

Designer Toys: Explorando la Cultura Boliviana a través del Diseño

Juan M. Seigelschifer^(*)

Resumen: Este artículo presenta el proyecto "*Designer Toys: Explorando la Cultura Boliviana a través del Diseño de Juguetes*", que se enfoca en la representación de territorios culturales y turísticos de Bolivia mediante figuras coleccionables. Estas figuras, diseñadas utilizando programas de modelado 3D y pintadas a mano, representan personalidades inspiradas en tres ubicaciones emblemáticas: Santa Cruz de la Sierra, Tiahuanaco y el Salar de Uyuni. El estudio y desarrollo de estos personajes se basa en información recopilada de los propios territorios. El proyecto busca establecer una marca país, similar a las marcas de otros países, promoviendo la cultura boliviana de manera visual y juvenil. La metodología incluye el uso de tecnologías de modelado digital y técnicas tradicionales de pintura. Se espera que este proyecto no solo impulse el interés por la cultura boliviana, sino que también sirva como un modelo para futuros desarrollos en el ámbito del diseño de juguetes y la promoción cultural.

Palabras clave: Cultura - Bolivia - Designer Toys - Diseño

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 285]

^(*) Licenciado en Diseño Industrial por UPSA. Diplomado en Educación Superior. Artista Digital. Docente en la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA). Santa Cruz, Bolivia.

Introducción

“Los diseñadores no pueden aislarse de la cultura ni del contexto social, porque el diseño es, en última instancia, un reflejo de su época”
(Chwast, 1989)

La ciudad de Santa Cruz de la Sierra, como motor económico de Bolivia, exhibe un nivel social y de consumo más elevado en comparación con otros departamentos del país. En el ámbito global, uno de los sectores de consumo con mayor crecimiento es el de los videojuegos. En Santa Cruz de la Sierra, la cultura gamer está en expansión, como lo demuestra el creciente interés en eventos como la “GamerCon”, realizada en marzo en una universidad local, que promocionó nuevos juegos y figuras coleccionables. En 2017, la compañía Sony vendió aproximadamente 60.4 millones de unidades de PlayStation 4 y 487.8 millones de videojuegos, reflejando la magnitud del mercado (Sony, 2017).

Dentro de la cultura gamer, las ediciones de colección y figuras representativas juegan un papel importante. Estas figuras, a menudo incluidas en paquetes de “Collector Edition” junto con los juegos, permiten a los jugadores decorar sus espacios y expresar su afición por los videojuegos.

El mercado de los videojuegos sigue evolucionando, con los consumidores invirtiendo grandes sumas en contenido adicional como outfits, battle passes, ediciones de colección y figuras coleccionables. Entre estas figuras, las “Funko Pop!” destacan notablemente. Desde su lanzamiento en 2011, Funko ha vendido más de 50 millones de unidades a nivel mundial. Aunque estas figuras tienen un diseño distintivo y repetitivo, han capturado una gran parte del mercado de coleccionables (Funko, n.d.).

Designer Toys son figuras de colección diseñadas por artistas que a menudo tienen un estilo único y personal. A diferencia de los juguetes convencionales, estos se enfocan en la estética y el diseño como elementos principales, y a menudo se producen en ediciones limitadas. Los Designer Toys suelen ser coleccionables y están destinados a un público que valora el arte y el diseño tanto como el juguete en sí.

En este contexto, el presente estudio se enfoca en el diseño de figuras coleccionables basadas en la cultura boliviana, utilizando el concepto de Designer Toys para promover y representar los territorios culturales del país de una manera innovadora y atractiva para el público juvenil.

Citando a Carolina Gonzáles Miranda (2015) de la universidad de Málaga, se pudo entender el poder de alcance que la cultura puede generar en el diseño.

