

A03

JOYERÍA ARTESANAL: LA INNOVACIÓN COMO MOTOR DE RESCATE CULTURAL Y ECONÓMICO DE LAS TÉCNICAS TRADICIONALES DE PLATERÍA EN TAXCO, GUERRERO

ARTISANAL JEWELRY: INNOVATION AS MOTOR OF CULTURAL
AND ECONOMICAL PRESERVATION OF TRADITIONAL
SILVERSMITHING TECHNIQUES IN TAXCO, GUERRERO



Orlando Pérez Mata¹

Jorge Javier Cruz Florín²

¹Universidad Autónoma del Estado de México

²Universidad Autónoma de Querétaro

¹orlandu.pm94@gmail.com

²jorge.javier.cruz@uaq.mx

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar una estrategia que busca revalorizar la artesanía de plata mediante la diversificación y apertura de mercados específicos con los artesanos de Taxco, con el fin de conocer e identificar las problemáticas reales que afectan a dicho oficio y determinar las necesidades prioritarias de los participantes en esta labor.

Al día de hoy piezas invaluableles de la comunidad artesana de Taxco son poco apreciadas en el mercado regional. El presente artículo busca identificar las problemáticas que afectan el oficio de la joyería a través de la herramienta Design Thinking, ya que esta promete innovación y agrega diversificación, revalorización e integración en los mercados culturales.

El INEGI (2020) estima que existen alrededor de tres mil artesanos que aún trabajan la plata en este lugar, dentro de pequeños talleres que incluyen la participación familiar y donde se materializan piezas invaluableles que en la actualidad son poco apreciadas en el mercado regional, por lo que frecuentemente se venden al mayoreo y sin procesos de marketing detrás.

El diseño estratégico es un eje primordial dentro de esta investigación, ya que con ayuda de la metodología *Design Thinking*, se puede generar una cultura de la innovación en los artesanos plateros para que sus productos puedan diversificarse, revalorizarse e integrarse a mercados específicos. Esto incluye el aprendizaje, la asimilación y la aplicación de las tendencias actuales de diseño en plata para la creación de joyería que procure el uso y la preservación de las técnicas tradicionales y revise el patrimonio cultural del poblado.

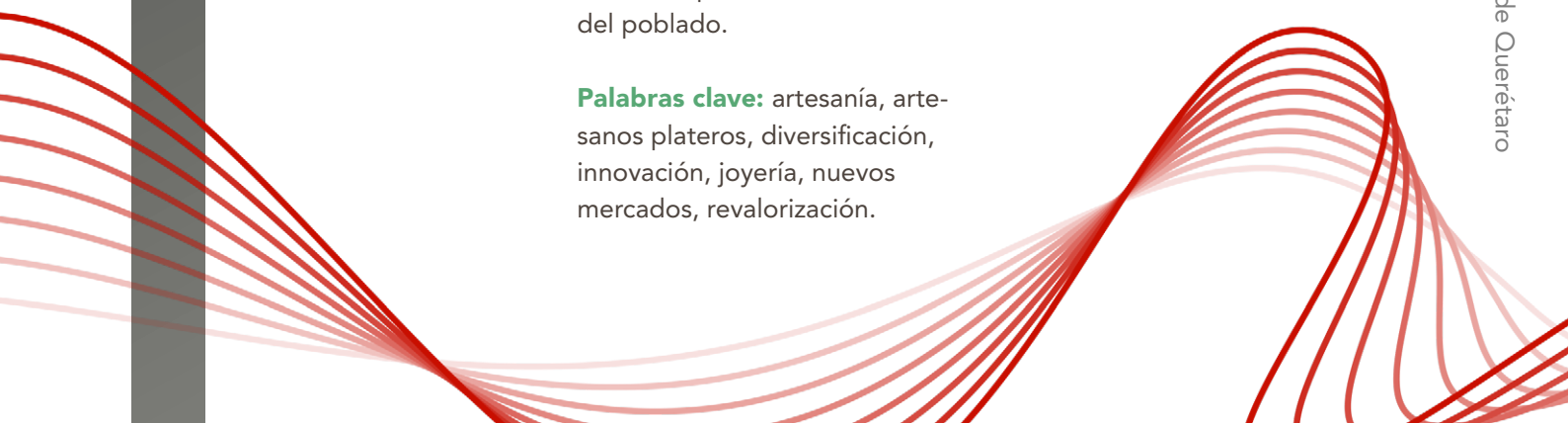
Palabras clave: artesanía, artesanos plateros, diversificación, innovación, joyería, nuevos mercados, revalorización.

ABSTRACT

The objective of this project is to design a strategy to revalue silver craftsmanship through diversification and the opening of specific markets with the artisans of Taxco. The purpose is to identify the real problems affecting this craft and to determine the priority needs of the participants in this work. INEGI (2020) estimates that there are around three thousand artisans who still work with silver in this place, within small workshops that include family participation and where priceless pieces are materialized that are currently little appreciated in the regional market, so they are often sold wholesale and without marketing processes behind.

