** *El nuevo diseño artesanal. Análisis y prospectiva en México* [Tesis doctoral]. Universidad Politécnica de Cataluña, España. <http://hdl.handle.net/2117/94135>
- Hekkert, P., & van Dijk, M. (2011).** *VIP Vision in Design. A Guidebook for Innovators.* Bis Publishers.
- Jacko, J. A. (2012).** *The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications.* CRC Press. <https://doi.org/10.1201/b11963>
- Keeley, L., Pikkell, R., Quinn, B., & Walters, H. (2013).** *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs.* John Wiley & Sons.
- Manu, A. (2013)** Sustainability and the Condition of Being Human. In Stuart Walker, Jacques Giard, and Helen Walker (Eds.). *The Handbook of Design for Sustainability.* Bloomsbury.
- Manzini, E. (2002).** Context-Based Wellbeing and the Concept of Regenerative Solution. *The Journal of Sustainable Product Design*, 2, 141–48. <https://doi.org/10.1023/B:JSPD.0000031026.11908.1d>
- Osborn A. F. (1963).** *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem-Solving.* Charles Scribner's Sons.
- Osterwalder A., & Pigneur, Y. (2010).** *Business Model Generation.* John Wiley & Sons.
- Roozenburg N.F.M., & Eekels, J. (1995).** *Product Design: Fundamentals and Methods.* Wiley.
- Sales, F. (Comp.). (2013).** *Las Artesanías En México. Situación Actual y Retos.* Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública Cámara de Diputados / LXII Legislatura. <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Estudios-e-Investigaciones/Libros/Las-artesantias-en-Mexico.-Situacion-actual-y-retos>
- Stappers P.J. (2004).** *Context and Conceptualization. Course Manual.* Delft University of Technology.

Tracy, B. (2004). *The Psychology of Selling*. Nashville. Thomas Nelson, Inc.

Walker S. (2018). Culturally Significant Artefacts and Their Relationship to Tradition and Sustainability. En Stuart Walker, Martyn Evans, Tom Cassidy, Amy Twigger, and Holroyd Jeyon (Eds.). *Design Roots: Culturally Significant Designs, Products and Practices*.
<https://doi.org/10.5040/9781474241823.ch-005>

Walker, S., Dogan, C., & Marchand, A. (2009). Research through Design–The Development of Sustainable Material Cultures. Trabajo presentado en *the 8th European Academy of Design Conference*. The Robert Gordon University. Aberdeen, Scotland.