

Título: Los derechos del autor en el ámbito cultural del diseño de artesanía

Autores: Mtra. Ana Larisa Esparza Ponce, Mtro. José Luis Rubén García Soriano, Mtra. Graciela Mayagoitia Viramontes. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Tonalá, Departamento de Humanidades & Artes. Tonalá, Jalisco, México.

Email:

ana.esparza@academicos.udg.mx
jluis.garcia@cutonala.udg.mx
graciela.mayagoitia@cutonala.udg.mx

Resumen

La Organización Mundial de la Propiedad Industrial e Intelectual divide sus ámbitos de competencia básicamente en dos bloques, el *registro de marcas y patentes*, y el de los *derechos de autor*. El problema que enfrenta el diseño en el ámbito de la artesanía es que ambos responden a un sistema que “*privatiza*” el conocimiento, por lo que resulta particularmente complejo tratar de brindar algún tipo de protección a la obra artesanal. Esta última, heredera de una tradición yacida en la colectividad y el imaginario de los pueblos, por lo que es difícil trasladar esa figura mistificada, para que forme parte de la formalidad de un catálogo mercadológico, el cual responde más bien a un entorno comercial y privado.

Objetivos del trabajo

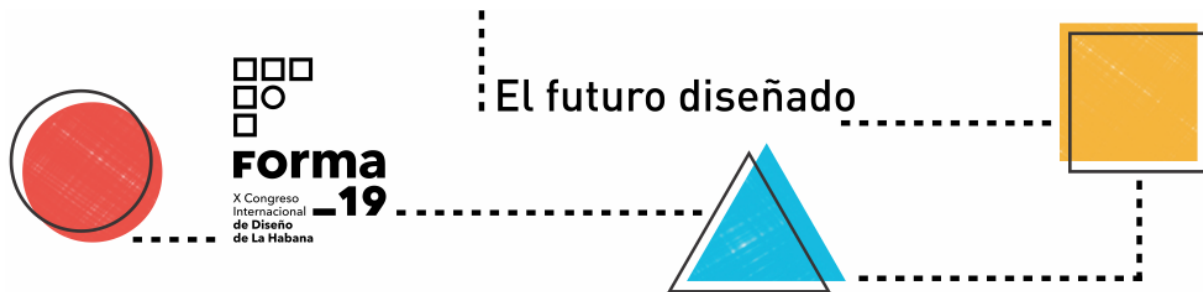
Se pretende que este trabajo ofrezca una guía simple en cuanto a las posibilidades reales de protección, para ser aplicado en el sector artesanal y que así los nuevos diseñadores puedan transitar con mayor naturalidad en un circuito de colaboración.

Método y medios utilizados

Mediante el estudio de casos y de las leyes aplicables en materia de los derechos del autor, se pretende conocer a fondo el marco normativo vigente a fin de detectar áreas de oportunidad.

Resultados y conclusiones

Integrar un informe que le permita al diseñador obtener visión amplia acerca de la aplicación del derecho de autor y su implicación en la tradición, los simbolismos, los usos y costumbres y la propia cosmovisión de los pueblos.



1. Introducción

«Mientras el Hombre respire en la Tierra, seguirá fiel a su vocación de conocimiento de construcción, de fraternidad. Inepto a negarse, se obstinará en afirmarse, inventando, creando, anhelando, sirviendo, amando: siendo» (Jean Rostand, citado por André Ricard). (Ricard, 2017).

El impulso creativo, en sus diferentes manifestaciones, siempre ha motivado a la humanidad. Estas manifestaciones se rigen por el anhelo al cambio, a la evolución, y por lo que repercuten, a la adaptación constante a los nuevos entornos creados. Por lo tanto, los resultados de la cultura material son motivados por la voluntad intencionada de superación a lo heredado y el deseo de trascender. De acuerdo con Andre Ricard “donde no hay creación, no hay evolución posible”. (Ricard, 2017).

La pauta es ejemplificada por la misma naturaleza donde constantemente surgen cambios y sus múltiples posibilidades reproductivas permiten millones de variaciones. Un diseñador tiene exactamente la misma oportunidad de mezclar variables dando lugar a posibilidades ilimitadas en sus creaciones.

