

Diseño de productos artesanales: valores, enseñanza y difusión

Actas de Diseño (2022, julio),
Vol. 40, pp. 124-130. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2018
Fecha de aceptación: enero 2020
Versión final: julio 2022

Francisco Javier González Tostado y
Ana Larisa Esparza Ponce (*)

Resumen: En la docencia, la perspectiva del diseño se nutre y se transforma a través de varios factores que giran en torno a la enseñanza: la constante actualización, el diseño de estrategias y tácticas para comunicar los contenidos y la convivencia dentro y fuera de las aulas entre alumnos, profesores y los entes extra académicos. Esta sinergia conlleva a una reflexión constante resultando en la permanente reconstrucción de la ideología del diseño. En el presente artículo se reflexiona sobre la influencia que genera la enseñanza en la Licenciatura de Diseño de Artesanías, con el objetivo de definir, difundir y dignificar su práctica y su pertinencia en las nuevas tendencias de la enseñanza en la educación superior.

Palabras clave: diseño - artesanía - diseño de producto - difusión de la cultura - simbolismo

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 130]

1. ¿Qué sucede actualmente con la educación superior? Los nuevos paradigmas académicos.

“La educación debe de ser formativa (...) desarrollar pensamiento crítico y formar marcos de conducta ética (y) transformativa.” Julio Frenk, Presidente de la Universidad de Miami.

El entorno de la enseñanza evoluciona rápidamente; la tecnología facilita la labor del estudiante, brindándole una amplia oferta de diferentes opciones de educación continua en múltiples áreas y obliga al docente a realizar una labor que encaje con los nuevos canales de comunicación, el cual no siempre se adapta con la velocidad que los nuevos esquemas educativos requieren. El constante acercamiento y, por ende, entendimiento con los alumnos se vuelve trascendental en la actividad docente y se vuelve necesario el rompimiento de los esquemas tradicionales de la relación alumno-profesor.

A ojos del experto Andrés Oppenheimer, frente a la arrasadora tecnología educativa actual que brinda un universo de conocimiento a los jóvenes estudiantes, el rol del educador será el de motivador y consejero que marcará la pauta de un aprendizaje ético y pragmático. Incluso menciona cómo el esquema tradicional de tareas en casa y aprendizaje en aula se revertirá frente a la llegada de mecanismos al estilo robot que serán los profesores del hogar. Estas características obligan el desarrollo de métodos que hagan sentir al estudiante atendido de forma personalizada sin dejar las tecnologías de lado: el aprendizaje mixto (Barnwell, P. 2019). Este proceso se apoya en los *softwares* y *hardwares* académicos que retienen el interés del alumno y donde la pauta del aprendizaje la marque el profesor.

Otra situación particular en el mundo universitario al que se enfrentan las instituciones es el cambio de perfil

del profesionalista que en la actualidad requiere de una constante actualización en su oficio, obligándolo a volver recurrentemente a las aulas para seguir aprendiendo en el transcurso de su vida profesional. Los tiempos donde acabar una licenciatura simbolizaba cerrar un ciclo terminaron y, cada vez más, se mezclarán diferentes edades en un mismo entorno educativo.

La población sigue requiriendo servicios académicos y las instituciones han tenido que adaptarse a los nuevos requisitos. Analistas del *New York Times* plantean que estructuras académicas tan prestigiosas como la Universidad de Nueva York, han detectado que hay cada vez más oferta y a su vez una población que no siempre puede pagar; la solución ha sido economizar hasta en un 20% las matrículas a través de la reducción de los años de estudio: estudia rápido, acaba pronto. Por otro lado, prestigiosas instituciones como el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) o la Universidad de Columbia están comenzando a ofertar microprogramas de especialidad llamados *MicroMasters*, que atraen al público hacia la educación continua aún sin tener el tiempo o el dinero para pagar el programa original de forma completa. Los grandes modelos estandarizados de la educación superior poco a poco han tenido que irse adaptando a estos cambios (Karapezza, K., 2017).

Por otro lado, la educación a distancia o no escolarizada se ha vuelto una importante herramienta que ha permitido a países como México, con una baja tasa de estudiantes universitarios en proporción a su población total, a llegar a un mayor número de aspirantes y brindar facilidades para concluir los estudios superiores.

Un 36.7% de los usuarios totales de internet utiliza la red como apoyo a procesos de investigación académicos y capacitación. Esta situación puede ser un alivio en un país donde la cantidad media de estudiantes por profesor es de 30 en instancias públicas, y 17 en privadas (Orga-

nización para la Cooperación y el Desarrollo [OCDE], 2018). Esta tasa, según la OCDE, sigue en aumento ante la incapacidad de las autoridades de aumentar la infraestructura educativa al ritmo que crecen las tasas de inscripción a las instituciones de educación superior. México debe contemplar nuevas estrategias educativas sostenibles frente a los retos existentes por la alta demanda y volver más eficiente el sistema académico para atender el crecimiento sostenido de alumnos que aspiran a las universidades privadas y públicas, siendo esta última la que presenta mayor sesgo entre las tendencias tecnológicas en educación global.