Esa misma identidad colectiva es fruto de los vínculos inseparables que se han establecido incluso con las culturas de pueblos de aislados rincones del mundo. Con ello se ha creado una identidad con alto valor estético que se diferencia de la uniformidad propia de otras sociedades. Esto hace que la Cultura Clásica Contemporánea definida tenga mayor fuerza y conciencia de su procedencia y una visión de futuro como salto a un mercado más competitivo e innovador, a través del conocimiento y el uso del diseño como herramienta fundamental. El diseño como herramienta de difusión, donde se muestran los caracteres de dicha identidad, se hace necesario como promotor de la identidad de la propia cultura. Por ello, a través de la investigación en el diseño se crea la necesidad de una definición, catalogación y una estrategia de comunicación y difusión del diseño. Con ello se exteriorizará la riqueza de trabajos autóctonos.” (Miranda, 2015, párrafo 26)

El mercado actual de figuras coleccionables, al igual que el de los videojuegos, está en constante crecimiento económico y tecnológico. Sin embargo, este mercado enfrenta ciertas limitaciones en cuanto a la diversidad y originalidad de las figuras disponibles. Entre las compañías que dominan este sector, “Funko Pop!” destaca como una de las más prominentes. No obstante, sus productos, aunque populares, se caracterizan por diseños genéricos y estáticos, donde las figuras, a pesar de representar a personajes reconocidos, presentan posturas y formas repetitivas y poco dinámicas (Statista, n.d.).

Por otro lado, empresas como “Santa Monica Studios” o “Naughty Dog”, reconocidas en el ámbito de los videojuegos, han desarrollado figuras coleccionables altamente detalladas y dinámicas, que representan fielmente a los personajes de sus juegos. Estas figuras son altamente atractivas para los consumidores debido a su capacidad de adoptar diferentes posturas y su precisión en los detalles. Sin embargo, su alto costo y gran tamaño las hacen inaccesibles para un público masivo (Naughty Dog, n.d.).

En el ámbito de los símbolos culturales icónicos, España ha logrado destacarse con el desarrollo de “BadToro”, una figura de un toro estilizado que ha llegado a representar la cultura española en todo el mundo. El “BadToro” no solo es una figura coleccionable, sino que también se ha convertido en una marca país que encapsula la idiosincrasia española de una manera moderna y atractiva. A través de este símbolo, se ha generado una amplia gama de productos que van desde juguetes hasta ropa y artículos de diseño, capturando tanto el mercado interno como el internacional. La simplicidad y el poder simbólico del “BadToro” demuestran cómo un diseño puede trascender lo meramente estético para convertirse en un emblema cultural (Badtoro, 2011).

De manera similar, México ha utilizado su rica herencia cultural para crear productos que representan su identidad. Los alebrijes, por ejemplo, son figuras de artesanía popular mexicana que combinan características de diferentes animales y están pintadas con colores vibrantes. Estos juguetes artesanales, que nacieron como una expresión del arte popular, se han convertido en símbolos de la cultura mexicana, reconocidos internacionalmente. Además, la influencia del Día de Muertos, una celebración emblemática en México, ha inspirado toda una línea de juguetes y arte que capturan la esencia de la cultura mexicana, mezclando tradición y modernidad (México Desconocido, n.d.).

En oriente nace Kumamon, una mascota oficial creada en 2010 para promocionar la prefectura de Kumamoto, Japón, como parte de una campaña para atraer turistas tras la apertura de una nueva línea de tren bala en la región. Este personaje es un oso negro con mejillas rojas y una expresión amigable, que rápidamente ganó popularidad no solo en su prefectura de origen, sino en todo Japón y más allá.

A través de su diseño simple y simpático, Kumamon se ha convertido en un símbolo cultural de Kumamoto y ha ayudado a revitalizar la economía local, especialmente después del terremoto de 2016 que afectó gravemente la zona. Más allá de su objetivo inicial, Kumamon es ahora un ícono de la cultura pop japonesa, con presencia en merchandising, medios de comunicación, y eventos internacionales.

Su éxito radica en su capacidad para representar de manera amigable la hospitalidad y calidez del pueblo japonés, siendo un excelente ejemplo de cómo las mascotas regionales (yuru-chara) pueden influir en la identidad cultural y económica de una región (Meet Kumamon, 2015).