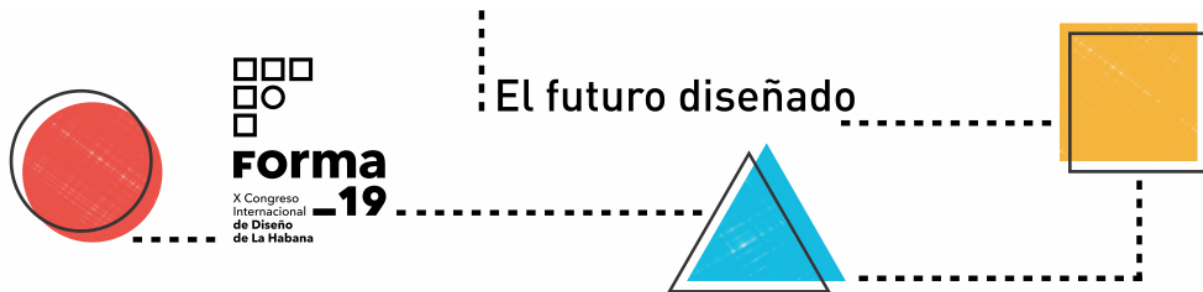
Tenemos por otro lado la figura del artesano, cuya disciplina generalmente no es reconocida en los circuitos del diseño, sin embargo, el artesano plasma en su obra el resultado inequívoco de su propia metodología de diseño. México no ha escapado del todo ante las influencias que marcan las tendencias actuales, algunos artesanos se han preocupado por establecer un discurso local que dota de identidad a sus comunidades, pero esto es apenas un pequeño esfuerzo, ante un campo tan fértil como lo es, el denominado nuevo diseño de la artesanía mexicana.

Al igual que el diseñador profesional, los productos del artesano, responden a dinámicas similares en el cumplimiento de requisitos de funcionalidad, utilidad y forma. Ambos productos, el del diseñador y el del artesano se enfrentan día a día a los embates propios de la comercialización voraz de nuestros tiempos, solo que el proveniente del ámbito artesanal, en clara desventaja, en términos de protección de derechos de propiedad, ya sea intelectual o industrial.

Actualmente es común que las grandes firmas de diseño, así como diseñadores independientes, e incluso las mismas universidades, volteen su mirada a las tradiciones artesanales en una búsqueda por ampliar sus horizontes creativos. Un caso reciente es el de la participación del British Council en México¹, quienes llevaron a cabo en 2017 el proyecto denominado: “*Crafting Futures México*”, donde diseñadores británicos trabajaron en conjunto con familias de artesanos mexicanos a fin de generar artículos de barro rojo y palma, mismos que fueron expuestos en el Museo Franz Mayer de la Ciudad de México.

“El principal objetivo de la residencia fue investigar nuevas metodologías en el uso del diseño como herramienta para generar cambio social. El integrar conocimientos de disciplinas como el diseño industrial y gráfico a la producción de artesanos

¹ La organización internacional del Reino Unido para las relaciones culturales y las oportunidades educativas.
<https://www.britishcouncil.org.mx>



profesionales, les permitirá innovar y renovar sus obras, así como expandir sus oportunidades de comercialización”, explicó Pamela Zúñiga, gerente de proyectos de arte del British Council en México. (21 & Limon, 2017)

Otro caso reciente fue el del diseñador francés Christian Louboutin² quien en el mismo año 2017 lanzó una colección de bolsos en colaboración con artesanas indígenas mayas, bolsos que superaron los mil dólares en su precio final y cuya distribución de las ganancias no quedó del todo clara ante la prensa internacional.

Entendemos que la existencia de nuestra especie depende, de alguna manera, de la creatividad humana y de su poder de crear para mantener nuestra supervivencia en la búsqueda del bienestar. Los objetos se vuelven la huella del hombre, su intelecto y cultura desarrollada, además, vehiculan información y son una muestra de los recursos disponibles y los avances tecnológicos de una época.

Sin embargo, casos como los anteriores no solo exponen las desigualdades a la que las culturas tradicionales se encuentran expuestas, sino también exponen la poca preparación del diseñador en términos de identificar las fronteras y límites entre los procesos creativos y la transgresión en terrenos culturalmente complejos, llenos de simbolismos, imágenes e iconografías pertenecientes al desarrollo de los pueblos y sus rituales ceremoniales.

De aquí la necesidad de profundizar en el tema de los derechos del autor en los ámbitos del diseño de artesanía, a fin de sensibilizar en la forma en que se debe procurar un respeto por las tradiciones artesanales y el arte popular.

2. Simbolismos, Diseño y Cultura

A lo largo del tiempo, en la creación de objetos hay aciertos y desaciertos. Aquellos objetos que aún existen en la actualidad y fueron creados en épocas pasadas, como la propia artesanía, hablan de un acierto, de una aceptación, ya sea por su utilidad o por su admirada belleza. Haciendo referencia nuevamente a palabras de André Ricard: “todo lo vivo, si ha de sobrevivir, ha de estar capacitado para asumir su medio”, (Ricard, 2017).