En contraste, frente a la vorágine de macro tendencias en la masificación de los servicios educativos, este segmento deberá concentrarse no solo en educar usuarios preocupados por cumplir con un perfil con capacidades técnicas que resuelvan situaciones puntuales del oficio, en este caso el del diseño de producto, sino también crear un egresado sensible a las necesidades del entorno, que sea empático con las problemáticas locales y globales y que detecte con una visión siempre ética las oportunidades veladas detrás de un usuario cada vez más abrumado por la sobreinformación y la sobreproducción de productos que se presenta en la actualidad. Estos elementos de carácter humano, serán la cualidad más valiosa en un mundo cada vez más tecnificado y robotizado. La ventaja sigue siendo que esta tecnología aún no se vincula emocionalmente con la *psyche* del consumidor.

2. Diseño de productos: los valores de diferenciación entre los productos artesanales y los productos industriales.

“Todavía hace unos pocos años la opinión general era que las artesanías estaban condenadas a desaparecer, desplazadas por la industria. Hoy ocurre precisamente lo contrario: para bien o para mal, los objetos hechos con las manos son ya parte del mercado mundial.”

Octavio Paz, Premio nobel de literatura.

La creación de objetos acompaña al hombre en su evolución como respuesta a la solución de las necesidades que se presentan en su entorno cotidiano.

En sus inicios, la inventiva de los objetos era resultado del uso de la intuición y del ingenio creativo que todo humano posee. Además, estos objetos se fabricaban con los recursos materiales que el mismo entorno natural ofrecía y que el ser humano tenía a su alcance. Es así como se comienza a experimentar con la piedra, las fibras vegetales y animales, arcillas, metales, maderas y huesos, materias que hasta la modernidad, siguen prevaleciendo protagónicamente en la cultura objetual.

La fabricación de objetos tuvo su evolución misma y fue mucho más evidente su transformación a partir de la revolución industrial, donde los nuevos descubrimientos científicos y las primeras apariciones tecnológicas dieron cabida a los orígenes del “diseño” que, como Norberto Chaves define, surge como una “fase ineludible de toda producción material en que se definen las característi-

cas de un producto con anterioridad a su fabricación” (Chaves, s.f.), y, a su vez, a los objetos se les comenzó a considerar como productos, al tener que competir dentro de un mercado de consumo masificado, lo que comenzó el proceso inagotable de la producción objetual. Con esto el artesanado comenzaba a perfilarse como una profesión en declive.

Es innegable que el inicio de la producción industrial fue una manifestación que, para el ser humano, se interpretaba como una evolución positiva, es decir, como un proceso nuevo que generaría un progreso para la humanidad. Al final, después de las guerras, se pretendía incrementar la economía global, además de abastecer a la clase media que comenzaba a surgir en aquella época buscando su lugar dentro de un entorno urbano. Se busca así abastecer la demanda a través de un proceso que ofreciera rapidez y asequibilidad, principalmente. Es así como el sistema que contemplaba el uso de las máquinas, la división del trabajo y la producción en cadena se adoptó para dar solución a dichas necesidades (Lavernia, N.; Lecuona, M. 2010).

Sin embargo, los nuevos procesos de producción daban como resultado formas inesperadas en su totalidad, por la poca capacidad de manipulación formal que las máquinas en sus inicios ofrecían. Fue aquí donde comenzó la crítica por los terminados y la pérdida del buen gusto tradicional y esto dio pie al rechazo de las máquinas y el naciente pensamiento de la pérdida de la ética y de la estética en los productos.

Después del surgimiento de movimientos como el *Arts and Crafts*, que marcaban el rechazo de las máquinas y buscando el regreso a los valores que ofrecía la artesanía, surge, hace 100 años ya, la escuela Bauhaus en Alemania y su nueva filosofía de conciliar la relación entre las artes y la industria con un enfoque hacia la factibilidad en la labor del diseñador.

A partir de ahí, la historia del diseño y la producción de objetos se ha venido influenciando por el descubrimiento de nuevos materiales, por los avances tecnológicos y por el interés del incremento económico, desviando la atención de objetivos básicos en cuanto a la función y la satisfacción de necesidades reales, no creadas, del mercado. Es así como, a partir de la segunda mitad del siglo XX, la actividad productiva de la industria incorporó al diseño como eje estratégico dentro de las empresas y con ello el surgimiento de un nuevo estilo de vida: el consumismo (Lavernia, N.; Lecuona, M. 2010).