Observando ejemplos exitosos en otros países, Bolivia aún no cuenta con un símbolo o figura coleccionable que represente su cultura de manera similar y que pueda competir en el mercado global. La falta de representación cultural en este ámbito limita la visibilidad y el impacto de la cultura boliviana a nivel internacional.

Los "Designer Toys generalmente no son funcionales, sino que se utilizan para decorar espacios específicos, como salas de estar, escritorios o incluso como recuerdos para turistas, y tienen un valor emocional, cultural, político o artístico. Los usuarios que compran estos productos suelen ser aficionados a los videojuegos, películas, anime o turistas interesados en llevarse un pedazo de la cultura local. Su idea de decoración es distinta a lo habitual. Un aspecto clave en el diseño de juguetes o figuras coleccionables es el "Diseño Emocional", que se refiere a cómo el usuario se siente al interactuar con el producto. Siguiendo la referencia de "Emotional Design" de Donal Norman (Norman, 2005), se buscará crear una reacción visceral en los usuarios para establecer un vínculo emocional. Los Designer Toys de este proyecto se enfocan en la ternura, una tendencia que atrae más al público mediante figuras pequeñas o cabezonas, y al agregar elementos culturales, se crea una afinidad emocional con el público de Bolivia, especialmente con los de la región o ciudad representada por el Designer Toy.

Este proyecto busca abordar esta problemática creando figuras coleccionables inspiradas en las diversas culturas boliviana, utilizando el concepto de Designer Toys. Estas figuras no solo representarán de manera auténtica los elementos culturales del país, sino que también serán accesibles y atractivas para un público amplio, tanto dentro como fuera de Bolivia. La creación de una marca país a través de estas figuras tiene el potencial de posicionar a Bolivia en el mercado global de coleccionables, siguiendo el ejemplo de países como España y México, que han logrado encapsular su identidad cultural en productos visualmente atractivos y comercialmente exitosos.

Justificación

El proyecto propone la creación de nuevas figuras coleccionables o *Designer Toys* con una amplia diversidad de tamaños y estilos, dirigidos tanto al mercado boliviano como al global, compitiendo con las "marcas país" que se encuentran alrededor del mundo. La esencia de este proyecto radica en la creación de personajes que no solo sean visualmente atractivos, sino que también transmitan una fuerte carga emocional y cultural. Para lograr esto, los personajes estarán basados en lugares culturales y turísticos icónicos de Bolivia, lo que permitirá a los usuarios establecer un vínculo emocional profundo con los productos que adquieran.

Esta iniciativa busca ampliar la gama de productos relacionados con figuras coleccionables mediante el uso de tecnologías como la impresión 3D, así como moldes de diferentes materiales como acrílicos y telas sintéticas. Además, las bases de las figuras se elaborarán con materiales nobles como madera o vidrio templado, aportando un toque de elegancia y distinción a cada pieza. Los personajes serán diseñados utilizando programas de diseño

poligonal, lo que permitirá imprimir en 3D las diferentes partes que conforman cada figura para posteriormente ser pintados a mano.

La justificación detrás de esta iniciativa es la necesidad de crear un Designer Toy que aporte mayor diversidad y riqueza temática al mercado de figuras coleccionables. Al incorporar elementos culturales y tradicionales de las locaciones propuestas, como por ejemplo el Salar de Uyuni, se busca no solo representar visualmente estos lugares, sino también capturar su esencia y transmitirla a través del diseño. Esto incluirá la incorporación de referencias específicas, texturas, y materiales que sean representativos de cada lugar, con el objetivo de crear un diseño que resuene emocionalmente con los bolivianos y, al mismo tiempo, despierte el interés de un público internacional.

Este enfoque permitirá no solo dar a conocer la cultura y las tradiciones bolivianas, sino también posicionar a Bolivia en el mercado global de figuras coleccionables, ofreciendo productos que no solo sean únicos en su diseño, sino que también cuenten con un significado profundo y cultural.

Metodología

Para desarrollar los *Designer Toys* se usarán dos metodologías de diseño: *Design Thinking*, que se enfoca en la creatividad para resolver problemas, considerando las emociones de los usuarios y permitiendo ajustes mientras el proyecto avanza, y *Six Thinking Hats*, un método que utiliza seis sombreros de colores para representar diferentes formas de pensar y ayudar a crear y evaluar los personajes desde los bocetos hasta los prototipos (de Bono, 2022).