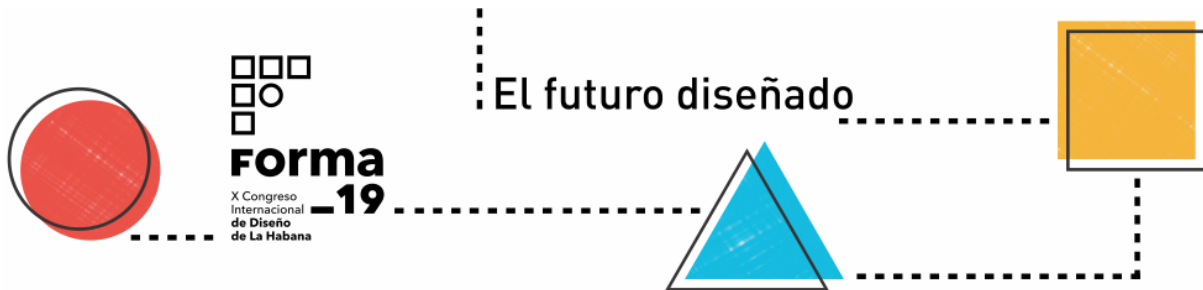
Si llevamos esta idea al mundo objetual, habría que hacer referencia a que el éxito de los productos recae en el profundo análisis y estudio cultural del entorno para entender y respaldar la demanda integral del usuario.

Norberto Chaves hace referencia a que la falta de éxito en la producción de objetos no es debido a una falta de teoría en términos de diseño, sino, a una falta de cultura, (Chaves). Si el diseñador no conoce su entorno y a sus habitantes, difícilmente propondrá productos que tengan éxito y que respeten los códigos culturales, así como el simbolismo implícito.

“Un signo es una parte del mundo físico del ente; un símbolo es una parte del mundo humano de la significación”. Nos dice Ernst Cassirer, (Cassirer, 1944).

El antropólogo Clifford Geertz concibe la cultura como un sistema de símbolos. Este mismo

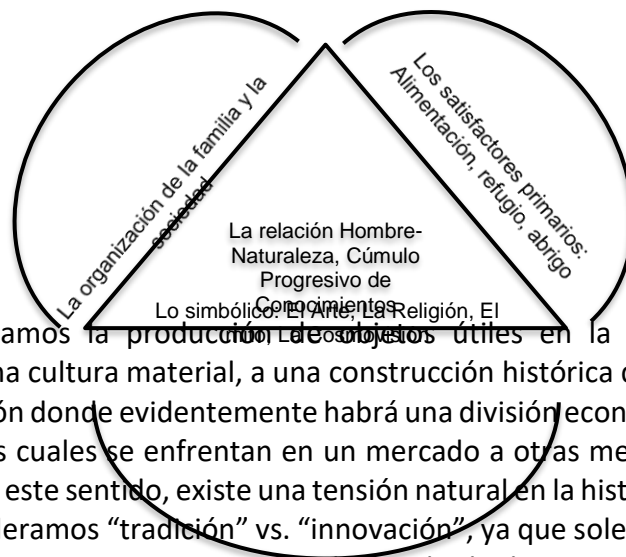
² Diseñador de moda francés cuyo calzado de tacón de aguja de alta gama incorpora suelas de lacado rojo brillante que se han convertido en su firma.



autor le dio nacimiento a la “antropología simbólica” que, a su vez, describe a la cultura como “una ciencia interpretativa que busca significaciones”, (Geertz, 2003).

Clifford Geertz apunta a que como ser humano es necesario tener “fuentes de iluminación simbólicas”, es decir, establecer significados en las acciones para entender sus propios entornos. Geertz también hace referencia en que analizar la cultura no se debe de convertir en una búsqueda de leyes homogeneizadoras, si no, en la interpretación de los significados. (Geertz, 2003).

De acuerdo con la antropóloga mexicana Marta Turok el hombre ha sometido a la naturaleza de manera progresiva, lo que significa que ha sabido aprovechar descubrimientos accidentales y hallazgos para enriquecer el cúmulo de conocimientos que tiene sobre su entorno natural y aprovecharlo en su beneficio. (Turok, 1988). Lo anterior se puede apreciar en su figura “La conformación de la cultura”, Figura 1:



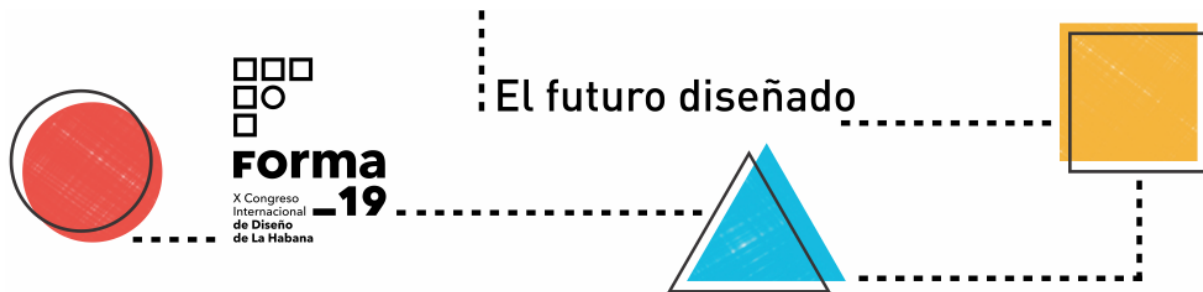
Cuando analizamos la producción de los objetos útiles en la vida cotidiana, decimos que pertenece a una cultura material, a una construcción histórica que involucra una tecnología y una cosmovisión donde evidentemente habrá una división económica en conjunto con valores del cambio, los cuales se enfrentan en un mercado a otras mercancías y adquieren un valor económico. En este sentido, existe una tensión natural en la historia de la humanidad respecto a lo que consideramos “tradición” vs. “innovación”, ya que solemos pensar en tradición como algo estático, pero justamente tratarse del resultado de un cúmulo de conocimientos.

Figura 1. La conformación de la cultura

En este contexto, debe (Turok) implica la modernidad en el ámbito de la producción artesanal, y así poder intervenir de manera más natural y orgánica, a fin de satisfacer las necesidades de consumo en plena concordancia con las tradiciones y respetando siempre el perfil ideológico de las propias comunidades.

Como ya lo mencionamos, hay objetos, tanto de carácter artesanal como industrial, que se posicionan como simbólicos y se convierten en icónicos vehiculando información de una época a otra. En ocasiones, estos objetos producen cambios de perspectiva y rompen con paradigmas. Un ejemplo claro fue el IPOD el cual, para los sociólogos, marcó una época y a su mercado consumista. Además, les dieron su propio significado a las iniciales dando una definición de esta generación como: insecure, pressured, overtaxed, debt-ridden, (insegura, presionada, agobiada a impuestos y altamente endeudada). (Wilson, 2006).

El IPOD también marcó una tendencia de diseño influyendo a otras marcas para adoptar sus



características ideológicas, estéticas y funcionales. Por otro lado, comprar productos de Apple se ha convertido en dar gusto a una aspiración de pertenencia y la aceptación a un grupo.

Los objetos participan en la creación de una imagen cultural popular y se convierten en parte del imaginario y de la identidad de la región en donde y para cual fue creada. Ejemplo de esto son las casetas telefónicas británicas rojas que, a pesar del avance tecnológico y su mínimo uso, siguen presentes por ser iconos que identifican a las ciudades de esta región.

El enfoque simbólico debe estar en los primeros renglones de la lista cuando un diseñador trabaja en la creación de productos. El considerar estos aspectos, garantiza una mejor aceptación por la identificación y el sentido de pertenencia que envuelve al usuario. Hoy en día es necesario contar con la asesoría y la aportación de sociólogos y antropólogos que ayudarían a entender mejor la cultura y las necesidades simbólicas, además de las funcionales, de una sociedad. Es decir, antes de involucrarnos en datos crudos y globales a la hora de diseñar, lo ideal es primero adentrarse totalmente en la cultura y el entorno del cliente o del mercado al que hay que dirigir los productos, sentarse a leer de historia, detectar valores, creencias, deseos, aspiraciones, comprender y hacer empatía, etc. Sin duda, si el proceso de diseño comienza de esta manera, se definiría mejor el camino correcto hacia la solución de un diseño.

Un objeto siempre va a hablar de su autor y del consumidor. Remiten valores de sentido de pertenencia, de ser y de existir. El ser humano tiene la capacidad de admirar aquello que lo representa y que lo transporta a sentir emociones.

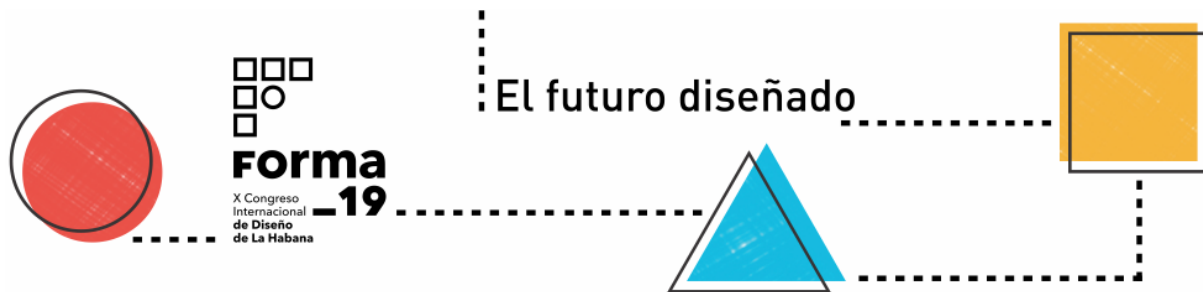
Esta necesidad de integrar dentro de las propuestas aspectos sociológicos y antropológicos, además de funcionar para la creación de nuevos lenguajes, es necesario también para entender y respetar aspectos culturales e identitarios de generaciones pasadas. Si hay un entendimiento profundo de ellos, el diseñador sería consiente y respetuoso al hacer uso de signos y símbolos creados con anterioridad. Es decir, si un diseñador decide hacer uso de estos lenguajes debe conocer su origen y poseer la intención de dignificar y de dar crédito a los creadores rompiendo con los plagios que distorsionan los significados.