Si bien han sido objetos convertidos en productos que resuelven y hacen más llevadera nuestra vida cotidiana, esta sobreproducción masiva y la competencia entre las industrias ha dado pie a la pérdida de valores como la identidad, el sentido de pertenencia y, además, atenta con nuestro entorno primario: el medioambiente.

Por esta situación, el término “diseño” queda reducido “al mero perfume con el que se disimulan los sudores de la carrera consumista”, como comenta Norberto Chaves (s.f.). Pero, ¿hasta qué punto la masificación en producción y consumo han sido benéficos y en qué punto dañinos para la labor del creativo?

El diseñador español Martín Azúa también reflexiona sobre la transformación de la función actual del diseño,

él comenta en una entrevista realizada para *The New York Times Style Magazine* lo siguiente: “ahora los objetos tienen demasiado valor. Hemos encontrado necesidades ahí donde, en realidad, no las hay. Debemos reflexionar sobre si podemos permitirnos este mundo y sobre qué necesitamos de verdad” (Azúa, 2018).

Siguiendo a Martín Azúa y reconociendo esta realidad, es momento de cuestionarse ¿qué es una necesidad que deba atenderse bajo la estrategia del diseño?, así como, ¿cómo debe esta enfocarse? Es evidente que el diseño industrial se convirtió en la solución a necesidades meramente consumistas. Al final, el desarrollo de esta disciplina inició su formación con la influencia de la ingeniería, es decir, basada en ciencias duras que, muy probablemente, en la búsqueda de la rentabilidad, limitó el uso de la intuición y la sensibilidad para influir en el diseño de productos con una esencia más humana.

El diseño de productos puede luchar por causas justas y el bien común, provocar emociones, recrear recuerdos, nostalgia y orgullo; para ello es necesario diseñar bajo valores humanistas y sustentables. A través del diseño es posible atender necesidades y cubrir expectativas generadas por la cultura e integrar a la tecnología adaptándola a los fines antes descritos.

Los objetos se convierten en promotores de la cultura que envuelve a la mente creadora y a su entorno. Un objeto siempre será la referencia de la identidad del autor y, por ende, de su consumidor.

Los seres humanos tienen la capacidad de admirar aquello que le da sentido, significado y que los transporta a sentir emociones. En este sentido, la artesanía juega un papel muy importante en la búsqueda de esa identidad y se vuelve testigo de la misma. Los productos artesanales demuestran sus valores por lo que representan: es decir, por la esencia resultante que envuelve su simbolismo.

A pesar de los productos industrializados, la artesanía prevalece al fusionarse con el arte, impregnando un sentido humano a los objetos. Esto le permite adaptarse y permear dentro de la modernidad. Hoy se apoya en el diseño como herramienta sin descuidar su principal valor: la fabricación exquisita y de total calidad hecha por las manos.

La artesanía se beneficia del diseño y este también de la artesanía cuando se busca desarrollar productos personalizados y exclusivos. Objetos que permanecen y su valor aumenta con el paso del tiempo y no por el contrario, como sucede con el diseño industrializado y la obsolescencia programada.

La artesanía nos habla de unas manos creadoras con la influencia de una identidad cultural determinada que no es transitoria ni juega un papel fugaz y, mucho menos, asumida por una moda. Por el contrario, contiene una esencia vital que la hace irreplicable y permite que se vuelva más valiosa con el paso del tiempo.

Martín Azúa afirma que “la artesanía no son solamente los oficios, es una actitud de búsqueda de la calidad” (Azúa, 2018), y es que, en la actualidad, la búsqueda de ciertos parámetros de nobleza han sido los elementos que consolidan a la artesanía como un valor agregado en nuestra era de consumismo masificado.

Al final, si se busca el equilibrio, parece que crear un producto bajo las herramientas de planeación y viabilidad del diseño e impregnando un profundo simbolismo como en el caso de las artesanías, resultan objetos con valores tangibles e intangibles, es decir, objetos con cualidades estéticas, funcionales, simbólicas, de alta calidad y atemporales. Como ejemplo de este equilibrio ideológico se puede mencionar el trabajo de la diseñadora neerlandesa Hella Jongerius que refiere lo siguiente: “si te fijas en el arte, te emociona algo, puede cambiar tu vida, tienes una emoción porque en ese momento te conmueves, esperas que un objeto pueda hacerle eso a alguien y por el hecho de usar objetos en tu hogar se convierten en parte de tu familia y lo que quieres que hereden”, “La gente tiene muchos recuerdos, lo que hace posible dar capas de significado al material” (Jongerius, 2009). Con base en estos pensamientos, ella usa a la artesanía como vínculo de cultura para crear lazos de pertenencia entre el usuario y los objetos. Ella traduce su diseño en una producción masiva, sin pasar por alto aquellos toques que hablen de la tradición.