Los *Designer Toys* no son simplemente objetos de colección, sino que son representaciones culturales y artísticas que encapsulan identidades, valores y narrativas específicas. A continuación, presentaremos a los personajes diseñados en este proyecto, cada uno cuidadosamente concebido para reflejar aspectos únicos de la cultura boliviana, integrando elementos tradicionales con un enfoque contemporáneo. Estos personajes no solo buscan ser visualmente atractivos, sino que también cuentan historias que conectan con las raíces culturales y la identidad del país. A continuación, exploraremos en detalle cada uno de estos personajes, analizando sus características, la inspiración detrás de su diseño, y el papel que juegan dentro del contexto cultural boliviano.

A. "Litio" está inspirado en los cristales de litio del Salar de Uyuni y se fusiona con la temática climática de la región. Dado que las temperaturas en Uyuni son notablemente bajas, el personaje lleva un abrigo y una bufanda, elementos que no solo ofrecen una adaptación visual al clima, sino que también aportan una dimensión conceptual al diseño. Las prendas, intencionalmente grandes, añaden una apariencia tierna y acogedora al personaje. Además, este diseño está influenciado por la leyenda del Salar de Uyuni, que narra la historia del volcán Turupa (el Salar, 2020). Esta leyenda no solo enriquece el contexto cultural del personaje, sino que también refuerza su conexión con el entorno místico y encantador del altiplano boliviano.



Figura 1. Litio

B. “Awki” está inspirado en la civilización preincaica de Tiwanaku, una cultura rica en mitología y reconocida por su maestría en la talla de piedra. Una gran fuente de inspiración fue la Puerta del Sol, uno de los principales atractivos arqueológicos del sitio. Esta estructura, que se cree era un portal sagrado utilizado para ceremonias religiosas, está tallada en piedra con intrincados diseños que representan figuras humanas y animales. Según la leyenda, aquellos que pasaban por esta puerta obtenían sabiduría divina (Mitos y leyendas, 2023).

Gracias a esta leyenda, el personaje adquiere las cualidades de sabiduría, empatía y liderazgo, que se reflejan en su papel como protector de su pueblo. Durante la fase de diseño, se realizaron múltiples bocetos que exploraron la relación entre la piedra, el oro, y la realeza antigua, elementos fundamentales en la cultura tiahuanacota. La piedra simboliza la durabilidad y la conexión con la tierra, mientras que el oro representa el poder, la divinidad y la autoridad. El proceso culminó en la creación de un personaje final que encarna estas características: un guardián de piedra y oro, destinado a proteger a su pueblo. Este ser mitológico, con su apariencia imponente, vigila y salvaguarda la prosperidad de Tiwanaku, reflejando el espíritu protector y la grandeza de esta antigua civilización.



Figura 2. Awki

C. “Bibosi” representa a Santa Cruz de la Sierra, inspirado en las costumbres y mitos antiguos de la región. Desde el inicio, se concibió como un personaje femenino con características de inteligencia, amabilidad y un profundo vínculo con la naturaleza. El desarrollo conceptual comenzó con la palabra guaraní “Cuñatai”, que se traduce al español como “muchacha linda, guapa o hermosa”. Este término se fusionó con la idea del cuñapé, un pan típico de la región, creando así un concepto único de una mujer hermosa con pecas en el rostro, evocando la apariencia de un cuñapé.

A medida que la idea evolucionó, se integraron elementos de la leyenda del Bibosi Motacú, una historia popular en la región (Otero, n.d.). De esta manera, se desarrolló un personaje que simboliza un árbol de bibosi, con enredaderas que emergen de su cabellera, representando la conexión con la naturaleza y la vida.

El diseño final del personaje encarna la inteligencia, la caridad y la amabilidad, irradiando una paz interior y pensamientos positivos. Es una figura que representa la naturaleza en su forma más pura, siendo un ser de la tierra, en sintonía con las tradiciones y el espíritu de Santa Cruz de la Sierra.