El mundo contemporáneo encamina a la homogeneización, a la pérdida de la identidad y del valor al simbolismo cayendo en una despersonalización por la prisa de la masificación. Muchas veces, esas decisiones nos son elegidas, si no, impuestas bajo una seducción provocada por la persuasión psicológica de la mercadotecnia vacía y el anhelo fugaz a la globalización, es decir, los objetos se vuelven transitorios y llenan vacíos momentáneos.

Las obras que contienen significados y las que deben trascender, son afectadas por la producción industrial. En ellas recae el vicio de imitar sin darse cuenta de las transgresiones que se cometen ante la cultura y la tradición.

Los productos industrializados se convierten en objetos de todos y de nadie a la vez. Tienen presencia mientras la moda o tendencia lo permite, pero una vez que desaparece ese factor se pierde cualquier valor y se convierte en un objeto que fácilmente terminará en la basura.

Habría que entender primero que previo al proceso de producción, debemos respetar y



admirar la capacidad que han tenido en el pasado los propios creadores de los pueblos, ya que fueron ellos quienes desarrollaron la técnica que dio paso a la tecnología y la ciencia desde otra perspectiva.

Cuando hablamos de productos utilitarios y del binomio denominado: “forma y función”, para la satisfacción de necesidades primarias, nos damos una idea interesante acerca de la forma que tiene una razón de ser, la forma determina el uso que va a tener, el cántaro artesanal, por ejemplo, tendrá invariablemente una boca angosta y una base más ancha para favorecer el despacho del líquido y así mismo el traslado del producto envasado evitando derramamientos. Observamos que este principio ha sido replicado por los pueblos a lo largo del mundo en diferentes culturas. Es por ello por lo que decimos que el diseño existe y existió desde tiempos pasados a diferencia de la noción novedosa del “diseño” en nuestros días. Tendríamos que retroceder un poco para pensar que se trata de diseño desde esta perspectiva.

3. Artesanía y Diseño

“El artesano no quiere vencer al tiempo sino unirse a su fluir”. (Paz, 1988).

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 irrepetible y que permite que trascienda en el tiempo.

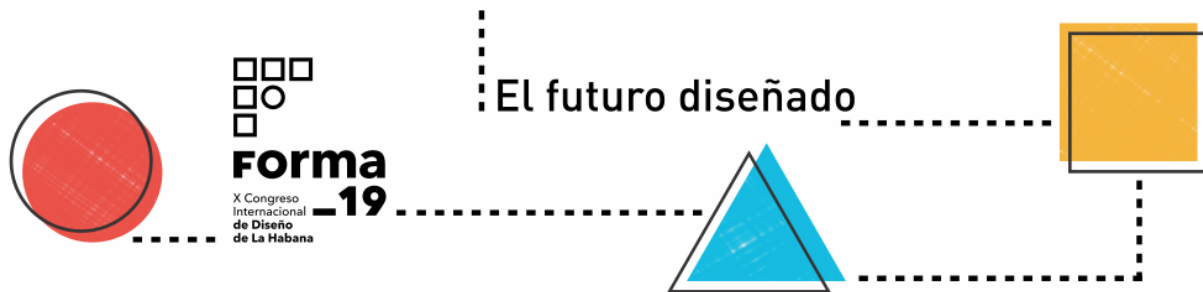
El simbolismo que contienen las iconografías en la artesanía se convierte en mensajeras que envían y transmiten la cultura de una generación a otra. Son factores característicos que agregan valores intangibles y promueve el patrimonio cultural de una región.

La iconografía se convierte en la sintonización de mensajes que no pueden cobrar sentido sino se toma en cuenta el contexto cultural e histórico del cual fue sustraída. (Sánchez Mijangos & Mora Cantellano, 2018)

Se denotan ciertos cambios en las tendencias de diseño actual, los cuales tienen su origen al interior de las propias comunidades artesanales. Podríamos decir que lo tradicional está de moda, lo que obliga al diseñador a elevar la atención hacia los terrenos de la apropiación cultural ya que él mismo denota que el mercado consumidor está pidiendo algo. Los diseñadores están acercándose a las comunidades artesanales como parte de su formación, pero no en el sentido de amar y respetar a la tradición, sino más bien en el sentido de tratar de satisfacer a las demandas del mercado.