Los diseñadores juegan un papel donde la ética y los valores definen su identidad creativa que, a su vez, es la “musa” inspiradora para la concepción de nuevas ideas, finalizando el proceso en la materialización de productos. Frente a estas reflexiones que emergen analizando la historia de los objetos, resulta evidente que la búsqueda de la cohesión armónica entre el diseño y la artesanía sigue viva y aún no está definida. Sin embargo, es fácil reconocer que ambas son expresiones culturales que merecen su reconocimiento por los valores que aportan hacia el bienestar de la humanidad; reconocerlas y entender de dónde parten y qué representan hoy, motiva la continua búsqueda de su fusión y no caer en la lucha por definir cuál es mejor.

El reto más importante en la labor del diseñador artesano será encontrar y defender su lugar en una sociedad que, en lo general, no es consciente de los valores elementales que representa la artesanía, así como revertir la tendencia hacia la desaparición del gremio que ancestralmente se ha dedicado al trabajo bajo la creación manual.

3. La enseñanza del diseño en el siglo XXI: ética y valores

“Las experiencias fuertes, que son las formativas: el arte, la ciencia, el pensamiento crítico, la vida de relación intensa y honesta, el análisis sistemático de la realidad, la observación atenta de los fenómenos naturales y humanos, la poesía, la literatura, los placeres cultos como el buen vino. O sea, construirse a uno mismo como un ser culto.” Norberto Chaves, Asesor en Identidad Corporativa, ensayista y docente de arquitectura, diseño y comunicación.

Para educar, es necesaria la esencia de la vocación; es un acto humano de compartir y aportar en la preparación de una nueva generación que busca su integración en el medio laboral. Además, educar es una labor que requiere

de una constante formación en el profesor para mantenerse actualizado y ofrecer un contenido que sea acorde a la realidad en el mundo profesional.

Como ya se ha mencionado dentro de los paradigmas en la educación superior (cap.1), es necesario el entendimiento de los cambios, el acercamiento constante y una efectiva comunicación entre el profesor y alumno.

En el resultado de esta reflexión se observan dos actitudes muy definidas frente al modo de diseñar y de enseñar: por un lado están los diseñadores que utilizan su formación teórico-crítica como fuente de inspiración, y por otro lado están los que creen que la genialidad es algo innato y consideran al conocimiento como limitante y entorpecedor del proceso creativo, es decir, buscan en diferentes estímulos la fuente de las ideas geniales sin considerar teorías preestablecidas.

Para Norberto Chaves, el diseño es una actividad empírica, integral e histórica. Se implican teorías y discursos categorizados en ciencias, teorías específicas del diseño, ideologías de diseño, metodologías de diseño y teorías instrumentales auxiliares para el diseño (Chaves, s.f.). Por otro lado, Dondis afirma que “la coherencia no es antiestética, y una idea visual bien expresada tiene la misma belleza y elegancia que un teorema matemático o un soneto bien escrito” (Dondis, 2017).

Apoyándonos en los pensamientos de estos dos autores, podemos sustentar que la teoría sigue siendo necesaria hoy por hoy en los procesos de la enseñanza del diseño, sin embargo, se vive en un constante cambio a nivel social, ambiental, tecnológico y cultural, que provoca nuevos desafíos. Por ello, la enseñanza teórica que fundamenta al diseño también debe mantenerse en constante actualización y adaptarse para entender las nuevas necesidades que demanda el entorno, es decir, modificar los enfoques disciplinarios que guían los procesos, principios y estrategias en la creación de productos, así como no perder de vista la aplicabilidad de la misma en el quehacer diario del creativo, rompiendo el recurrente factor del difícil entendimiento de los elementos teóricos del diseño con la existencia de esta labor. De esta manera, los diseñadores estarían preparados para proponer soluciones coherentes con la realidad.

Es interesante señalar que, además de contemplar a la teoría como un pilar básico en los programas de enseñanza, existen procesos que resultan necesarios para aumentar la capacidad creativa y resolutive en los diseñadores. Por ejemplo, para Martín Azúa, el diseño especulativo y experimental es protagónico en su proceso creativo. El que los alumnos se expongan en procesos meramente experimentales, fomenta el romper paradigmas y los motiva a encontrar nuevas conexiones que permiten el acercamiento a soluciones que de otra manera sería imposible contemplar, brindándoles herramientas para competir en la era de las ideas.