Strategic design is a fundamental axis within this research, since, with the help of the Design Thinking methodology, a culture of innovation can be generated in silversmith artisans so that their products can be diversified, revalued and integrated into specific markets. This includes learning, assimilation and application of current trends in silver design for the creation of jewelry that seeks the use and preservation of traditional techniques and revisits the cultural heritage of the village.

Keywords: silversmith artisans, craftsmanship, jewelry, innovation, diversification, revaluation, new markets.



INTRODUCCIÓN

UNA (R)EVOLUCIÓN EN LA JOYERÍA ARTESANAL DE PLATA.

La tradición artesanal de platería en Taxco ha sido un referente mundial para el pueblo, los talleres y los ilustres artesanos por tradición y costumbre, ya que este oficio forma parte de su cultura, economía y cotidianidad. Sin embargo, con el discurrir del tiempo, tal actividad se ha visto opacada a causa de las grandes problemáticas dentro del poblado: el cierre de minas de plata, la invasión de bisutería china, la cultura del plagio y la falta de propuestas de diseño que se adapten a nuevos mercados, por mencionar algunas. Hoy en día, el mercado de la joyería fina está delimitado a partir de las necesidades, las tendencias de moda y la economía de los mercados específicos a los que se pretende integrar dichos objetos. Ana Elena Mallet (2021) menciona la permanencia y relevancia de la joyería a través de su capacidad de atemporalidad, puesto que ésta puede direccionarse a la sociedad en la que se comercializa y utiliza, basándose en el factor de necesidad de identidad para las personas.

De acuerdo con este precepto, se conceptualiza la idea de generar una cultura de innovación que permita el rescate de las técnicas tradicionales de platería en Taxco, a partir de la diversificación de producto y revalorización de la actividad artesanal, teniendo en cuenta los diversos valores estéticos, simbólicos, ideológicos y culturales con los que la artesanía se distingue; esto incluye la calidad de los productos y la destreza del maestro platero (FONART, 2019). El sociólogo Richard Sennett (2006)

describe en su libro, *La cultura del nuevo capitalismo*, al artesano moderno como una persona que no necesariamente trabaja con las manos, sino que realiza su labor con entrega y se enfoca en los mínimos detalles. Esto rompe por completo con el paradigma del artesano convencional y su aportación revitaliza el término. Con el fin de revalorizar los objetos conceptualizados y materializados entran en escena los avances tecnológicos que ayudan a la especialización del trabajo artesanal en calidad y producción.

ANTECEDENTES

TAXCO, CIUDAD DE PLATA: HISTORIA Y TRADICIÓN

La platería en Taxco ha sido un referente mundial para el poblado, los talleres, los ilustres artesanos y los habitantes, pues forma parte de su historia, cultura, economía y cotidianidad. De acuerdo con la *Enciclopedia Guerrerense: Guerrero cultural Siglo XXI* (2018), en 1529 se fundó el actual pueblo de Taxco donde, a la llegada de los españoles, se combinaron las técnicas de orfebrería europea con la destreza de los indígenas para crear objetos del tipo religioso y de utilidad práctica. A inicios del siglo XVIII los lugareños ya eran reconocidos por fabricar piezas de alto grado gracias a las famosas custodias del templo de Santa Prisca. No obstante, en 1926 Taxco dio un vuelco con la llegada del estadounidense William Spratling, un personaje que no era maestro platero ni sabía nada de plata, pero organizó el talento de los maestros taxqueños para usarlo en piezas de joyería. Así fue como este hombre le brindó sentido a la artesanía de plata y fundó el taller "Las Delicias",

que, de acuerdo con los registros históricos del municipio, llegó a albergar a más de 300 artesanos trabajando en piezas únicas y se convirtió en el centro artístico y cultural de Taxco. Ahí se formaron decenas de artesanos plateros que más tarde consolidaron sus propios talleres, ya que, durante 40 años, talleres y maestros plateros diversificaron la oferta, se posicionaron a nivel mundial y sus piezas fueron adquiridas en Estados Unidos y Europa por marcas internacionales como Tiffany (Ruiz, 2019).