La globalización pone en riesgo perder la herencia cultural desvalorizando su utilidad, sin embargo, es posible modernizarse prevaleciendo la riqueza cultural apropiándose a ella con respeto y sin hacer mal uso al proponer modificaciones para adaptarla a los nuevos contextos y estilos de vida. Para ello, es importante conocer los significados, dignificarlos y darle voz al autor original.

La artesanía, para que prevalezca a pesar de los productos industrializados, debe adaptarse, renovarse y apoyarse en criterios de la disciplina del diseño, como aspectos estéticos,



funcionales y simbólicos sin descuidar la fabricación exquisita y de total calidad hecha por las manos ya que es la principal característica que la impregna de valor.

La artesanía se beneficia del diseño y el diseño también se beneficia de la artesanía cuando se busca desarrollar productos personalizados y exclusivos.

Estos productos se convierten en actores de una sociedad y su cultura y posteriormente en testigos de esta. La artesanía se convierte entonces en una expresión simbólica de la cultura.

Los diseñadores tenemos la responsabilidad social de preservar nuestra identidad y transmitir sus valores a través de nuestra producción, ser conscientes en cada decisión de diseño, ya que estas pueden generar un cambio en la manera de repensar nuestra sociedad.

Para encontrar la identidad hay que volver al origen, a la naturaleza, a dialogar y entender un pasado y seguir avanzando sin transgredir lo heredado, si no, dignificarlo, admirarlo y presumirlo.

La manera en la que se debe actuar para introducir en un mundo global los productos es trabajar a manera local, pero con una perspectiva global de los mercados. Producir objetos y productos que contengan valores éticos y se respete siempre los derechos del autor.

4. La protección y los derechos de autor en el diseño de artesanía

La Organización Mundial de la Propiedad Industrial e Intelectual divide sus ámbitos de competencia en dos grandes vertientes:

- 1) La referente a Marcas y Patentes, y
- 2) La referente a los Derechos de Autor

Ambas provenientes de una necesidad de naturaleza meramente económica y mercantil, las cuales están encaminadas a defender los intereses de los inventores, generalmente vinculados a las grandes corporaciones, cuya intención es “privatizar” de alguna manera el conocimiento. En la normativa internacional existen otras figuras como la Denominación de Origen³, las Asociaciones Civiles, las Leyes de Usos y Costumbres, la creación de Marcas Comunitarias o Colectivas, etc. Sin embargo, ninguna de ellas fue creada para defender los intereses de la tradición o de la identidad de los pueblos.

En el caso de las marcas, es difícil respaldar a los artífices de la tradición mediante el uso de un nombre o un signo. El uso de un logotipo o una marca, que aunque es un medio valioso, su naturaleza no la hace incluyente, ni vinculante con la cosmovisión cultural de los pueblos, por lo que este esquema no es realmente adecuado.

La protección por medio de una patente o modelo de utilidad tendería a privatizar en beneficio de un individuo u organización, aquellos conocimientos y saberes que han sido desarrollados y heredados comunitariamente a través de los siglos. Misma situación en el caso de los de los derechos de autor.

³ Solo 22 países la suscriben actualmente.



Quizá lo más cercano a una verdadera protección por parte de las comunidades de producción artesanal, es la que la que definió la *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*⁴ de la UNESCO en el 2003, por medio de la cual denominó como: *Patrimonio Cultural Inmaterial*, lo que se define como:

"Todo aquel patrimonio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidos de generación en generación y que infunden a las comunidades y a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana". (UNESCO, 2018)

La definición como tal de la Convención de la UNESCO, determina que el patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta particularmente en los siguientes ámbitos:

1. Las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.
2. Las artes del espectáculo.
3. Los usos sociales, rituales y actos festivos.
4. Los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
5. Las técnicas ancestrales tradicionales.

La Convención considera también a los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que son inherentes a las prácticas y expresiones culturales, como la artesanía.