Por otro lado, es importante que el alumno de diseño aprenda a ser plural y colaborar de manera eficiente, que entienda que la fuerza y la riqueza del trabajo actualmente radica en la capacidad de entablar sinergias. Los cambios vertiginosos en materia tecnológica demandan a los diseñadores una gran capacidad de adaptabilidad y un estado constante de aprendizaje; sin duda, el trabajo

interdisciplinario ha sido un factor determinante para la evolución y desarrollo del diseño. Las habilidades blandas y formativas no dejan de ser pertinentes, por lo contrario, en un contexto laboral del diseñador donde cada vez más resulta común un perfil hacia el autoempleo y al emprendimiento, este deberá formarse no solo en habilidades técnicas creativas sino también en esas cualidades implícitas que la labor de diseñar requiere: constancia, templanza, disciplina y adaptabilidad.

Cabe recalcar que las consideraciones que se dan dentro del proceso de diseño se vuelven cada vez más complejas. La proyección del diseñador se desenvuelve ya no solo en terrenos de la estética y la técnica aplicada, sino que va más allá. La demanda objetual hoy se torna en la búsqueda de propuestas que beneficien a la sociedad de manera más responsable y consciente de los impactos a nivel cultural y ambiental.

Reflexionando en ello, a través de la enseñanza se requiere plantear estas nuevas demandas de la profesión, adecuando entornos educativos que impacten al estudiante y provoquen en ellos la toma consciente del pensamiento ético necesario en el diseño.

Papanek (2004) refiere a que debería animarse a los estudiantes enseñándoles nuevas áreas de obligación, para que así se planteen modos de pensar alternos acerca de los problemas del diseño: “Podremos ayudarles a desarrollar la clase de responsabilidad moral y social que necesita el diseño”.

Al final, el diseñador académico debe asimilar la importante responsabilidad de *diseñar* a las nuevas generaciones de desarrolladores de producto, así como buscar y encontrar los canales de enseñanza adecuados para que la formación se dé de manera profunda e integral en el estudiante.

4. Análisis de la enseñanza de diseño en LIDA: estrategia en la enseñanza y difusión

Los argumentos previamente analizados han dado como resultado diferentes formas de percibir al diseñador, ya no solo como aquel que resuelve problemáticas de la industria, sino como un profesionalista que complete su misión de manera sensible al crear productos socialmente responsables, beneficiando al entorno en todas sus capas de interacción.

El diseño mexicano en las artesanías tiene un sello propio, producto de sus arraigadas raíces históricas. Detrás de cada mano del artesano se encuentran años de acumulación de conocimientos y experimentación acerca de las mejores técnicas, antiguas y modernas, el conocimiento sobre las propiedades de las materias primas, etc. El nivel alcanzado por la artesanía mexicana, tanto en lo estético como en lo técnico, debe ser complementado con esfuerzos de conceptualización, reinterpretación, revaloración y propuestas estratégicas de gestión y comercialización que busquen el reposicionamiento de los procesos artesanales para el desarrollo de nuevos productos competitivos a nivel internacional. (Universidad de Guadalajara, 2019)

Frente a esta situación nace una propuesta en la Universidad de Guadalajara para formar un nuevo perfil dentro de los programas creativos: La Licenciatura en Diseño de Artesanías (LIDA). Esta, de reciente creación, ha generado un enorme debate en torno a su proyección y el modo de abordar su enseñanza y difusión.

Nacida en la localidad de Tonalá, Jalisco, cuna de una sólida tradición orfebre y reconocida a nivel nacional e internacionalmente, hoy en día la Licenciatura en Diseño de Artesanías se desenvuelve en un entorno natural afín a los valores y a la misión que la caracteriza:

Formar profesionales del diseño con una visión integral, consciente de la identidad y su entorno cultural, logrando la revalorización y proyección del diseño y desarrollo artesanal, en la investigación, innovación y aplicación de tecnologías, propiciando la interacción entre el campo académico y los grupos de la tradición artesanal en México. (Universidad de Guadalajara, 2019)

Anterior a su creación, quienes atendían la demanda y aprovechaban los materiales y las técnicas artesanales para la creación de productos eran los diseñadores industriales, principalmente.

Dentro de la Universidad de Guadalajara, el programa de Diseño Industrial inicia en 1977, (Universidad de Guadalajara, 2017). A lo largo de su existencia como profesión, el diseñador industrial se ha dedicado en una importante proporción a crear proyectos con una fuerte carga artesanal, en el uso de materiales como la madera, la piel o la cerámica, por mencionar algunos. Esto se ha dado de manera orgánica en un contexto nacional donde la artesanía está arraigada en el quehacer diario del mexicano promedio.