El declive de esta actividad comenzó en los años sesenta, cuando los sindicatos intervinieron en la labor artesanal exigiendo prestaciones para los trabajadores, un hecho que los dueños de talleres padecieron ante el aumento de las cargas fiscales, por lo que muchos optaron por cerrar o reducir el número de trabajadores. Esto fue un factor decisivo para que la mayoría de los artesanos desempleados comenzara a trabajar en sus casas con ayuda de su familia, generando una sobreoferta de productos que los compradores mayoristas aprovecharon, pues esto les dio la oportunidad de fijar los precios según sus intereses, lo que originó una problemática que los antiguos dueños de talleres rechazaban: comprar piezas por gramo y no por valor, tiempo y técnica que el artesano platero imprimía a sus objetos. A partir de ese momento, los artesanos comenzaron a abaratar sus piezas y a reducir la calidad de las mismas. No obstante, la industria platera de Taxco no ha parado de sufrir golpes; en los años más recientes se ha mermado su existencia por distintas circunstancias:

- En 2007 se cerraron las minas de plata del municipio provocando

que los artesanos recurrieran a otros lugares como Zacatecas para conseguir la materia prima, por lo cual los costos de compra y traslado son altos y difíciles de pagar (Pavón, 2007).

- Desde el año 2010 se ha visto un aumento considerable en el precio de la plata debido a las condiciones y los movimientos del mercado de metales preciosos en el mundo (El País, 2020).
- Para sobrellevar estos problemas, en 2011 se introdujeron a los mercados tradicionales del pueblo piezas de bisutería exportadas de China, las cuales han llegado a ocupar hasta el 80 % de la oferta (Pavón, 2007).

Este panorama ha provocado que el sector joyero tradicional taxqueño atraviese una grave crisis ocasionada por la disminución de ventas dentro de los talleres artesanales en vista de la pérdida de valor que han tenido estos productos ante la sociedad, de ahí que este oficio ya no sea rentable para los joyeros tradicionales. La suma de estos factores ha generado la imposibilidad de renovación debido al desconocimiento de tendencias de diseño en la joyería actual, el poco interés por crear conexiones con los nuevos mercados a través del valor agregado y la nula oportunidad de diversificar las artesanías a través de una identidad propia para tener diferenciación con el resto de la oferta asiática en Taxco.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

(R)EVOLUCIÓN, REVALORIZACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

La industria de la moda es un sector que cambia continuamente

te y este oficio no se excusa de sufrir cambios, es por ello que el Consejo de Joyería Responsable (Responsible Jewelry Council, 2020) impulsa dos ejes sobre los cuales la joyería contemporánea debe establecerse. El primero destaca una propuesta de valor del oficio del artesano, debido a la tendencia de mercado que indica el regreso a la joyería tradicional, la cual toma en cuenta el *made-to-order* (hecho a la medida) como modelo de producción; dentro de éste también se rescata el valor del oficio de joyero para evitar la industrialización y la sobreexplotación de materiales y trabajadores. El segundo eje son la calidad y atemporalidad en la búsqueda constante del consumo responsable y consciente para materializar piezas con diseños que no pasen de moda, lo que revaloriza la principal característica de la joyería: la perpetuidad.

Ante tal situación, es de suma importancia volver a reconocer la cosmovisión y el legado de los artesanos plateros de Taxco, a través del desarrollo de metodologías y estrategias que les permitan formular una cultura de la innovación. El objetivo es rescatar el oficio del artesano joyero tradicional que se desvanece poco a poco (De Dios, 2019) y estructurar un acercamiento entre artesanos y líneas de diseño contemporáneo que permita reposicionar la platería taxqueña para tener un acercamiento con nuevos mercados y la aceptación dentro de ellos, lo que puede impactar de manera positiva en su calidad de vida. El resultado de esta visión podrá ayudar al fortalecimiento de la comunidad local para conocer las necesidades reales en el espacio (físico y virtual), fomentar el intercambio de ideas y conocimiento mediante un acercamiento entre diseñadores y artesanos, transmitiendo el

Know How cultural que exalta lo local, y acortar el rezago tecnológico para innovar dentro de un mercado sumamente competitivo. Los artesanos están lejos de permitirse demostrar sus capacidades y potencial como maestros joyeros (SEFODECO, 2019), en aras de que sus productos respondan a las necesidades del mercado actual mediante una identidad diferenciadora.

Es aquí cuando el diseño, como disciplina, puede jugar un papel fundamental en la planificación y desarrollo de esta prospectiva para productos y servicios; con ello se puede facilitar el encuentro entre la creatividad y el negocio con base en el sector artesanal platero de Taxco. A través de un instrumento de percepción artesanal, se obtuvieron los elementos que contextualizaron los parámetros impuestos por los mismos artesanos en cuanto a necesidades y soluciones de su oficio. Las tendencias de diseño de joyería contemporáneo y el diseño hecho en México favorecen a los productores taxqueños, por lo que el objetivo principal es trazar una estrategia para revalorizar el trabajo artesanal y dar pauta a la integración de los artesanos plateros de Taxco a nuevos mercados. Ante ello, se tienen como objetivos específicos:

- Analizar y caracterizar las problemáticas que afectan a los artesanos plateros por medio de la empatía para generar una estrategia que se adecue y adapte a sus necesidades reales.
- Propiciar la apertura hacia una cultura de la innovación en los artesanos plateros a partir del empoderamiento, aprendizaje, asimilación y aplicación de las tendencias actuales de diseño en plata.