Por su parte la convención también reconoce la existencia de tipos de *listas* de patrimonio cultural inmaterial:

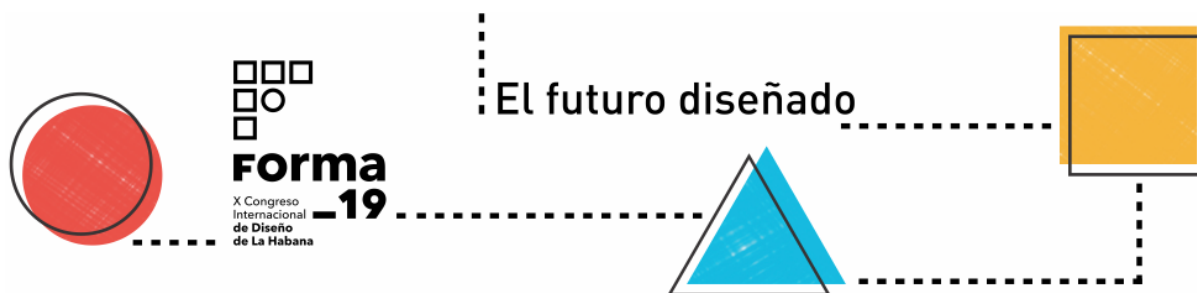
- **Lista de patrimonio cultural inmaterial que requiere medidas urgentes de salvaguardia.**

Se compone de elementos del patrimonio cultural inmaterial que las comunidades y los Estados Partes consideran que necesitan medidas de salvaguardia urgentes para asegurar su transmisión. Las inscripciones en esta lista contribuyen a movilizar la cooperación y la asistencia internacionales para que los actores interesados puedan tomar medidas de salvaguardia adecuadas. (UNESCO, 2018)

- **Lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.**

Se compone de las expresiones que ilustran la diversidad del patrimonio inmaterial y contribuyen a una mayor conciencia de su importancia. (UNESCO, 2018)

⁴ **Considerando** la importancia que reviste el patrimonio cultural inmaterial, crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible, como se destaca en la Recomendación de la UNESCO sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular de 1989, así como en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001 y en la Declaración de Estambul de 2002, aprobada por la Tercera Mesa Redonda de Ministros de Cultura. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html



México cuenta actualmente con 8 expresiones culturales inscritas en la denominada *Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, que a la par de países como Colombia, son los países de América Latina con el mayor número de manifestaciones inscritas y reconocidas:

Tabla 1. Manifestaciones Culturales de México, inscritas en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2018)

Año	Manifestación
2016	La charrería, arte ecuestre y vaquero tradicional de México
2011	El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta.
2010	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La tradición gastronómica de Michoacán cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán. ▪ La pirekua, canto tradicional de los purépechas. ▪ Los parachicos en la fiesta tradicional de enero en Chiapa de Corzo
2009	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La ceremonia ritual de los Voladores de Papantla ▪ Lugares de memoria y tradiciones vivas de los otomí-chichimecas de Tolimán: la Peña de Bernal, guardiana de un territorio sagrado.
2008	Las fiestas indígenas dedicadas a los muertos

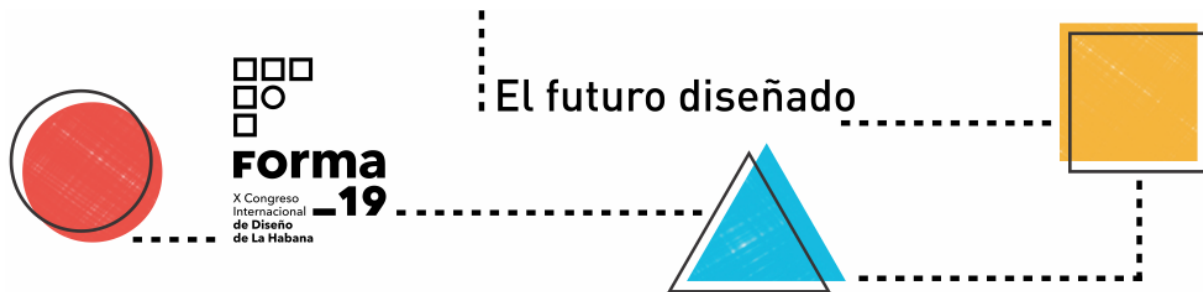
No obstante, los esfuerzos de la UNESCO, los grupos artesanales coinciden en que se debe desarrollar una herramienta que cubra los *derechos colectivos*⁵, por lo que ahora la pregunta es si se debe crear una figura específica de *derecho colectivo* dentro del marco jurídico de las marcas o del derecho de autor o bien se hace algo más aparte. Dicha figura jurídica tendría que reconocer la individualidad del trabajo de la colectividad

5. Resultados y conclusiones

La historia cultural de México ha estado siempre vinculada al arte popular y a la creación artística. La artesanía ha formado parte primordial de las culturas populares del país. En este contexto, la disciplina del diseño debe ser consiente de los retos que implica la modernidad en el ámbito de la producción artesanal, y así poder incursionar de manera más natural y orgánica en los mercados, a fin de satisfacer las necesidades de consumo en plena concordancia con las tradiciones y respetando siempre el perfil ideológico de las propias comunidades.