Hoy en día, el diseño en México y a nivel internacional, es protagonizado por reconocidos diseñadores industriales egresados de la Universidad de Guadalajara que se caracterizan por el uso de materiales y técnicas artesanales. Por ejemplo, Laura Noriega (2019) con su marca Tributo quien resalta su propuesta creando objetos que se han diseñado y fabricado por diseñadores y artesanos mexicanos, fusionando la tradición con la modernidad, dando como resultado productos contemporáneos con una importante carga.

Otro importante caso para ser mencionado es el del diseñador industrial Adolfo Navarro (2019) con su marca Lo Esencial, quien se caracteriza por diseñar objetos de una sola pieza con piel genuina, logrando la creación de productos pulcros, de gran calidad, funcionalidad y sencillez, dejando evidente el exquisito trabajo artesanal de la piel. Actualmente, LIDA busca preparar específicamente a sus alumnos para desempeñarse como diseñadores que generen la difusión de la práctica artesanal formalizada en un entorno global y definirse, identificarse y posicionarse dentro de la estructura del diseño a nivel local, nacional e internacional. Su misión no es competir con el diseñador industrial, sino caracterizarse por una formación primaria enfocada en la apropiación de la cultura, la tradición y una fuerte visión humanista del diseño como eje rector de sus propuestas.

Este tipo de programas que preparan a los estudiantes específicamente en el diseño de productos de carácter artesanal a nivel Licenciatura, hasta el momento solo es ofrecido en México por la Universidad de Guadalajara y en la Escuela Libre de Arte y Diseño en la ciudad de Oaxaca. A nivel Latinoamérica, se conoce el caso de la Universidad Dr. José Matías Delgado en el Salvador. Si bien es evidente que este tipo de programas deben enfocarse en las demandas y oportunidades a nivel local, puede convertirse en un modelo pertinente a replicarse, ajustarse y ofrecerse en cualquier universidad latinoamericana para vincular la cultura tradicional con la contemporaneidad a través del diseño.

Es una realidad que el programa se sigue definiendo e interpretando, no sin polémica de por medio, sin embargo, queda claro que los retos que hasta el momento se han dado dentro de la consolidación de la licenciatura se pueden resumir en la búsqueda de la relación armónica entre la visión del artesano dentro de su tradicional método de trabajo y el diseñador artesano con un entender del producto parcialmente distinta. La labor por parte de la academia para lograr este equilibrio, sigue activa. Por ahora, para la Academia LIDA y su trabajo en la formación del diseñador de artesanías ha reflexionado entorno a lo siguiente:

- La apropiación de la cultura en primer nivel local, después nacional y con miras del entendimiento internacional. Es evidente que el alumno debe convertirse en un ser culto, con un fuerte sentido de identidad pero, a su vez, gestionar adecuadamente el valor y el respeto de la iconografía y técnica sobre la que se está trabajando.
- Respeto y valor para los maestros artesanos y su técnica. Ver al artesano y al diseñador en el mismo nivel, ninguno arriba o abajo.
- La enseñanza de las técnicas como parte formativa sensibilizan al alumno para un mejor entendimiento de los alcances y las limitaciones de los materiales. El propósito no es volverlos artesanos ni expertos en las técnicas.
- Sensibilidad ante el diseño socialmente responsable. Importancia de los códigos sociales y culturales.
- El beneficio del trabajo colaborativo enfocado en lograr una comunicación coherente entre el artesano y el diseñador donde se respeten ambas posturas fusionando lo mejor de cada uno.
- Entender que la artesanía también evoluciona y debe adaptarse a su tiempo.
- La difusión de la práctica para aumentar su valor, posicionamiento y vinculación dentro de la oferta laboral del Estado de Jalisco.
- La adecuada gestión estratégica del mercado de consumo artesanal, brindando herramientas al gremio artesanal que desconoce los nuevos métodos de compra-venta del producto de la artesanía.

Por el momento, los eventos y vínculos que ha logrado LIDA para mejorar su difusión son los siguientes:

- **Feriada:** muestra semestral con la exposición de los trabajos presentados en la Academia de Diseño. Esta feria se realiza dentro del Centro Universitario de Tonalá logrando atraer a los estudiantes del campus, únicamente.

• **Exposición en la Galería del Estudiante en el edificio del CreCe:** como parte del fomento al emprendedurismo, en el 2018 fue inaugurado el CreCe, (Centro Regional para la Calidad Empresarial), en el Centro Universitario de Tonalá. Dentro de este lugar, fue destinado un espacio para la creación de una Galería del Estudiante, específicamente para la Licenciatura de Artesanías. El recinto alberga una muestra semestral (a la par de feriado), exponiendo los mejores proyectos de los estudiantes de LIDA.