- Trabajar en conjunto con los artesanos plateros para crear joyería con base en las tendencias de diseño actuales, a fin de diversificar la oferta dentro de los talleres artesanales e iniciar la apertura de nuevas oportunidades en el mercado.
- Validar los resultados de la estrategia con un instrumento para determinar si la diversificación de productos artesanales representa la integración de los artesanos plateros a nuevos mercados.

Un aspecto fundamental es la innovación social, la cual busca dar nueva visión a las problemáticas sociales a partir de la implementación de herramientas de diseño. Cloutier (2003) establece que la innovación social es una respuesta nueva a la situación social que es juzgada como insatisfactoria. Estas nuevas ofertas permiten el desarrollo de proyectos con interés social sobre el diseño estratégico y de producto. Los artesanos de Taxco conocen sus debilidades y oportunidades por lo que el desarrollo de una estrategia de innovación en productos artesanales de plata permite revalorizar el trabajo artesanal para la integración de los artesanos a nuevos mercados.

El centro IDEO (2021) menciona que el pensamiento de diseño debe su enfoque a la generación de innovación, centrando su causa en el ser humano, ya que se basa en un conjunto de herramientas para integrar las necesidades de las personas con las posibilidades de la tecnología y los requisitos del éxito empresarial. A estos fundamentos se suma el British Design Council (2018), debido a que incluyen los principios clave y los métodos elegidos para la generación de una cultura del trabajo ideal, necesaria para lograr un cambio positivo, significativo y duradero. La Figura 1 divide el desarrollo de la estrategia en dos vertientes: diseño de productos y servicios. Durante las etapas de empatizar y definir se utilizaron las herramientas indicadas para que el acercamiento con los artesanos fuera más eficiente, mientras que, para las siguientes etapas, idear, prototipar y probar, fue necesaria la materialización de productos con los cuales experimentar y validar los objetivos de la investigación.

METODOLOGÍA DE DISEÑO

DESIGN THINKING Y DOUBLE DIAMOND PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIA

La metodología utilizada para desarrollar la presente investigación tiene como base principal el pensamiento de diseño (*Design thinking*) (IDEO, 2012) y abarca las cinco etapas que lo constituyen: empatizar, definir, idear, prototipar y probar. Bajo este mismo diseño se integran algunos métodos del Doble diamante en su enfoque para el desarrollo de servicios (*Double diamond: for service development*) (British design council [BDC], 2018) con el propósito de establecer un híbrido que permita enriquecer el desarrollo de las primeras cinco etapas antes planteadas (ver Figura 1).

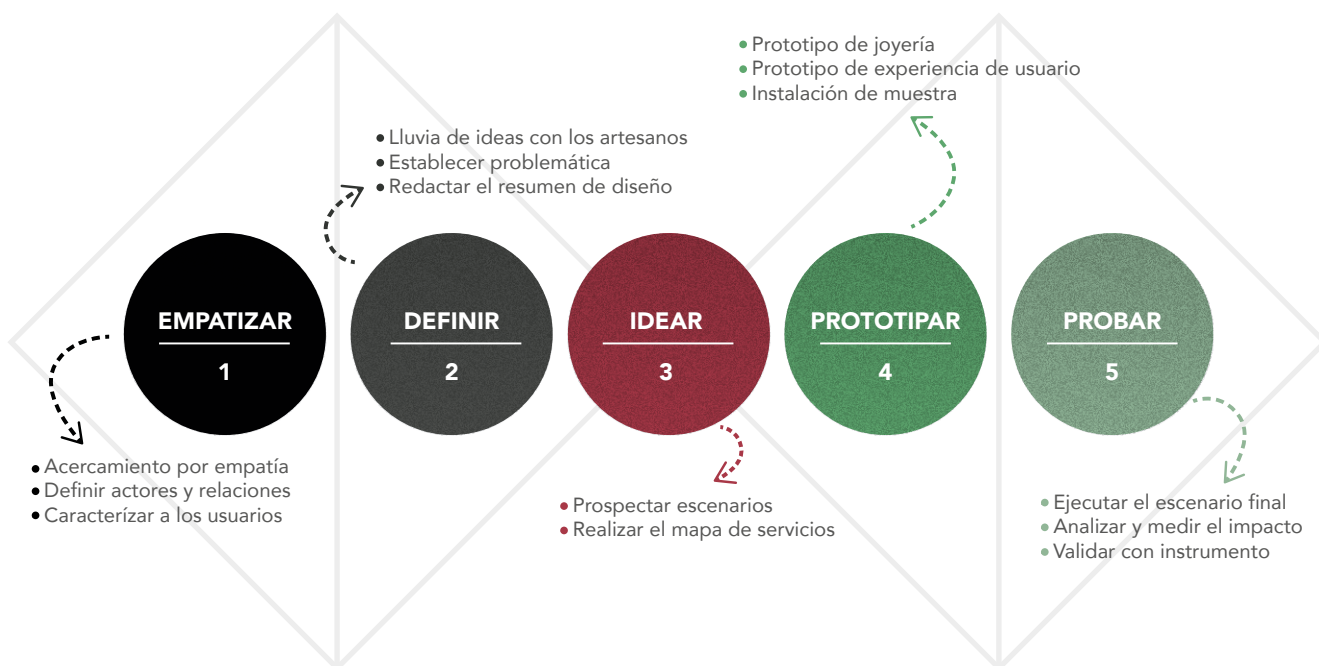


Figura 1. Metodología de Diseño (Adaptado por autor, 2021).