Figura 3. Bibosi

Proceso de Fabricación

La producción de los Designer Toys se caracteriza por la cuidadosa selección de materiales y técnicas para garantizar tanto la calidad estética como la durabilidad del producto final. Debido a la importancia de la textura en la percepción del juguete y su aceptación en el mercado, se emplean distintos materiales, entre ellos la resina acrílica y diversos tipos de madera.”

Fase de Prototipado y Moldeado: Inicialmente, las partes del juguete se fabrican mediante impresión 3D, utilizando una impresora Monoprice Delta Mini con materiales de plástico PLA o ABS. Este proceso permite obtener piezas precisas que, tras la impresión, se

someten a una etapa de refinación y acabado. Posteriormente, las piezas de plástico seleccionadas se emplean como base para la creación de moldes. Para este propósito, se utiliza masilla acrílica, la cual sirve para conformar moldes de producción precisos. Una vez que el molde ha fraguado, se retira la pieza de plástico y se llena el molde con resina mezclada con catalizador, obteniendo así la pieza definitiva en resina.

Acabado y Detallado: El refinado de las piezas de resina se realiza con una *Dremel 4000*, herramienta que permite lijar y tallar con precisión los diversos componentes del juguete. Para el pintado de las piezas y empaques se emplea un aerógrafo Truper acoplado a una compresora de aire, lo que asegura un acabado uniforme y de alta calidad.

Confección de Prendas y Detalles: En el caso de aquellos personajes que incluyan vestimentas, se confeccionan prendas textiles utilizando una máquina de costura, con la posibilidad de aplicar resina para simular detalles como joyas. Las costureras, a partir de los moldes elaborados, producen las vestimentas necesarias para cada personaje, logrando un contraste interesante entre las diferentes texturas y materiales. Para los acabados de alta precisión en textiles, se utiliza una *Overlock* y una *Toyota Super J26*, garantizando así la calidad y el detalle exigido para estos productos.

Bolivia, un país de vasta riqueza cultural y diversidad étnica, se caracteriza por sus tradiciones ancestrales, expresiones artísticas y una historia profunda que influye en su diseño contemporáneo. Desde los coloridos trajes de las comunidades indígenas, como los de los Aymara y Quechua, hasta la impresionante arquitectura de Tiwanaku, la cultura boliviana es un crisol de influencias que se entrelazan con la modernidad. Las festividades como el Carnaval de Oruro y la celebración de la Alasita, junto con la música y la danza tradicional, son ejemplos palpables de una herencia que se renueva constantemente. En este contexto, los designer toys emergen como un medio para explorar y reinterpretar esta rica cultura, convirtiéndose en portadores de historias y simbolismos que reflejan la identidad boliviana en el escenario global. En el marco de la investigación sobre *Designer Toys*, se logró establecer una conexión tangible entre las culturas bolivianas y el diseño emocional. A través de la conceptualización y representación visual de la rica herencia cultural del Salar de Uyuni, Santa Cruz y Tiwanaku, se consiguió dar vida a personajes que no solo cuentan historias, sino que también transmiten visualmente la esencia y el alma de estas regiones.

En conclusión, el auge de los *Designer toys* refleja no solo una tendencia en el mundo del arte y el diseño, sino también la creciente relevancia de una marca país que resalte la identidad cultural de Bolivia. A medida que la cultura geek y gamer sigue expandiéndose, estos juguetes se convierten en vehículos para la expresión creativa y la conexión con comunidades globales. Fomentar esta conexión puede potenciar la visibilidad de nuestra cultura en el ámbito internacional, transformando la percepción del diseño boliviano y celebrando su diversidad e innovación.