A este proyecto se ha planteado integrar una plataforma con venta *online*, donde los alumnos tendrán la oportunidad de vender sus productos. Aún sigue como propuesta. Hasta el momento, las muestras han permanecido únicamente dentro del campus y existe ya la necesidad de comenzar con exposiciones externas. Para ello, en el 2017 surgió la Exposición Bazar, que se llevó a cabo en un espacio abierto en la zona rosa de la ciudad de Guadalajara, misma que solo fue realizada una vez por falta de participación tanto del alumno como de la misma Universidad.

Por último, es necesario mencionar que el perfil del estudiante diseñador requiere de habilidades técnicas similares a las que durante mucho tiempo se aprendían en las escuelas técnicas vocacionales, por lo que el trabajo de campo marcará la tónica para un aprendizaje con enorme grado de aplicabilidad. La licenciatura en modalidad dual alemana, tal vez la referencia más importante de este esquema a nivel global, ha adaptado con éxito el método a los estudiantes universitarios que pretenden entender cómo funciona su profesión, ejecutando el trabajo dentro de la industria privada.

Se ha pretendido así encajar estos exitosos métodos internacionales en LIDA, pero el contexto en el que se desenvuelve tiene variaciones considerables y muestra limitantes cuando se compara con la estructura industrial de países desarrollados. Bajo esta situación, los requerimientos elementales del oficio artesanal frente a las grandes cadenas industriales, se vuelven considerablemente valiosos y permite generar al *diseñador-emprendedor* interesantes modelos de desarrollo sin requerir grandes capitales o complejas redes industriales, y que se muestran como alternativas viables en un contexto laboral difícil para el mismo (según el Instituto México para la Competitividad [IMCO, 2017], el sueldo promedio del diseñador en la Iniciativa Privada apenas supera los MX\$9,000).

Por ende, LIDA se convierte en un proveedor de creativos que formaliza ya no tanto al desarrollador de producto genérico sino al diseñador de artesanía enfocado en la cultura, la identidad y con un completo contexto de las necesidades y las oportunidades a nivel local. Su enfoque, un híbrido entre la búsqueda de generar conocimiento técnico, impacto social y factibilidad comercial, ha luchado por crear perfiles de diseñador que se desenvuelva en un entorno con urgencia de encontrar una salida viable al olvido de la labor artesanal, eje fundamental en la iconografía nacional, así como fuente de ingreso de la manufactura primaria en México.

El proceso, con particularidades que rompen con los esquemas tradicionales de la escuela de diseño nacional, requiere de un constante análisis, debate y retroalimentación de entes externos, que apoyen a la academia a generar una sinergia real entre el artesano, el diseñador y el mercado, así como de difundir el valor agregado de los productos hechos a mano.

Conclusiones

Frente a las circunstancias detectadas en este estudio para el diseñador actual, además de los constantes retos con los que la docencia se encuentra, la Universidad deberá ser el primer detonante de cambio en la estructura de creativos cada vez más conscientes de la complejidad que adquiere su oficio.

La academia debe de ser el principal promotor en la búsqueda de la innovación y la autopercepción del lugar del diseñador joven en la sociedad.

Dentro de los objetivos determinantes para lograr la difusión y posicionamiento de LIDA, se detectaron los siguientes puntos:

1. Alimentar la creatividad tanto del profesor como del alumno con nuevos métodos de interacción.
2. Desarrollar competencias colaborativas en el alumnado aplicadas en proyectos abiertamente afines al diseño, no solo en niveles académicos; es decir, buscar la participación en exposiciones externas y la integración en concursos tanto nacionales como internacionales.
3. Volver práctica y tangible la teoría del diseño, generando congruencia entre los temas abordados en la academia de diseño a través de las visitas de campo.
4. Incentivar la generación de productos de alto valor simbólico, identitario y de alta calidad en su concepto y fabricación, que sirvan como modelos de creación y motiven la aspiración de los alumnos.
5. Difundir en el medio local del arte y el diseño el trabajo realizado en la Licenciatura de Diseño de Artesanías a través de muestras externas al campus.
6. Práctica docente más consciente, crítica, intencional, estructurada y operante mediante el análisis y la formación permanente.
7. Volver a Feriada una muestra con invitación de patrocinadores, prensa y demás participación externa.
8. Vinculación de los estudiantes con la industria local en un enfoque de Licenciatura Dual apegada a los lineamientos naturales de nuestro país.
9. Vinculación de los estudiantes con labor académica internacional tanto en estancias en el extranjero como proyectos colaborativos a distancia.
10. Como academia: investigación y participación en congresos a nivel nacional e internacional.