ETAPA 1: IDEAR

Esta etapa marcó el inicio del proyecto en el que se desarrolló una epistemología basada en la generación de soluciones a partir de las necesidades expresadas por los artesanos plateros de Taxco. El *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad del FONART (2020)* contiene la matriz DAM, en la cual se obtuvo como resultado la pertinencia del proyecto al definir el producto resultante de la estrategia como artesanía (ver Anexo 1).

Se identificaron y documentaron las relaciones de los actores principales partícipes en el proceso de la artesanía de plata mediante el análisis del entorno a través de entrevistas y encuestas con los artesanos y los compradores de joyería. Los resultados de esta documentación permitieron realizar la "Caracterización de usuario" (*User person*) (BDC, 2018), donde se vació la información obtenida para establecer un personaje con características similares que representó a la comunidad artesanal y otro al usuario meta (ver Figura 2).

ETAPA 2: DEFINIR

Durante esta etapa comenzó la conceptualización de la estrategia. En este punto se buscó que los artesanos aportaran y sugirieran posibles soluciones a las diatribas detectadas en la etapa anterior a través de una "Lluvia de ideas" (*Brainstorming*) (BDC, 2018). El resultado de esta participación se presenta en la Figura 3.

Las ideas planteadas en el ejercicio anterior permitieron el desarrollo del "Resumen de diseño" (*Design Brief*) (BDC, 2018). En este documento se estableció el reto de diseño, los objetivos a corto,



Figura 2. Resultados de la "Caracterización de usuario" (Elaboración propia, 2021).



Figura 3. Resultados de la "Lluvia de ideas" (Elaboración propia, 2021).

mediano y largo plazo, así como las limitaciones, presupuestos y plazos temporales a seguir con la finalidad de analizar los posibles escenarios de la estrategia en su inicio, desarrollo y final.

ETAPA 3: IDEAR

El análisis de los posibles escenarios dio como resultado el "Mapa de servicios" (*Blue service map*) (BDC, 2018), en donde se reunieron

los conceptos clave y puntos de contacto sobre las necesidades y requerimientos reales que tienen los compradores de joyería provenientes de nuevos mercados (obtenidos en la fase de definir). Con lo anterior se establecieron las bases para actualizar la experiencia de producto y compra, dando como resultado la incorporación de una nueva estructura estética para recuperar los valores de la joyería artesanal como

objeto de diseño, incluyendo la necesidad de ornamento e identidad, lo que proyecta este tipo de objetos de manera atemporal y heredable. Esto significó un adecuamiento de procesos y técnicas y la implementación de tendencias actuales de diseño en plata que los artesanos plateros usaron para instaurar un nuevo diálogo hacia el diseño contemporáneo y la revalorización de su oficio (ver Figura 4).

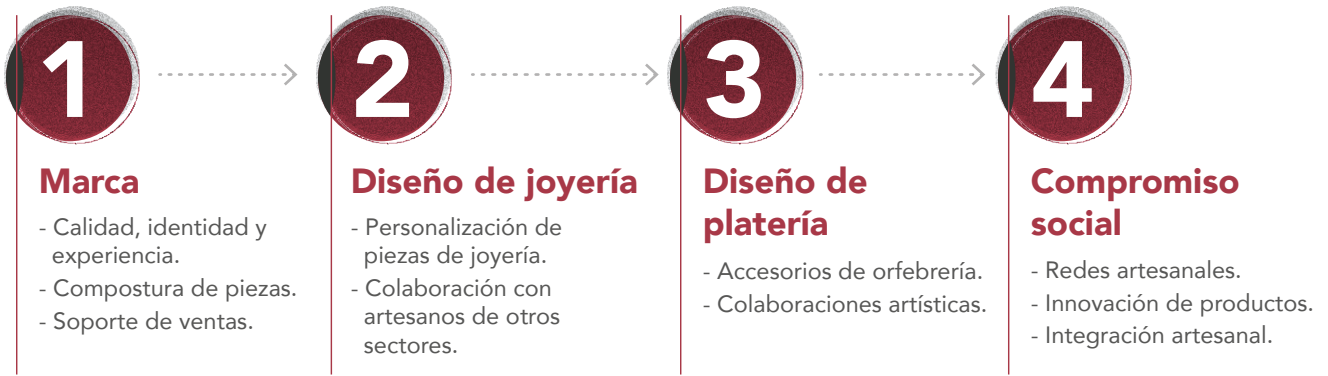


Figura 4. Diseño de la estrategia por etapas (Elaboración propia, 2021).