Una primera conclusión sería admitir que el diseño y la artesanía comparten las mismas raíces fundamentales y metodológicas de aquello que entendemos como disciplina de diseño. Ahora lo que faltaría es sensibilizar a la comunidad y equilibrar los esquemas de colaboración entre

⁵ Son los derechos cuyo sujeto no es un individuo (como es el caso de los derechos individuales), sino un conjunto colectivo o grupo social. (CONAPRED, 2018)



ambas actividades, para no caer en los errores típicos de apropiación indiscriminada que se han observado.

Dado que la actividad del diseño en artesanía no cuenta con protección en el registro de patente o modelo de utilidad, tendríamos que construir un mecanismo viable de reconocimiento de los trabajos colectivos y del uso de los diseños artesanales por parte de los diseñadores. Debemos entender que cuando se adquiere una pieza de arte huichol, no se adquiere la propiedad de la iconografía y de la identidad cultural.

Los gobiernos, las universidades, las ONG en conjunto con las organizaciones de producción artesanal deben de buscar un mecanismo que reconozca a las comunidades artesanales como autores de su obra, no solo en el producto sino también en sus códigos culturales.

La necesidad de intervenir en la construcción de nuevos artificios como medios para elevar la calidad de vida de los artesanos de nuestro país es evidente: los sistemas de información, los objetos que facilitan la vida cotidiana, la necesidad de dar visibilidad a las producciones culturales y artísticas, y las intervenciones que son necesarias para el mejoramiento radical de las condiciones de vida de los sectores minoritarios, siguen en espera de personajes que respondan adecuadamente a dichas demandas.

El diseño de artesanía será pertinente, en la medida que logre consolidarse en los mercados como una actividad económica más justa, que le atraiga beneficios económicos a sus comunidades, sin perder su misticismo y su identidad cultural.

Bibliografía

Cassier, E. (1944). *An essay on man*. New York: Doubleday Anchor Books.

Chaves, N. (s.f.). *Norberto Chaves*. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/el_papel_de_la_teoría_en_la_enseñanza_del_diseño

CONAPRED. (4 de 11 de 2018). *Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación*. Obtenido de https://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/Derechos%20colectivos%20y%20reconocimiento%20constitucional-Ax.pdf

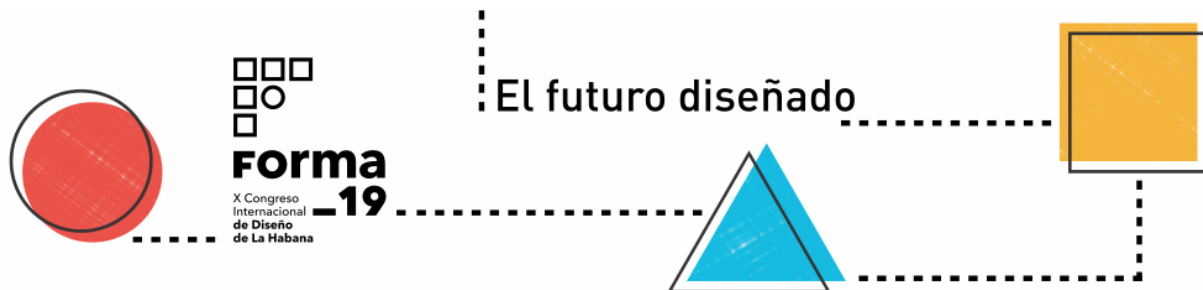
Consejo General Universitario. (26 de Octubre de 2011). Dictamen Núm. I/2011/346. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara.

21, E. P., & Limon, J. (25 de octubre de 2017). *Mexicanísimo*. Obtenido de www.mexicanisimo.com.mx: www.mexicanisimo.com.mx/artesanos-oaxaques-britanicos-trabajando-conjunto/

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Paz, O. (1988). La artesanía, entre el uso y la contemplación. *Camacol*, 120-125.

Ricard, A. (2017). *La aventura creativa*. Barcelona: Ariel.



Sánchez Mijangos, A. A., & Mora Cantellano, M. (2018). La identidad regional a través de la apropiación iconográfica en los artesanos de Teotilán del Valle, Oaxaca. En G. Hoyos Castillo, O. Serrano , E. Serena, & M. Mora Castellano, *Ciudad, Género, Cultura y Educación en las Regiones* (págs. 730-750). México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional.

Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdes.

UNESCO. (4 de noviembre de 2018). *UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/intangible-heritage/>

Wilson, G. (18 de septiembre de 2006). *The telegraph*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de The IPOD generation: insecure, pressured, over-taxed, debt-ridden: <https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1529113/The-IPOD-generation-insecure-pressured-over-taxed-debt-ridden.html>