Referencias bibliográficas

Azúa, M. (2018). *Martín Azúa, el respeto a los materiales*. (A. Iglesia, Entrevistador)

- Barnwell, P. (2017) Are teachers becoming obsolete? *The Atlantic*. Recuperado de: <https://www.theatlantic.com/education/archive/2017/02/becoming-obsolete/516732/>
- Chaves, N. (s.f.). *El diseño, objeto mediático*. Recuperado de: https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_diseno_objeto_mediatico
- Chaves, N. (s.f.): *El papel de la teoría en la enseñanza del diseño*. Recuperado de: https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_papel_de_la_teoría_en_la_enseñanza_del_diseno
- Dondis, D.A. (2017). *La sintaxis de la imagen*. GG Diseño.
- Harris, E. A. (2017) College Costs Too Much? N.Y.U. Paves Way to Graduate. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2017/02/17/nyregion/nyu-accelerated-graduation.html>
- Hustwit, G. (2009). *Objectified* [Película].
- Instituto México para la Competitividad [IMCO] (2017). *Compara carreras 2017*. Instituto México para la Competitividad A.C.
- Karapezza, K. (2017) These Top Schools Are Offering Big Savings On Master's Degrees, But There's A Catch. *nprED*. Recuperado de: <https://www.npr.org/sections/ed/2017/02/15/504478472/how-to-get-20-000-off-the-price-of-a-masters-degree>
- Lavernia, N.; Lecuona, M. (2000) Gestión del Diseño. En *El valor del Diseño, Gráfico e Industrial*. ADCV.
- Navarro, A. (2019). *Lo Esencial*. Recuperado de: <https://www.loesencial.mx/>
- Noriega, L. (2019). *Tributo*. Recuperado de: <https://tributo.mx/>
- Oppenheimer, A. (2018) *¡Sálvese quien pueda!* Cap.7, pp. 213-240. Penguin Random House Editorial. México.
- Organización mundial para la cooperación y desarrollo económico [OCDE] (2017) *Panorama de la Educación 2017: México*.
- Papanek, V. (2004). *Design for the Real World. Human Ecology and Social Change*. Londres: Thames & Hudson.
- Universidad de Guadalajara. (2019). *Diseño de Artesanías*. Recuperado de: <http://www.cutonala.udg.mx/oferta-academica/disenio-artesantias/objetivos>
- Universidad de Guadalajara (2017). *Licenciatura en Diseño Industrial*. Recuperado de: <http://www.cuaad.udg.mx/?q=oferta/licenciaturas/ldi>

Abstract: In teaching, the perspective of design is nurtured and transformed through several factors that revolve around teaching: the

constant knowledge updating, the design of strategies and tactics to communicate the contents and the coexistence inside and outside the classroom between students, teachers and extra academic bodies. This synergy leads to constant reflection resulting in the permanent reconstruction of the ideology of design. In this article, we reflect on the influence that teaching generates in the Craft Design Degree in order to define, disseminate and dignify its practice and its relevance in the new trends of teaching in higher education.

Keywords: design - crafts - product design - cultural dissemination - symbolism

Resumo: Na educação, a perspectiva do design é nutrida e transformada através de vários fatores que giram em torno da prática da aprendizagem: a atualização constante, o desenho de estratégias e táticas para comunicar os conteúdos e a convivência dentro e fora da sala de aula entre estudantes, professores e corpos extra acadêmicos. Essa sinergia leva a uma reflexão constante, resultando na reconstrução permanente da ideologia do design. Neste artigo, refletimos sobre a influência que o ensino gera sobre o curso de Licenciatura de Design de Artesanato a fim de definir, divulgar e legitimizar a sua prática e sua relevância nas novas tendências de ensino na educação superior.

Palavras chave: design - artesanato - design de produto - disseminação da cultura - simbolismo

(* **Ana Larisa Esparza Ponce.** Diseñadora industrial con Maestría en Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos. Profesora de asignatura en la Universidad de Guadalajara en las licenciaturas de Diseño de Modas, Diseño Industrial y Diseño de Artesanías. Hizo una estancia en la Universidad de Buenos Aires, en Argentina. Doce años de experiencia diseñando espacios y mobiliario personalizado en proyectos corporativos, comerciales y residenciales. **Francisco Javier González Tostado.** Diseñador Industrial con Maestría en Mercadotecnia. Profesor de asignatura en la Universidad de Guadalajara y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey en la licenciatura de Diseño de Modas, Diseño Industrial y Diseño de Artesanía. Ha hecho estancias de estudio en Rhode Island y Arizona, EUA. Cuenta con 9 años de experiencia en el desarrollo de accesorios de moda en joyería y marroquinería, así como de productos de consumo en cuero.