Para este momento se estableció el desarrollo de un encuentro entre diseñadores y artesanos de manera teórica y práctica en modalidad presencial dentro de los talleres artesanales. Con apoyo de la M.D.E. Adriana Gama Márquez,

docente de diseño de joyería en la Facultad de Arquitectura y Diseño UAEMéx, se realizó la planificación del programa de estudio para la ejecución de dicho encuentro, procurando que los temas y acuerdos se adecuaran a las capacidades

tecnológicas, tanto de los talleres artesanales como de los manuales de los artesanos (ver Anexo 1). Finalmente y con los resultados obtenidos en las fases anteriores, se obtuvo el diseño de estrategia como se muestra en la Figura 5.

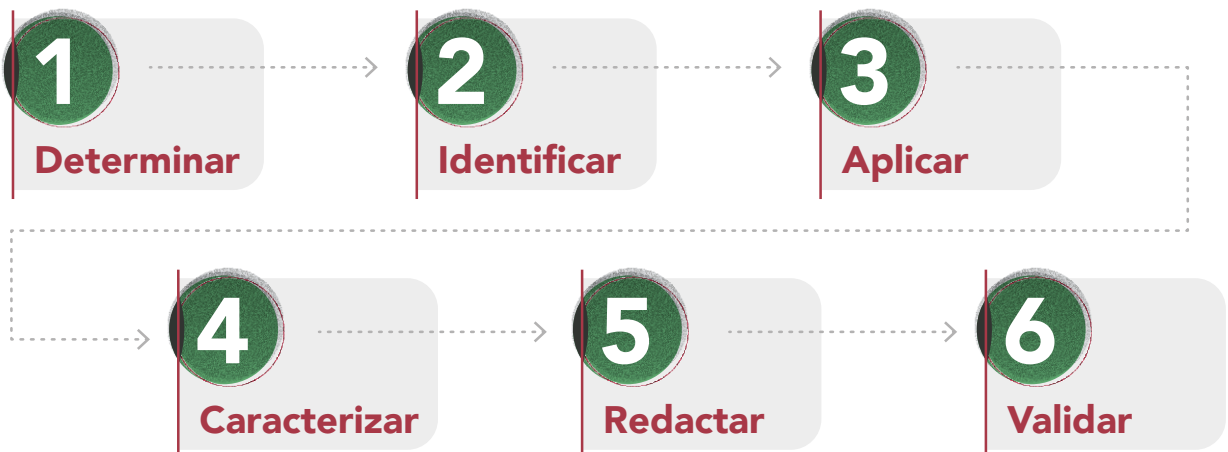


Figura 5. Diseño de la estrategia por etapas (Elaboración propia, 2021).

1. **Determinar sujetos de prueba:** se identifica a los prospectos de prueba, se acude a las instalaciones (talleres) para dialogar con los líderes y representantes de la comunidad joyera y finalmente se presenta el proyecto.
2. **Identificar problemáticas con respecto a nuevos mercados:** se realizan entrevistas a los sujetos bajo una guía específica y con los instrumentos necesarios. Al final de ello se redactan las conclusiones de esta actividad.
3. **Aplicar cuestionario al mercado meta:** se identifican los compradores potenciales de joyería provenientes de nuevos mercados y se aplica el cuestionario sobre necesidades específicas.
4. **Caracterización de usuarios, artesanos y mercado meta:** se identifican las características similares de ambos grupos. En los primeros se identifica la capacidad tecnológica, el dominio de técnica y los procesos de manufactura, a su vez, se conocen las cuestiones administrativas y jerarquías y los organigramas de cada taller participante. En los segundos se establecen los hábitos de compra, los nichos a los que pertenecen, las tendencias que buscan en este tipo de productos, su motivo de compra y el proceso de compra que realizan.
5. **Redactar Brief de diseño y mapa de servicio:** se establecen los objetivos del encuentro, duración y método de enseñanza; se analizan los temas para realizar el programa de estudio; se instala la forma de evaluación del curso, del cual se obtendrán evidencias y reconocimientos; y se somete a

juicio la joyería realizada (prototipos).

6. **Validar:** finalmente, se corroboran los productos resultantes del encuentro a través de un cuestionario con el mercado meta y se analizan las ventas de los talleres a partir de la creación de esta nueva artesanía.