Referencias Bibliográficas

- Badtoro. (2011, Octubre). *Yo Soy BADTORO*. [Facebook page] Facebook. Retrieved August 24, 2024, from https://www.facebook.com/yo.soy.badtoro/?locale=es_LA
- Chwast, S. (1989). *The Push Pin graphic: A quarter century of innovative design and illustration*. Chronicle Books.
- De Bono, E (2022). *Seis sombreros para pensar* Planeta Publishing Corporation
- El Salar de Uyuni - La Leyenda del Salar. (2022). *El Silencio*. Retrieved August 23, 2024, from https://giorgetta.ch/leyenda_del_salar.htm
- Funko. (n.d.). *About us*. <https://www.sfu.ca/~teerhc/FunkoWebDesign/about.html>
- Laoyan, S. (2024). *Qué es Design Thinking y cómo aplicarlo*. Asana. Retrieved August 23, 2024, from <https://asana.com/es/resources/design-thinking-process>
- Meet Kumamon. (2015, June 15). *Explore Kumamoto*. Retrieved September 30, 2024, from <https://explore-kumamoto.com/kumamon/>
- México Desconocido. (n.d.). *México Desconocido*. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/>
- Miranda, C. G. (2015, 03 16). *El diseño como soporte de la identidad en la cultura clásicacontemporánea*. i+Diseño, 11(8).
- Mitos y leyendas de Tiahuanaco: Misterios ancestrales que desafían el tiempo. (2023, August 6). *Los Mitos y Leyendas*. Retrieved August 24, 2024, from <https://losmitosyleyendas.com/mitos-y-leyendas-de-tiahuanaco/>
- Naughty Dog. (n.d.). *Uncharted 4: A Thief's End Libertalia Collector's Edition - PlayStation 4*. Amazon.com. Retrieved August 23, 2024, from <https://www.amazon.com/Uncharted-Thiefs-Libertalia-Collectors-PlayStation-4/dp/B014R50404>
- Norman, D. A. (2005). *Diseño Emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Editorial Planeta.
- Otero, S. C. (n.d.). *Bibosi en motacú - leyenda de Bolivia. Identidad Cultural*. Retrieved August 24, 2024, from <https://www.identidad-cultural.com.ar/leernota.php?cn=5684>
- Sony. (2017). *PlayStation®4 Sales Surpass 60.4 Million Units Worldwide*. sony.com. https://www.sony.com/content/sony/en/en_us/SCA/company-news/press-releases/sony-computer-entertainment-america-inc/2017/playstation4-sales-surpass-604-million-units-worldwide.html
- Statista. (n.d.). *Statista*. <https://statista.com>. <https://es.statista.com/>

Abstract: This article presents the project "Designer Toys: Exploring Bolivian Culture through Toy Design," which focuses on representing Bolivia's cultural and tourist territories through collectible figures. These figures, designed using 3D modeling software and hand-painted, depict personalities inspired by three emblematic locations: Santa Cruz de la Sierra, Tiahuanaco, and the Salar de Uyuni. The study and development of these characters are based on information gathered from the territories themselves. Additionally, the project aims to establish a country brand, similar to those of other nations, promoting Bolivian culture visual and youthful. The methodology includes the use of digital modeling technologies and traditional painting techniques. This project is

expected not only to boost interest in Bolivian culture but also to serve as a model for future developments in the field of toy design and cultural promotion.

Keywords: Culture - Bolivia - Designer Toys - Design

Resumo: Este artigo apresenta o projeto "Designer Toys: Explorando a Cultura Boliviana através do Design de Brinquedos", que tem como foco representar os territórios culturais e turísticos da Bolívia por meio de figuras colecionáveis. Essas figuras, projetadas com software de modelagem 3D e pintadas à mão, retratam personalidades inspiradas em três locais emblemáticos: Santa Cruz de la Sierra, Tiahuanaco e o Salar de Uyuni. O estudo e desenvolvimento desses personagens baseiam-se em informações coletadas nos próprios territórios. Além disso, o projeto busca estabelecer uma marca país, semelhante à de outras nações, promovendo a cultura boliviana de forma visual e jovem. A metodologia inclui o uso de tecnologias de modelagem digital e técnicas tradicionais de pintura. Espera-se que este projeto não apenas aumente o interesse pela cultura boliviana, mas também sirva como modelo para futuros desenvolvimentos na área de design de brinquedos e promoção cultural.

Palavras-chave: Cultura – Bolívia – Designer Toys – Design

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