ETAPA 4: PROTOTIPAR

El encuentro entre artesanos se plantea a partir de la necesidad del reconocimiento profesional de la actividad de joyero tradicional, en el cual los participantes aprendieron sobre tendencias, tecnologías y novedades de diseño en plata con el fin de actualizar los parámetros que estos dominan. Del mismo modo, se manejaron conceptos como la diversificación, la apertura de negocio, el empoderamiento y los estándares de calidad. El objetivo del encuentro se instauró con la primicia de desarrollar

propuestas de joyería desde el punto de vista conceptual, técnico, simbólico y de mercado a través de representación y presentación de proyectos con alto sentido humanista, ético y estético para diseñar productos del tipo ornamental. La duración del encuentro fue de 15 días, 3 horas por día, y se estableció que durante los primeros cinco días se introdujeran los conceptos teóricos y finalmente, los diez días restantes, se implementaran los conceptos prácticos. Dicho curso fue realizado en las instalaciones del Taller Jaimes, Alfredo's Taller y Taller Leya's en compañía de 13 artesanos. Se inició el día 25 de abril y se finalizó el día 13 de mayo de 2022 (ver figura 6).

Una vez materializadas las piezas de joyería, se realizará una muestra a partir del método "Experiencia de prototipo" (*Experience prototyping*) con una pequeña muestra de la población de mercado meta que consiste en un cuestionario de evaluación para



Figura 6. Encuentro artesanal (Orlando Pérez, 2022).



A)



B)

recibir retroalimentación sobre las piezas resultantes del encuentro artesanal; en caso de que éstas no cumplan con el objetivo planteado en la fase de definir, se someterán a retrabajo para adecuarlas a las exigencias obtenidas. Al mismo tiempo se iniciará con las pruebas de consolidación de marca comunitaria (Hecho en Taxco), tienda en línea y producción de la campaña publicitaria (ver Figura 7).

ETAPA 5: PROBAR

Una vez que se cumplan totalmente los requerimientos estéticos establecidos por el mercado meta sobre los prototipos, se empleará el método de "Escenario final" (*Final scenario*) (BDC, 2018). En conjunto con la marca colectiva, el desarrollo de plataformas digitales y la campaña publicitaria, se pretende revitalizar la experiencia de usuario a partir de la incorporación de la inclusión como medida de atracción a nuevos mercados nacionales e internacionales. Se implementarán estrategias de difusión y se llevará a cabo la inserción de los productos en los talleres locales, ejecutando así una diversificación concéntrica como agente diferenciador. La entrega final contempla la validación del proyecto con base en una escala de Likert que permita determinar si existe un nuevo enfoque de diseño para el joyero tradicional ante los nuevos mercados.



Figura 7. A) Colección LOVERS B) Colección LOVERS.
(Orlando Pérez, 2022)

CONCLUSIONES

LA NUEVA ARTESANÍA DE TAXCO

Los artesanos plateros de Taxco son grandes maestros joyeros, asumen sus debilidades y conocen aspectos de innovación tecnológica que pretenden incorporar a sus procesos de manera continua; no obstante, la implementación de diferentes tecnologías que revitalicen su trabajo sigue siendo un obstáculo ante la falta de motivación para destacar en el mercado nacional e internacional de la joyería. Si bien existe la apertura, pues estas ventajas pueden significar colaboraciones con diseñadores industriales o artistas que les permitan adentrarse a otro tipo de mercados, faltan las ganas de hacerlo realidad.

La implementación de las tendencias actuales representa para ellos la posibilidad de diversificación de la oferta para hacer frente a la piratería china que inunda los mercados tradicionales; incluso podría significar ganancias económicas para ellos y sus familias.

El final de este proyecto enmarca a los artesanos plateros de Taxco, sin embargo la estrategia diseñada para este fin puede replicarse en diferentes comunidades del país con problemáticas similares con el fin de fortalecer a la comunidad artesanal, al recuperar las técnicas tradicionales y generar una relevancia para dicha región. Estos nuevos productos o artesanías también pueden generar conexiones con artesanos de otra índole, combinando así herencias culturales que permitan la revalorización completa de la actividad artesanal en cada punto del país con mirada fija a lo contemporáneo y los nuevos mercados.

BIBLIOGRAFÍA

- British Design Council. (2018). *Design methods for developing services*. Double Diamond Methodology. Recuperado de: <https://www.designcouncil.org.uk/resources/guide/design-methods-developing-services>
- Cloutier, J. (2003). *Qu'est-ce que l'innovation sociale?* Québec, Canadá.
- De Dios Palma, A. (2019). *Se desvanece la tradición platera en Taxco*. El Universal. Recuperado 15 de agosto de 2021, de <https://www.eluniversal.com.mx/estados/se-desvanece-la-tradicion-platera-en-taxco>
- Enciclopedia Guerrerense: Guerrero Cultural Siglo XXI. (s. f.). *Platería de Taxco*. Portal del Gobierno del estado de Guerrero. Recuperado 30 de octubre de 2020, de <http://guerrero.gob.mx/articulos/plateria-de-taxco/>
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. (2010). *Artesanías y medio ambiente*. FONART. Recuperado 28 de febrero de 2021, de <https://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/librosDig/pdf/Artesaniay-MedioAmb.pdf>
- IDEO (2012). *Design Thinking*. Design Thinking en Español. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español. <https://www.ideo.com/inicio/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2017). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Mallet A. [FAD Taxco]. (2020). *Ana Elena Mallet: Joyería en México, un panorama contemporáneo* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=674vLxYbYk&t=1806s>
- País, El. (2020). *La plata marca el precio más alto de su historia por la caída del dólar*. EL PAÍS. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2020/04/25/actualidad/1303716778_850215.html
- Pavón, A. (2007). *Minera México anuncia cierre de la mina de Taxco, Guerrero*. La Crónica. Recuperado de: <https://www.cronica.com.mx/notas/2007/324814.html>
- Responsible Jewellery Council. (2020). *RJC Member Certification • COP 2019 •*. Recuperado 15 de agosto de 2021, de <https://www.responsiblejewellery.com/standards/code-of-practices-2019/>
- Ruiz Avilés, R. (2020). *Se recrudece la crisis al gremio platero en Taxco por el incremento a insumos*. La Jornada Guerrero. Recuperado de: <https://www.lajornadaguerrero.com.mx/index.php/turismoyeconomia/item/12237-se-recrudece-la-crisis-al-gremio-platero-en-taxco-por-el-incremento-a-insumos>
- SEFODECO. (2019). *Guerrero necesita gratificar la identidad de los artesanos guerrerenses*. *Periodico Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero*, 3-15.
- Sennett, R. (2006). *La Cultura del Nuevo Capitalismo* (1.a ed., Vol. 1). Editorial Anagrama. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/838/83813159029.pdf>



MATRIZ DE DIFERENCIACIÓN ENTRE ARTESANÍA Y MANUALIDAD (MATRIZ DAM)

Nombre del productor: Artesanos plateros de Taxco Empresa
Organización o taller: Asociación de plateros unidos de Taxco
Comunidad: Taxco de Alarcón Estado: Guerrero y Querétaro, México
Producto a evaluar: Joyería de plata
Materia prima: Plata .925

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	PUNTUACIÓN				VALOR (A)	PRIORIZACIÓN (B)	TOTAL (A*B)	
	4	3	2	1				
ORIGEN DE LA M.P. (PRINCIPAL O INICIAL)	Natural	Natural (procesado o industrial)	Artificial		4	7	28	
OBTENCIÓN DE LA M.P. PRINCIPAL O INICIAL	Siembra/Cría/Manejo	Recolección/Extracción	Reciclaje	Compra	3	3	9	
FORMA DE ELABORACIÓN DE LA PIEZA	Creación total de la pieza	Engarzado o cosido a mano	Engarzado o cosido con máquina	Ensamble con pegamento industrial (incluye vaciado en moldes y solo decorado)	4	10	40	
HERRAMIENTAS	Manuales (incluye agujas tradicionales, máquina de pedal, tornos, moldes tradicionales y herramientas hechas por el productor o un especialista local)	Herramientas adaptadas por el productor o alguien de la región	Maquinaria eléctrica	Herramientas comerciales	4	11	44	
TEÑIDO/PINTADO	Colorantes, pigmentos naturales/al natural y esmalte para vidriado		Material adquirido con color	Pinturas industriales	4	6	24	
TIEMPO DE ELABORACIÓN (INCLUIR LAS HORAS DE LOS PROCESOS)	Más de 24 horas	De 9 a 24 horas	De 5 a 8 horas	Hasta 4 horas	4	8	32	
DISEÑO DEL PRODUCTO	Tradicional (Respetando forma, color e iconografía de su grupo)	Tradicional con innovación	Nuevo/Neoartesanía	Estilos	3	20	60	
REPRESENTABILIDAD	Localidad/Región	Estado	País	No es representativo	3	20	60	
USO DEL PRODUCTO	Ceremonial	Utilitario	Decorativo/Utilitario	Solo decorativo	3	2	6	
DIVISIÓN DEL TRABAJO	Por género o por edad	Por especialidad	Individual (Todo el proceso lo realiza una sola persona)	Sin división	4	2	8	
TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO	Herencia familiar/Legado cultural	Capacitación impartida por una institución o persona externa (diseñador, comercializador o desarrollador de productos)	Autoaprendizaje (incluye cursos en escuelas con duración de hasta 1 año)	Cursos (En tiendas, ferias, exposiciones y revistas)	4	9	36	
Si el producto pertenece a un grupo étnico que elabora un producto tradicional con innovación, agregar 20 puntos más							TOTAL:	347
TOTAL GENERAL								

De 100 a 220 puntos: Manualidad

De 221 a 279 puntos: Híbrido

De 280 a 420 puntos: Artesanía